

极简、文创还是浮夸？……月饼包装成商家营销、朋友圈晒饼热点

今年的月饼包装你站哪一队

临近中秋，除了一直以来的口味之争，月饼包装成为商家营销、朋友圈晒饼的热点。记者调查发现，今年的月饼包装极简风回潮并成为主流，“网红”月饼的包装凸显文化创意。与此同时，虽然一些地方严查过度包装，但市场上“小饼配大盒”的“土豪式”包装依然存在。

不重包装重口味 极简渐成主流

作为中秋节的应时食品，月饼一度“变味”成为人情腐败的载体，包装豪华动辄数千元的“天价”月饼屡见不鲜。近年来，随着党风廉政建设深入人心，月饼逐渐回归正常的食品属性和市场规律，越来越多的消费者更加重视口味，极简包装回归并渐成主流。

从8月下旬开始，贵州省人民医院职工食堂的门前就排起了长队，抢购闻名当地的“省医月饼”。这一热销月饼分两种包装：散装的每斤45元，塑料盒装的每斤50元。

在上海南京路的几家老字号店铺，近来常常有购买鲜肉月饼的市民排长队，有的甚至要排一个小时。虽然商家也提供礼盒装的月饼，但多数消费者会选择散装月饼，用纸袋或者塑料袋直接带走。好几位排队的消费者都说，“我只在乎味道，包装越简单越好。”

北京老字号“义利”门店销售人员表示，“自来红”等畅销口味

的月饼都以散装形式出售，今年的年轻消费者特别多。

北京稻香村负责人介绍，今年中秋节计划产量近4900吨。散售袋装月饼为7元至15元不等，月饼礼盒大多在100元至200元区间。

中国焙烤食品糖制品工业协会日前发布的2019年全国月饼行业发展趋势报告显示，今年月饼行业在包装上以盒装为主，简装和散装产品预计占据20%到30%的市场份额。

四川省社会科学院社会学研究所研究员胡光伟认为，极简包装是大势所趋。在经历了前些年浮夸的过度包装之后，月饼包装已趋于理性，“既因主管部门的严查严管，也因为消费者更加理性。”



文创月饼成年轻人新宠 是否涉嫌过度包装引争议

今年，宫廷范儿的故宫月饼以及各大互联网公司推出的“高颜值”包装月饼，刷爆朋友圈。

记者调查发现，“文化创意”包装成为月饼营销重点。今年，故宫推出了别具“故宫美学”风格、古色古香、用浮雕锦盒、古绣圆盒包装的月饼。网红品牌喜茶的月饼礼盒采用怀旧包装并饰以小兔子卡通形象。某著名咖啡店则推出了与某奢侈品牌联名设计的月饼礼盒，售价1380元，从外观上看就是一个女士皮包。打开之后，里面有白瓷杯、彩色釉瓷香炉或是丝巾等。相比之下，月饼更像是赠品。

在受到追捧的同时，这类文创包装也引发了争议。有消费者质疑：附加包装的价值已经远远大于月饼，销售主体变成华丽包装本身，是否属于过度包装？但也有消费者认为，相比于毫无实际用途，用硬纸盒、红绸缎堆砌的“土豪式”包装，文创包装不仅好看，还可以用作收纳盒长久使用，不会产生浪费，应该不算过度包装。

胡光伟认为，包装是为内容服务的，无论如何不该让包装成主角，月饼反而成为配角。

中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌律师说，消费者购买昂贵包装的文创月饼要特别注意，如果月饼本身出了问题，消费者可以依照相关法律得到赔偿；但如果作为包装的手袋、木盒等出了质量问题，而购物票据上写的只是“月饼”，消费者可能面临维权难。

据新华社

中秋节假期

全国口岸日均出入境人数 将达到193万人次

记者12日从国家移民管理局获悉，据国家移民管理局分析评估，2019年中秋节假期全国口岸日均出入境人数将达到193万人次，同比增长1.6%。

北京首都机场、上海浦东机场、广州白云机场、成都双流机场等大型空港口岸出入境客流增幅明显，预计日均出入境人数将分别达到8.5万人次、10.9万人次、5.4万人次、2.1万人次，分别同比增长3.1%、2.2%、17.4%、3.8%。毗邻澳门陆地口岸出入境客流增幅较大，预计拱北口岸日均出入境人数将达到41.3万人次，同比增长10%。毗邻香港陆地口岸出入境客流整体平稳，预计罗湖、福田、深圳湾、西九龙站口岸日均出入境人数将分别达到24.8万人次、13.5万人次、11.7万人次、6.5万人次。

国家移民管理局已部署各地边检机关严格落实“两公布一提示”工作要求，科学预测、及时发布本口岸出入境客流情况，备足执勤警力，科学组织勤务，积极引导广大出入境旅客安全有序出行。国家移民管理局提醒广大出入境旅客，出行前请仔细检查本人及同行人的出入境证件，密切关注口岸客流变化和通关状况，尽量避开高峰时段出行。通关过程中如遇困难，可随时向现场执勤的民警寻求帮助。

