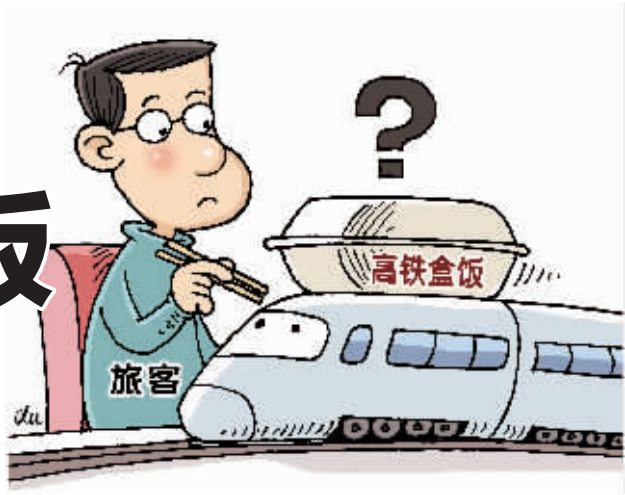


15元盒饭藏着卖? 如何定价?  
是否市场化运作?

# 探秘高铁盒饭三大焦点



1月24日,2016年春运大幕拉开。对于很多经过网上抢票开始登上高铁回家的旅客来说,高铁盒饭成了心头的一桩大事。“高铁高价”“15元盒饭藏着卖”的报道曾一度引起热议。“新华视点”记者在春运首日分赴北京、上海、广州始发的高铁列车,针对盒饭的几个焦点问题进行了实地探访。

## 焦点1

### 15元盒饭有多少、是否藏着卖?

自2015年1月1日起开始实施的中国铁路总公司《动车组列车服务质量规范》提出,15元盒饭和2元矿泉水不断供。高铁上的15元盒饭有多少?能否做到不断供?春运期间会否增加供应?

北京——

京铁列车服务公司负责人向记者介绍,该公司生产的餐品包括15元、45元、65元、99元等价位17种套餐。公司每天生产2万份盒饭,15元盒饭约占30%,除了盒饭还有15元的面条和其他食品。

上海——

据上海华铁旅客服务有限公司介绍,24日,上海铁路局管辖的高铁动车冷链餐食共配送25824份,其中15元盒饭10136份,占40%左右。2016年春运期间,15元盒饭配送占比较平时提升至少10%。

广州——

广州铁路集团提供的高铁餐有四档,分别是15元、30元、45元、60元。其中,15元的盒饭不低于列车供应盒饭数量的30%。

不久前,有网友称15元的盒饭在列车上数量不够,有时买不到。有人怀疑乘务员刻意优先推送价高的盒饭。

上海华铁旅客服务有限公司副总经理潘强告诉记者,各个铁路局在本局范围内的指定站点可以补给高铁盒饭,但以15元的常温盒饭为主,基本可以实现不断供,但如果跨局补给则需要提前协调。

铁路工作人员称,不同线路、类型的车次对盒饭品类的选择需求是不同的。比如,上海至四川等方向的列车务工旅客较多,因此,15元盒饭占比占45%以上。而上海至北京、温州等地的列车,商务旅客较多,因此15元盒饭占比在25%左右。为了配送更

加科学化,上海华铁旅服开发了ERP系统,根据历史销售数据分析确定不同品类盒饭的配比,周六、日与周一至周五不同,寒暑假、小长假与平时不同。

北京京铁列车服务有限公司则每天对产品的销售情况做收入统计,根据收入的构成分析,结合售票情况制定盒饭的生产订单。

广九客运段经贸公司销售部负责人告诉记者,平时35元、45元的盒饭是最好销售的,因为坐高铁出行的商务旅客较多。但春运期间,返乡客流增加,低价盒饭的供应就要提升。

此外,记者从北京、上海、广州三地采访了解到,冷链盒饭的保质期为24小时至72小时,加热2小时后便不建议食用。“为了降低退损率,乘务员不会藏着卖。因为所有的盒饭都卖掉才是利润最大化。”广九客运段经贸公司销售部负责人说。

## 焦点2

### 盒饭如何定价、是否质次价高?

记者在上海的罗森、全家便利店采访发现,冷链便当多为盖浇饭、炒面之类,价格为12至14元不等。同类产品在高铁上售价多少?盒饭是怎样定价的?

