



同款保健食品 线上线下销售价格差一半

互联网和跨境电商的兴起,让线上成为保健食品另一主要销售渠道。记者近日调查发现,与线下零售药店有统一零售价不同,同品牌、同型号保健食品在线上销售价格却差别很大,有的产品甚至零售价相差近一半。有关分析认为,这反映了目前保健食品的线上渠道管理还不规范,再加上利润偏高,也就造成同款产品不同价的现象。

价差百元

调查发现,同型号保健食品线下药店有统一零售价,但线上不同平台价格却各不相同,价格差达百元。以某品牌旗下产品为例,北京市多家零售药店销售人员表示,该产品统一零售价为228元/瓶。但上述同款产品在线上的价格则五花八门。某品牌“深海鱼油200粒”在好药师售价为119元/瓶;壹药网的价格为168元/瓶;亚马逊平台价格为185元/瓶;康爱多的售价为205元/瓶;回头鱼给出的价格为108元/瓶。

事实上,网售保健食品价格不一较为普遍。在苏宁易购、京东、亚马逊等多个购物平台可以看到,进口品牌blackmores旗下的维骨力关节灵产品售价也各不相同,价格在179~299元之间。

记者了解到,为增加销售渠道,保健食品企业会将产品授权给一些购物平台进行销售,这时电商平台拥有一定自主定价权。一位跨境电商相关负责人透露,以blackmores品牌为例,该产品以买手直采方式购回的商品,跨境电商平台可以自由定价。

高毛利吸引

较快的市场增速和较高的毛利率是保健食品市场价格不一的主要原因。根据波士顿咨询公司发布的《从洞察到行动:掘金中国保健消费品市场》报告显示,到2020年,中国保健消费品市场规模有望超过4000亿元。

中国食品商务研究员朱丹蓬在接受记者采访时说,随着人们生活水平的提

高,越来越多的消费者选择购买保健食品。巨大的利润空间吸引众多企业进入保健食品市场,并让市场份额不断扩大。2017年1月向港交所提交主板上市申请的保健食品企业美国得路披露数据显示,公司近三年毛利率高达87.3%、85.7%及86.7%。

好药师官网客服表示,某品牌深海鱼油产品的售价为119元,比其他网站便宜主要是因为网站与生产厂家有合作。“我们保证正品,消费者可以到国家食药监总局网站查询药品批文或者致电厂家核实,也可以到当地药检所复检鉴定真伪。”SKYSHOP海外旗舰店客服表示,商品进货渠道不同加上商家促销活动导致商品价格有所差异。

朱丹蓬谈到,国内保健食品市场品牌杂乱,较高的毛利率让保健食品企业在渠道选择上有了更多优势,这也造成不同渠道价格有所差距。

谨慎购买

价格差距较大让消费者在购买保健食品时面临真假难辨难题。据了解,我国尚未有相关法规对保健食品定价做出规范。《保健食品注册与备案管理办法》也只是对保健食品上市产品的管理模式、保健食品注册程序、命名规定和违法行为处罚做出规定。在价格方面,保健食品价格为市场指导价,即价格放开,由经营者自行定价,物价部门不做统一的定价。

朱丹蓬还表示,消费者购买产品时要注意将保健食品同企业官网进行比较,进口产品则以熟人口碑为准。“随着国家对保健食品管理越来越严格,企业也会越来越自律,消费者可以依托政府网站和官网进行真伪查询。在进口品牌方面,虽然国家对进口品牌也颁发一些证书以及文件认证,但对国际品牌保健食品没有过多限制,消费者可以依靠口碑选择购买。”

业内分析人士表示,消费者在选购时请勿盲目追求“纯进口”或者价格低,要注意产品是否有商标、产品名称、生产日期、有效日期等。

(人民网)

大闸蟹逐渐摆脱“唯阳澄湖化”

