

手工、养生、零添加……

“网红月饼”真如你所想吗?

中秋佳节
未至,月饼大战早已打响。自8月中旬以来,月饼陆续上市,经过了前几年的低迷,今年的月饼市场呈现出强劲复苏之势。价格上走“亲民”路线成了今年月饼市场的主流,散装月饼唱起了主角,那些动辄上千元的礼盒月饼已不见踪影。而翻毛月饼、牛蛙月饼、小龙虾月饼等月饼“新势力”的出现则宣告月饼市场进入一个多元化、个性化的时代,与此同时,互联网也成为月饼的新战场。



互联网成为月饼新战场

今年的月饼“战场”从实体店扩大到互联网领域。除了牛蛙月饼、小龙虾月饼等“网红月饼”线上卖得火热外,朋友圈的月饼也卖得火热。“真正的手工烘焙月饼,不含任何添加剂和防腐剂,要赶紧预订”,消费者王女士表示,8月以来朋友圈充斥着月饼广告,主打私人订制月饼,出于对朋友的信任,她也下单预订了2盒。但质疑声浪也不小,不少消费者表示,这种月饼大多是在家中制作,原料是否符合食品安全标准,制作过程是否卫生?因缺乏有效监管,这种私人订制月饼充满各种安全隐患。

互联网已成为月饼销售的新战场,老字号也加入了对互联网用户的争夺中。北京稻香村今年计划生产月饼3350吨,同比增长28.8%,其中电商渠道的供给量增长40%多,今年上半年的电商销售额同比涨幅近300%。

各种前所未有口味横空出世

在消费者个性化需求被放大的今天,月饼市场呈现出百花齐放的姿态,各种前所未有的口味横空出世。

今年又烧月饼、小龙虾月饼等“网红”月饼层出不穷,其中最红的当数牛蛙月饼,在上海当地卖5元/块,网络售价达到15元/块,不少好奇的消费者争相购买“要吐骨头的月饼”,全然不顾只有4天保质期这一事实。在电商平台上,今年小有名气的酸菜牛蛙月饼十分走俏,这款由上海一家食品厂官方旗舰店出售的月饼,保质期只有4天,6块一盒售价90元,天猫上月销量近千份。尽管有消费者评价“有点油,咸咸的,没有酸菜味,只有腥味”,依然不妨碍全国各地消费者对酸菜牛蛙月饼的猎奇心理。小龙虾月饼也相当受欢迎,消费者林女士表示,小龙虾月饼一口咬下去满满的都是Q弹的小龙虾肉,这和平时吃的月饼口感完全不同。

老字号限量开卖,捆绑销售变少了

老字号也加入到月饼的口味创新队伍中,抢食月饼个性化消费的群体。除了推出了芸沙紫苏、松仁黑芝麻、蔓越莓等新口味外,老字号月饼店今年还推出限量供应的中秋月饼。今年北京稻香村由于现烤月饼限量供应,店内经常出现排长队的画面。

在产品造型上,月饼厂家也在迎合消费者的个性化需求。真功夫今年中秋推出Hello Kitty月饼;上海一月饼老字号则在近

期推出迪士尼系列月饼。

往年的月饼礼盒往往搭售茶叶、红酒甚至黄金,今年月饼礼盒的捆绑销售少了,礼品属性在被弱化。

一家五星级酒店的月饼销售人员表示,往年酒店推出的高档月饼礼盒往往配有茶叶、红酒等,但现在这种捆绑销售变少了。

伴随着的是捆绑销售变少,月饼界还在今年掀起一股“瘦身潮”。记者走访发现,个头是普通

月饼的四分之一大小的“迷你”月饼数量猛增,这些月饼包装也十分小清新。商家推出“迷你”月饼正是为了迎合消费者的低糖低脂的健康需求。

价格上面,尽管糖、油、面等月饼原材料出现了小幅上涨,月饼的价格涨幅却不大。一家月饼企业的相关负责人表示,今年原材料小幅上涨,其中食品包装袋的成本上涨了50%,但企业都在内部进行消化,没有上调月饼价格。

生产有标准,购买需谨慎

据了解,2015年国家质检总局与国家卫计委公布的月饼新标准中,对月饼的特色类别、加工工艺做了细化,甚至还对月饼命名做了要求,如莲蓉月饼的莲蓉类馅料中莲子的含量应该不低于60%;莲子含量为100%才能称为纯莲蓉;栗蓉类月饼的馅料中板栗含量不能低于60%;水果类月饼的馅料中水果及其制品的用量应不低于25%等。

记者从食药监部门采访了解到,企业若采用了该标准,月饼须按指导规范标准制作;企业也可以自行采用自己的标准进行生产,无论采用何种方式,一定要有在监管部门备案的标准,便于监管。

对于微商里售卖的主打“零添加”“纯手工制售”等概念的“私厨月饼”。业内人士介绍,如果这些“私厨月饼”不具备相应的食品生产及流通资质,则为“三无产品”,存在安全隐患。一旦发生食品安全问题,引发纠纷,退货退款等维权难度较大。

对于一些宣称具有保健作用的月饼,如果生产企业没有申请注册保健食品产品批准文号,属于虚假违法产品,消费者可以在国家食药监总局的网站上查询批准文号,辨别真伪。

按照《食品广告发布暂行规定》,普通食品广告不得宣传保健功能,也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其保健作用。如果发现此类情况,可以向监管部门举报。

鲍鱼、养生、手工月饼等在市场上走俏,反映出群众日益增长的健康需求。但另一方面,由于相关监管措施滞后、群众鉴别能力不强,一些不法分子利欲熏心,钻监管空子,使得一些消费者误入圈套,蒙受损失。

当前,全国各地正掀起月饼等节令食品市场专项整治。在实际办案过程中,有执法人员谈到,虚假宣传若认定为网络虚假广告行为,根据相关规定应由广告发布者所在地的工商机关管辖,案件往往查办耗时多、证据取证难、责任追究

难。此外,还需要跨区域执法协作,执法成本高。

执法人员提醒,消费者对“网红月饼”应提高警惕,不能只看包装,还要注意查看标签、生产日期等标识,买月饼选择有食品生产经营资质、信用评价高的商家,购买时要确认月饼的保质期,特别是一些现做现卖的月饼,更要确认寄送时间,以防过期。此外,还应留存相关购物凭证,以便退换货和维权。

伴随消费者购物需求逐渐从线下转到线上,一些地方已启动通过大数据筛选跟踪网络案件,及时进行查处。执法人员建议,应完善治理体系,强化基层执法,动员社会参与,形成监管合力。进一步强化广告导向监管,督促经营者自律以维护市场秩序。

另外,产品良莠不齐的网络市场亟须监管部门严把审批关、流通关,重典治乱才能让不法分子产生“痛感”,给优质产品点赞,把不良奸商拉黑。

(综合新华网、《北京晨报》)