北京京铁列车服务有限公司生产副总监詹冰说,盒饭产品研发首先会根据季节、线路的不同特点提出研发计划,批准后开始做产品方案,再通过上车小批量试销后确定初步成本、批量生产后最终定价。

记者采访发现,旅客对铁路盒饭吐槽较多的是“又贵又不好吃”。如果说15元盒饭的质量与市场同类产品相仿,那么,30元至99元盒饭是否存在质次价高的问题?

潘强说,不同档位的盒饭食材的种类、

数量、品质各不相同,“质次价高”的盒饭旅客不会买,供应了卖不掉损失更大,因此,“车上会对盒饭销售、旅客建议等情况进行综合分析,不受欢迎的盒饭将进行调整。”

记者了解到,上海、广州、南京等地的冷链盒饭供应商市场化程度较高。向广九客运段经贸公司供应高铁盒饭的广州酒家集团利口福食品有限公司公司销售经理黎江帆说:“利口福卖给广九客运段经贸公司的盒饭,35元盒饭的采购价为21~22元,45元盒饭的采购价为28~30元,60元盒饭的采购价为40元左右。现在的价格其实都很透明。”

既然采购为市场价,高铁盒饭的成本高在哪?记者在上海和广州采访发现,与市场上

的盒饭相比,高铁盒饭的仓储、配送、销售人工投入大,因此配送成本相对较高。

比如,利口福食品有限公司将生产好的盒饭送到车站后,广九客运段经贸公司还需要仓库管理人员、搬运工30多人,车上还需配备2~4名销售人员。记者在上海虹桥站采访发现,为保证每天79趟列车的供应,站内开辟专门的冷藏仓库,需配备220人将盒饭配送上车,平均3人配送一趟车,每个工人一天要跑20公里。

潘强说:“采购价是市场价,人工成本也难以降低,我们的盈利空间主要来自于损耗的降低。要降低损耗,只能依靠更加精准的配送、产品种类的丰富和口味的提升。”

## 焦点3

### 是否为市场化运作?

北京、上海、广州采取的是不同的商业模式,主要是自营模式和招投标模式。

中国铁路总公司和北京铁路局共同投资5亿元人民币修建了北京餐饮加工配送基地。目前,北京京铁列车服务公司承担211趟高铁列车的餐食、商品生产销售。

上海铁路局管内高铁餐食由下属公司华铁旅服公司负责,其通过市场招投标的形式,确定了3家供应商,根据其产品的销售情况调整3家的供应比例。

广铁集团管辖内的高铁餐饮大部分都是采购的方式外包给餐饮企业经营,采购是通过招标的方式,由广铁集团下属原来一家

经营公司和中标的企业组成项目管理公司的方式经营。

此外,也有一些铁路局采用完全外包或者租赁的方式。

同济大学铁道与城市轨道交通研究院教授孙章认为,近年来,铁路服务理念发生了转变,以往仅仅是将产品卖出去,现在则是明确通过提升产品和服务品质,以获得长远稳定的收益。让旅客不仅能够通过铁路快捷地到达目的地,还要有舒适的体验和选择的自由。

机场、铁路餐饮之所以被吐槽较多,是因为在国外的一些机场和列车上,餐食基本可以做到同城同价,品质也较有保障。“同

城同价无论对于铁路还是机场都是提高的方向,需要引入市场机制充分竞争,公开招投标,在旅客角度上挑选供货商。”孙章说。

目前,铁路系统内已有铁路局进行市场化的诸多尝试,铁路总公司作为企业也需要接受经营业绩的考核,而经营业绩的提高来源于管理的科学化和精细化。

专家认为,车站配送的成本比较高,同时需要保温、预加热等相关设施的配备,势必增加一些成本。但是,最终的价格与市场价不能拉开太多差距,毕竟最终高铁餐饮利润的提升还是来源于旅客的选择。

