

热点时评 >>

江德斌

“创新月饼”为传统文化注入新生机

随着中秋佳节临近，一年一度的“月饼大战”再次打响。国潮文创月饼、减糖无油月饼、异形月饼、螺蛳粉月饼……不少商家在创意、健康、造型、口味上下足功夫，试图撕掉传统月饼重油重糖、款式陈旧、口味单一等“脸谱”，多元创新以触达年轻一代。

近几年，文创月饼、各互联网企业月饼、各大高校月饼在网络社交圈中赚足眼球，说明月饼不再是单纯的食品，具备文化属性，可以通过文化创新来激活消费欲望，也符合年轻消费者自我表达的价值诉求。“创新月饼”打破了传统月饼的固有印象，通过增添多种创意设计，赋予了潮流元素，给传统文化注入了新生机，使月饼赢得年轻人

的青睐，得以更好地传承传统文化。

月有阴晴圆缺，人有悲欢离合。在各大传统节日里，中秋节的文化韵味最深厚，蕴含着千百年来中国人的离愁别绪、期盼团圆的浓烈情结。无论人在天涯海角，只要到了中秋节，吃上一块月饼，欣赏到天上的圆月，都会产生强烈的思念之情，这就是传统文化的力量。月饼作为中秋节的应节食品，已成为不可或缺的传统文化符号，在市场经济的浪潮推动下，月饼亦走向了商品化的道路，由传统到潮流，由单一到多元，这也是市场发展的必然趋势。

传统月饼流传千年之久，外形、材料、制作工艺、口味等均已定型，有一批忠实的

拥趸，销售自不在话下。在市场上，每年销量最大的也是传统月饼，说明其基础稳固，并不愁卖。不过，传统文化需要由一代代来传承，要不断吸引年轻人主动接受和传承传统文化，延续文化血脉。而传统月饼对年轻人来讲，恰恰显得过于落伍，重油重糖、款式陈旧、口味单一等“脸谱”标签，早已不适应年轻人的新潮品味了。

显然，月饼需要做出一定的改变，打造新的“脸谱”，吸引年轻消费者。如今，各地推出的“创新月饼”大获成功，用料、外形、口味、包装设计等都有了全新的变化，将月饼由传统应节食品带出来，赋予了更多的文化价值属性，抓住了年轻人的心。

可见，这样的创新符合时代发展潮流，赋予了月饼更长久的生命力，让年轻人主动接受，愿意去触摸、品读传统文化，进而喜爱传统文化。

“创新月饼”的内核没有改变，创新的是其它外在元素，这就使得传统文化得以凝聚，没有脱离文化范畴。时代一直在变化，传统文化亦非一成不变，也会随着时代发展而不断适时增减内涵。近年来，月饼、汉服、文创等均出现了创新变化的趋势，这是可喜之事，表明传统文化没有停滞不前，而是积极拥抱时代变革潮流，商家主动了解年轻人的消费需求，开发出更多适应新时代的品类，将传统文化一代代传承下去。

据新华网

有话直说 >> 老穆

“套娃”月饼“味”不正 简约淳朴才更“香”

中秋节临近，月饼消费市场逐渐升温，各种包装精美的产品也涌入市场。青海省消费者协会近日发出倡议，消费者在挑选月饼时应积极践行绿色低碳的消费理念，更多选购简包装、轻包装月饼。(新华社9月15日)

近年来，在厉行节约、反对浪费号召下，中秋月饼逐渐回归食品属性。然而，追求豪华外观的过度包装现象仍在招摇，不少月饼“观赏”价值大于食用价值。

央广网披露，市场上月饼“大盒配小饼”现象较为普遍，很多包装价值超过月饼本身。北京晚报记者调查发现，今年月饼市场乱象仍然不少，售价600元左右的月饼礼盒，其实是一款蓝牙音箱，里面只有一块月饼；1200多元的礼盒里，月饼只有4小块，真正的主角是红酒和茶叶；有的月饼整整包了五层，形似“套娃”。

月饼是中秋节的“主角”，象征团圆和收获，还有合家欢乐、幸福美满的寓意；作为传统节日的常用食物，月饼也是人们迎来送往的首选。但长期以来，月饼制作追求新奇特、“高大上”，包装讲究奢华的现象饱受诟病。

月饼过度包装弊端很多。一方面，增加了消费者的支出，明明盒内只有五六块月饼，成本不过二三十元，但经一番“豪华”包装，一盒月饼少则上百元、多则上千元，被人戏称为“买盒子送月饼”。另一方面，“反客为主”的月饼礼盒不仅增加了消费者负担，还造成资源浪费，增添了大量垃圾、加重了污染，与绿色、低碳的时尚格格不入。

