

消费日报

2024年9月10日
星期二
总第8775期
第5834期
今日4版

8月末我国外汇储备规模为32882亿美元

本报讯 国家外汇管理局统计数据显示:截至8月末,我国外汇储备规模为32882亿美元,较7月末上升318亿美元,升幅为0.98%。8月,受主要经济体宏观数据和货币政策预期等因素影响,美元指数下跌,全球金融资产价格总体上涨。汇率折算和资产价格变化等因素综合作用,当月外汇储备规模上升。

(民文)

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号CN 11-0057 ■ 代号81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

消费时评
Consumption commentary

县域品牌崛起正当时

肖睿平

很多消费者已经注意到,以蜜雪冰城、塔斯汀、米村拌饭等为代表的县域品牌,正在跨越地域界限,成为一线城市美食热销榜上的常客。这一消费趋势的变迁,不仅映射出国内消费观念的深刻转变,更是城乡经济互动与融合发展的重要标志,描绘了一幅多元、包容、充满活力的消费新图景。

在消费升级的大背景下,消费者的需求日益多元化和个性化。县域品牌之所以能在大城市迅速走红,首要原因在于精准捕捉到了顾客消费心理的变化。不同于传统高端品牌的奢华定位,县域品牌往往以独特的地域文化为底蕴,结合亲民的价格策略,满足了城市消费者对于新鲜感、体验感以及性价比的多重追求。它们不仅仅是在售卖产品,更是在传递一种生活方式和文化态度,让消费者在品尝美食的同时,也能感受到来自不同地域的文化魅力。

性价比是消费者在选择商品和服务时的重要考量因素。县域品牌凭借其高效的供应链管理、合理的成本控制以及精准的市场定位,成功打造了一系列高性价比的产品,赢得了消费者的青睐。这种趋势不仅体现在餐饮行业,也辐射到了服装、家居、电子产品等多个领域,共同推动了消费市场的繁荣与发展。

互联网与数字化技术的快速发展,为县域品牌进军大城市市场提供了强有力的支持。通过电商平台、社交媒体、外卖平台等线上渠道,这些品牌得以突破地域限制,实现全国范围内的快速布局和品牌推广。同时,大数据分析、精准营销等技术的应用,也使其能够更加精准地把握消费者需求,提供更加个性化的服务体验。可以说,互联网与数字化正以前所未有的方式改变着消费市场的格局,也为县域品牌的崛起提供了无限可能。

县域品牌的崛起,不仅是消费市场的简单变化,更是城乡融合发展的新机遇。随着城乡差距的逐步缩小和消费市场的日益趋同,城乡之间的经济互动和优势互补将更加频繁和深入。县域品牌可以利用自身在成本控制、产品创新等方面的优势,进一步拓展市场份额;而大城市则可以通过引入更多元化的产品和服务,满足消费者日益增长的需求。这种双向互动不仅将促进消费市场的繁荣发展,也将为城乡经济的融合发展注入新的动力。

县域品牌的崛起,是消费新风尚与城乡融合发展的生动写照。它们以独特的魅力赢得了消费者的喜爱,也为消费市场带来了新的活力。随着数字化转型的深入和供应链的不断升级,县域品牌有望迎来更加广阔的发展空间。同时,也应看到,城乡发展不平衡的问题依然存在,需要持续完善城乡融合发展体制机制,促进城乡消费市场的共同繁荣。



搜狐新闻客户端



消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端
步骤二:打开应用点击上方“订阅”

步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报”
步骤四:点击右上角“+关注”即可

中秋节将至,月饼市场逐渐进入销售旺季,各大

商超及烘焙店纷纷推出各式月饼礼盒及散装月饼。

近日,记者走访北京市多家月饼销售门店发现,今年

月饼市场整体呈现高性价比趋势,礼盒价格集中在

200元至300元之间,包装兼具实用性与创意性,月饼

口味则更加丰富多样,迎合了大众日益增长的健康消

费需求。此外,随着消费者对个性化产品需求的增

加,中秋礼品也变得更加多元化,不再仅局限于传统

月饼。

本报记者 赵 曦 □ 黄芷凌

礼盒“瘦身”明显 月饼包装简约不简单

9月2日,记者走进北京市稻香村

东四北大街店,中秋节氛围扑面而来。店内特别设置了“京味儿中秋”专区,高处的货架上陈列着以红色为主色调的中秋礼盒,下方的柜台则整齐摆放着莲蓉、五仁、豆沙等口味的散装月饼。

