

# 月饼市场兴起健康创意风

中秋将至，月饼消费热度攀升。记者走访多地发现，今年的月饼市场正悄然发生变化，文创月饼内涵愈加丰富，低糖低脂月饼备受欢迎，包装设计更轻量更环保。

## 突出文化意蕴

在古建遍地、底蕴深厚的山西，每个城市都有属于自己的“非遗月饼”，老太原郭杜林月饼、大同混糖月饼、忻州胡麻油月饼、晋中寒湖月饼、长治蛋皮月饼、晋城柴火月饼……这些老月饼不仅是美味的糕点，更是各地文化传承的载体。

在太原古唐街“天泰昌”店铺里，市级非遗“炉食人人马”的第五代传承人李璐正忙得不可开交，不论是传统点绘炉食，还是印有晋祠圣母殿、太原古城、太山、双塔寺等太原文化地标的文创月饼，都广受消费者欢迎，线上线下订单不断。

李璐告诉记者，这段时间游客多月饼销量很好，特别是传统月饼，比往年更受欢迎。为了做好推广销售，她还和非遗镂空葫芦雕刻技艺联名，设计了一款桃木小葫芦菩提子挂件盲盒，反响很好。

连日来，在福建各地的商超，“C位”多被月饼占据。记者走访发现，今年月饼消费在延续过去几年“口味丰富、包装精简”的基础上，商家格外注重深挖不同消费者的需求，锐意创新。口味方面，除了经典不衰的莲蓉、五仁等口味，新品层出不穷，鱼子酱黑松露流心奶黄月饼将甜和咸撞味搭配，让年轻人很是上头；酒酿桂花月饼、茶香蛋黄莲子酥月饼等结合了传统文化的寓意，受到不少中老年消费者的青睐。价格方面，天价月饼销声匿迹，月饼市场的主旋律仍然是平价。

另外，为赋予月饼更多创意与吸引力，激发顾客的购买热情，商家在饼皮的制作上倾注了大量心思与创意。他们不仅将饼皮打造成了绚丽多彩的五彩世界，有的还印制了细腻雅致的图案，每一块月饼都让消费者体验到视觉与味觉的双重享受。

泉州市区的一家面包店推出了一款别出心裁的“簪花饼”，迅速俘获了消费者的心。这款月饼以独具特色的蟳埔簪花女为灵感，巧妙地将这一形象融入饼皮设计之中，展现出浓厚的泉州文化底蕴。月饼的饼皮也被调配成黄、粉、绿三种色彩，分别对应着轻乳观音茶、小青柑普洱茶以及经典的大红袍茶。

传承经典加创新求变，正成为越来越多广式月饼企业应对激烈市场竞争的策略。比如，中华老字号品牌广州酒家与玛氏旗下品牌德芙和M&M'S携手，推出多款跨界联名月饼礼盒；知名月饼品牌九月联合迪士尼上线奇妙映月月饼礼盒，通过老字号与人气动漫的跨次元碰撞，激发品牌活力，融入年轻消费市场。

## 口味多重健康

临近中秋，在广东东莞华美食品集团有限公司，全自动生产线飞速运转，从包饼到压花，从烘烤到晾饼，一道道工序流畅完成，一块块色泽金黄的月饼新鲜出炉。目前，华美食品月饼日产能超过350万个。

作为拥有33年历史的广式月饼龙头企业，华美提出“新广式”经营理念，不仅传承广式月饼的经典风味与文化底蕴，更大胆推陈出新，研发出拔丝流心、榴莲流心冰皮等引领潮流的新口味。华美食品总裁、非遗传承人袁瀚钊表示，如今，年轻人不只买月饼，



9月8日，位于浙江省玉环市清港镇荻山村滩涂潮间带上的华能玉环清港滩涂渔光互补光伏电站。据了解，该电站每年可提供约1.5亿千瓦时的绿电，相当于每年节约标煤约4.5万吨，减排二氧化碳11万吨以上。