月饼好吃不好吃，不在于包装，而在于口味和质量。时代进步了，食品注重包装无可厚非，但包装要适度，否则就“变味”了。

如今，厉行节约全民共奉，环保理念深入人心，推广绿色消费、简约包装，多些朴素美味的亲民月饼，少些过度包装的豪华月饼，才符合公众对绿色生活方式的追求，也更能体现传统节日的“原汁原味”。

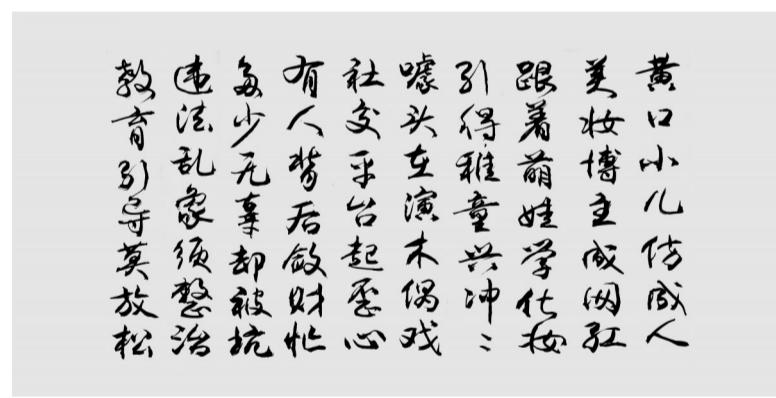
抛去华而不实的“里子”，剥掉虚荣攀比的“面子”，让月饼保持团圆温馨的“味道”吧。



幽默一刀

朱慧卿/画 穆亮/诗

“坑”娃



有感而发 >>

天歌

中秋月饼多点文化韵味也挺好

中秋将至，今年月饼吃出新玩法，“有文化”的月饼不断刷屏。众多博物馆加入文创月饼的制作中，“镇馆之宝”纷纷化为造型别致的月饼，新华书店甚至推出“识字月饼”。(9月8日《扬子晚报》)

任何一个传统节日，都要既坚持传统的文化内涵，同时又不断地追求创新，唯有如此，才能既满足现代人的需求，又让传统节日得到延续和传承。节日是如此，附着于传统节日的节令性美食，同样如此。马上就是中秋节了，市场上的月饼琳琅满目，很多人发现，今年的中秋月饼，不但在馅料、外观上多种多样，而且充满了文化韵味，变成了“有文化的月饼”。

举几个代表性的例子，新华书店推出的“字典月饼”，月饼表皮上印着生活中并不常见的“生僻字”，包括甥(jiàng)、蹀(méi)、恣(zì)、裔(wěi)、彊(yí)、杳(qǐ)……让不少网友感叹，吃个月饼

也能“长知识”。这样的跨界尝试，可以通过月饼刻字这种易学易懂的方式，寓教于乐，让消费者认识并记住这些难念难记的文字，同时也赋予月饼不一样的文化内涵，可以说一举多得。

在赋予月饼这一传统美食以文化韵味这件事上，全国各地的博物院、博物馆等文博单位表现突出。金陵饭店与南京博物院首次打造联名款月饼“锦绣金陵”；苏州博物馆今年联手260多岁的苏州老字号松鹤楼，推出“中秋对月”礼盒。故宫博物院和国家博物馆更是当仁不让，纷纷推出包含自己馆藏文物、镇馆之宝元素的月饼礼盒。

我们不否认这些“有文化的月饼”的推出，有市场与经济角度的考虑，但是这些文创月饼的出现，确实令人眼前一亮、耳目一新。传统的中秋美食不但可以看、可以吃，还可以学习传统文化。换言之，

现在的中秋节月饼，不但颜值很高，口感多样，还具备了丰富的文化内涵，这是对传统节日内涵的一种继承、发展与弘扬，值得肯定。

“有文化的月饼”，也特别适合中秋节的氛围。一家人边吃月饼边赏月，这是中秋佳节的“保留节目”。如果面前摆着一盘文化味十足的月饼，大人可以一边分享月饼，一边给孩子讲讲月饼上的文化典故、历史故事，岂不是和中秋节的氛围十分搭配？说到底，月饼也是传递文化的重要使者，各类文创月饼百花齐放、争奇斗艳，这也是传统文化融入当下生活的媒介。

当然了，最后也需要提醒一句，再有文化韵味的月饼，最终也还是为了吃，所以月饼产品一定不能光有颜值、光有文化，而产品的口感、卫生、质量没有保障，如果那样，就是本末倒置。

据新华网