

## 新规

500元以上盒装月饼  
实行重点监管

曾几何时,市面上大几千甚至上万的月饼并不少见,“盒比饼贵”的现象被屡屡吐槽,不过,这样的情况今年就成为历史。国家市场监督管理总局制定发布了月饼“瘦身令”——《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单,对食品包装做出严格规定。该规定已经在8月15日生效,这意味着8月15日后生产的月饼都必须严格执行新规要求。

新规重点提及到几个信息:减少包装层数,月饼的包装层数从最多不超过四层减少为最多不超过三层;简化包装材料,包装材料不应使用贵金属和红木材料等贵重材料;严格混装要求,规定月饼不应与其他产品混装。

近日,国家发展改革委、工业和信息化部、商务部、市场监管总局发布的《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》提出,对单价超过500元的盒装月饼实行重点监管,包括检查是否遵守相关法律法规,是否符合限制过度包装强制性标准关于包装层数、包装成本占比、包装材料等要求,是否符合食品安全等规定,是否明码标价,是否存在价格欺诈行为等。

月饼作为我国传统大众食品,大多数价格比较亲民,从多年市场情况看,约99%的盒装月饼单价在500元以下。近年来出现的“天价”月饼,往往伴随着豪华包装、使用珍稀食材以及搭售高价商品等现象,这些问题主要集中在只占市场销售额约1%的单价500元以上的盒装月饼中。



■中秋节快到了,各种包装的月饼已经放上货架。新快报记者 李小萌/摄

# 500元以上将被重点监管 今年的月饼如何卷?

中秋节是很多商家重磅投入和重点争夺的市场,月饼更是节日团圆和礼尚往来不可或缺的。针对老生常谈的天价月饼,今年5月,国家市场监督管理总局会同工信部发布《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》第1号修改单,并于8月15日正式实施,对月饼的包装层数、成本等都有明确规定,倡导践行绿色低碳理念、营造风清气正的节日氛围。今年6月,工信部、商务部和市场监管总局三部委再发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》,要求杜绝“天价月饼”和过度包装。

中秋佳节将至,日前新快报记者走访广州的一些商超发现,麦德龙在售的一款月饼违反规定,搭售其他产品。广东省消协近日发出消费提示,消费者可以投诉违规月饼,维护自身合法权益。

■新快报记者 陈福香

## 走访

有商超依然售卖  
“搭售礼盒”

近日,新快报记者实地走访了广州多家超市,在天河区太古汇的Ole超市,周末时不少市民在选购月饼,在十个月饼品牌中,最贵的是半岛酒家的流心奶黄月饼,售价498元。导购员打开月饼盒向记者展示,这盒生产于7月20日的月饼,保质期110天,没有配置刀叉。“半岛酒家的流心奶黄月饼号称是月饼界的‘劳斯莱斯’。”导购员推销说。另一个价格稍低的则是澳门产的英记玲珑月饼,售价328元。其他月饼售价均在100元-300元之间。

在太古汇一楼的文华东方酒店,仅有两款月饼在售,分别是228元的扇悦东方月饼礼盒和388元的扇赏东方月饼礼盒,生产日期是8月26日,保质期60天,两款月饼均配置了餐具。

在华润万家超市华景新城店,记者看到十几个品牌组成了五个月饼堆头,几乎都是铁盒和纸盒包装,价格从几十元至300元不等。按照新规,月饼不得与其他产品混装,而“刀叉”也属于“其他产品”。

广州一家未具名的商家透露,如果客户有需求,商家会提供餐具,但在商超终端,全部都不会主动配置。

记者昨日在天河麦德龙超市看到,一款名为“锦华815盛享装”的月饼售价498元,全场最贵。这款两层月饼的生产日期是8月16日,上面一层是8个月饼,下面一层是坚果、凤梨酥、西饼,明显违反了“月饼不应与其他产品混装”的新规。

