



民生调查

本报记者 张钰芸

距离今年的中秋节不足一个月,承载着中国人味蕾记忆的月饼已经大量上市。中国焙烤食品糖制品工业协会发布的《2023年中秋月饼行业趋势》显示,今年整体产量、销售额同比将有5%左右的增长。从线上到线下,“月饼大战”烽烟已起,老字号、新品牌今年又有哪些新招?从传承到创新,从烟火气到二次元,小小一枚月饼透视出消费复苏的新活力。

破圈

「种草」新生代消费群体

“先简单科普一下,以免有玩家不清楚是怎么回事。杏花楼是上海很著名的糕饼店,中秋月饼基本上是以广式为主。”

今年7月,在第十八届中国国际动漫游戏博览会的开幕当天,中华老字号杏花楼和游戏《明日方舟》官宣,将推出一款联名产品。上述这段话,就是满怀期待的二次元爱好者在网上发表的“合理推测”。

百年杏花楼,是老上海人的情怀。但对于“95后”“00后”来说,熟知度就没有那么高了。如何打入年轻消费群体,是杏花楼始终在思考的问题,而这一次的大胆尝试成功了。

8月30日10时,双方的联名款“祝冰轮”月饼礼盒上线预售。短短15分钟,预售买家超过5000人。随后的6天内,3万个限量礼盒更是销售一空,成为杏花楼在今年“月饼季”中销售速度最快的礼盒。

如此火爆的销售场景,让杏花楼副总经理智静连呼“想不到”。“杏花楼不是第一次跨界联名,但这一次是真正破圈了。”她说,近年来,为了扩大品牌影响力,杏花楼先后和稻香村、雀巢、阿华田等食品行业的老字号牵手,也与故宫、敦煌等文化品牌联名,但此次与《明日方舟》的合作,让20岁到35岁的年轻人真正走近了老字号。

记者看到,游戏中的女性角色陈晖洁、林雨霞、诗怀雅突破“次元壁”,不仅出现在铁盒包装上,而且每一个月饼上也印着她们的形象,“杏花”和“琼楼”等元素的融入,则更添中秋团圆意味。在口味上,入选的月饼均是经典的玫瑰豆沙、奶油椰蓉和蛋黄莲蓉,并未启用桃山皮、奶酪芯等网红元素。

“几个月前,我们主动找到了杏花楼合作,这三个口味是双方讨论后定下来的,因为我们的初衷就是致敬传统文化,拓宽新IP的商业路径。”作为促成这次合作的背后推手,上海炫动汇展文化传播有限公司副总经理曹隽告诉记者,广式月饼工艺复杂,烘焙时很考验火候,为了确保出品,双方反反复复测试了几十个模具版本,在杏花楼制饼大师的监督之下,才保证了最终大货的高完成度。

上世纪80年代开始,杏花楼的嫦娥月饼礼盒就承载着几代人的儿时记忆。香甜的月饼吃光了,精美的铁盒却一定会保留下来,变成家里的零食盒、针线盒。而在今年,“Z世代”也把“祝冰轮”铁盒作为游戏周边收藏了起来。这样的轮回让智静颇为感慨:“在知名IP独特传播渠道和消费力的加持下,联名能够更精准地引发年轻消费群体的关注,焕发老字号的新生力。今后我们要更勇于尝试新事物,携手新伙伴,‘种草’新生代消费群体。”

和二次元合作、挖掘老字号资源、坚持传统匠心制作

月饼出圈 微创新渐入佳境



新雅的五仁金腿月饼吸引了不少年轻消费者,邵万生的糟香鲜肉月饼受到老顾客的欢迎

本报记者 陈梦泽 杨建正 摄

传承

百年制饼技艺微创新

除了突破“次元壁”的跨界之举,上海的诸多老字号品牌还坚持着守正创新,在自己拿手的领域里精益求精。小小的一枚中秋月饼,凝结着他们的独到匠心。

“我们研发了整整两年。”今年中秋前,新雅的研发团队拿出了一款比脸还大的月饼,足足有750克,一只月饼就是一个礼盒,摆在店里弹眼落睛,前来询问的顾客不断。“这是根据制饼泰斗宋泰来的手稿,创新研发的蚝皇金腿五仁叉烧月饼,因为肉感十足,被消费者昵称为‘广式肉月饼’。”

新雅相关负责人告诉记者,曾经在新雅工作直至退休的“月饼泰斗”宋泰来,总结出了几十张手书的月饼配方,是新雅最宝贵的“秘笈”。两年前,研发团队拿出“叉烧蚝皇月饼”的配方,在经典的基础上加入全新创意,但在制作工艺上却坚持传统,从原料制作到拌馅、制皮、包馅、压模等都是纯手工。

“新雅的五仁金腿月饼广受喜爱,因此我们以酒香馥郁的五仁为基底,除了火腿之外,还加入了新雅特色叉烧,既保留了五仁月饼坚果层次

丰富的特色,又有叉烧、火腿的鲜香口感。整款月饼咸鲜而回味微甜,肉含量超过30%,推出后很受年轻消费者的喜爱。”

