

师傅在制作月饼。记者李昊摄
海南龙泉人食品有限公司车间里。

中秋
月饼

褪去人情滤镜 回归食之本味

价格实惠、控油减糖更受消费者青睐

2026年的中秋,消费者对高端礼盒月饼的“祛魅”仍在延续。

在消费理性回归与政策调节引导之下,今年的中秋月饼市场正进一步向“性价比”“平价化”的方向展开,从“人情经济”向“食品本质”归拢。而从消费端传导到生产端,海南的月饼生产企业也将目光聚焦于产品本身,从食品而非礼品的角度围绕消费需求下功夫。

□南国都市报记者 王子遥

卸下“高帽” 月饼从“礼品”回归“食品”

记者日前走访海口部分商超、烘焙店发现,以往价格高昂、包装精致的高端月饼鲜有看到,包装简约、价格实惠的平价月饼已成为市场主流。就连部分大型酒家的定制月饼礼盒,也卸下了“高端”的帽子,开始走“快消品”路线,不再以“臻品”“奢享”自居。

艾媒咨询发布的《2026年中国月饼行业及港式月饼创新发展趋势报告》显示,2025年,已连续10年保持稳步增长的月饼行业迎来了阶段性回落,销售规模出现10年来“首降”。至于原因,从两方面便可见一斑——一是千元以上的高端礼盒销量同比大跌76%,68至200元的平价礼盒销售占比超过六成;二是相比送礼用途(42.5%),和家人分享(55.9%)及自己吃(50.4%)占了更多数。

“我们从上周起就开始对价格较高的大礼盒月饼按单补货了,尽量不压库存,只进一些本地消费者比较喜欢的平价月饼品牌,价格在30元-60元之间。”海口市秀英区月饼经销商王先生说,“来买的都是周边居民,一些顾客连礼袋都不用,一看就是拿回去自己家吃的。”

“现在消费者已经普遍接受了月饼从此前的‘送礼佳品’回归到‘节庆食品’最初的模样,这一认知一旦建立,月饼的消费属性就会发生改变。”中国商济学会副会长、自由贸易港(区)专委会会长宋向清表示,从目前的情况看,月饼去礼品化、回归食品本源的走向经过多年积累已逐步形成,不是一个短期的阶段性现象,而是消费理性回归与政策调节引导之下的长期趋势。

贴合消费趋势 企业以健康与本味拼“里子”

在月饼加速去礼品化,回归食品消费本源的背景下,诸多海南月饼生产企业也将更多资源从以往的比“面子”转向拼“里子”,不再比拼包装外观的精致考究,而是向产品本身的市场需求、选品用料等方向下“真功夫”。

全系减糖,是海南龙泉人食品结合当下月饼行业趋势在今年做出的判断——不是简单做几款低糖月饼应付了事,而是对每一款产品都在甜度上做减法。

在当下消费者消费习惯日趋健康的背景下,控油减糖已然成为了月饼生产企业的“必答题”。了;莲蓉减了糖,蛋黄就得选的更讲究,切开时得油润润的,不用齁甜也够味。”海南龙泉人食品有限公司总经理孟凡超表示,为了“全系减糖”,他们在月饼的选材用料与配比上反复推敲琢磨;除了老款月饼的“控糖”迭代外,还专门发售了全新的低糖月饼,专门为控糖人群量身打造,满足市场需求。

这也是近年来市场需求的直观体现。随着消费者饮食习惯的健康化转型,月饼消费也呈现出这一特点。京东平台数据显示,今年“低糖月饼”搜索量同比飙升320%,73%的消费者选购时会注意产品的配料表,优先选择低糖、零添加的产品。

回归食品本源,好吃始终是食品的核心。海南百家旺食品加工厂相关负责人郑渊恒告诉记者,依托《屯昌月饼》团体标准规范,该企业生产的黑猪肉叉烧五仁月饼精选屯昌黑猪后腿肉入馅,严格按照面团馅料4:6的比例制作,吃起来肉香脂香层层交融,香酥却又不腻。此外,为了让消费者吃得放心,近年来屯昌还将企业信用评价融入月饼生产全链条,让每一枚新鲜上市的屯昌月饼都有信用背书,以“信用+产业”赋能本土特色食品发展。

