



¥
499.99

新规对『天价月饼』说不!

买一盒499.99元的月饼，
要付600元运费！啥情况？

标价499元实付1099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，以备有关部门依法核查等。

国家发展改革委16日召开8月份新闻发布会。国家发改委政策研究室主任金贤东在会上表示，经过多年治理，近年来月饼市场秩序明显改善，运行总体规范有序，但仍有个别企业炒作月饼价格，“天价”月饼问题仍然存在。

记者在实际调查中发现，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，在某电商平台上搜索“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的差，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，一款由四川天伦食品有限公司生产的“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~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。

距离今年中秋节不足一个月，各式各样的月饼礼盒开始在线下商超、电商平台等渠道销售。近日，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。

中新经纬

原标价588元的礼盒
临时降到498元？

事实上，不止是线上，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~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~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“秋意明月”月饼礼盒(1440克)售价578元，另一款“国粹”月饼礼盒(2310克)更是高达768元。

该商超内销售人员称，不同月饼礼盒的口味基本上都差不多，卖的就是品牌和包装。

平均生产成本仅70元左右？

“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采访时表示。

国家发展改革委有关负责人在接受采访时也曾介绍，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%。

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。

国家发展改革委前述负责人也提到，接下来，有关部门还将采取多种措施遏制“天价”月饼，比如完善政策体系、加强行业指导、强化监管执法等。

此外，今年中秋节前，市场监管部门还将开展“天价”月饼专项整治行动，重点聚焦豪华酒店、电商平台等渠道，进行监督检查，对不符合食品安全、限制过度包装强制性标准要求，以及不执行明码标价规定、实施价格欺诈等违法行为的，一律从严查处，相关违法违规信息依法依规纳入全国信用信息共享平台并在“信用中国”网站和国家企业信用信息公示系统予以公示。