

城事

新标落地 口味多元 国潮涌动……

抢“鲜”上市 中秋月饼“卷”出新花样

中秋佳节临近,备受人们关注的月饼已进入消费旺季。今年是月饼新标准落地的第一年,近日,记者走访广州月饼市场了解到,部分月饼的外形、口味已变得“既陌生又熟悉”,国潮月饼、药膳月饼、无糖月饼等不断迭代升级。更有品牌抓住《黑神话:悟空》的泼天流量,推出“悟空”月饼,借由传统文化与现代游戏科技的碰撞魅力,轻而易举地“硬控”了各位“天命人”。

新标 配料标注、产品命名要求更细致

今年4月,新修订《月饼质量通则》正式实施,与此前的旧标准相比,《月饼质量通则》在原标准“原料和辅料”基础上增加“饼皮及馅料”的要求,明确月饼馅料中不应使用鱼翅等野生保护动物食材,不宜使用燕窝等名贵珍稀食材。对馅料中有相关添加量要求的,都应在产品标签中标示出相应配料的添加量。

记者在线下热门商超走访的过程中,未发现含有此类馅料的月饼。然而,记者在电商平台上搜索发现,虽然鱼翅等月饼礼盒已经不见踪迹,但使用燕窝、海参等作为卖点的月饼礼盒仍有发现。

在产品命名要求上,《月饼质量通则》也更加细化。如命名为“广式五仁月饼”必须仅使用核桃仁、杏仁、橄榄仁、瓜子仁、芝麻仁。用其他果仁替代其中一种或几种的,只能命名为“广式果仁月

饼”或“五仁月饼”。超过5种果仁的,可命名为“果仁月饼”或“六仁月饼”“七仁月饼”。

记者走访市场发现,目前上市的知名品牌月饼均已按照《月饼质量通则》要求明确标注配料含量。比如金九五仁火腿月饼,其配料表显示只添加了瓜子仁、橄榄仁、芝麻仁、核桃仁和杏仁五种果仁,且已标注果仁总含量≥25%。而奇华饼家出产的一款坚果籽仁月饼,馅料里还添加南瓜籽仁、扁桃仁、松籽仁等,其包装上已按规定命名为“果仁月饼”。

此外,按照规定,月饼馅料中的水果添加量或水果制品(折算成水果)添加量不低于25%,可称为“××水果月饼”,添加量不低于10%的可称为“××水果味月饼”。比如广州酒家一款“岭南佳果”月



■药膳月饼。



■“龙腾祥云”月饼礼盒。



■“悟空”联名月饼。

口味

“中药+”盛行,“健康”月饼成市场新宠

近年来,随着消费者健康意识的不断提高,“中药+”食品持续走红。继中药茶饮、中药面包、中药冰淇淋之后,今年中秋,中药的风还刮向了月饼——铁皮石斛、西洋参、黄精等中药材成为馅料的一部分。

在北京同仁堂旗下的线下门店,记者就看到一款名为“五方月圆同满愿”的药膳月饼礼盒正在热销,内含9枚月饼,6种口味,包括五仁枸杞人参月饼、玫瑰西洋参当归月饼、椰香百合山药月饼、南瓜蛋黄党参黄芪月饼、青提茉莉铁皮石斛月饼、五黑陈皮咖啡流心月饼。

上述月饼礼盒售价为每盒318元,其中五仁枸杞人参月饼重200克,其他月饼均为80克。从配料表来看,其各种中药成分的添加量在0.5%—2%不等,含人参的月饼还标注有每日食用限量。据店员介绍,月饼中添加的药材均来自北京同仁堂,月饼药材味道也不会太重,消费者可放心食用。

云南白药则推出“本草颂月”月饼礼盒,内含天麻云腿月饼、黑松露乌金猪云腿月饼、黄精玫瑰月饼、陈皮山楂月饼四种口味共8枚月饼,售价138元。

根据食品安全法第三十八条规定,生产经营的食品中不得添加药品,但是可以添加按照传统既是食品又是中药材的物质。据了解,我国一共发布了102种“药食同源”原材料名单,这些原材料既有食品的安全性,又有药材的功效性。