本版编辑 孟 飞 李 苑 美 编 王子莹  
来稿邮箱 jrbgzb@163.com



还要买有趣个性的包装、新奇独特的外形，以及低脂健康的制作食材。

广州市点增得食品有限公司总经理陶宝健告诉记者，近年来，月饼市场竞争愈加激烈，款式和品牌都比以往多。企业为提升产品竞争力，一直努力推陈出新，不仅迎合健康需求推出低糖低脂月饼，还在造型上融入了颇具广东地理标志特色的荔枝形象。

在不少商家把能想到的食材——莲蓉、五仁、咸蛋黄、豆沙、肉松、冰激凌、绿茶、咖啡、老陈醋等都塞进月饼里时，山西“空心月饼”喜提热搜。作为山西传统月饼之一，“空心月饼”售价在每个2元至4元，价格亲民，备受青睐。“打开酥脆的外壳，里头居然是空的！”有网友欣喜赞叹，这种空心月饼健康热量低，味道好极了。

除了更丰富的口味和更健康的食材，在包装设计上，月饼市场也掀起了革新风潮，众多品牌纷纷选择轻量化、实用性强且环保的包装方式，更有不少商家将本地文化融入其中。比如，泉州久负盛名的老字号源和堂在今年中秋推出一款“花好月圆”礼盒，其包装选用了传统竹编工艺，不仅巧妙传递了闽南古早味，也体现了环保意识。

## 食安监管提效

好产品应配套好服务。为进一步巩固“天价”月饼治理成效，推动月饼回归大众消费品属性、回归传统文化本源，促进月饼生产经营行业健康发展，福建各地市场监管部门早早就进行了安排和部署，规范月饼市场秩序。比如，龙岩市市场监管局下发了《关于加强中秋月饼市场价格和过度包装监管工作的通知》，部署全市月饼市场监管工作，重点检查月饼生产经营活动中是否存在不按规定明码标价、价格欺诈、过度包装等违法行为。

山西各地市场监管部门也早早做好准备，要求月饼生产企业严格执行限制商品过度包装要求，加强自律，切实履行经营主体责任和社会责任。比如，太原市市场监管局在第一时间下发方案，以月饼生产厂家、大型商超、酒店饭店、电商平台等为检查重点，重点检查月饼生产经营主体资质是否合法，月饼生产经营活动中是否存在不正当竞争行为、是否严格落实进货查验等食品安全管理制度。

度，是否存在过度包装等。

与此同时，越来越多广东各地特色月饼也在传统文化与现代科技的结合中焕发出新活力，圈粉海内外。为保证广式月饼“鲜”出海，广东增城海关提前摸底企业出口需求，梳理出口目的国检验检疫要求和准入标准，为企业送政策上门，并指导企业加强对产品原料入库、生产工艺流程等环节的风险评估，严格质量控制。针对月饼通关的特殊时效要求，增城海关还开通食品出口绿色通道，推广应用属地查检系统“预约通关、快速验放、快捷出证”等便捷功能，提升通关时效。

增城海关关长刘荣水表示，将持续以企业需求为导向，构建“源头可溯、过程可控、质量可测”的全链条监管模式，助力月饼等出口食品“守得住、通得快”。

另外，为提升产品的市场认可度，为消费者提供安全保障，“中国月饼名城”广东茂名市的市场监督管理局公布了《2024年第三批茂名市“信”字号公用品牌授权使用企业（产品）名单（月饼类）》，向19家月饼企业颁发“信”字号公用品牌授权证书，让消费者更放心。

## 充电站和充电桩数量超过加油站、加油枪数量——

# 深圳新能源汽车发展率先“双超”

本报记者 杨阳腾

□ 在不断完善基础设施，提供便利充电服务的同时，深圳着力推进充电基础设施地方标准出台，以提升新能源汽车充电安全水平。

□ 截至今年6月，深圳市机动车保有量约为426.3万辆，其中新能源汽车达108万辆。今年上半年，深圳累计推广新能源汽车10.9万辆，新车渗透率提高到72.6%，其中，6月新车渗透率达77.4%。

