

中秋未至 月饼已『热』

离中秋节还有近一个月时间,月饼大战已经提前打响。近日,记者走访兰溪市场了解到,部分商超已搭建起月饼销售专区,不少市民已经尝鲜;部分本土手工甜品店、面包店提前预热,月饼的颜值、口味都很新颖。

新品抢“鲜”登陆,品种多样口味新

记者在市区一家超市里看到,月饼被摆放在了显眼的位置,品种超过了20余种,除了相对传统的豆沙、五仁口味,还有水蜜桃、榴莲、蓝莓等水果口味月饼,受到了小朋友的喜爱。市民汤珍珍买了两盒水果月饼:“今年的中秋月饼很好吃,我们家宝贝特别喜欢吃水果味的,做得都挺好的。”

除了商超,部分连锁糕点店也已上架中秋月饼,“摩拳擦掌”抢占市场。在府前路上的一家糕饼店,记者看到月饼的宣传海报已经“上线”,主要售卖黑芝麻馅的老式月饼。“虽然市

面上的月饼品种很多,但我还是喜欢吃老月饼,一口咬下去,芝麻的香气很浓。”市民钟先生表示,无论时光怎样流转,月饼传承的不仅是一种味道,更寄托着一种情感,承载着一种传统,能让人们在熟悉的味道里追寻逝去的时光。

值得一提的是,部分商家不仅在传统渠道发力,还积极拥抱线上市场。在线上平台,记者发现盒马、山姆等商超相继推出了月饼礼盒。五芳斋、稻香村、广州酒店等品牌老店也在电商渠道积极上新。

健康化趋势明显,低糖低脂成新宠

月饼的市场还在不断扩大。据艾媒咨询数据显示,2023年,中国月饼销售规模实现271.3亿元,同比增长11.3%。随着直播电商、外贸出口、品牌定制、跨界联动等新趋势的出现,月饼市场迎来新增长点,预计2025年月饼市场规模有望增至332.8亿元。

8月15日,中国焙烤食品糖制品工业协会公布的信息显示,今年由于中秋销售周期短,因此市场竞争更加集中、激烈,加上消费理性的逐渐回归,预计今年中秋节月饼产量在30万吨,销售额200亿元,与去年持平或略有下降。此外,目前主流月饼礼盒集中在70元到220元之间,平价礼盒多在60元以下,500元以上天价月饼礼盒已基本退出常规市场,月饼过度包装的问题也得到了遏制,抽检合格率为100%。

与此同时,月饼健康化的趋势更加明显。据京东日前发布的月饼趋势报告称,56%的受访者关注月饼原料的健康化,2023年无糖和低糖月饼销售大多有20%以上的增长,预计今年这一品类增长会更快。

近年来,不少商家抓住了人们追求健康的心态,推出了低脂低糖月饼,甚至是无蔗糖月饼,让人们在大快朵颐的同时,不会有损害健康的心理负担。兰溪市民李女士在选购月饼时就表示,往年家里吃的月饼都是高糖高脂高热量的,家里老人想吃又不敢吃,出门逛街看到了无蔗糖月饼,感觉对老人更友好一些,而且对于减肥的年轻人来说,吃起来“罪恶感”会小一

些。

“中秋佳节,月饼受到广大消费者的青睐,现在顾客对‘健康’月饼非常重视,我之前做的低糖、减脂、养生、解腻类的月饼销量就非常好。我想,放大不同品类月饼的某一特质,会是接下来的差异化PK点。”兰溪LANCAKE店主张惠岚表示,她今年尝试推出鱼子酱、黑松露、柚子、咖啡、燕窝等低脂系列月饼。

此外,市中医院山雷堂也推出了药膳月饼,主打“药食同源”的理念,将传统中药与月饼相结合。“我们多个系列,比如小山雷系列的山楂陈皮饼、芒果山药饼、麦芽陈皮饼;五色养生系列的乌梅山楂饼、桂圆莲子饼、茯苓山药饼、杏仁百合饼等;合家欢系列的桂花百合饼、人参枸杞饼等,既美味又养生。”山雷堂相关负责人说。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,从2022年起,中国食品产业的发展方向向体重管理、颜值管理、营养管理、大健康管理等方面倾斜。在这一发展趋势下,更多的品牌会加入创新迭代升级产品的队伍中来。

朱丹蓬预计,包括月饼在内的食品产业,将会进一步向少油低糖低脂的趋势发展。此外,各种新奇特、网红类的产品会越来越多,迎合新生代消费者的喜好和口味,这将是一个主流的发展方向。

选购小贴士:“9+”要素不可缺

面对琳琅满目的月饼市场,消费者如何才能挑选到既健康又美味的月饼呢?

专家提醒,首先要看标签信息是否齐全,“9+”要素不可缺,包括食品名称、配料表、净含量和规格、生产者和(或)经销者的名称、地址和联系方式、生产日期和保质期、贮存

条件、食品生产许可证编号、产品标准代号等9大项目及其他需要标示的内容。不要购买或食用无标签或标签信息不全、内容不清晰,掩盖、补印或篡改标识的产品。易敏人群在挑选或食用月饼时,需注意仔细查阅配料表以及邻近位置是否有提示信息。

本版文字 记者 蒋宇欣
版式设计 见习记者 包静怡