当下已进入大闸蟹的销售旺季,与以往一家独大不同的是,今年非阳澄湖大闸蟹品牌纷纷涌入,洪泽湖、盘锦和大纵湖等湖区的大闸蟹销售快速增长,市场正由单一品牌向多品牌化发展。而根据发布的大闸蟹问卷调查显示,注重大闸蟹品质和价格的消费者占比较高,且超八成的消费者不能确认自己购买的阳澄湖大闸蟹确实来自阳澄湖。同时,记者走访市场后发现,今年阳澄湖大闸蟹市场仍较为混乱,“过水蟹”、假防伪锁扣层出不穷。业内普遍认为,大闸蟹呈多品牌化发展的原因,一方面是阳澄湖大闸蟹市场诸多痼疾难除,也让品牌影响力受到一定冲击,另一方面,随着大闸蟹消费习惯的养成,给大闸蟹从产地化迈向品牌化奠定了基础,接下来这一行业新一轮的产业升级和格局震荡恐在所难免。

多品牌化发展

从发布的大闸蟹市场调查问卷来看,注重大闸蟹品质与价格的消费者占比较高,分别为48%和27%,而注重产地的消费者仅占16%。同时,今年四成消费者在大闸蟹上的消费增加,超八成的消费者不能确认自己购买的阳澄湖大闸蟹来自阳澄湖,近半数消费者不认为阳澄湖大闸蟹在品质方面优于其他产地的大闸蟹。

部分接受采访的消费者表示,购买大闸蟹主要还是自己消费居多,所以注重螃蟹的品质和价格,至于对阳澄湖这一品牌,并不过分追求。除此之外,也有消费者表示,身边的亲友基本无法辨别大闸蟹的产地,阳澄湖大闸蟹专卖店的螃蟹与市面上品质较好的大闸蟹没有太大区别。

另据统计数据显示,仅在9月下旬的开湖活动中,多个湖区的大闸蟹销量猛增。其中,固城湖大闸蟹同比增长10倍,3天的销售量达到了去年全年总销售的1/4。兴化大闸蟹销售同比增长47倍,3天成交量相当于去年全年的销售,成为

大闸蟹市场的新“网红”。同时,洪泽湖、黄河口的大闸蟹销量也均有100%的增长,越来越多的大闸蟹品牌走入消费者视野。

此前根据京东发布的《中国大闸蟹市场消费报告》显示,截至2017年8月,大闸蟹的销售额与去年同期相比增长近500%,达到近三年来同期销售额的最大值。除阳澄湖、洪泽湖品牌的大闸蟹外,盘锦和大纵湖品牌的大闸蟹增长突出,销售额环比增长均超过350%。与去年同期相比,品尝其他几大湖区的用户数接近6倍。

阳澄湖大闸蟹行业协会相关负责人也坦言,今年大闸蟹养殖面积从去年的3.2万亩缩减到1.6万亩,预计捕捞量将从去年的2000吨减少到1200吨,总产量减少近四成,产量、质量等原因将使大闸蟹价格较去年上浮两成左右。产量的稀缺和高昂的售价,让大闸蟹的消费者把目光转移到了其他品牌的大闸蟹上。

行业痼疾难除

记者走访多家阳澄湖大闸蟹专卖店发现,市场上的销售价格参差不齐,以3两左右的公蟹为例,市场上的售价为20元到近百元不等。其中一家专卖店老板告诉记者,该店的大闸蟹按对售卖,最便宜的大闸蟹为120元一对,包含3两左右的公蟹和母蟹各一只。若大量购买,每对可以60元的价格出售。而另一家专卖店的老板表示,若一次购买100只以上,3两左右的公蟹价格可以低至20元每只。

从多家电商平台销售的阳澄湖大闸蟹礼券来看,以公蟹4两母蟹3两每盒4对的包装居多,售价不足200元。分量再重一些的阳澄湖大闸蟹8只装,价格从300~1200元不等。与此同时,也有网店出售99元12只阳澄湖大闸蟹的礼券。