9月5日晚上九时许,记者再次走访麦德龙天河商场,发现这款月饼已经下架。

■天河麦德龙超市售卖的“锦华815盛享装”月饼礼盒搭售了坚果、凤梨酥、西饼。

新快报记者 陈福香/摄



## 商家 月饼创新可以体现在口味和包装上

趣香中点文化发展(广州)有限公司总经理庞光胜接受新快报记者采访时表示,在月饼包装的材质方面,以前有一些贵金属、红木等材质,或者大纸盒,今年则以铁盒和小型纸盒为主,“以前很多盒比饼贵,现在基本上没有这个现象。”

记者在走访中发现,大部分月饼都取消了餐具配置。对此,庞光胜认为,月饼食用场景主要为家庭,取消刀叉,不会影响食用,既降低成本又环保。

数据显示,2016-2021年,中国月

饼礼盒市场规模呈上升趋势,预计2022年中国月饼礼盒销售额将达到188.7亿元,同比增长11.8%。随着消费者饮食升级,对月饼的口味需求多元化,以及节日送礼需求激增,预计2025年月饼礼盒市场规模将达247亿元。

在竞争激烈的市场中,商家各出奇招,纷纷用创新的口味和包装吸引消费者,以趣香为例,结合广式特色研发出行风酸奶蓝莓月饼、皇上皇腊肠莲蓉月饼和仙泉湖牛奶豆沙月饼等,在包装上也使用了很多岭南和国潮元素增加吸引力。

## 消委会 发现商家违规,可依法投诉

在传统消费观念中,精致包装和高价商品往往更显档次,更适合过节送礼。然而,面子心理已经不符合当前节能环保、绿色低碳的消费潮流和趋势。月饼作为一种应节食品,应回归食品属性和传统文化本源,无论是何种口味、食材,都应在合理的价格区间。广东省消委会呼吁,消费者应当摒弃面子心理,选购时更多关注商品安全、品质和口碑,不被商家的营销、包装影响,避免购买价格超过本身价值的商品。

同时,消委会也建议消费者积极主动落实新国标要求,学会辨别和拒绝购买包装过度的天价产品,挑选时应警惕“高档礼盒”等概念,尽量选购不搭售、不混装、不添加所谓名贵

食材的礼盒月饼,做到按需选购,避免浪费。

“消费者在购买应节商品时,一旦发现商家存在违反新国标规定,或侵害消费者权益的行为,应保存好购买凭证,及时通过全国12315平台网站、当地12345等渠道依法投诉举报,或向当地消费者委员会进行投诉。”广东省消委会有关负责人表示,消费者要积极参与抵制过度包装的绿色消费实践活动,也要重视依法维护自身合法权益,为绿色消费、节约资源贡献自己的力量。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬向媒体表示,国家层面出手打击天价月饼等,对于整个行业的健康、良性、有序发展提供了非常好的帮助。虽然有一些企业、商家在“顶风作案”或是“打擦边球”,但国家相关部门也会出手进行整治。

## 包装

新规对设计师  
提出了更高的要求

据艾媒咨询8月5日发布的《2022年中国中秋月饼礼盒消费者需求研究报告》显示,新式口味是“Z世代”(1995年至2009年出生的一代人)群体购买月饼的第一选择,占比为76.5%。

中焙糖协8月8日发布的《2022年中国月饼行业发展趋势》(简称《发展趋势》)预计,今年中秋月饼供应预售期更长,销售渠道更多元,线上销售比例进一步扩大,品类更加丰富、口味更加多样,广式、苏式、京式月饼产品仍将占主要地位,但主打地方特色、新奇口味、国潮时尚和营养健康理念的产品占比有望进一步提升。

《发展趋势》称,月饼包装形式将以简约适度、多种口味产品组合的礼盒装为主,彰显个性、结合特色、形状各异、设计感强、IP联名等富有文化内涵和时代特色的包装及产品仍将受到年轻消费者的追捧。

“作为设计师,我个人非常赞同这个规定,限定间隙率、限定包装成本占比等规定不但有利于环保,也会让商家和消费者的关注点回到月饼本身。”包装设计师何先生说,中秋兼具市场流量和更大的创作发挥空间,大家更期待与中秋相关的从内容到形式的“惊喜”。



扫一扫获取  
更多快消资讯