正在店内挑选月饼的罗女士对记者说:“今年推出了不少简装月饼礼盒,不仅设计简约大方,价格也更实惠。”

记者走访发现,简约包装的月饼礼盒正逐渐成为市场主流。在线下市场,各大商超和烘焙店展出的月饼礼盒售价普遍在500元以下,且价格集中在200元至300元之间,超过300元的礼盒并不多见。在线上平台,天猫月饼热卖榜数据显示,销量前二十位的月饼礼盒价格多在百元左右,包装同样以简约实用为主。

实际上,为规范月饼产品的生产和经营,让月饼回归大众消费品属性,各级政府部门近年来发布了系列法规政策和标准。2022年,国家发展改革委等四部门联合发布遏制“天价”月饼的公告,对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管。2023年9月正式实施的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》明确规定月饼包装层数不超过三层,不应使用贵金属和红木材料,不与其他产品混装等。今年8月,为持续遏制“天价”月饼,国家发展改革委等部门对相关工作进行了专题研究部署。

如今,“里三层,外三层”再搭售红酒、茶叶等产品的“天价”月饼已成为“过去时”,但作为中秋节的主要节日礼品,月饼的包装仍然是消费者关注的焦点。这促使企业在保证产品质量的同时,更加注重提升包装的创意性和实用性。例如,御茶膳房推出的“事事如意”月饼礼盒,其柿子造型深受消费者

喜爱,许多消费者表示吃完月饼后还能将礼盒作为收纳盒使用;白天鹅酒店的新款“白天鹅采奕幻彩”月饼礼盒则采用亚克力材质,旨在鼓励消费者循环使用。

此外,部分企业还顺应市场需求,推出了更为实惠的“迷你礼盒”。例如,北京市稻香村零号店展出了一款售价49元的“猴子捞月”礼盒。已购买该款礼盒的刘女士告诉记者,“买月饼主要是为了应景,没必要花大价钱,吃不完还浪费。这个小礼盒分量适中,设计精致,很适合作为节日礼物送给家人。”

创新口味频现 “养生”月饼火出圈

消费者在节日礼品选择上表现出更为理性的消费态度,月饼行业则在传统口味的基础上,不断推出新口味以适应市场变化,激发消费者的购买欲望。

月饼可分为广式、京式、苏式、滇式、潮式、港式等不同派系,具体到各省市区流行的月饼风味也都不一样,体现出较强的地域特色。而近年来,月饼产品的口味融合与升级趋势越发显著。

祥不悖饼铺的相关工作人员向记者介绍,“传统中式糕点品牌要想赢得年轻消费者的认可,就必须在创新改良上下功夫。我们近年来一直致力于南北口味的融合和创新,希望在传承传统风味的基础上赋予月饼更多元化的口感,迎合消费者对新口味的期待。”据了解,祥不悖饼铺今年推出了多款中秋节月饼“全家桶”礼盒,内含五仁、枣泥等京式经典口味以及流心巧克力、荔枝玫瑰等创新口味。

年轻一代消费群体逐渐站上消费主舞台,越来越多的创新口味月饼也应运而生。例如,稻香村的乳酪黄桃月饼、泸溪河的宫保鸡丁鲜肉月饼、好利来的米皮月饼等,这些新颖产品为年轻消费者提供了更丰富的传统节日美食

体验,同时也为月饼行业带来了新的增长点。

另一方面,受养生年轻化、人口老龄化等因素影响,消费者的健康需求也不断被激发。根据艾媒咨询数据,68.5%的消费者希望月饼能够使用更健康的食材,65.8%的消费者表示更倾向于选择无蔗糖、无反式脂肪酸的月饼。

记者在走访时看到,各大商超和烘焙店普遍上架了低糖月饼。以祥不悖饼铺为例,其在减油减糖超过30%的基础上推出了多款糖醇月饼。据了解,木糖醇被身体吸收的速度较慢,对血糖的影响较小,因此与普通月饼相比,更适合糖尿病患者和需要控制血糖的人群食用。