据新华社

铁路中秋小长假运输启动

预计发送旅客4600万人次

据中国国家铁路集团有限公司消息，铁路中秋小长假运输正式启动，9月12日至9月15日，全国铁路预计发送旅客4600万人次，同比增加360万人次，日均发送1150万人次，增长8.5%。

其中，9月13日为客流最高峰，预计发送旅客1370万人次，比去年高峰日增加138万人次，增长11.2%。铁路部门加大运力投放，加强乘降组织，提升服务质量，努力满足旅客出行需求，使旅行体验更美好。

9月12日，中秋小长假运输第一天，全国铁路预计发送旅客1150万人次，同比增加165万人次，增长16.7%。

为精心组织此次中秋小长假运输，努力满足旅客探亲、旅游等出行需求，国铁集团各单位统筹安排运力，强化站车服务，打造安全、有序、温馨旅途。铁路部门提示广大旅客朋友，小长假期间各大火车站客流较大，已通过互联网、电话成功预订车票但尚未取票的旅客，请尽量提前取票，并携带车票及与票面信息一致的有效身份证件，提前到车站办理验票进站手续，以免耽误行程。

据中新网

文旅部提醒：

如遇旅游纠纷可拨打12301

2019年中秋节、国庆节将至，文化和旅游部提醒广大游客：提高安全意识，加强自我防范。要关注旅游、外交、气象、交通等部门发布的出行提示，谨慎前往交通、治安、卫生、气候条件不利的旅游目的地，可选择错峰出行或非热门旅游目的地等。

文化和旅游部提醒广大游客，一是关注出行提示，做足行前准备。关注旅游、外交、气象、交通等部门发布的出行提示，谨慎前往交通、治安、卫生、气候条件不利的旅游目的地，可选择错峰出行或非热门旅游目的地。合理规划出游线路，选择有经营资质的旅行社、酒店、游乐场所和有营运资质的交通工具。

自驾游出行前，仔细检查车况，并检查相关证件、保险是否齐全有效，确保行驶安全。掌握必要的安全知识、急救常识，准备必要的常用药品，建议购买旅游意外保险。出境游客还应充分了解目的地法律法规、宗教文化传统、风俗习惯及我驻该国使、领馆地址和联系电话等。如遇旅游服务质量纠纷，及时拨打全国旅游服务热线号码“12301”进行维权。

据中新网

市场仍存过度包装

60多元月饼装进礼盒卖三五百元

临近中秋，北京市民刘洋收到一个月饼礼盒：6块巴掌大的月饼，装在一个篮球大的六边形三层大礼盒里。取出月饼，刘洋把一堆纸盒、纸板扔到楼下垃圾站，发现类似的月饼礼盒堆满了几个垃圾桶。“这样的包装太浪费了！”她说。

2010年4月1日，我国实施《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》国家标准，要求糕点类包装层数应在3层及以下，包装空隙率不超过60%；除初始包装之外的所有包装成本的总和，不应超过商品销售价格的20%。全国包装标准化技术委员会秘书长王利介绍，月饼的包装适用于这一国家标准。

经仔细计算，刘洋提供的月饼礼盒包装空隙率超过85%，明显高于国标的60%，属于过度包装。

过度包装除了造成浪费，还直接拉高了产品价格。在北京前门大栅栏商业街，一家店铺的销售人员介绍，同样9块月饼，单买只需要几十元，如果有包装，价格则从100多元到200多元不等。

一位多年从事月饼销售的业内人士介绍，过度包装月饼的利润空间很大。“月饼的成本10元，礼盒的成本不到10元，装在一起可以卖80元甚至卖200元。”

在某电商平台上，记者查询到很多专门销售月饼包装盒的店铺。一位店主表示，一套单层纸盒价格10元至20元，单层铁盒、木盒20元至30元，双层以上的40元至60元，提篮式礼盒价格为68元。“一般来说，几十元的普通月饼装进提篮礼盒，就能卖300元至500元。”店主说。

日前，广州市市场监管局对月饼过度包装进行专项监督抽检。相关负责人介绍，对不符合国家强制性标准的生产者下达责令改正通知书，并进行约谈，同时要求下架产品。

有专家表示，对于过度包装，现行国家标准过于宽松。根据中国包装联合会提供的数据，德国的包装条例规定，凡包装体积明显超过商品本身的10%，以及包装费用明显超出商品的30%，就应判定为侵害消费者权益的“商业欺诈”；日本的包装新指引规定，容器内的空位不得超过容器体积的20%，包装成本不应超过产品售价的15%；韩国关于产品各种类包装方法的标准规定，糖果点心和药品的包装空间不超过20%，并将过度包装物品视为违法行为，最高会被罚款300万韩元。

王利介绍，2010年开始实施的《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》国家标准，距今已近十年，目前已开始进行修订。