

散裝月餅旺銷 百元禮盒受捧

監管法規生效 過度包裝被限 回歸大眾食品屬性

香港文匯報訊(記者郭若溪、張帥、孟冰深圳、北京、重慶報道)中秋佳節在即,隨着市場監管總局發布的《限制商品過度包裝要求 食品和化妝品》國家標準第1號修改單(下稱「新國標」)正式實施,各類「瘦身」後的月餅禮盒,陸續在內地各大商超上市。香港文匯報記者走訪發現,與往年動輒千元(人民幣,下同)以上不同,今年內地的月餅禮盒,除了包裝走起「輕量風」外,銷售價格也大幅下降,主流售價在100-250元,超市內各類小包裝、散裝即食的現烤月餅銷量增幅明顯。口味上也回歸廣式等主流,鮮見魚翅、燕窩等珍稀食材的高端月餅。

今年6月,中國國家發改委、工業和信息化部、商務部、市場監管總局四部門聯合發布《關於遏制「天價」月餅、促進行業健康發展的公告》,表示將對單價超過500元的盒裝月餅實行重點監管。根據「新國標」要求,月餅包裝層數不超過3層;月餅包裝空隙也進一步壓縮;月餅不應與其他產品混裝;包裝材料不得使用貴金屬和紅木材料。

深圳市面上銷售的月餅禮盒價格相對親民,百元成為市場主流,商超、農貿市場、酒店上架的禮盒多在198元至498元之間。而散裝月餅以廣式、蘇式為主,價格16.8-26.8元/斤不等,較去年普遍「縮水」。月餅「瘦身」更受青睞,禮盒普遍為三層包裝,包括禮盒、紙盒以及內部的透明包裝袋,外盒多為紙質或鐵質,購買時會贈送手提紙袋。

市民:今年價格較為親民

深圳市民溫女士選購了一款做工考究的茶月餅禮盒,準備快遞給老家的親戚。打開禮盒外包裝,裏面是一個個紙盒,最後則是透明包裝袋。溫女士說,注重環保與實用是近幾年月餅包裝的趨勢,「天價」月餅背離了傳統文化本源。月餅早該回歸大眾食品的屬性,性價比



包裝小巧的現烤月餅受到青睞。

香港文匯報記者孟冰攝



今年在市面售賣的月餅禮盒售價多為100-300元人民幣之間。

香港文匯報記者張帥攝

高才應該是主流。

北京市民鄭小姐在多家超市購物時發現,往年標價2,398元、3,988元甚至更高的所謂「高檔」月餅今年全不見蹤跡,貨架上多是128元、168元、298元這樣的平價月餅。她表示,今年的價格較為親民,比往年中秋後打折銷售的月餅價格更可接受。

恰逢周末,重慶市民李先生帶著兒子選購馬鮮生新推出的「鮮肉月餅2個裝」和「奶黃月餅2個裝」,用簡單的紙盒包裝後即買單,總價不到

元。李先生表示,今年中秋節不再購買禮盒裝月餅。「傳統月餅太甜了,孩子吃多了不好,大人也不愛吃,往年一大盒月餅總有幾種口味被浪費掉。」

超市:禮盒均價比去年降8%

據深圳盒馬鮮生工作人員介紹,今年月餅禮盒的均價相比去年降低了8%,其中銷量最高的月餅禮盒價格區間在200-300元,其次則是100-200元。為了降低採購成本,控制禮盒售價,對很多熱門品牌的月餅禮盒

四部門遏「天價」月餅新規(部分)

- ◆ 對單價超過500元人民幣的盒裝月餅實行重點監管
- ◆ 經營者生產、銷售盒裝月餅不得使用貴金屬、紅木等貴重材料
- ◆ 禁止月餅混合銷售
- ◆ 加強酒店及餐廳渠道監管
- ◆ 電商平台要對高價月餅和提供定制服務的平台內經營者進行重點監督
- ◆ 行業組織應積極推動行業自律,倡導不使用魚翅、燕窩等珍稀食材

整理:香港文匯報記者 張帥

採用了全國供應鏈統一採購的方式。此外,為了滿足消費者的健康訴求,研發人員減少添加劑,現烤月餅做成25天短保質期的產品,這些小包裝、健康的即食月餅從6月便已上市,8月整體銷量同比上月增長50%。

部分網店非法搭售禮品抬價

香港文匯報記者搜索多個購物平台發現,大部分線上購物平台監管較嚴格,月餅禮盒的售價普遍在499元及以下,包裝也是三層的標準要求。但個別平台還是存在月餅搭售紅酒、花膠等禮品的高價格擦邊球現象,甚至淘寶上個別商家為了規避搭售的嫌疑,玩起文字遊戲,在產品說明中刻意突出「贈品」二字。

對此,深圳市消委會相關負責人表示,按照價格法、消費者權益保護法以及禁止價格欺詐規定,對於月餅禮盒非法搭售、涉嫌變相拉高等級抬高價格,哪怕搭售的貨品屬於贈品,也應充分尊重消費者的選擇權,明確標明除了贈品之外的真實價格,以及贈品的真實價格。違法使用貴重材料包裝的,還涉嫌違反了環保法,都要承擔相應的法律責任。



餅盒融入文創

◆ 比起月餅,如今月餅禮盒裏的文創產品更受消費者青睞。香港文匯報記者郭若溪攝

香港文匯報訊(記者夏微上海報道)不少上海市民表示,這幾年的月餅禮盒價位選擇很多,豐儉由人,而且多數禮盒也從單純的「過度包裝」轉為融入匠心的文創設計,吃月餅的同時,也可以欣賞其中的文化元素,性價比高了很多。

