

## 长沙市场 过度包装 快消品

系列调查之②



炎炎夏日，一碗香甜的银耳莲子羹最能消暑。莲子本是养心安神、清热下火的好东西，不过，长沙的王惠却因为买了一盒礼盒装的莲子很是上火。本来是普通的商品，由于套上了精美的外包装，就生生多出了几十块钱。礼盒装的莲子，为什么这么贵？

■记者 何梦青 吴涛

# 莲子套上精美包装贵出几十元 本来是消暑的产品让人上火啊

## 超市惊现高档礼盒装莲子

见过高档烟酒、补品，可你见过礼盒装的莲子吗？如今，莲子不再是随意堆砌在一起出售的普通干货，俨然变成了一种送礼佳品。

近日，家住湘江世纪城的长沙白领王惠在华润万家超市购买了一种高档木盒湘莲，规格为988克，售价竟高达188元，比30元一斤的普通散装莲子价格高出了3倍多。

“买的时候看盒子挺气派的，提起来也很有分量，回去打开一看，没想到里面只有3个小盒子，其中2盒是莲子，还有1盒居然是赠送的莲心茶。”王惠觉得有点吃亏。

## 包装精美内藏玄机

6月21日，记者来到王惠购买莲子所在的华润万家超市世纪金源店，在有机食品的货架上发现了这款高档木盒湘莲。

乍一看，这款湘莲好似一盒精美的茶叶，金黄色的木质外壳看起来十分有档次。记者又仔细查看了外包装，上面标注的规格为988克，售价188.8元，生产企业为湖南粒粒珍湘莲有限公司。

记者打开了这款高档木盒湘莲，里面正如王惠所说，诺大的盒子里铺着黄色锦缎，只有两大一小共三个盒子，其中一款赠送的莲心茶重量仅为80克。

在货架上，记者还看到了该公司生产的袋装莲子，一款238克的精美磨皮白莲子售价33.8元，若折合成988克计算，这款白莲子也只需要140元。

仅仅是多了一个精美的木盒包装，这款莲子的价格就要比普通装多出48元吗？还是因为木盒装的莲子品质比普通装的好？记者询问了超市的导购人员。“这种湘莲一般是用来送礼的，当然包装得精美点啊，莲子的质量应该也好一些吧。”但记者却并未在包装上看到木盒装莲子的品类。

## 企业称产品定价合理

抱着疑问，记者联系上了湖南粒粒珍湘莲有限公司。

该公司办公室主任成媛媛告诉记者，988克木盒装湘莲为有机白莲，而988克的规格也包含了赠送的莲心茶的重量。这意味着，消费者花188元所要购买的莲子，实际上只有908克，按908克计算，木盒装莲子比普通散装磨皮白莲贵了59元，溢价率高达46%。

“我们的产品有礼品也有单品，消费者可以自由选择，我们的定价是合理的。”成媛媛回答。

在湖南粒粒珍湘莲有限公司的官网上，记者也发现了同样一款木盒装莲子，售价为188元，但在产品描述里，这款莲子的全称是988克粒粒珍磨皮湘莲高档木礼盒，并不是成媛媛所说的有机白莲。

6月24日，记者再次登录了湖南粒粒珍湘莲有限公司的官网，发现礼盒装和散装莲子的价格全部调整为零。

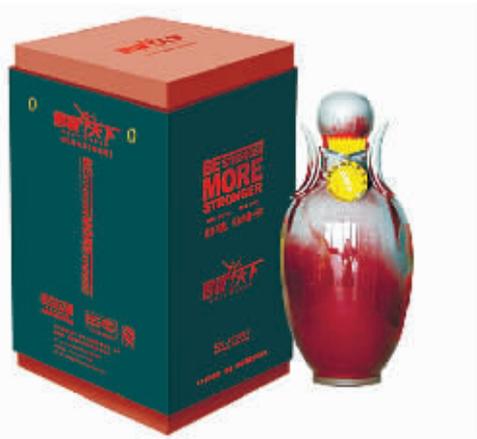


图为湖南粒粒珍湘莲有限公司生产的988克装高档木盒湘莲。

## 类似产品

品牌：君领天下

理由：500ml普通装仅为388元，但1500ml钧瓷礼盒装的“君领天下”售价却高达2888元，只因容器为钧瓷，因此溢价率高达49%。



## 专家说法

针对长沙市场上很多快速消费品仍然存在过度包装的问题，日前，三湘都市报《快消周刊》采访了湖南商学院工商管理学院院长助理兼市场营销系主任的尹元元教授。

1、《快消周刊》：现在市场上，许多商品存在过度包装现象，促使这种现象的最根本的原因是什么呢？

尹元元：本质上受中国人面子消费的影响。比如我们到荷兰，荷兰人送礼就很实惠，像一支笔、一盒普通茶叶我们都

不好意思送。

2、《快消周刊》：商家的这种做法，是不是真的能带动市场？

尹元元：短期内是可以的，满足中国人的消费行为和习惯，但是从长期看，过度包装引发市场混乱和不规范，最终损害市场和消费者利益。

3、《快消周刊》：国家已经出台了文件和法规，来限制商品的过度包装行为，为什么这些现象仍屡禁不止呢？

## 市场调查

### 买酒送钧瓷

红色手提袋里，放着一个雕刻精致的桐木包装盒。盒内铺着一层金黄色绸缎，里面分成几个区，分别装着某品牌保健酒、酒具和赠送的小盒茶叶，整个礼盒标价一千多元，这是记者在长沙芙蓉中路和新河路交叉路一家酒庄里看到的陈设。

在本地品牌“君领天下”保健酒生产商湖南鼎龙生物科技有限公司官网页面，记者致电厂家，从销售人员龙女士口中得到的售价为500ml普通装为388元，但内置两瓶500ml的豪华皮质礼盒装价格则不低于1000元；而其中一款做工考究

的1500ml钧瓷礼盒装的“君领天下”售价更高达2888元，销售人员表示瓷器为正宗钧瓷，有很高的收藏价值；但其同时表示，目前市场上销售的“君领天下”保健酒均为相同配料和年份的32度保健酒，同等容量产品价格的区别在于包装不同。

企业回复：

“这不算过度包装，钧瓷本来成本就很高。”销售部龙女士透露，这些高档酒销量很小的，目前钧瓷包装正在改换成本更低的外盒，但里面的钧瓷包装设计仍将沿用。

以的，从商品经济角度来看，也是符合市场需求的，我们现在讨论这个问题，主要在于“过度”问题。换句话说，中国人的面子行为在一定程度上也是一种文化和礼仪，推动过度行为主要是外部因素造成的，比如“公款消费”、“行贿送礼”等，使得市场极大扩散了包装行为。所以，我想可以从两个方面引导：一是消费行为上的合理宣传和引导；二是通过政府和商业行为的治理，净化市场环境。

尹元元：市场的需求性依然存在，中国人好面子，这种行为为特性存在，比如月饼礼盒，前几年很受欢迎，近几年逐步回归理性，但依然存在，毕竟中国市场的面子特性还在；另外就是公款消费。

4、《快消周刊》：但与国外相比，我们的面子观可能是出于历史和文化因素，一时难以扭转，在这种情况下如何从根本上解决过度包装问题？

尹元元：适度的包装是可