



亲民价格的月饼更多了

——中秋节月饼市场见闻

新华社记者 赵文君 王自宸 张璇

新泰市翟镇一家食品生产企业的月饼生产线。新华社记者 徐速绘 摄

中秋佳节临近，月饼迎来了黄金销售期。随着限制商品过度包装新国标、《月饼质量通则》(GB/T 19855—2023)相继落地实施，月饼包装“瘦身”效果如何？价格有哪些变化？记者走访市场发现，月饼包装简约了，亲民价格的月饼更多了。



市场监管局行政执法队队员检查月饼包装情况。

新华社记者 张璇 摄



售货员向顾客展示新上市的月饼礼盒。

新华社发

简约平价成主流

在湖北省黄石市杭州西路一家蛋糕店，记者一进门就看到显眼的月饼档口，货架上一款售价108元的礼盒、里面装有8块月饼。店长介绍，今年盒装月饼偏向简约实用，价位100元左右的盒装月饼销量就很好。

“今年月饼厂商做活动的力度普遍比往年大。从销售情况看，主推家庭装的实惠款，性价比高的产品卖得更好。”杭州世纪联华庆春店店长吴进娟说。

在湖北省黄石市黄石港区牧羊湖食品厂内，制作区域的烤箱正加足火力炙烤，几位师傅在一旁揉捻馅料，制作手工月饼。食品厂负责人刘明辉介绍，消费者可按个人喜好定制不同口味，配上简单的礼盒。一套包装盒售价为10元，有不同款式，搭

配不同口味的月饼后，一盒月饼的价格在60元至120元之间。

北京稻香村食品有限责任公司副总经理石艳介绍，今年稻香村月饼礼盒的价格以100元至200元为主，平价产品居多。同时，稻香村每年都会推出自装款礼盒，以简单款式的纸盒为主，占比约90%。空盒单独售卖，可以直接将散售月饼自由组合，平价又实惠。

记者走访发现，今年大多数品牌礼盒月饼的售价在100元至300元之间，如五芳斋、杏花楼等品牌均有售价百元以下的月饼礼盒产品，每盒装的月饼数量4至8块不等。实体商超以及电商平台超过400元的月饼礼盒并不多见，单个独立包装月饼的价格约6元至12元不等。

价格和包装成市场监管重点

记者发现，虽然月饼销售渠道已基本规范，实体商超售价超过500元的高档礼盒较少，但一些“天价”月饼并未完全消失，而是以“擦边球”方式隐藏在电商销售平台上。

由于平台月饼类商品限价500元，有平台线上销售的高档月饼礼盒页面价格接近500元，但咨询客服实际售价往往达700元甚至超过千元，需要在拍下产品后通过客服改价才能发货。有的标注星级酒店送礼定制，含高端食材如鲍鱼、海参等，有的混装搭售其他商品。

早在2022年，国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局联合发布的《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》，明确对单价超过500元的盒装月饼进行重点监管。

今年8月初，市场监管总局印

发《关于做好2024年中秋节月饼市场价格和过度包装监管工作的提示》，重点检查月饼的票据资质是否齐全、产品标签标识是否合格、是否存在过度包装、是否明码标价等问题。

艾媒咨询首席分析师张毅表示，由于月饼作为年节礼品附带社交属性，整治“天价”月饼、豪华月饼并非一蹴而就之事。对此，一方面要加大监管力度，另一方面要发挥消费导向的驱动力，倒逼企业、商家专注于提升产品本身，而非过度追求包装的奢华。

高档月饼礼盒的溢价主要体现在包装材料上。根据限制商品过度包装新国标的要求，月饼包装层数不得超过3层，不得使用贵金属、红木等贵重材料；不得以任何形式混装搭售其他商品，如在月饼礼盒中混搭茶

叶、红酒、文创产品等。

记者走访北京的商超了解到，前些年单位团购批量购买月饼礼盒较多，这几年越来越少，今年几乎没有单位团购、月饼销量主要靠零售。包装“瘦身”后，很多企业月饼礼盒的设计更趋向创新与实用。北京老字号稻香村今年新上市月饼伴手礼小礼盒，一款猴子捞月小盒，打开以后能看到五只猴子捞出了大月亮。杭州老字号知味观推出一款良渚古城文化联名款月饼礼盒，以贯通内外天地的“琮”为创意灵感。

中国焙烤食品糖制品工业协会8月发布的《2024中国月饼行业市场趋势》报告显示，2024年中秋节月饼市场产品价格平稳，价格区间更加贴近市场消费，地方特色、文创联名、营养健康概念产品占比有望继续提高。

市场监管总局执法稽查局有关负责人表示，要紧盯月饼等重点节令食品加强监管，有效遏制违法行为，宣传国家标准和法律知识，实现良好的市场效果和社会效果。

近日，记者跟随杭州市拱墅区市场监管局执法人员前往辖区一超市检查。“这款礼盒月饼内装有12块月饼，分别为4块60克的、1块50克的和7块85克的，包装层数共3层，商家出示的检测报告显示空隙率为27.7%。”执法人员检查一盒月饼，仔细对比新国标规定。

“月饼净含量符合要求，定量包装月饼的平均实际含量大于其标注净含量。”在武汉市一家食品公司门店，武汉市计量所检测人员用计量器具对月饼进行抽检，未发现不合格情况。

市场监管总局执法稽查局有关负责人表示，要紧盯月饼等重点节令食品加强监管，有效遏制违法行为，宣传国家标准和法律知识，实现良好的市场效果和社会效果。

治理成效初步显现

近年来，国家不断强化月饼生产、流通、消费全链条监管，严厉打击违规违法乱象，市场治理成效已初步显现。

限制商品过度包装新国标实施两年来，从总体上看，生产企业对新标准执行较为到位，过度包装的判定标准更严格，对环境资源的节约更有利。

据国家统计局和中国包装联合会数据显示，2023年，在商品零售同

比增长5.8%的情况下，全国包装行业营业收入同比出现下降，其中纸和纸板容器主营业务收入同比下降4.44%；金属包装容器及材料主营业务收入同比下降1.56%，单位商品的包装使用量和包装成本有所下降。

北京稻香村食品有限责任公司副总经理石艳介绍，稻香村今年新款的月饼包装膜及新款礼盒均已按照标准要求进行生产和标注。

浙江悠享时电子商务有限公司创

始人蔡夏雷说，公司严格按照新国标的要求对商品包装更新设计，尤其是对于空隙率等指标，请了专业的检测机构确保合规性，在外观上尽可能兼顾美观简约，让包装回归本质。

中国人民大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟娟表示，在绿色低碳转型、可持续发展大背景下，很多企业包括食品行业在内，要从单纯追求经济效益转向兼顾环境保护、社会责任和公司治理的全面发展路径。