除低糖月饼外,市场上还涌现出不少“养生”月饼,山药、百合、铁皮石斛、西洋参等药食同源的中药材纷纷被融入月饼馅料里,吸引了众多消费者购买。

对此,专家指出,消费者在食用这些低糖、“养生”月饼时,仍需保持节制,合理控制摄入量。因为过度食用糖醇对人的肠道会产生刺激,而部分中药材具有特定药理作用,并不适合所有人,尤其是有特定健康状况的人群应在医生指导下选择性食用。

月饼不再“一枝独秀” 替代性食品热销

中秋节吃月饼的习俗源于古代的祭月活动。最初,月饼是用来祭拜月神的供品,后来人们逐渐把中秋赏月与品尝月饼作为家人团圆的象征,月饼因此被视为具有团圆意义的节日礼品。而伴随着个性化需求的增长与食品行业的创新发展,一些消费者开始选择替代性食品来传递节日祝福。

在北京市稻香村刘家窑路店,记者看到,相较于中秋月饼专区,糕点区

的消费者明显更多。据销售人员介绍,“目前来看,月饼的销量不如其他糕点,许多消费者觉得糕点的造型更精美,设计也更加丰富,因此更倾向于选择糕点礼盒作为中秋礼物。”

在红星前进面包牛奶公司东四店,消费者正大排长龙,等待购买新上架的中秋限定款“北京福饼”。这款福饼包含妙峰山玫瑰、蔓越莓芝士和芋泥蛋黄麻薯三种口味,且有400克和1000克两种规格,购买三个1000克福饼可获赠“北京中秋福福礼盒”。店内的销售人员告诉记者,“消费者对这款产品的反馈非常好,门店每日会上架几十个福饼,经常供不应求。”

家住北京市东城区的张先生说:“我很喜欢福饼的寓意,而且往年都买月饼,今年想换个新鲜的,买个福饼送给家人,让他们感受一下这份特别的节日祝福。”

在线上购物商城,中秋糕点礼盒的销量也表现不俗。例如,知味观的“繁华似锦”糕点礼盒,将国风花鸟、山水应用在礼盒包装上,并将糕点设计成色彩斑斓的花朵造型,目前已售出超过3000盒;祥不悖饼铺的“美福桶”中秋礼盒,内含玉兔饼、黑芝麻团圆饼等传统中式糕点,目前这款礼盒已售罄,正待商家补货。

月饼不仅是一种食品,更是一种情感的载体。随着居民收入水平的提升,消费者对中秋礼品的选择也越加多样化,不再仅局限于传统月饼。无论是低糖、“养生”月饼,还是精美的手工糕点,都是为了满足消费者对多元口味和品质的追求。艾媒咨询指出,在激烈的市场竞争中,食品企业不仅需要注重食品本身的品质,还需根据消费趋势,灵活调整产品线,通过丰富的产品种类和定制化服务,全面提升消费者的购买体验。

市场资讯

甘肃武威促进月饼行业健康发展

本报讯 (记者 刘胜利)中秋节临近,甘肃省武威市市场监督管理局对各类经营者及相关单位发出提醒告诫,规范月饼市场价格和限制过度包装行为,以此促进月饼行业健康发展,营造放心消费、规范有序的市场价格环境。

武威市市场监督管理局要求,各类经营者要按照规定做好明码标价工作,自觉遵循公平、合法和诚实信用的定价原则,加强价格自律,自觉规范价格行为,严禁价格欺诈等行为,不得在标价之外加价出售商品,不得收取任何未予

标明的费用,价格变动时应当及时调整相应标价;各月饼生产厂家、高端酒店饭店、大型商超、电商平台生产经营的月饼,其包装要严格执行《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》标准要求,包装层数不得超过三层,不得与其他产品混装,不得使用贵金属和红木材料包装,包装空隙率要符合标准要求;鼓励经营者生产、销售物美价廉的盒装月饼,更好满足消费者需求,对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管,禁止用月饼券、月饼卡等提货卡券进行价格

欺诈;对提醒告诫仍不整改的违法行为,依据相关法律法规从严从重处罚,并依法公开曝光。武威市市场监督管理局提醒,若消费者发现有价格违法行为,可及时拨打12315进行投诉举报。

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com