

月饼大战正酣 超高利润引众多商家入场

还有一个月就到中秋,月饼大战正酣。新快报记者走访发现,目前月饼市场价格悬殊,有标价超过500元(每盒,下同)的七星伴月礼盒,也有超市推出9.9元的铁盒月饼礼盒。价格悬殊背后,也不禁让人对该产业的利润产生疑问。事实上,除了食品厂家,星级酒店、地产商、百货甚至主题乐园都在跨界抢“蛋糕”。新快报记者了解到,不少星级酒店甚至烘焙品牌都是找食品厂家代工生产,一盒中高端双黄白莲蓉月饼贴牌成本不到50元,印上LOGO就可以卖到上百甚至数百元。



上至500多下至9.9 各路企业纷纷跨界

中秋临近,月饼堆头成为各大超市最亮丽的“风景”。新快报记者走访发现,目前华润万家、沃尔玛、家乐福、永旺、百佳等各大超市都布置了阵势浩大的月饼展位,不少超市还推出了联动优惠,如华润万家购物满98元即送两张50元月饼券,月饼消费满218元可用一张;沃尔玛定价30元以上的盒装月饼每购满100元即可减15元,相当于打了85折。

众多品牌月饼中,售价最高的是美心、元朗荣华、大班等香港品牌,定价约在200元-300元,最贵的七星伴月品种售价达500元以上。广州酒家、陶陶居、莲香楼等本土大牌盒装月饼则多在200元以下,也有一些不知名的厂家推出了几十元的铁盒装月饼,另外还有15.8元/500克及9元3个等的散装月饼销售。

记者还在沃尔玛看到其自有品牌惠宜标价9.9元/盒的铁盒装月饼上市,一下子把月饼价格压到了历史最低点。这种名为“尊贵双式”的广式月饼一盒4个装,两种口味,净含量为300克,而一般铁盒装为750克。此外,沃尔玛还推出了19.9元的“六福临门”、29.9元/盒的“七星伴月”。

沃尔玛天河店总经理刘绍志告诉新快报记者:“沃尔玛自有品牌的定制月饼,依托其供应链优势,提前在成本较低时大批量采购制作原料,加上同时在全国400多家门店全面铺开,以量大来获得较大成本优势。”

不仅是超市,百货企业也开始推自己的月饼了。今年广百也推出自有品牌广百月饼,相关负责人称:“广百从开业

当年就开始卖月饼,近30年海内外最畅销品牌品种的数据,准确记录了广式月饼口味的变迁,零售大数据是广百自有品牌月饼的天然优势。”如今年推出的双黄白莲蓉、金腿五仁、陈皮粒粒豆沙、流心奶黄等5种口味,都是广百往年卖得最好的口味。广百卖月饼折射的也是零售业竞争白热化的今天,传统百货纷纷向供应商上游延伸,意在减少中间环节,提高终端提价能力及提高商品毛利率。

此外迪士尼、长隆等主题乐园都推出了自家品牌月饼,还可以附带宣传自家的动漫IP。

星级酒店委托 生产售价翻几番

一盒月饼有卖500多元的,也有卖9.9元的,但原材料无外乎是小麦粉、食用油、蛋黄、莲子、豆蓉等,而且馅料比都不低于60%,为何定价差异会这么大?有业内人士告诉记者,所谓“一分钱一分货”,但对于送礼为主的月饼,却有很多附加值,包括品牌、包装等,小小一个月饼,利润却是高得惊人,远高于一般的糕点食品。

广州酒家招股书显示,2014-2016年,其月饼贡献的销售收入分别占其主营收入的44.61%、44.49%和41.99%,毛利占比52.35%、53.19%和49.75%。2017年广州酒家营收超21亿元,食品制造业收入占主营业务收入将近74%,其中月饼销售占主营业务四成,61.52%的毛利率更是遥遥领先速冻食品32.88%的毛利率。

另一家A股月饼制造商元祖股份也被指过分依赖月饼礼盒类产品,2015-2017年占年度营收的比例分别达32.25%、33.33%和34.78%。

实际上,中秋卖月饼是不

少星级酒店的标准动作,像花园酒店、东方宾馆等星级宾馆,甚至面包新语、圣安娜等烘焙品牌,但他们销售的月饼均是委托生产。新快报记者在多个品牌月饼的委托生产方上都看到了一家名为“广州市广达香食品有限公司”(简称“广达香”)的厂家。

广达香的官网显示,其本身是专业从事月饼馅料的厂家,有着成熟的工艺和生产技术,是专门从事月饼代加工的基地。

记者以普通商家身份致电广达香咨询有关月饼委托生产事宜,广达香一名叶姓经理表示,定制月饼产量最低3000盒起,双黄白莲蓉月饼每个售价12元,若量大可优惠至10元/个,豆沙、五仁等馅料价格则再低一点。

目前工厂的月饼生产“已经进入最高峰”,“一般都是(中秋)三四个月前开始预订并确定细节,订单在两个月前已经全部签订了。”叶经理表示,他们除帮岭南集团、希尔顿集团等星级酒店代工外,保利、碧桂园、同仁堂、真功夫等都是他们的客户。当记者担心下单较晚怕来不及生产时,叶经理表示目前工厂有8条生产线全日运作,一条生产线每分钟能产出60个月饼,日产量达20万个,“一天就可出货了”。不过叶经理表示他们只生产月饼,“口味、甜度可按客户需求定制”,但并不提供外盒包装定制服务。

