

聚焦 推动高质量发展 深化全方位转型

更高的生产标准、更新的文创产品、更火的营销方式，今年的运城月饼市场——

“新”字当头 “新”意盎然

本报记者 李星星

又一年，中秋将至。

又一年，月饼上市。

中秋节吃月饼的习俗源自古老而美好的传说，并随着时间推移成为人们心中根深蒂固的民族文化。承载文化元素的月饼逐渐加载了食品、商品、文创产品的多重属性，并催生周期性显著、供需关系多变的月饼市场。在这个市场里，月饼生产企业、销售平台、消费者都扮演了无比重要的角色。

在中秋佳节到来之际，记者走进我市多家月饼生产企业、商超，通过实地采访，切身感受我市月饼市场展现出的独特活力。

生产有了新标准

天上月圆，人间团圆。

临近中秋节，月饼迎来产销旺季。运城市福同惠食品有限公司的生产车间已经满负荷运行，员工们一边加紧生产，一边忙活销售。

走进福同惠公司生产车间，扑面而来的是阵阵浓郁、香甜的月饼味道，十分诱人。在洁净、恒温的环境下，工人们忙碌地进行着和面、包馅、压模、烘烤、包装等工作。

只见烘烤车间内，轨道烘烤机和旋转烤炉隆隆作响，一个月饼经过烘烤后，个个圆润金黄、浓香四溢。包装车间内，工人们正快速有序地将月饼分类包装，等待出厂。

“从7月下旬开始，我们就加班加点生产，至今已有近50天，日产量接近10万块。中秋节临近，月饼也迎来销售高峰，来自经销商、企业、商超的订单不断。”福同惠车间主任吕红兵说道。

月饼市场具有销售期短、市场集中、短期量大的常态化特征，其生产和销售具有非常明显的周期性。

福同惠是中华老字号品牌，距今已有上百年的历史。福同惠公司则是运城食品行业的领军企业，对月饼的生产流程和生产的时间节点十分熟悉。

据吕红兵介绍，每年月饼生产周期不到2个月，集中销售在20天左右。今年，从农历七月下旬开始，福同惠公司的月饼就进入市场，并随着中秋节的临近数量逐渐增多。

“我们会提前向市场投放部分产品，可以说是暖场，能提升福同惠月饼在消费者心中的影响力。在生产时则需要严格把控产量，一般先按照往年平均产量的60%进行生产，临近中秋节再根据经销商、企业、商超采购订单进行生产，最大限度满足市场需求。”吕红兵告诉记者，“尽管生产周期短，但月饼产值可占公司年总产值的一半。”

从福同惠公司月饼的产值占比可以估计，我市中秋月饼市场规模正随着居民消费力的提升持续扩大。然而，月饼市场想要更加健康有序则需要相关政策的严格规范。

近年来，在国家持续强化食品安全社会共治的政策方针指导下，关于月饼质量安全的政策法规陆续出台，包括《关于遏制“天价”月饼、促进行业健康发展的公告》《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》(GB 23350-2021)以及从今年4月1日起正式实施的《月饼质量通则》(GB/T 19855-2023)等。

吕红兵告诉记者：“公司在《月饼质量通则》发布后就多次组织技术骨干参加全国烘焙制品



图① 三馨食品有限公司员工在包装月饼，准备交付订单。

图② 福同惠食品有限公司的员工在店铺内通过网络直播，把产品销往全国各地。

图③ 福同惠食品有限公司的员工在加紧生产中，供应节日市场。

本报记者 金玉敏 摄



标准化技术委员会的线上贯标培训，公司上至总经理、下至工人都要学习新标准。尽管通则今年刚开始实施，我们已经按照新标准严格规范生产，比如我们已经在月饼包装上明确标注主要馅料成分含量，让消费者吃得放心、安心。”

产品有了新属性

在我市中秋月饼市场，有像福同惠公司这样底蕴深厚的“老字号”企业，也有初入月饼赛道的新选手，他们凭借着对月饼市场的敏锐观察，以文创月饼为切入点，辅以最全面的互联网运营方式，获得了喜人的市场成绩。运城市三馨食品有限公司就是这样一家企业。

提到三馨食品，很多人熟悉的是其生产的关公大宴饺子、包子、馄饨等速冻食品。其实，

早在三年前，三馨食品就开始入局中秋月饼市场。

“第一年做月饼，公司赔了10万元，第二年基本持平，今年公司在月饼口味、产品包装等方面不断调整，并牢牢将关公及运城的其他文创元素融入月饼生产中，希望能以新产品、新创意占领市场，我有信心今年的销售额能达到300万元。”三馨食品总经理任光孟说。

三馨食品的生产车间内，机器轰鸣，工人在加紧赶制月饼；成品仓库里，色彩鲜明的“关公礼月”、制作精良的“河东锦绣”等文创类月饼礼盒格外引人注目；厂区大院内，车辆排队等待着将订购的月饼装车。

“关公礼月在包装上突出了关公的形象，让人一看就知道是咱们运城的月饼。月饼有蛋月烧、广式、水果等口味，可以自由选择搭配，价格也很亲民。我们今年想给供应商和客户送些有运城特色的月饼，直接订购了200份。”一位前来

