

晨报记者 徐妍斐

临近中秋,阿姨爷叔们热情高涨去老字号门前排队买鲜肉月饼的时候,还有很多“懒人一族”在家里点点手机,等着鲜肉月饼送上门。顾客的热情如此高涨,新零售平台也致力于填补现烤月饼零售外卖的空缺。今年顾客线上线下逛盒马时,可以看到十来种口味的现烤月饼,囊括本地经典、外地风味、中西合璧、创意网红……上班太忙没空排队,阴雨天气“家里蹲”,都不妨碍花样丰富的现烤月饼热乎乎送到家。

芥末三文鱼、云腿肉松、“冷锅串串味”……本地经典、中西合璧花样丰富

# 电商一个周末卖出 10 万只现烤月饼

## “内容最复杂”月饼，配料达十多种“很够味”

近年来,上海冒出了许多“串串”主题的餐厅,而现在“冷锅串串”进月饼了。

爱在盒马上买东西的小朱最近想给家里人买点月饼,点开相关页面,一眼就看到了一种醒目的新款“藤椒味牛肉月饼”,饼身上印着一只红色的卡通牛,下面的说明性小字写着“将四川冷锅串串包进月饼里”。喜欢藤椒味也喜欢冷锅串串的小朱立刻把这枚月饼加入购物车。

“冷锅串串味”月饼是什么样的?配料之丰富多到令人惊奇:牛胸肉、牛百叶、牛蹄筋、牛舌、牛肚、牛杆菌酱,再加上豆皮、腐竹、

笋原料串起来,搭配鲜香麻辣的藤椒锅底,红油拌上芝麻,酥皮里还揉入了香辛料……配料如此丰富,要把它们全部包进月饼也颇费功夫,酥皮包裹时不捏褶,技术难度大,收口要光洁且不漏馅,敲章时力道要拿捏好,保证每个月饼的形态统一。

记者也尝试了一下这款月饼,虽然看似“重口味”,但也只是微辣,牛肉与各种原材料融合,口感层次丰富,外皮则保留了传统苏式月饼的酥软,总之“很够味”。

## 各地特色风味多多，经典“鲜肉月饼”仍吃香

将各地特色风味加入月饼的还不止这一款“新奇特”。

针对怀旧型用户,盒马携手沪上老字号企业悦来芳、德兴饭店,分别推出联名款咸蛋黄鲜肉月饼、牛肉月饼,同时还上架了玉佛寺的净素月饼,让原本需要排

队3小时才能买到的素月饼,缩短到30分钟即可配送到家享用;大闸蟹鲜肉月饼,今年还出了和上海海港足球俱乐部的联名款……

由于口味丰富,在月饼评论区,有顾客表示自己将所有的口味都买了一遍,并将芥末三文鱼月饼列为自己的NO.1,称芥末和三文鱼为“灵魂CP”。这款月饼最早在2019年推出,今年作为响应消费者呼声而回归的“返场款”,所用的是智利太平洋鲑鱼,也就是真正的三文鱼,搭配日式芥末,颇为“中西合璧”。

还有的顾客表示最喜爱云腿肉松月饼,选用云南火腿的这款

月饼融汇了苏式月饼和滇式月饼的精华,“甜党”和“咸党”不用再争了,鲜甜鲜咸的奇妙口味来了。

上周末,盒马上海地区每天销售的现烤月饼量达到了50000只,常常都是一整盘烤盘推出后,取完月饼,紧接着把月饼胚放上去继续烤下一轮。尽管口味众多,但“销量王”依然当仁不让是老大鲜肉月饼——每天可以卖出10000只。

## 现烤月饼送到家，要先经历“路考”测试

过去,现烤月饼鲜有做外卖

的,正是因为现烤鲜肉月饼有着“易碎”“赏味期限较短”等特点,对配送要求极高。

而为了让苏式现烤月饼能方便送到家并保持美味,盒马所有的现烤月饼都要通过配送“路考”测试,在研发测试阶段会将烤好的月饼安排骑手小哥带到路上“蹓跶一圈”,根据酥皮的表现进行不断调试,确保送到消费者手上的月饼,要达到“皮不碎,馅不露”的状态。