范》两项超充地方标准，成为全国首个发布超充设备分级评价和超级充电设施设计地方标准的城市。其中，《评价规范》对超充设备充电服务能力、噪声、效率、防护等级等各项技术指标建立分级评价指标体系，从体验、能效、可靠性、可维护性、信息安全等维度进行综合评价，以指导企业科学开展超充设备选型、高质量建设超充设施、提升运营管理水平；《设计规范》对电动汽车集中式公共充电站选址、充电站布置、电能质量要求等方面设置了具体标准规范。今年8月份，深圳市发展和改革委员会等单位联合编制的《住宅小区充电设施建设规范（送审稿）》和《长期失充充电桩认定及评价规范（送审稿）》两项地方标准向社会公开征求意见，以期推动住宅小区充电基础设施建设朝更加安全可靠、可调可控、规范统一的方向发展；进一步完善长期失充充电桩退出机制，引导充电设施运营强化充电设备管理，减少充电设施潜在运行风险。

作为最早发展新能源产业的城市之一，深圳公交、出租车、网约车电动化率达到100%，公

电商平台促销，是为了让消费者得实惠，让店铺有利润，让平台有流量。但如果促销规则过于繁琐复杂，不但增加了店铺的工作量，增大了操作风险，而且也让消费者理不清头绪，看着各种优惠望而却步。

夏先清

近日，一家位于县城仅有6人的小店，因电商运营人员设置错商品销售价格，短短20分钟内以进货价4折至5折的售价售出了超7000万元的货品，直接经济损失高达3000万元。目前，相关品牌方决定为该店铺提供专项支持，用于补偿受影响的消费者。店铺也希望下单者能同意办理退款手续。

该事件并不是个例。此前，某企业将原价79元一箱的气泡水错标为3.5元，导致该款气泡水销量暴增30万单，损失达200多万元；某品牌官方直播间因员工操作失误，将原价56.9元一箱的纸巾误设置为10元6箱，损失超千万元……此类事件频出，有多方面原因，直接原因是工作人员操作失误所致。令人不解的是，价格设置本该清楚了，为何一些店铺频频在这方面出现失误？

随着直播带货兴起，平台间竞争愈加激烈。各大电商平台为吸引消费者，推出五花八门的消费满减、折扣优惠、会员福利等活动，折扣加折扣，优惠券再叠优惠券，还有满减满减等各种复杂的活动规则，需要运营人员熟练掌握各种优惠规则，避免设置错误。然而，由于工作压力大，活动规则复杂，运营人员犯错的机会也随之增加。可以说，电商平台种类繁多、频率极高的促销活动以及繁杂的规则，是造成失误的一个重要原因。

按理说，电商平台促销，是为了让消费者得实惠，让店铺有利润，让平台有流量。但如果促销规则过于繁琐复杂，不但增加了店铺的工作量，增大了操作风险，而且也让消费者理不清头绪，看着各种优惠望而却步。从这个角度来说，电商促销要少些套路，平台规则需化繁为简。

近年来，电商促销力度不断加大，但收效递减。对此，电商平台应认识到，消费者不仅仅是看价格下单，也看商品的质量和平台的诚意下单。

平台应审视自身规则设置，优化促销活动流程，减少不必要的套路，为商家和消费者呈现简单明晰、一目了然的活动规则。商家在遵守平台规则的同时，也要向平台反馈合理意见和建议，不断提升运营人员综合能力，减少促销失误。市场监督管理部门应制定相关法规与标准，规范电商平台运营秩序，维护健康有序的市场环境。

构建健康、有序、可信的电商生态需要多方共治，让消费者和商家都能在公平、透明的环境中享受数字经济的红利。