

新国标实施后,月饼有何变化? 价格应“令”而降 “混搭”仍未绝迹

层数最多不超过三层,不应使用贵金属和红木材料,不应与其他产品混装……这是8月15日起实施的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》(GB 23350-2021)国家标准第1号修改单(以下简称“新国标”)中,对月饼包装提出的“瘦身”要求。

新国标实施后,月饼市场有哪些变化?近日,记者对锡城月饼市场进行了探访。



太湖鼋头渚·鼋渚百景

地涌宝塔

市场探访

月饼礼盒更实在

连日来,记者走访锡城市场发现,各大商超内,月饼占据销售区的“C位”,金桥国际食品城的多家副食品经营门店内,月饼产品及宣传海报更是从店内一直延伸到了店门口。在售月饼有散装、礼盒装两类,口味既有豆沙、蛋黄莲蓉、椒盐、鲜肉等传统口味,也有黑松露、燕窝、小龙虾等新奇口味。

从包装方面来看,散装月饼仍保持“极简风”,包装多为一层,包装材料主要为包装纸或塑料包;礼盒装月饼主要为纸盒或铁盒,包装层数以3层较为常见,由于内部空隙较小,放置的产品显得更紧凑,走访中未发现使用有使用红木、贵金属包装材料

料的月饼礼盒。

在价格上,散装月饼以“平价路线”为主,每斤20元左右的月饼较为常见;而礼盒装每盒单价几十元至400多元不等,走访中未发现售价为500元及以上的月饼礼盒——在金桥国际食品城,批发价最高的月饼礼盒每盒售价300多元;在礼阁仕、盒马鲜生、永辉超市、大东方食集等商超内,100~200元的月饼较为常见,400元以上的月饼礼盒每家仅有3~6款不等,其中,多款400元以上月饼“卡点”标价,如:礼阁仕、大东方食集在售的“美心七星伴月”月饼礼盒,标价分别为499.5元、499.8元。该款月饼在多家商超内有售,标价在

468元至499.8元不等。据销售人员介绍,该款月饼去年售价为500多元,国家有关部门发布相关公告后,利润被压缩,价格调至500元以下。

金桥国际食品城一位从事月饼批发生意多年的经营者告诉记者,今年的月饼礼盒,比往年的更实在。“同样大小的月饼礼盒,以往里面只装6个月饼,现在要装8个。”该经营者说,虽然与往年相比,今年四五百元以上的月饼,价格下降,但是,仅仅是其中的利润被压缩了而已,受成本上涨及产品增多等综合因素影响,几十元至一百元档的月饼反而出现涨价,每盒涨价在几元至10元左右不等。

混装现象仍存在

虽然在产品规格上更实在,价格也“令”而降。但在包装上,仍存在一些问题。

在“新国标”中明确,“月饼不应与其他产品混装”。国家四部门联合发布的《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》中也再次强调,“经营者销售盒装月饼,不得以任何形式搭售其他商品;也不得以礼盒等形式将月饼同其它产品混合销售”。

但是,记者在走访中发现,有多家店铺销售的月饼礼盒仍存在混装现象。混装产品以食品为主,常见的有坚果炒货、凤梨酥、西饼等。如,市场上较为常见的一款锦华“星耀·雅宴”月饼礼盒,总净含量为1237克,其中,620克为月饼,其余则是由巴旦木、香脆豆、凤梨酥和蔓越莓西饼组成。

此外,尽管走访中未发现红木、贵金属包装的月饼礼盒,但市场中不乏走“轻奢风”月饼。这类月饼多采用“行李箱”样式,外包装材质多为PU与其他材质的拼接。如,部分门店宣称的两款“月饼中的爱马仕”,外包装乍一看与某国际品牌的经典款花样相似,产品整体重量大部分来自于外包装。



部门行动

正开展月饼市场专项整治

记者昨从无锡市市场监督管理局获悉,为保障月饼质量安全,有效遏制月饼市场资源浪费、奢靡风气、价格虚高等现象,我市市场监管部门目前正在持续开展月饼市场专项整治行动。

行动将重点聚焦月饼生产、经营环节。其中,在生产环节,督促厂家严把原料采购供应关,规范食品添加剂使用,确保生产加工过程持续合规,同时,加强对月饼包装的检查,

防止包装层数过多、包装成本过高等情况,从源头减少资源消耗和包装废弃物产生,倡导节约资源,减轻消费者负担;在经营环节,对月饼经营单位索证索票、标签标识、过期食品处理记录等情况进行重点检查,同时,检查经营单位是否明码标价,是否存在虚假标价、模糊标价、虚假折价减价、不履行价格承诺等行为,重点监管单价超过500元的盒装月饼。

(晚报记者 刘娟/文、摄)

解锁景区文创新玩法—— 两大景区推出数字藏品

本报讯 近年来,以数字藏品为代表的数字文创新业态进入人们的视野。日前,无锡太湖鼋头渚景区和灵山胜境景区相继推出数字藏品。

数字藏品走进生活

太湖鼋头渚景区推出的数字藏品名为“太湖鼋头渚·鼋渚百景”,主体以“震泽神鼋”横卧在太湖之滨的形式呈现。鼋首远眺看向未来,神鼋身前巨石上的赏樱楼独占鳌头,樱花花枝于巨石两侧向上伸展,与云雾仙气相映成趣。整体景观以仙气缭绕的意境,展现在金山托盘之上。

无锡灵山胜境发布的首款数字藏品,以梵宫内地标性景点“地涌宝塔”为原型,其源自佛教教义经典,相传释迦牟尼为弟子讲经说法时,周围出现了百花齐放的奇妙景象。藏品画面四周有被誉为圣洁之花的莲花、被称为“祥瑞灵异”的昙花、被奉为圣洁之树的玉兰,团团围绕着地涌宝塔,繁茂生长,彰显了开放的、海纳百川的、不断进行自我更新的文化艺术境界。

市文旅集团相关负责人表示,发行数字藏品的主要意义在于让更多90后、00后通过数字技术认识传统景区、传统文化,并在全面感受景区魅力的同时体会到更多价值感、科技感。

文旅融合数字转化

有网络上发起的“数字藏品用户画像”市场调研显示,数字藏品用户以80、90和00后为主,占比9成。而一线和超一线城市的用户超过6成。“好奇,然后价格也不贵,就尝试着买了一个。”00后市民小许表示,自己对于数字藏品不是特别了解,“可以支持一下从小玩到大的景区。”

采访过程中,记者了解到,除了好奇心驱使,部分市民更注重数字藏品的外观设计;部分市民认为,购买数字藏品,纯纯看的就是眼缘,外观好看才是王道;部分市民希望未来数字藏品能带来经济收益;也有市民对数字藏品表现出了“寄情于物”的特征,他们喜欢的数字藏品往往蕴含着特殊的意义。

“通过进军数字藏品领域,进一步促进了文旅融合的数字转化,加速推动文化旅游产业的创造性转化与创新性发展。”灵山胜境相关工作人员介绍,在疫情常态化时代,积极探索基于区块链的新商业模式,打开实体经济与数字经济之间的通道,将实体产业和数字技术深度融合、相互赋能,进一步提升消费者价值感与获得感。

(张颖)

新闻小词典

在“元宇宙”爆发的风口,景区、博物馆、企业、艺术家个人发售数字藏品层出不穷。

数字藏品是指使用区块链技术,对应特定的作品、艺术品生成的唯一数字凭证,在保护其数字版权的基础上,实现真实可信的数字化发行、购买、收藏和使用。