“荡涤以往‘比包装’‘看档次’的风气,才能将众多坚守产品本真的月饼企业释放出来,用优质的产品向市场说话。”宋向清表示,目前月饼行业正从重营销、重礼品属性向重产品、重消费者需求转变,这既符合市场经济的客观规律,也能真正地推动月饼产业可持续、高质量发展。

一口酥香 守中秋

红沙月饼的坚守与创新

南国都市报9月24日讯(记者 符彩云) 中秋前夕,三亚市吉阳区红沙社区解放街中路迎来了一年中最热闹的时候。红沙月饼制作技艺2025年入选三亚市第六批市级非遗名录,解放街中路也成了三亚知名的“月饼一条街”。30余家作坊聚集于此,这里藏着传统手艺的坚守、几代三亚人的中秋记忆,也藏着一座滨海小城,数十年市井烟火的迭代与新生。

今年50岁的李高宁,是红沙月饼第二代传承人,和弟弟一起守着从父辈手里接过的鸿兴月饼店。一家人每天早上七点半开工,揉面、炒馅、压模、烘烤,整套工序连轴运转,一直忙碌到凌晨两点。

“我们家月饼做了46年。”李高宁说,时代在变,食客口味也在迭代。最早的红沙月饼,主力口味是豆蓉与五仁。“海南人爱吃绿豆,现在的绿豆经过机器脱皮,质地更纯净细腻。”

食客如今偏爱热饼直接入口的口感,老店便在守住古法核心工艺的前提下,适配新的消费习惯。馅料依旧坚持手工炒制。豆蓉、五仁、香芋是经典口味,选料也更加严苛,五仁选用优质腰果、巴旦木,炒制之后回甘清甜,没有厚重油腻感。微调甜度,适配当代人低糖饮食需求。

近年来,市面上冰皮、网红水果等新式月饼层出不穷,这家老字号没有盲目跟风上新。李高宁有自己的坚持,“很多新品都是昙花一现,真正能留住人的,永远是老味道和好品质。”如今,店里也正在培养第三代年轻匠人,接过老手艺、守住这份不变的老味道。

李家月饼店门前,围满了排队等候取货的顾客,既有追随多年的本地人,也有慕名而来的外地游客。来自山东的苏女士订了40盒月饼,“买一些寄回老家,让父母尝尝海南的味道。”

李家原本经营一家茶楼,每年中秋前夕顺带制作月饼售卖。2013年,正式把月饼做成独立生意。坚守传统手艺的同时,这家店也在寻找创新突围的路径,贴合当下健康消费的趋势。今年新推出“五黑”口味,同时在营销方式上持续发力,不仅参加线下月饼展会,也依托抖音、视频号等线上渠道加强宣传,订单发往全国各地,高峰时日销可达3万份。

在李家月饼店负责人黄丹看来,红沙月饼早已不只是中秋限定食品。“我们希望打破中秋的时间边界,平时客人想吃也能买到,还能作为伴手礼,让外地朋友带走这份属于红沙的甜香。”

“红沙月饼名气越来越大,平时不少外地游客专门过来,也给我们小店添了人气和生意。”红沙社区商户符女士说道。

随着互联网打破地域壁垒,线上下单、快递邮寄成为常态,红沙月饼的香气,飘向全国。

负责红沙片区快递收寄的林师傅介绍,中秋前一周是月饼寄递高峰期,他日均收取散单百余票,合作商家单日订单最高可达两三百票,包裹寄往广东、黑龙江、内蒙古、新疆等地。

每到中秋季,整条老街商户抱团发展。谁家店铺原料短缺、订单扎堆赶不出货,同行之间会互相搭手。邻里互助的氛围,让这条老街的烟火气格外动人。热闹的月饼经济也为本地居民带来了大量就业岗位。

不过,时节限定的业态属性也成了一道现实难题。如何打破季节桎梏,解锁常态化发展路径,擦亮本土非遗金字招牌,为红沙月饼的长远发展,留下了值得持续探索的新课题。



三亚市吉阳区红沙社区解放街中路,市民在选购月饼。记者 符彩云 摄