此外,每年现烤月饼的酥皮都会像手机新品一样做迭代升级:从单个样品制作到工厂量产,会根据当年的气温变化,对糖、油、水的配比做精细调整。



制图:张继  
图片受访者供图

# 多家快递公司9月上调派费,是否影响快递费上涨

企业:给快递小哥增加收入稳信心,快递费不受影响

晨报记者 李晓明

从下个月起,一大波快递小哥将迎来“涨薪”。记者昨天获悉,包括中通、圆通、申通、百世等6大快递公司相继宣布,9月1日起,末端派费每票将上涨0.1元,这对于每日奔波在一线的快递小哥来说无疑是利好消息。各家快递公司也表示,末端派费的上调,目前不会对快递费用产生影响。

## 快递员每票上涨0.1元

8月27日,中通在内网发出通知,宣布自9月1日起,全网末端派费每票上涨0.1元。上涨的派费将直发到派件业务员手中,App,全国所有中通网点现有支付业务员

的派费标准不得下降。

8月28日,圆通速递发布通知,自9月1日起揽收的快件派费支付上调每票0.1元,用以提高快递员收入。

8月28日,申通快递发布通知,自2021年9月1日起,全网派费上调0.1元/票,不打折扣地惠利到快递员。

8月28日,韵达速递发布通知,从9月1日起,全网末端派费将上调0.1元,过派费直达机制保障快递员的劳动报酬。

同日,百世快递也确认,从9月1日起,全网派费上调0.1元/票到达快递员。当晚,极兔快递也在内网发布公告,宣布自9月1日起,全网快递员派费每票上涨0.1元。

自此,市场占有率位于前列的6家快递公司均宣布9月起全网上调派费。截至记者发稿时,其他快递公司尚未明确表态。

## “涨薪”方式留住快递员

此次6大快递公司集体宣布上调派费,快递小哥将成为直接受益者。一名圆通快递小哥接受记者采访时表示,快递员的派件费是有天花板的,一般来说,每名快递员每天平均派件数量在200件左右。如果一单上涨0.1元的话,一天差不多就是20元,一个月能多出500元左右。

六大快递公司上调派费,快递小哥的收入得到增长。那么,对于消费者来说,他们更关心的是快递费

会上涨吗?对此,多家快递企业表示,此次派费上调,只是快递公司内部结算的费用。对于消费者没有影响,快递费不会涨价。

一名“通达系”加盟店网点负责人表示,各家快递公司选在9月份提升派费,除了响应国家号召外,更是希望用“涨薪”的方式留住快递员。尤其是下半年是快递高峰,包括国庆、双11、双12,一直持续到春节,快递岗位都非常紧缺,流动性也很大。“提升派费相当于给快递员涨薪,势必将对稳定快递员的工作信心起到明显作用。”

除了薪资保障问题得到重视以外,《关于做好快递员群体合法权益保障的工作意见》也对快递员的社会保障问题提出了要求,比如要给快递员提供工伤保险、人身意外

保险等险种。

对此,上海交通委邮政快递专委会副主任、快递行业专家赵小敏指出,随着市场秩序的整理,快递员群体合法权益保障以及快递行业绿色环保等相关政策的陆续出台以及监管介入,快递公司单一的价格战模式已无法进行下去。赵小敏认为,派件费的上调虽然不会直接影响快递公司业绩,但由于整体目的是提高快递员收入,派费提升可能只是第一步,后续其他环节人力成本的提升,会给快递公司带来一定利润压力,而缓解这些压力则有可能带来快递价格的提升。综合考虑市场竞争、产业环境等多方面因素,预测快递价格会逐渐走向一个上升通道,但会是呈现一个缓慢上升的态势。