记者在网上找到数家定制月饼外盒的厂家,一个起订铁盒约7元,纸盒只需5元,据业内人士透露,若量大的话,“一个铁盒就两三元。”

如此计算下来,一盒定位中高端的双黄白莲蓉月饼下来成本仅约50元,但打上了星级酒店或知名企业名称,就可以卖上百元甚至几百元。新快报记者发现,花园酒店、中

国大酒店的双黄白莲蓉月饼为298元、288元。记者在网上也看到,其月饼券定价则分别为98元、90元,即使除去销售费用,仍有接近80%的利润。

传统品牌月饼 价格保持平稳

今年原材料、包装材料、人工和运输成本仍在上升,但记者从多个月饼品牌了解到,在剧烈竞争下,各品牌都不敢贸然涨价,价格与往年持平,即使涨价也只涨三五元。如广州酒家双黄纯白莲蓉月饼售价168元,比去年涨6元;莲香楼双黄纯白莲蓉月饼售价165元、伍仁咸肉月饼售价168元,比去年贵5元。

“今年月饼的原料成本呈现整体上涨的趋势,虽然莲子价格比去年有轻微的下降,但咸蛋黄的成本有较大程度的上涨,加上月饼包装的成本和人力资源成本、运输成本不同程度的上涨,拉动月饼整体成本的升高。”广州酒家集团副总经理李立令说,在公司严控成本下,其大部分月饼铁盒、礼盒价格控制在200元以下。

莲香楼总经理助理何敬宇告诉记者,涨得最明显的就是人工成本,但还是主要采取企业内部消化的方式。市面盒装月饼售价的涨幅仅为3-5元。

传统月饼价格涨幅有限,因此不少品牌在口味、包装上下功夫推新品。如近年成为网红的流心奶黄月饼、榴莲冰皮月饼均售价不低,广州酒家今年再次推出高端产品“大师手制月饼”,从原来的“双黄白莲蓉”升级为“三黄白莲蓉”,采取全手工制作,并与岭南著名画家陈永锵跨界合作,将其笔墨大作《南粤雄风》化作华丽包装,全球限量1万盒,定价高达388元/盒。/新快报

欧洲麻疹疫情 凸显接种必要性

世界卫生组织欧洲区域办事处20日发布报告说,在世卫组织欧洲区域,2018年上半年有4.1万多人感染麻疹,造成至少37人死亡。针对欧洲麻疹病例数量相比往年激增的现象,世卫组织官员和医学专家呼吁,欧洲各国应提高麻疹疫苗接种覆盖率,从根本上防止疫情发生。

数据显示,在世卫组织欧洲区域,2016年是自2010年以来麻疹感染人数最少的年份,共报告5000多人;2017年的麻疹感染人数较2016年增加约3倍,达到近2.4万人;2018年仅上半年的感染人数就比2017年翻了近一番。

世卫组织欧洲区域办事处疫苗可预防疾病医务官员马克·马斯卡特表示,今年欧洲麻疹病例数量创下自2010年以来的最高纪录,反映出许多儿童和青少年没有接种疫苗。而疫苗接种情况不理想有多方面原因,有的家长因为条件有限,难以获得公共卫生系统提供的免疫资源,有的家长则是因为传染病没有在身边发生而不重视接种疫苗。同时,围绕疫苗的安全性有太多的谣言和错误信息。

英国伦敦大学卫生和热带医学院“疫苗信心项目”共同主任波利娜·佩特森持同样看法:“虽然绝大多数人打疫苗,但有些人就是不打。不打疫苗的原因各不相同,包括难以获得疫苗,不了解接种疫苗的必要性,以及对疫苗安全性的担忧。”

欧洲麻疹疫情“抬头”的一个大背景是,“反疫苗”运动近年来在一些西方国家兴起,该运动经常引用的一些证据是一项20年前的研究结论,即麻疹、腮腺炎、风疹三联疫苗(MMR疫苗)与自闭症之间可能存在联系。但这项研究后来被证实有严重错误且具欺骗性,发表相关论文的杂志也撤回了论文。

但正如世卫组织在《关于免疫和疫苗安全的问答》里指出的那样:“论文的发表引发了恐慌,导致疫苗接种率下降,并随之出现了相关疫情。”

“反疫苗”运动的一个最新案例是,意大利排球运动员伊万·扎伊采夫今年7月在社交媒体上晒出自己女儿接种疫苗的图片时遭遇“网络暴力”,一些“反疫苗”网民声称扎伊采夫拿了制药公司的钱来推广疫苗,还有一些网民甚至诅咒他的女儿感染疾病。

麻疹具有高度传染性,但只要按照世卫组织推荐的那样,两剂MMR疫苗接种覆盖率达到95%,就可以预防麻疹疫情暴发。然而,在世卫组织欧洲区域,MMR疫苗2017年的覆盖率仍只有90%,而且各地差异较大,有一些社区的覆盖率超过95%,另一些社区的覆盖率却低于70%。

事实上,不仅仅是欧洲,美国等发达国家也由于疫苗接种覆盖率不足出现过麻疹疫情卷土重来的问题。这些惨痛教训都凸显了疫苗接种的必要性。/新华社