

春节将近，“DIY定制”零食礼包成新宠



坚果、肉脯、果干……零食礼包成为近年来大家置办年货和送礼的“气氛担当”。随着春节日益临近，零食礼包又迎来了销售热潮。1月3日，现代快报财经猎豹采访南京多家线下零食店了解到，春节零食礼包已经开售，在元旦假期卖得十分火热，部分品牌还推出了“DIY定制”零食礼包。资本市场中，包括来伊份、良品铺子、三只松鼠等多家上市公司，纷纷推出春节零食礼包。

现代快报+记者 潘荣 文/摄



市场销售的零食礼包

销量大增，还有“DIY定制”零食礼包

红色包装盒、黄色虎头帽、吉祥祝福语……许多线下零食店，都播放着欢乐的歌曲，洋溢着节日的喜悦氛围。店门口，则摆放着各式零食礼包，价格为100元至400元不等，商家们还推出了折扣优惠。

“这款礼盒原价188元，优惠价是149元，卖得很好。”南京新街口商圈一家零食店工作人员小许告诉记者，许多单位企业会选择订购零食礼包，当天还有几家企业电话咨询价格。小许表示，元旦之后已经卖出上千件零食礼包了，随着春节越来越近，接下来的销量会更高。

南京江北新区百润路附近一家零食店工作人员也表示，元旦假期的生意十分火爆，每天都要接很多预订电话。在这家店内，不少消费者在选购，大多是家长带着孩子。消费者梁先生表示，自家吃就买些喜欢吃的，零食礼包主要还是过年走亲访友的时候才会买。

记者注意到，与往年不同的是，今年有部分品牌推出了零食礼包DIY定制服务，顾客可以任意选择，再用礼盒包装起来。工作人员表示，如果单件购买的话，还是选择包装好的比较划算。购买金额超过1000元以上，才能享受折扣服务，比如1000元至1999元，享受9.2折；2000元至19999元，享受8.8折，最高享受7.6折。

除了品牌零食店，大型购物超市内还推出了辣条、奶茶、雪饼等零食礼包，价格为数十元不等。而在电商购物平台，春节零食礼包则更加五花八门，各种满减优惠让人眼花缭乱。

热卖背后，多家上市公司布局

春节零食礼包火爆的背后，则是多家上市公司的业务布局，包括来伊份、良品铺子、三只松鼠等。业内工作人员介绍，每年春节，这些品牌都会推出带有浓浓年味的零食礼盒，这已经成为传统了。

虽然春节礼包热卖，可是有些公司却并不好过。

近日，三只松鼠一直处于舆论的风口浪尖。1月3日下午，三只松鼠通过官方微博发布致歉信，向消费者和社会各界表达歉意。此前，公司一则2019年的广告涉嫌违法，引起社会各界关注。三只松鼠表示，早已下线相关页面及产品，将避免此类问题再次发生。受此前模特海报事件影响，公司股价从2021年12月27日至31日，累计下跌2.94%。

对于来伊份而言，2020年迎来上市之后的首个亏损。无独有偶，2021年第三季度又出现了单季亏损。来伊份表示，主要是因为比2020年同期加大品牌推广，销售费用支出大幅增加。数据显示，2021年前三季度销售费用达10.34亿元，比2020年同期的9.92亿元增加了超

4000万元。

与上述两家企业相比，良品铺子的表现则相对较稳。2021年前三季度，公司实现营收44.21亿元，同比增长22.45%；净利润为1.92亿元，同比增长19.29%。多家证券机构认为，良品铺子线上多平台布局稳步推进，销售增长势头较好，预计2022年新增门店有望超过2021年，单店客流量也有望逐步恢复。国泰君安、中信建投分别给予50.5元、57.69元目标价。

“这种季节限定的形式，是快消产品常见的一种营销手段。”盘古智库高级研究员江瀚认为，春节历来是消费者大批采购年货的时候，尤其是零食，更符合中国人的消费习惯。对于零食企业而言，这也会带来一定的业绩增长，属于正常现象。

开源证券分析指出，在休闲零食行业，由于细分品类众多且渠道多样，行业相对分散。在消费升级背景下，休闲零食处于品牌化集中的趋势之中，并且已经成长出单品类或者区域性的龙头品牌和公司，包括来伊份、三只松鼠和良品铺子等。江瀚认为，三只松鼠长于营销、强于用户关系建设的同时，“贴牌+电商”和食品安全等问题比较明显；而来伊份过于集中线下市场引发了严峻的竞争；对于良品铺子而言，在打造高端零食品牌上，则需要多下功夫。究其根本，产品质量是提高核心竞争力的关键，而春节零食礼包也需要在产品质量上多下功夫。



中宣部宣教局 中国文明网



中宣部宣教局 中国文明网