市民馬先生已經連續多年採購了「鋒味」的月餅禮盒。「以前是有兩檔價格,今年沒記錯的話有四檔價位,選擇多了不少。」馬先生直言,選擇購買禮盒,就是為了送客戶或者十分尊敬的長輩,價格自然要比自購月餅貴一些,但這幾年的禮盒價格在他看來還算相對合理。「現在的禮盒已經變化很大了,月餅只佔其中一半或者還不到一半,剩餘部分有的是品質不錯的茶葉,有些是文創產品。」每年除了自購月餅禮盒和代公司採購月餅禮盒外,馬先生也會收到不少月餅禮盒。「每年這個時候,都是各家公司難得地展示文創實力、宣傳文創產品的機會。所以相比月餅,一些公司定製禮盒內的文化品才是最值得期待的。」

市民季小姐坦言,如今送人都是DIY月餅禮盒。「自己做的沒有添加劑更健康,而且自己做更能凸顯心意。」對於自己收到的禮盒,季小姐比較看重的是包裝盒是否能夠重複利用。「現在收到的越來越多是皮質盒或者鐵盒,這可以留用。另外,碰到一些很有設計感、很有新意的也會很喜歡。」

由於家人工作原因,市民馬女士每年都會收到許多禮盒,多年下來,每到中秋她就分外期待。「比如每年攜回的月餅禮盒都是一個行李箱或者工具箱,不僅設計得好看,還很實用。早幾年禮盒內是各種創新口味的月餅為主,這兩年月餅已經不是主角了,變成設計感十足的馬克杯、實用的旅行好物……每次都是開盲盒一樣,感受很棒!」



◆ 「陶陶居」推出「花好月圓」系列月餅禮盒。網上圖片

包裝添國潮風 輕量化受青睞

香港文匯報訊(記者敖敏輝廣州報道)和過去幾年相比,廣州市面售賣的廣式月餅無論是在外包裝上,還是月餅本身都變了不少:一方面「做減法」,比如金屬盒裝月餅佔比減少,取而代之的是環保紙質外包裝,同時,月餅盒趨向小巧化,大盒裝減少;一方面則「做加法」,在月餅的設計和外包裝上,商家與時俱進添加了不少新創意和國潮元素。而在價格方面,整體上與往年持平,部分品牌為了更親民、做大銷量,進一步調低了價格。

紙質包裝佔六成以上

在荔灣區某大型商場食品區,正值周末,大量市民前來選購月餅。今年盒裝月餅價格普遍在20元至298元(人民幣,下同)之間,300元以上一盒的幾乎絕跡。此外,相比以往金屬盒裝月餅佔據較大比例,今年紙質包裝的月餅約佔貨架六成以上。與此同時,外包裝的設計風格上也有明顯的變化,如老字號品牌「陶陶居」推出的「花好月圓」系列,月餅盒設計成復古手提箱,精緻優雅。

「以前買月餅,除了品牌名,幾乎看不出各大廠家的產品有什麼不同。而現在買的是健康、個性,吃的是情懷。對於那些用心設計、生產的月餅,我們還是很願意花錢的。」廣州市民陳先生表示。

如今,包裝小巧的月餅也更受歡迎。香港美心推出的售價僅需55元的某系列冰皮月餅,裏面只有四塊小巧的月餅。前來選購的市民廖小姐十分感興趣,當即買了一盒。「我們每年都吃月餅,但每人一兩個足夠了。這樣的分量,正好適合我們一家三口。」

微觀點

遏「天價」引導形成良好社會風尚

「天價」月餅之所以受到消費者青睞,甚至嚴打之下仍有市場,背後是複雜的消費心理和畸形的送禮文化。監管部門對「天價」月餅出手,既倡行節約,有利行業健康良性發展,還要讓月餅回歸傳統美食屬性,避免奢靡、藉機行賄之風泛起。

月餅作為一種大眾美食,其成本較為清楚透明。由於是應節食品,有個別企業就試圖通過添加各類名貴餡料、追求過度豪華包裝或混合銷售高價商品等方式,炒作月餅價格以增加利潤。

回歸傳統屬性 讓「平價」成主流

月餅過度包裝的危害顯而易見,首當其衝的是浪費資源,製造垃圾,其次是價格虛高,遲滯消費。有的商家為了吸引消費者,將月餅包裝得光鮮奪目,反而忽略了產品品質;消費者盲目攀比,追求過度奢華包裝,放大了饋贈功能,變異為「買禮送禮」,致使月餅背離了傳統文化本源。作為傳統節日的大眾食品,月餅最根本的商品功能是食用而非觀賞,當月餅褪去浮華的包裝,回歸食品屬性,健康、好吃才是消費者最核心的訴求。

提起近幾年整個行業的變化,深圳慈小孩烘焙空間負責人鄭智元直言見證了月餅不斷回歸食品本質的過程。「剛入行時,月餅的禮品屬性被推得很高,個別企業迎合市場的需求,搭售紅酒、選用高檔材質包裝、標出「天價」吸引眼球等,這些不良現象對於行業的健康發展來說是非常不利的。」他說,2013年以後,月餅行業不良風氣持續得到整頓,這給專心做產品的企業帶來了利好。

多部門聯合發文監管一盒小小的月餅,不僅是推動月餅等節日食品回歸大眾消費品屬性、回歸傳統文化本源,也是在提倡節儉、反對浪費,引導形成良好社會風尚,更是防微杜漸,堵住腐敗。將「天價」月餅價格打回原形,讓行業健康良性發展,除了由行政力量實施限價,還要消除其種種價值外溢的象徵意義,讓整個消費環節更加理性,如此才能真正遏制「天價」月餅,讓「平價」成為市場主流。

◆ 香港文匯報記者 郭若溪