

疯狂卖月饼的酒店人： 员工自嘲被压榨成销售机器

中秋节临近，月饼销售季，各大酒店开启全员营销，无人可以逃离。

唐悦(化名)是西安一家五星级酒店的销售员。酒店月饼7月初发售，她就陷入被月饼支配的恐惧。酒店今年计划销售6000盒月饼，销售部承担了大头，要卖出3500盒。一层压一层，销售任务分摊到每个人。“销售部每人每周分到50张月饼券，当周没卖掉，任务量不断累积，心理压力很大。”唐悦已尽显疲态。月饼单价和利润率高企，已成为酒店业绩的主要增长极。9月8日，浙江一家五星级酒店的财务工作人员王诗(化名)向记者披露，酒店餐饮与住宿的利润率为10%—20%，月饼的利润率高达45%—50%。

“没有感情的月饼销售机”

6月30日，张健(化名)在朋友圈发出第一张月饼促销海报。随后，他将微信名改为“姓名+电话+订月饼”格式。

张健就职于一家华南文旅集团，负责线上分销平台的运营。今年，张健要带领分销平台的同事们帮这些酒店卖出10000盒月饼。

6月底，张健和同事们早早就针对不同销售场景制定了三版营销方案。办公室挂上销售倒计时表，在显眼处张贴上销售量排行榜，公布个人销售业绩。第一张月饼促销海报发布至今，张健马不停蹄，每天登门拜访至少两家企业客户，“大家忙得不可开交，连孩子过生日都顾不上”。

唐悦自嘲称，在KPI压榨下，她已成为一台“没有感情的月饼销售机”。

她总结出一套月饼季的朋友圈文案套路：月饼季刚开始时，要强调“早鸟价”；过段时间，要吆喝优惠期快结束；临近中秋时，则要倒计时，营造再不买

就没有了的紧迫感。

“每天早上到公司，第一件事就是刷朋友圈，转发写得好的销售文案，发朋友圈都模式化了。”对此，唐悦早已心生厌倦。

为完成销售目标，唐悦所在酒店的各个部门都绞尽脑汁。餐饮部重点向会员顾客推销；客房部在客人办理入住时趁机推广，还将月饼与客房打包成套餐，在旅游平台上销售。

酒店职能部门也无法逃脱这场销售大战，财务部、工程部等也都领到任务，向各自供应商推销月饼。王诗所在酒店的月饼销售目标是7000盒，财务部也被分派了1400盒的销售任务，占总销售量的20%。

在月饼销售季，酒店人的每一天都显得格外漫长。“每天早会，领导都要追问每个人的销售业绩。”唐悦对中秋节有心理阴影，“一到过中秋节，心里就发怵。”

“卖月饼能帮酒店活下去”

疫情之下，酒旅行业日子不好过，月饼业务重要性凸显。

“卖月饼能帮酒店活下去。”9月7日，孙耀明(化名)对记者说道。他在广东一家星级酒店担任餐饮总监，统筹月饼业务多年。

“受疫情影响，酒店业这两年不太景气。月饼成为酒店营收的另一大来源。部分酒店的月饼销售额甚至超过了主营业务收入。”孙耀明向记者指出。

孙耀明所在酒店，出品的月饼定位高端，一盒定价近300元，

2020年销量超25万盒。孙耀明预估，酒店今年的月饼销售额将超7000万元。

月饼销售利润率惊人。多名酒店从业者透露，高星级酒店的月饼销售利润率普遍超出40%，远高于酒店常规业务。

“酒店给员工的月饼销售底价如果是100元，对外售价可以达到300元以上。”王诗向记者介绍，售价虚高，员工给客户开出的折扣幅度也很大，“实在不行，就用销售底价卖”。

“年轻人觉得传统月饼太甜”

月饼利润虽高，“内卷”越发严重，生意不好做。

唐悦与王诗明显感受到消费氛围的变化。往年，她们只要跟进手头企业客户就基本可以完成销售任务。今年，卖月饼需要动用一切关系。“卖给亲朋好友是基本操作，我还得对着微信联系人一个个私信。”唐悦说道。影响销售的原因有很多。酒店从业者们发现，企业客户购买月饼送礼的预算正在减少，有部分企业客户为把控成本，绕开中

