

商家大打“擦边球” 踩着“红线”做营销 标价499元的月饼为啥这么多

8月15日起,给月饼下了“瘦身令”的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准开始强制实施。根据新要求,月饼的包装层数从最多不超过四层减少为最多不超过三层;月饼的必要空间系数从12降低为7,相当于包装体积缩减了42%;对于销售价格100元以上的月饼,将包装成本占销售价格的比例从20%调减为15%,同时规定月饼不应与其他产品混装,且包装材料不得使用贵金属和红木材料。

8月16日,国家发改委新闻发言人金贤东介绍,将对单价500元以上的盒装月饼生产和销售企业进行重点监管。距离今年中秋节不足一个月,各式各样的月饼礼盒已开始在线下商超、电商平台等渠道上线。近日,记者调查发现,目前市场上,有不少月饼礼盒的售价在500元监管红线下徘徊,部分商家更是大打“擦边球”,将礼盒标价定为499.99元,但运费却高达600元;甚至还有商家在线下偷偷卖着价格高达2000元的月饼礼盒。



电商平台上不少月饼礼盒标价为499.99元。



标价499.99元的月饼 实付1099.99元?

今年6月,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局联合发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》(下称《公告》),明确鼓励经营者生产、销售物美价廉的盒装月饼,提出对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管;经营者应当将销售单价超过500元盒装月饼的交易信息,妥善保存2年,以备有关部门依法查核等。

然而,记者在实际调查中却发现,不少商家为了规避上述《公告》,在价格上打起了“擦边球”。

8月15日,记者在某电商平台搜索“月饼礼盒”,并选择价格从高到低排序,结果发现不少月饼礼盒标价为499.99元,距离500元监管红线仅有一分钱之差,不过仅有个别商品显示有人付款,多数礼盒月销量为0。

“国家不允许月饼(礼盒)零售价超过499.99元,厂家比我们更害怕这个规则。”某店铺客服人员介绍,其店内一款标价为499.99元“新冠”牌月饼礼盒(1750克),厂家零售价为498元,而去年,该礼盒的零售价达1000多元,店内卖800多元。

值得一提的是,有月饼礼盒的实际成交价要远高于标价。记者在某礼品店铺内看到,一款“天伦”牌月饼礼盒(1540克),标价为499.99元,但需要消费者另外支付600元运费,算下来该礼盒的售价高达1099.99元。

该店铺客服人员称,这款礼盒的实际价格不止499.99元,按标价卖的话亏本,600元运费就是用来补差价的。他还提到,这款礼盒就不应该在电商平台上卖,只能在线下卖,之所以不能按照实际售价来标价,是因为“国家规定”。

将高价月饼礼盒转到线下卖,似乎已成为部分线上商家的“共识”。记者在另一电

商平台上看到,一家专门售卖各类食品礼盒的店铺中,不少月饼礼盒的标价为499元、498元,当被问及是否还有更高档的月饼礼盒时,该店铺工作人员明确称“有”。

“今年有规定线上不能卖500元以上的月饼礼盒,但我们线下是有的。线下的月饼礼盒各个价位的都有,高端的500元至2000元左右。”该工作人员称,其店铺没有线下店,消费者若是想购买高价月饼礼盒,可以通过添加微信获取产品报价单,支付的时候可以选择微信支付或者是对公转账。

原价588元的礼盒 临时降到498元?

事实上,不只是线上,线下商超也有部分月饼礼盒的售价在500元左右。

8月15日,记者在北京某精品超市看到,商家已布置好月饼展销专区,供消费者选购,多数月饼礼盒的售价在100元至300元之间,但也有一些月饼礼盒的价格接近500元,部分甚至更高,但与其他价位的月饼礼盒相比,口味上并无独特之处,从外观上看到仅体现在包装更豪华、净含量更高上。

其中,美心旗下一款“七星伴明月”月饼礼盒,售价为578元,会员价为543元,净含量为1350克,内含8个月饼,口味包括白莲蓉、蛋黄等,平均算下来,单个月饼价格超过了67元。销售人员称,该品牌还有200元、300元价位的月饼礼盒可以选择,上述礼盒售价较高是因为净含量更高。

记者还在该超市内看到,御茶膳房、锦华等品牌部分月饼礼盒的售价虽未超过500元,但也高达499元、498元。其中锦华815盛享装礼盒(1640克),分为上下两层,上层含9个月饼,下层则是一些果仁和糕点。“今年只能卖500元以内,这款月饼礼盒刚到的时候我们本来是标588元,现在降到了498元。”