此外,为了迎合糖尿病患者及减肥人士的需求,市场上越来越多地出现低糖低脂类月饼,低糖或无糖月饼、净素月饼等越来越受消费者欢迎。如稻香村的糖醇月饼、山姆的低糖杂粮月饼等。

需要注意的是,月饼包装中的“无糖”可以含有麦芽糖醇、木糖醇等甜味剂,这类产品在体内代谢缓慢,长期过量摄入可能会引起腹胀、腹泻等不良症状。净素月饼主要由杂粮谷物、水果、植物油等植物性原料制成,其糖含量、脂肪、能量并不一定就比普通月饼低,因此此类月饼是否更健康还要综合考量。

■采访:新快报记者 梁贤安

■摄影:新快报记者 郭思杰

创意 各大品牌“卷”设计,国潮复古受追捧

新快报记者走访发现,今年500元以上的月饼礼盒已基本退出常规市场。在去掉昂贵“馅料”和简化包装的同时,各大月饼品牌纷纷转向“卷”创意这一路。

今年,许多品牌的月饼都融入了“国风”设计,让消费者在品尝美味的同时,还能感受传统文化的魅力。《2023年中秋月饼行业趋势报告》指出:随着国潮的回归,月饼包装设计紧跟潮流,国潮、简约、复古风受到追捧。

在天河区某会员超市内,记者见到商家摆设了几款设计精美的国潮月饼。其中一款“花好月圆”月饼礼盒,其月饼以传统花朵造型为设计亮点,每一片花瓣都经过精心控制,吸引了不少消费者的围观和选购。

除了月饼本身的创新外,一些礼盒的包装设计也同样引人注目。比如某品牌推出的“光影中秋”月饼礼盒,打开礼盒,不仅可以看到精美的月饼,还能

发现一套“皮影戏”材料套装。消费者可以动手制作皮影的人物和场景,以半透明的月饼礼盒为影幕进行表演,趣味十足。

与文博单位的跨界合作也成为了月饼市场的一大亮点。广东省博物院与某品牌月饼联名推出的“龙腾祥云”月饼礼盒,运用了广东省博物馆源于清代的馆藏——“清乾隆广法琅铜胎云龙八宝盆”进行包装设计,穿行于彩云间的金龙,寓意生活四时顺意,富贵吉祥。

苏州的稻香村月饼更是携手时下大火的3A游戏《黑神话:悟空》,推出跨界联名中秋限定礼盒“齐天揽月”,并于不久前正式开启全网预售,售价99元。

据了解,这款月饼对外观和口味进行了创新调整,力图还原游戏中的各式角色,包括“天命人”五仁桃山月饼、“虎先锋”青稞红豆桃山月饼、“黑熊精”云腿桃山月饼、“黄眉”蛋黄莲蓉桃山月饼等。同时,礼盒包装和内页

也充分融合游戏IP画面,月饼模具通过3D技术建模,辅助手工雕刻完成,确保造型逼真。

在电商平台热销的同时,厂家还在全国部分线下门店同步进行限量发售。记者在广州友谊商店就见到“悟空”月饼的预定海报,工作人员表示该月饼暂时没有样板和现货,已预订的消费者9月14日后到店自提。“悟空”月饼走俏,再度彰显了传统文化IP的强大吸引力,这一限定礼盒已成为今年月饼市场备受瞩目的明星产品。从线上官方旗舰店数据看,该礼盒已售出超4万份。

此外,山西的空心月饼也因为游戏《黑神话:悟空》的走红而被网友发现并“种草”,“山西空心月饼火了”“山西月饼是非遗的秘密藏不住了”甚至成为社交平台热点话题,持续带火此类月饼销售。据了解,空心月饼是山西临汾市非遗,因其“中空状鼓、馅湿拉丝、壁厚半分”的特点广受欢迎。