记者走访市场发现,在现烤月饼领域,今年老字号的创新少了脑洞大开,多了精准施策,在自己最擅长的领域进行微创新。例如以粤菜见长的新雅,不仅在广式月饼中加入叉烧,也把它包进了现烤月饼中,经过腌制和烘烤的梅花肉鲜嫩多汁,带来入口微甜而多汁的体验。

上海稻香村的鸭肫肝最为出名,今年它携手泰康食品,将稻香村非遗技艺与泰康鲜肉月饼手工技艺相结合,联名打造全新的“爆汁肫肝月饼”。已经尝鲜的市民告诉记者,与传统鲜肉月饼相比,这款新品很有嚼劲,口味更是鲜上加鲜。

邵万生的糟香鲜肉月饼同样是发挥自己的特色,内馅采用自家特级糟卤和新鲜猪肉混合制成,外皮则是用精选面粉和猪油制作而成,品尝时既有外皮的酥脆,又有内馅的鲜美和糟香。

微创新不仅在口味上,还在产品形态上。原来每逢中秋节,南京路步



行街和淮海中路上总要排起几条长队,等候鲜肉月饼新鲜出炉的市民游客成为一道独特的风景线。为了让消费者免于排队之苦,今年不少老字号推出了鲜肉月饼生坯,在家就能享受现烤美味。

例如,新上市的光明邨鲜肉月饼生坯保持了与线下门店一样的原料和工艺,每只克数也和线下门店产品一致,可以高度还原门店现制现售月饼的口味。邵万生、泰康、真老大房等老字号也纷纷带来月饼生坯,触网销售。叮咚买菜则表示,平台上的自烘烤月饼销售额占到了整个月饼品类的四分之一,每天能卖出2000多盒,随着中秋临近,销量还在不断上升中。“和其他城市相比,上海人买得最多的散装月饼就是西区老大房自烤鲜肉月饼。”

初心

那一口小时候的味道

“这是我小时候吃过的味道。”网红月饼这么多,但对于很多老上海人来说,最能勾起他们回忆的还是那个朴实无华的老月饼。临近中秋,从松江老城鲜肉反烧、浦东川沙的鲜肉月饼,到金山亭林的猪油夹沙月饼,“小时候的味道”让不少人趋之若鹜。

水油面团包入一块油酥面团,双手借巧力充分揉搓,重复折叠27叠后,拧成一块块粗条坯子。将坯子擀薄,裹入当天现做的鲜肉馅,搓圆后轻轻一压,一只模样玲珑的鲜肉月饼

就成形了。

在松江草庐酒家的厨房内,每天凌晨三四时,点心师傅们就忙碌开了,先将当天买来的新鲜夹心猪肉洗净后制成肉馅,再打糕头、揉面。待到食材备齐后,七八位点心师傅围在一起,双手一刻不停顿地做起了月饼。清晨6时,第一批鲜肉月饼出炉开售,油香、肉香、面香扑鼻而来,让等候在外的市民更加急切。排队购买的热闹场景一直持续到天黑。

“我们的肉馅不放酱油、生姜,就放点盐、味精和葱,吃得出新鲜的味道。”草庐的师傅告诉记者,在松江,鲜肉月饼被叫作“鲜肉反烧”(右上图),大概是因为烘烤过程中要翻转一次两面烤透。临近中秋节,除了周边居民,坐两小时地铁或驱车前来的市民也不少,有的人甚至会一口气买50只、80只月饼,带回去分给亲朋好友。

“给我两盒鲜肉反烧。”昨天中午,换了两辆公交车的徐阿姨赶到草庐酒家的门口,买了20只月饼。她说,这是带给家里的老人吃的。“我们以前住在附近,前两年跟着女儿搬到了



市区,但每逢中秋都要回来买点月饼,老人就喜欢这个味道。”

创立于光绪年间的东林食品则是金山的本土味道。朴实无华的小小门面,在中秋月饼季里带来独有的猪油夹沙月饼,至今还沿用传统的纸卷包装,价格也与往年持平。上海亭林东林食品有限公司经理盛凌轶介绍,“猪油夹沙”馅由糖猪油和赤豆沙组成,都是自制的。“糖猪油要选厚度适中的猪板油,剥去油衣,切成均匀小块后,依照配方放入腌缸用糖腌制,密封保存两个月后才能开封使用。”

“猪油夹沙月饼味道最好,而且其他地方基本买不到了。”市民陈先生说,小时候外婆会熬猪油,吃一口猪油渣特别香,更别提猪油加豆沙制成的月饼了,算得上儿时的“奢侈品”,因此他每年都会买回去全家分享。如今这款金山非遗美食又到销售旺季,基本上午出炉,下午就卖光了。浓浓香味里,是难以割舍的烟火气。



■ 杏花楼“祝冰轮”月饼礼盒畅销