在武汉某连锁商超内,月饼礼盒的售价也多在100元至300元之间,冠生园旗下一些月饼礼盒售价稍高一

些,其中一款“国粹”月饼礼盒(2310克)更是高达768元。该商超销售人员称,不同月饼礼盒的口味馅基本上都差不多,卖的就是品牌和包装。

盒装月饼平均生产成本仅70元左右 厂家毛利率能高达几倍

“月饼的利润很高,通常情况下,一盒月饼的生产成本不会超过70元,里面的水很深,有些厂家的毛利率能高达几倍。”广东省食品安全保障促进会副会长、食品产业分析师朱丹蓬在接受记者采访时表示。

发改委有关负责人在接受媒体采访时也曾介绍,根据国家发展改革委成本调查以及行业组织、电子商务平台数据,从多年市场情况看,盒装月饼平均生产成本70元/盒左右,单价200元以下的盒装月饼销售占比达80%以上,单价500元以上占比约1%。

记者注意到,目前A股上也有部分上市公司主营业务涉及月饼生产及销售,包括元祖股份、广州酒家、桃李面包等。而据广州酒家财报,2021年,该公司月饼系列产品的毛利率高达56.46%,报告期内实现收入15.21亿元,为其贡献了近四成收入,同时也是该公司毛利率最高的产品。

元祖股份并未在2021年年报中单独披露月饼产品的收入情况及毛利率,该公司月饼、粽子等产品被划分到中西式糕点礼盒,报告期内,元祖股份中西式糕点礼盒收入14.64亿元,占主营业务收入收入近六成,毛利率为51.51%。

桃李面包的月饼产品毛利率稍低一点,2021年为22.66%,报告期内实现收入1.33亿元,占比约2%。

“近几年,国家持续在打击‘天价’月饼,是为了让整个消费更加理性、健康、有序,在今年中秋节之前,多部门联合出台上述《公告》,对于整个行业的良性发展将起到非常好的引导作用。”朱丹蓬称。

声音

国家发改委 紧盯超500元月饼 月饼不得与其他商品搭售或者混合销售

国家发改委公众号17日、18日发布文章,就“紧盯单价超过500元的盒装月饼实行综合监管”“月饼不得与其他商品搭售或者混合销售”进行解读。

文章解读称,对单价500元以上盒装月饼实行重点监管,是有充分的数据支撑和现实意义的。月饼作为我国传统大众食品,大多数价格比较亲民,从多年市场情况看,约99%的盒装月饼单价在500元以下。近年来出现的“天价”月饼,往往伴随着豪华包装、使用珍稀食材以及搭售高价商品等现象,这些问题主要集中在只占市场销售额约1%的单价500元以上的盒装月饼中。文章明确,有关部门将对单价500元以上盒装月饼实行重点监管、综合监管。

相关成本调查数据显示,由于馅料、包装材料等不同,盒装月饼生产成本虽存在一定差异,但总体上不会很高,平均生产成本在70元/盒左右。近年来,有些企业在盒装月饼中搭售或者混合销售鱼翅、燕窝、人参、冬虫夏草、茶叶、白酒、洋酒、珠宝、丝巾等高价商品甚至奢侈品,其价值远远高于月饼,却仍以“月饼”之名销售,成为“天价”月饼的主要来源。这一现象不仅背离了传统文化本源,也使得月饼容易异化成为腐败的载体,对社会风气造成负面影响。

根据要求,经营者销售盒装月饼不得出现以下行为:一是搭售其他商品。二是将月饼与其他商品混装。如在月饼礼盒中混装茶叶、保健品、酒等其他商品,尤其是贵重商品或者奢侈品。三是以中秋礼盒等名义变相进行搭售或者混合销售。如在中秋礼盒中同时放置高价商品和月饼,规避监管。对上述行为,有关部门将依法依规予以查处。

市场监管总局 集中整治“过度包装”

记者17日获悉,市场监管总局发布通知,在全国开展为期2个月的商品过度包装集中整治,重点整治高价月饼以及酒楼、饭店定制或以文创等名义开发的高端礼品。

通知要求,加强过度包装抽查检验,重点对月饼生产销售企业执行限制包装新国标情况、在售月饼食品安全情况进行抽查。加强线上线下一体化监管,从食品安全、价格、包装、广告宣传等方面规范市场主体经营行为;组织开展网络交易监测,实施过度包装商品网络禁限售目录。持续曝光典型案例,将过度包装行为的行政处罚文书录入国家企业信用信息公示系统,依法依规公开。

据新华社、中新社、央视财经、《中国消费者报》、《北京晚报》