间方，直接找代工厂生产月饼。

年轻人对传统月饼越来越不感兴趣。

“他们觉得传统月饼太甜，不符合现在的低糖消费习惯。”唐悦说道。入局者增多加剧行业竞争。月饼制作门槛并不高，近年来各大餐饮品牌纷纷跨界推出月饼产品。在王诗看来，新消费品牌无论口味、包装还是价格，都更有吸引力。新玩家入场，老品牌内卷，月饼行业厮杀激烈。(据时代周报)

邮储银行无锡市分行： 勇担乡村振兴的大行使命

实施乡村振兴战略，是以习近平同志为核心的党中央着眼党和国家事业全局、深刻把握现代化建设规律和城乡关系变化特征、顺应农民群众对美好生活的向往作出的重大战略部署。作为服务“三农”的大型零售银行，邮储银行无锡市分行持续有针对性地加大普惠金融供给，提高乡村金融服务水平，把更多的金融资源配置到农村经济社会发展的重点领域和薄弱环节，助力推动无锡地区乡村全面振兴。



贷出茶农丰收路

“这笔贷款对我来说真是一场‘及时雨’”宜兴市天润茶叶的张君弟开心说道。他在宜兴市五圣村承包了216亩土地专门种植茶树，每年的三四月份是产茶旺季，需要采购更加新型化的茶叶加工设备，但流动资金还有一小部分缺口。正当他在发愁的时候，宜兴市桃溪支行为他推荐了“惠农贷”，通过邮储银行无锡市分行与江苏省农业融资担保有限责任公司共同合作，优化担保，让利于农，最终授信50万元解决了他的燃眉之急，有效破解“担保难，融资难”问题。

“服务‘三农’是我行与生俱来的天职和使命。”邮储银行无锡市分行党委书记、行长冯晓辉表示，“县域支行是服务乡村振兴的桥头堡，我们将坚持‘一县一业、一村一品’的思路，突出重点，精准发力，努力打造县域标杆支行和示范网点。”

拓宽农企融资路

“这个‘乡农e贴’太高效便利了，1亿元的贴现款这么快就到账了！”江阴市利港镇某民营企业财务负责人通过企业网银发起业务申请，半小时不到就收到了发放的贴现款项。自今年8月初成为“乡农e贴”试点分行以来，邮储银行无锡市分行针对农业产业化重点企业开辟了绿色通道并给予利率优惠，不仅缩短办理时效、实现资金快速到账，还有效节约涉农客户的资金成本。

“‘乡农e贴’是我行在现有品牌基础上推出的一款助力乡村振兴的线上专项贴现产品，旨在为乡村振兴重点产业和领域客户提供票据融资服务，缓解其面临的‘融资慢’‘融资贵’的问题，助力农业产业化企业做大做强，推动产业高质量发展。”冯晓辉行长表示，“未来，我行将以三农金融数字化转型为主线，持续推进三农金融业务由服务‘小农户’向服务‘大三农’全产业链金融转变，为推进普惠金融高质量发展贡献更大的邮储力量。”

建设农村信用路

“开展农村信用体系建设是推进三农金融数字化转型的重要举措，对于支持实施乡村振兴战略，助力乡风文明建设有着十分重要的意义”冯晓辉行长表示，“我行始终将农村信用工程建设作为基础性、长期性、战略性工程来抓，不断延伸服务触角、扩大服务对象，努力让农村金融服务不留空白。”

为更好地开展信用体系建设，邮储银行无锡市分行组织下发了加快推进农村信用体系建设工作方案，通过将“党建+信用村”建设、纳入绩效考核、专人跟踪督导、加强邮银协同等措施，全面推动信用村、信用户建设。“我行专门为基层客户经理配备了80多台移动展业设备，在走访时基层客户经理能够利用移动展业系统实

现对行政村、村民实地信息采集电子化和批量化，对信用户信息即录即评、额度试算，提高信息采集效率。信用贷款用户也可通过手机银行随时申请支用以及还款，实现了金融服务全程电子化数据管理。”冯行长如是说。

据悉，截至7月末，邮储银行无锡市分行涉农贷款本年累计投放超15亿元，涉农贷款规模达77.85亿元。目前已建成信用村346个，信用户8037户，系统内指标完成率分别为138.4%、107.16%；累计开展征信知识宣传和金融知识普及活动超60余场次，不断强化广大农村群众的金融意识、诚信意识、风险意识，大力营造“守信光荣、失信可耻”的浓厚氛围，使农村信用生态环境进一步得到了改善。(谈晓英)