

遏制“天价”月饼，营造良好社会风尚

日前，国家发改委、市场监管总局等四部门联合发布《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》（以下简称《公告》）。这是有关部门在对30余家企业开展成本调查后，认真剖析“天价”月饼的具体表现形式和深层次原因，广泛听取各方面建议，形成的《公告》。这份《公告》直击消费痛点，具有现实针对性，对促进行业健康发展具有指导意义。

月饼是积淀中国传统文化内涵的一种中秋节美食。近年来，有个别企业炒作月饼价格，“天价”问题时有发生，且有反弹迹象。比如，添加名贵馅料、追求过度奢华包装、混合销售高价商品等，致使月饼背离了传统文化本源，助长了奢靡浪费，带偏了社会风气，甚至可能异化为腐败的载体。因此，遏制“天价”月饼，于消费者、于市场秩序、于社会环境都大有裨益。惟其如此，才能让月饼市场更加规范有序，使绝大多数月饼价格更加贴近市场需求。

月饼本质上是食品，理应回归传统食品属性。大部分消费者购买月饼，为的是口味、品质，而不是“贵的面子”“靓的包装”。从这个意义上说，消费者的价格需求，决定了仅仅凭借“高价”“天价”，很难赢得市场。生产经营者应该把精力、资源投在产品提升上，把主业、主责放在食品安全上。

小小月饼物美价廉，行业发展才能健康持续。多年来，相关部门频频出手治理“天价”月饼乱象，不仅仅是要降低一盒月饼的价格，让老百姓买得起、吃得好，更是站在消费需求、市场秩序的角度，立足长远发展、规范行业标准，引导从生产、包装到销售的产业链在理性轨道上平稳发展。不妨把不必要的包装用在精选食材上，给不必要的“捆绑销售”祛除虚火，让月饼的“礼品思维”重回“食品思维”，如此对行业而言，才能更加合理定价、合规经营，也更加能懂得如何在法律法规、国家标准许可范围内以良性竞争来赢得市场地位、维护市场秩序。

进而论之，以月饼为切入点，推动月饼等大众消费品回归传统文化本源，释放出提倡节俭、反对浪费的鲜明信号。月饼被贴上“天价”的标签，无形中散播奢靡之风、造成浪费之实，不重质量的价值而重包装的“颜值”致使资源浪费，不重实际需求而重送礼能不能被“看得起”影响社会风气，不重日常食材的精心制作而重珍稀食材的“过度添加”助长奢靡浪费。凡此种种，皆非传统文化中“去甚、去奢、去泰”的价值取向，也不是当今时代倡导践行的绿色生活方式。应该说，遏制“天价”月饼，既是引导经营者合理定价，更是引导人们观念之变，惟有形成广泛社会共识，方能有利于形成良好社会风尚。

顽疾非一日之痛，治理也非一时之功，重在常抓不懈、久久为功。下一步，相关部门要继续坚持市场化、法治化原则，加强多方协同，常规监管与重点监管相结合，制定细化具体监管要求，划出清晰监管红线，进一步明确生产、销售的行为边界，以综合性、系统性举措打出“组合拳”，把“天价”打下来、让品质提上去，让消费者更满意、市场更规范。相信随着月饼包装去繁从简、价格去虚从实、质量去粗从精，人们一定会吃在嘴里甜在心里。