在今年阳澄湖开湖现场,记者从阳澄湖的养殖户口中获知,今年仍有商家借用阳澄湖的名号出售自家商品,甚至水产公司也会在阳澄湖开湖前两三个月,将其他地区的螃蟹运送到阳澄湖,当

地的养殖户都无法分辨这样的“过水蟹”。另外,早在2005年,阳澄湖当地的行业协会就对阳澄湖大闸蟹实行产品保护,给阳澄湖大闸蟹戴上了防伪锁扣。但一家海鲜批发市场的老板告诉记者,虽然自家经营的大闸蟹并非来自阳澄湖,但能提供印有阳澄湖大闸蟹的包装箱和防伪锁扣。

公开资料显示,每年9月,阳澄湖行业协会辗转全国各地推介阳澄湖大闸蟹,在消费者心中建立品牌形象。当其他湖区看到阳澄湖大闸蟹品牌化运作产生的红利后,也纷纷注重自有品牌的培养。在业内看来,其他品牌大闸蟹逐渐被认可也是行业发展趋向成熟的表现,“一家独大”的市场格局并不利于行业发展。

消费回归理性

业内普遍认为,阳澄湖大闸蟹的优势在于品牌的打造,而其地区品牌的大闸蟹虽在质量上与大闸蟹无太大区别,但是当地的相关机构没有及时把大闸蟹市场产业化、品牌化和规范化,从而使得其他品牌的大闸蟹认可度普遍降低。但这种单一品牌发展的模式并不健康,现在多品牌化更有利于大闸蟹市场朝健康、有序、良性的方向发展。

有业内人士指出,近年来阳澄湖大闸蟹市场混乱,造假现象严重,虽然当地多次推行防伪手段,维护了阳澄湖大闸蟹市场,但在高额的市场红利面前,也滋生了新的造假链条。久而久之,消费者对阳澄湖大闸蟹的信誉度下降,消费也逐渐回归理性,选择其他大闸蟹品牌的消费者日益增多。随着大闸蟹多品牌化发展,其他湖区的大闸蟹认可度将得到提升,也将促进大闸蟹行业的发展与升级。

“其他地区打出自己的品牌和阳澄湖大闸蟹竞争是一件好事,这样可以把各地的大闸蟹区分开,而不是相互冒充,多品牌发展的大闸蟹可以形成良性的发展趋势。”阳澄湖大闸蟹行业协会相关负责人称。

(北京商报网)

市场动态

本报讯 今年9月份,北京市居民消费价格总水平同比上涨1.6%,涨幅较上月回落0.3个百分点,猪肉、鲜菜、鲜瓜果价格显著下降拉低CPI。国家统计局北京调查总队、北京市统计局18日公布的数据显示,1至9月份,北京市居民消费价格总水平比去年同期上涨1.9%。9月份,北京市居民消费价格总水平同比上涨1.6%,这是三个月来持续在“1时代”。

数据显示,9月份,食品价格同比下降1.5%,影响CPI同比下降约0.23个百分点。其中,猪肉、鲜菜、鲜瓜果价格分别同比下降9.9%、9.2%和4.7%,鸡蛋、糕点价格分别同比上涨5.8%和3.9%;非食品价格同比上涨2.1%,影响CPI同比上涨约1.8个百分点。其中,医疗保健类价格同比上涨8.2%,居住类价格同比上涨3.3%,教育文化和娱乐类价格同比上涨2.2%。

从环比看,9月份,食品价格环比上涨1.5%,影响CPI环比上涨约0.23个百分点,尤其瓜果逐渐下市,供应减少,价格结束了连续三个月下降态势,9月份环比上涨12.2%;非食品价格环比持平,其中由于9月份出游热度明显回落,旅行社收费价格环比下降2.8%。而服装市场秋冬装新款大量上市,服装价格环比上涨0.9%。

九月份北京CPI同比小幅上涨 肉菜价下降明显