

比内涵拼颜值 老字号月饼越来越潮

中秋临近,各大商家在月饼上做足了文章,“月饼大战”一触即发。如今老字号月饼也开始走新潮路线,它们拼颜值、拼口味、拼馅料,以满足不同年龄消费者的需求。有市民不禁感叹,“只有我们想不出的口味,没有商家做不出的月饼。”

馅料推陈创新

从北京稻香村、吴裕泰、全聚德等老字号企业了解到,今年的月饼,除了色泽、风味、外包装等改变外,制作工艺也进一步突破。

传承经典制作技艺的同时,北京稻香村也尝试风味创新。北京稻香村相关负责人表示,历来深受消费者喜爱的滇式云腿月饼,今年改良升级为玫瑰云腿月饼。翻毛月饼是北京稻香村今年的主打产品,其沿袭了古法纯手工制作。馅料精选了马尾松仁、三路核桃仁、南瓜籽仁等多种果仁,经过低温烘烤爆香,再包上层次分明的面皮与

油酥,浅尝一口,鲜香软糯。

吴裕泰从去年起新增四款新口味月饼,新口味分为潮式和苏式月饼两类。潮式月饼以桂花乌龙茶入馅,桂花的甜香和乌龙茶的浓郁配合在一起让人回味无穷;另外三款苏式月饼分别为红茶蛋黄馅、茉莉花茶馅、玫瑰花馅,饼皮酥酥,香气扑鼻,甜而不腻,齿间留香;而皓月茶月饼礼盒则走“混搭风”,内含茉莉花茶、绿茶、白茶、黑茶、乌龙茶、苏式玫瑰花等六款风味月饼。

为了挑动年轻人味蕾,今年全聚德风味鸭系列产品有了新成员“腊味传奇”,这是一款历经6个月研发改进的新品。全聚德工作人员介绍,腊味传奇融合了全聚德独有的秘制配方和传统工艺,经过腌制、烤制、风干等多道工序制作而成,不添加任何食品添加剂。融南方腊味与北方烤制于一体,腊香味浓郁透骨,鸭肉入口后的口感不柴而有嚼劲,色泽暗红而有光泽。

价格与去年持平

尽管近年来原材料、人工成本等都有所攀升,但是各大月饼生产厂家在定价上尤其谨慎。与去年相比,北京稻香村、吴裕泰以及全聚德等老字号月饼的价格基本持平,有些月饼售价甚至与前年价格大抵相当。

北京稻香村销售人员介绍,北京稻香村依然以中低价格为主,其中散售月饼价格从7元到14元一块不等。在月饼礼盒方面,线上线下各销售渠道中,85%月饼礼盒的价格分布在200元以下;吴裕泰的茶月饼礼盒也保持其一贯平价风格,分为168元和268元两档。

值得一提的是,北京稻香村的礼盒月饼包装多采用可回收利用的纸盒和铁盒进行包装,这样可避免奢侈浪费。另外,消费者可在标有“三禾”标志的实体店购买礼盒,并选购自己喜好的散装月饼进行装盒。(人民网)



酒类市场量价回升 中高端白酒率先复苏

中国国际电子商务中心11日发布的报告显示,2016年,酒类市场在调整转型中逐步呈现转暖复苏态势,酒类产量和价格回升,进出口规模持续扩大,企业经营效益有所改善。

报告显示,2016年,全国规模以上酒类生产企业完成酒类总产量7226.3万升,同比(下同)增长0.8%;全国规模以上饮料酒生产企业销售收入为8999.1亿元,增长7.1%,增速较上年提高1.8个百分点。从流通环节看,2016年,商务部重点监测的典型酒类流通企业白酒销售额931.7亿元,增长7.5%(上年下降15.3%);酒类批发、零售均价较上年分别增长0.7%和2.7%,结束

连续3年的下跌趋势。

报告称,酒类行业转暖复苏还处于分化态势,主要表现在白酒行业比葡萄酒、啤酒更加明显,其中中高端白酒率先复苏,名优白酒企业效益回升较快,中小酒企仍筑底调整。部分中高端白酒产品零售价格上涨幅度在15%至35%之间,春节等重要节庆前夕,茅台、五粮液、泸州老窖1573等高端产品需求旺盛,生产厂商一度出现暂停接受订单的现象。同时,酒类上市公司经营业绩也明显好转,2016年36家A股酒类企业销售总额增长4.7%,利润总额增长5.4%。

展望行业发展趋势,从需求侧看,在人均收入较快增长、消费结构升级的背景下,个人消费和商务消费为支撑的市场格局将在一定时间内延续,个性化需求、品质需求、健康需求保持较快增长,市场需求结构逐步调整。

从供给侧看,行业调整和整合仍将继续,优势酒企扩张步伐加快,中高端品牌仍将引领白酒行业的复苏。而中小企业仍面临经营压力,产品结构将进一步优化,渠道方面更加重品牌、减环节、提效率,酒类电子商务保持快速增长。总体而言,我国酒类市场有望在调整转型中继续复苏。

(新华网)

农产品批发价格200指数上升0.03个点

本报讯 据农业部监测,8月16日,农产品批发价格200指数为97.76,比前一天上升0.03个点,“菜篮子”产品批发价格200指数为97.16,比前一天上升0.04个点。

