



“鲜肉”打头阵， 月饼正当时



中秋渐近月饼热销 散装“四大金刚”最受宠

劳动报记者 陆燕婷 / 摄影 王陆杰

9月13日，是一年一度的中秋佳节。眼下，上海市场各类月饼已开始进入热销季。豆沙、奶椰、五仁、莲蓉都是上海市民偏爱的“四大金刚”，散装月饼则是喜爱实惠的食客所争相购买的目标。

老字号首推“小鲜肉”

真老大房的咸蛋黄鲜肉月饼、泰康的鲍汁螺蛳月饼、第一食品的乳酪鲜贝月饼、三阳的苔菜月饼……走在南京路上，各大老字号的“小鲜肉”香气四溢。记者了解到，月饼季早自今年6月已开启。老字号推陈出新，可谓“尊古不泥古，创新不失宗”。

去年中秋节是9月24号，今年中秋节是9月13号，日期提前了整整12天。业内人士指出，今年由于天气原因，受七月中旬连日的暴晒以及台风的影响，今年鲜肉月饼的销售高峰期相比往年来得较晚，在八月中旬后逐渐进入高峰。

“经典的鲜肉月饼以及腌笃鲜月饼，从今年4月就在南京路的沿街窗口开始售卖。加上今年的新品种，共计有9个品种，从今夏6月10日起开售。”新雅市场部副总监毛勇告诉记者，今年的现烤月饼，从数量到质量，都堪称历年之最：8款品种新品迭出。涵盖了经典口味的鲜肉月饼、腌笃鲜鲜肉月饼和大虾芝士鲜肉月饼、Q心爆浆细沙月饼三款“网红”，另有今年新推出的烤鸭鲜肉月

饼、沙茶菌菇牛肉月饼、黑松露鲜肉月饼、蟹粉鲜肉月饼。

其中有几款新品颇受追捧。记者了解到，一款为烤鸭月饼，沿袭老字号的招牌菜“广式片皮鸭”，将皮酥肉嫩、肥而不腻的整只烤鸭拆卸，连皮带肉掺入津甜的面酱，再独具匠心地将京葱油炸后，拌入馅料。油炸至金黄的京葱，避免了入口的异味且葱香扑鼻。另一款也是新雅的招牌菜肴“蚝油牛肉”的延伸，制成了沙茶菌菇牛肉月饼。而黑松露鲜肉月饼，则贯彻了新雅一贯的“海派粤菜文化特色”，将名贵的西式原料纳入中式的美食，是“中菜西做”的典范之作。黑松露独特的香气，使鲜肉月饼的口感更为奇妙、丰满，让更多年轻、追逐时尚的食客流连忘返。

“今年，新雅对传统口味的鲜肉月饼作了口味微调，酱香味道更重了，更适合上海人的口味。同时调整了腌笃鲜鲜肉月饼的馅料比例，笋丁的颗粒更标准化，含量更高，使整体口味更趋鲜香爽脆。”毛勇告诉记者。

广式散装逐渐热销

“节令食品也是大众消费，简装、平价更受市民追捧。”杏花楼总经理助理智静向记者指出，今年中秋比去年提前，月饼销售本周起刚刚开始进入热销状态。“散装食品更加实惠，以豆沙、奶椰、五仁、莲蓉为主的‘四大金刚’深受市民喜爱。今年月饼的价格基本与去年持平，散装品种中，还是以豆沙最为热销。”

秉承一贯品质的同时，加以改良提升，广式月饼执着于每一份原料、每一道工序，守护着细腻精致。尽管距离中秋还有20多天，但散装广式月饼的销售已经渐入高峰期。在第一食品商店内，各品牌月饼柜台已经陈列而出，放在柜台最前面的都是散装月饼，这对市民和游客来说更为实惠。

市餐饮烹饪行业协会秘书长金培华告诉记者，月饼市场“小鲜肉”打头阵，但传统广式月饼仍是主流，每个品牌都有自己的强项，占据市场的6成左右。

“沿袭了近两年的‘典’‘雅’‘匠’‘尚’四大系列，今年月饼季，共计有26款产品。不管是新锐尝鲜人群、商务顾客还是嗜好月饼的‘忠粉’，都能找到最适合的那一款。不过，每年销量最好的，还属传统‘四大金刚’的散装月饼。还有一款‘黑莓’是今年新品。”毛勇指出，老字号的广式散装月饼强项

各有不同，如新雅的椰蓉月饼、上等五仁月饼，又如杏花楼的细沙月饼，市民可根据自己的口味及喜好来选择。“市民对食品保质期关注度较高，对月饼的生产日期也较为敏感。”

传统“四大金刚”的制作，看似简单，实则并不简单。人称“月饼泰斗”的糕点制作名师宋泰来，在制作椰丝馅料的糕饼时，就喜欢用紫铜锅将生椰丝炼制成熟，经紫铜锅精炼成熟的椰丝，不仅保持淡黄的色泽不变，而且香味更加浓郁，口感更为细腻。

中西合璧跨界创新

“新不掩旧，雅不避俗”。“古法手作”精品月饼，从选料到工艺再到包装，都体现着老字号对于品质近乎苛刻的标准。比如今年，新雅以白莲双黄为主打的“五福之尊”，精选湖南“寸三莲”，莲蓉透明如薄纱，蛋黄金黄似圆月，每只都是187.5克的“大身材”。而前两年颇为流行的“流心月饼”今年依旧红火，例如巧克力流心、芝士流心奶黄、晶沙流心、巧克力流心脏脏脆……有别于香港美心流心蛋黄月饼，沪上老字号品牌的“流心馅料”也不输。

“制作馅料时必须一边不断研磨1小时，一边加热至65-75℃，馅料越细越能流动起来。原料则大多来自国外，

包括新西兰黄油、法国卡仕达芝士粉、韩国砂糖、爱尔兰淡奶油等。为了使奶黄的香味更足，新雅选用产自洞庭湖的蛋黄，粒粒金黄，保证最佳口感。”毛勇向记者指出。

除了传统口味，创新月饼口感筋道、咸甜适中，酥香中又带着几分韧劲。同为老字号的沈大成，继去年推出网红爆款“麻辣小龙虾”月饼后，今年则升级推出了可以“拉丝”的“芝士龙虾月饼”，玩起了“中西合璧”。而老字号杏花楼则选择“牵手”可口可乐，杏花楼研发出了绿豆纤维月饼，可口可乐则推出了纤维+汽水，通过不同的组合，“联名”亮相。

沪整体销售量或增5%

“在工业化大批量生产的今天，传统月饼仍讲究‘古法手作’。一丝不苟、用心手作。”记者了解到，以新雅为例，去年月饼季的销售数据创新高，而杏花楼去年的月饼销售收入则突破5亿元。

中商产业研究院《2018年中国月饼行业市场发展前景研究报告》显示，根据2015年-2017年月饼市场年均复合增长率达到9.4%的预测，未来5年，我国月饼市场规模年均增速会保持在8%左

右，而到2022年，该品类市场将会成长为突破200亿。

金培华告诉记者，今年是月饼的“小年”。从销售来看，今年上海月饼销售数量较去年略微增长，增幅约在5%左右。广式月饼与鲜肉月饼的市场占比约为“六四开”，销售仍以“老字号”较为集中。“百姓偏爱平价美食，散装销售增加，而盒装产品也偏爱简装。平均消费在200元左右。”智静指出。