据新华社

## 相关新闻

### 铁总:高铁不卖方便面,因车密封性强味道大

中国铁路总公司运输局营运部副主任黄欣昨天做客中国之声,聊起春运。

在回答“为何客车上盒饭味道不是特别理想”时,黄欣表示:“动车组餐饮供应目前有热链、冷链和常温链三种存储方式,其中热链的食品口味最好,但是它的储存要求

很高,不适合跨度大、运行时间长的列车,所以现在一般是冷链为主,在包装、品种和口味上确实存在一定的差距。下一步,我们将结合线路特点和区域情况,不断改善盒饭的口味和品种,满足旅客的就餐需求。”

在回答“为何高铁上买不到方便面”时,

黄欣表示:“动车组密封性特别强,而泡方便面味道很大,在动车组列车上,不利于车内的空气质量,影响大多数人的感受,所以我们没有卖方便面,也是从侧面引导大家尽量不要在车上吃方便面,共同营造一个比较舒适的乘车环境。” 据中央人民广播电台

## 中国“娃娃梨”热销在越南成为“财神”

产自中国的一种造型水果“娃娃梨”近日在越南春节市场上成了“明星”,被当地商家称为“财神梨”,热销越南全国各地。

这种产自中国的“财神梨”颜色翠绿,外形似娃娃,面露笑容,憨态可掬,其胸前还有“福”字。每个“财神梨”高约10厘米,重200克左右,外面用保鲜膜裹得严严实实。

记者了解到,这种类型的水果被称为“造型水果”或“艺术水果”,是通过水果成长塑造模具对成长期的水果进行塑性,使其按照一定的形状生长而成的。这种在中国被称为“娃娃梨”的“造型水果”近两年在国内不少地方都有销售。

河内一家水果批发店的老板阮德和对当地媒体说,这种“财神梨”除带“福”字的娃娃形状外,还有“寿星”形象和“弥勒佛”形象的,每个零售价4.5万越盾(约合13元人民币),批发价3万盾(约合9元人民币)。来买“财神梨”的顾客都是看上了这种水果招人喜爱的外形和美好的寓意,希望它给家里带来财运和福气。

据记者了解,越南人在春节时都要在自家供桌上摆设多种水果。阮德和说,大部分顾客都是买“财神梨”在过年时摆在供桌上用的。

越南媒体报道称,据销售“财神梨”的商家介绍,“财神梨”的保质期很长,一般可以保存2到3个月都不坏。有当地媒体据此认为,“财神梨”使用了防腐剂。对此,大部分消费者表示,不会在意有没有防腐剂,因为他们买“财神梨”就是用来过年摆在供桌上图个吉利的,不会真正将它吃掉,“看着这么可爱的样子,怎么忍心吃掉呢?” 据新华社



越南市场上热销的中国“财神梨”。

## 你爱做白日梦吗? 这事真的挺正常

当工作生活中遇到不开心时,你是不是会做白日梦?英国知名购物返利网站Quidco调查了2000人,结果显示,80%的英国人对生存现状不满,四分之三的人每天做白日梦,平均做白日梦的时间近2小时。

至于白日梦的内容,则围绕着“生活大变革”展开,57%的受访者会为自己描画成为超级富豪后的生活,三成从搬进新家开始幻想。不过,32岁之后,大家会放弃“做梦”。

调查还总结出英国人梦想的工作。男性梦想中的工作依次为英超球员、摇滚歌星、警察、战斗机飞行员、F1赛车手、影星、士兵、宇航员、音乐家;女性梦想中的工作依次为空姐、舞蹈演员、流行歌星、时装设计师、艺术家、律师、一流小说家、警察、影星、T台模特。 据新华社

## 假期不知道去哪玩? 不妨看看旅游晴雨表

好不容易有了假期,却不知道去哪儿玩?不妨看看联合国世界旅游组织最新出版的《世界旅游晴雨表》吧。

晴雨表发布了2015年的旅游数据,依据游客数量增长情况评出2015年的10个大热旅游目的地,依次为巴拉圭、塔吉克斯坦、纽埃岛、日本、冰岛、波黑、巴拿马、泰国、智利、帕劳。巴拉圭2015年共接待了128万游客,游客数量比上一年增长97%。但就受欢迎程度而言,它在南美地区仅位列第八,排在巴西、阿根廷、智利、秘鲁、哥伦比亚、厄瓜多尔、乌拉圭这七国之后。 据新华社