全国农产品批发市场猪肉平均价格为20.27元/公斤,比前一天上升0.4%;牛肉52.66元/公斤,比前一天下降0.3%;羊肉45.73元/公斤,比前一天下降0.2%;鸡蛋8.15元/公斤,比前一天上升2.5%;白条鸡13.92元/公斤,比前一天上升0.2%。重点监测的28种蔬菜平均价格为3.87元/公斤,比前一天上升0.5%;重点监测的7种水果平均价格为4.98元/公斤,比前一天下降0.4%;鲫鱼平均价格为17.38元/公斤,比前一天下降1.4%;鲤鱼11.67元/公斤,比前一天下降0.7%;白鲢鱼7.03元/公斤,比前一天上升0.9%;大带鱼36.86元/公斤,与前一天持平。

国内鲜活农产品批发市场重点监测的60个品种中,与前一天相比价格升幅前五名的是:茄子、莴笋、花鲢鱼、洋白菜和菜花,幅度分别为5.4%、3.5%、2.8%、2.7%和2.7%;价格降幅前五名的是:菠萝、豆角、平菇、鲫鱼和香蕉,幅度分别为2.3%、2.2%、1.5%、1.4%和1.3%。

北京市8月16日部分蔬菜批发市场价格行情

单位(元/公斤)					
品种	最高价	最低价	品种	最高价	最低价
大白菜	1.1	1.0	莴笋	2.6	1.4
油菜	2.0	1.6	莲藕	4.8	3.2
小白菜	2.0	1.6	绿豆芽	1.8	1.6
韭菜	2.4	2.0	黄豆芽	1.6	1.4
蒜苗	8.0	3.2	菜花	2.0	1.5
白萝卜	1.0	0.6	西红柿	3.6	2.0
土豆	2.2	1.0	尖椒	2.4	1.4
胡萝卜	1.7	1.0	茄子	2.6	1.8
大蒜	6.8	5.6	苦瓜	1.6	1.0

养猪企业“挥别”高盈利时代

8月中旬,养猪上市公司半年报的推出与猪肉价格的快速反弹同时进行,喜忧参半。近日,养殖板块领头羊、广东省最大的养殖企业温氏股份公布了半年报,净利润18.1亿元,较上年同期大幅度减少74.95%,原因之一即上半年猪肉价格同比下降,盈利水平同比大幅下降。而牧原股份、雏鹰农牧等重要养殖企业,也结束了业绩暴涨数倍的高盈利时代。

然而,在5-7月存栏猪被过度抛售之后,全国生猪出栏价格迎来了明显反弹,各大机构统计的该数据已由6月的6.3元/斤低点反弹到了本周的7.3元高点,2个月涨幅超过了15%,并且有望在“金九银十”消费旺季延续反弹。但由于餐饮业回暖速度有限,长线肉价如何走,投资者不可过于乐观。

“周期”如何走仍要看需求。近期(出栏)肉价为什么会反弹?调查广东市场后了解到,出栏量仍是核心原因。由于5、6、7月份产能释放,特别是对压栏大猪的消耗,提前消耗了8月

的“份额”,导致8月可供出栏的猪肉确实不多。加上春节前后出生的仔猪成活率不高,8月份可供出栏生猪更为减少,导致市场供应量下降,肉价出现了快速反弹。从未来2-4个月的中线走势来看,“金九银十”消费旺季在即,高校学生返校在即,餐饮、食品行业较大的季节性需求有可能使得猪肉价格反弹的势头延续,肉价或能重新返回至7.5~8.5元的区间,持平于一季度。肉价怎么走还要看餐饮行业能否走出“冬季”,若餐饮行业在长达3年的低迷期后反弹,才有可能抵消供应量增大的潜在利空。

影响:一是或再现养殖公司业绩大涨。今年受累于猪肉价格回落,养殖板块普遍业绩增长放缓,多数上市公司中报业绩仅仅呈小幅增长态势,牧原股份半年赚了12亿元,同比增长12%;雏鹰农牧净利润4.6亿元,同比增长1.34%。不过,如果猪肉价格已成功筑底,向上反弹到8元/斤以上,就会使2017年下半年到2018年上半年的肉价

整体仍维持在高位。而牧原股份、北大荒等养殖企业今年都在从事金融、互联网等投资方向的多种经营,只要肉价不再下跌,其业绩大涨也较易实现。

二是副食品价格可能上行。猪肉价格的反弹正好发生在“金九银十”之前,由此可能对食品价格产生直接的影响。广州日报记者调查珠三角采购市场后发现,目前只有7.3元/斤的价格会使得香肠、腊肉等“腊味”食品今年的销售价格比去年低。但对比2017年中只有6.3元/斤的价格,腊味产品的“金九银十”价格有可能环比走高15%以上。而月饼价格向来与腊味价格关联度较大,也面临环比价格上升的可能。

三是CPI中线可能受影响。2016年的12个月时间里,有7个月的CPI公布中提及了猪肉价格,猪肉价格在去年的上行趋势推动了数个月的CPI上涨。今年,猪肉价格从7月开始筑底反弹,也有可能影响到CPI。(中新网)