订购月饼的客户告诉记者。

的确，月饼除了是食品、商品，也是中秋节的“社交硬通货”，这一新属性是三馨食品做文创类月饼的出发点。

任光孟注重文创，更加注重以互联网思维运营。他深知，在新媒体快速发展的当下，只有褪去传统营销思路，打造品牌，以更富有文化气息、更年轻的形象拥抱互联网，才能真正贴近消费者。为了做好月饼营销，他邀请了不少本地网红进行现场直播。

采访过程中记者注意到，任光孟一刻都没有闲着，他一会给客户介绍产品，一会解答客户疑问，一会帮客户搬月饼。

面对记者的好奇，任光孟说：“虽然公司事情很多，但我近一周都在月饼成品仓库帮忙。我要跟客户面对面，了解客户需求，也要让客户知道咱们文创类月饼的途径，这样我才能知道通过直播等方式宣传有没有用。最近客户很

多，都是看了短视频直播过来的，每天能销售2000盒月饼。”

在任光孟的食品产业蓝图里，月饼是重要角色，但“三馨小吃一条街”才是终极目标。在这条“小吃街”上，小馄饨、鲜粽子、水饺、包子及“叮小煮”速食缺一不可。三馨食品正立足关公故里区位优势，以关公大宴品牌为基础，借助品牌影响力布局整个食品产业。

销售有了新亮点

福同惠建立自有直播团队，多个抖音账号同时直播自家产品，品牌知名度不断提升；

三馨食品邀请主播“小胖和妈妈”，进行中秋宠粉福利专场直播，让更多人了解关公文创类月饼；

……

全新的营销方式正给中秋月饼市场带来全新的客户群体，让我市月饼生产企业可以走出运城，走向全国。

福同惠公司总经理刘跃告诉记者：“从2019年开始，福同惠公司就一直在搭建自己的直播团队，如今整个团队有十余人，直播卖产品上了正轨。以前，卖月饼靠经销商、超市、商店，现在增加了新渠道，我们福同惠的月饼也能走得更远，知名度更高。”

福同惠公司的直营店内，前来选购月饼的顾客络绎不绝，一位主播正拿着一枚掰开的蛋月烧月饼，向镜头前的观众讲解月饼的馅料和口味，丝毫不受来往客流的影响。“已下单”“京东能送到村吗”“拍了，加急发货”……直播间内观众留言不断。

“临近中秋节，来选购月饼的顾客越来越多，现在店内每天能销售几千单，线上每天销售额超过1万元，销量很好。”直营店店长说。

除了直播，福同惠公司也通过运营企业公众号，采用多种电商销售模式，线上销量逐年增长。今年5月，福同惠公司与“东方甄选”合作，几分钟时间什锦糖果销售达5万元；6月12日，与“辉同行”合作，5天累计销售8万多单，销售额超150万元。

任光孟则表示，关公文创类月饼销量节节攀升说明直播能带来更多精准客流，未来公司将会持续拓展营销方式，关注热点、关注互联网动向，用全新的营销方式引领企业创新发展。

直播赋能，让中秋月饼市场焕发了全新的活力。与此同时，线下市场同样火爆。

在中心城区荣河1+1生鲜超市星河店，各式各样的月饼礼盒已经成为食品销售区域的“主角”。包装精致、品种多样的月饼分类码得整整齐齐，吸引了不少市民驻足挑选。“最近买月饼的顾客越来越多，有自己买的，也有公司团购的，每天能卖上百盒。”超市工作人员说。

沃尔玛超市则聚焦“健康”“大牌家常菜”“灵感新生活”“极致价值感”4个维度，为顾客打造差异化的月饼及其他中秋节商品，吸引了不少顾客前来选购。

综观我市中秋月饼市场，“新”成为关键词，全新的生产标准、全新的文创产品、全新的营销方式正在消费理念日趋理性和成熟的当下，激发着中秋月饼市场的独特魅力。

运城市税务局以企业涉税需求为抓手，助力企业抢抓节日商机——

中秋月饼更添香甜“税滋味”

本报记者 余果 通讯员 上官通

相思渐浓处，又是中秋节。随着中秋佳节的临近，承载着“阖家团圆”美好愿望的小小月饼，又迎来了销售热潮。针对月饼销售旺季，国家税务总局运城市税务局以企业涉税需求为抓手，在落实税费优惠政策、提升税费服务水平等方面多维发力，助力企业抢抓节日商机，让中秋月饼更添香甜“税滋味”。

税惠“加码” 老字号增添新实力

近年来，山西永和闻喜煮饼食品股份有限公司为满足多元化市场需求，坚持创新、寻求突破，在传统煮饼的基础上，不断开发和拓展新产品，相继推出红豆、绿豆、蓝莓、山楂等多种口味的月饼，颇受消费者的欢迎。

“从刚成立时的小作坊发展为集研发、生产、销售于一体的现代化企业，税务部门始终与我们一路同行。”公司负责人胡滨感慨道，“税务部门定期对我们开展纳税申报、发票开具等涉税事项辅导，让我们能腾出时间安心经营，创新生产更多受年轻消费者青睐的产品。”

据悉，为助力老字号企业焕发新活力，闻喜县税务局主动靠前服务，建立企业涉税需求清单，精准梳理企业应享税费支持政策，深入企业问计问需，提供“一企一策”个性化纳税服务，详细讲解申报享受流程，制作电子税务局及手机App操作视频，确保经营主体知政策、会操作、能享受，助力老字号企业“新”意盎然。

走进天津市福嘉昌食品有限公司生产车间，记者看到员工们正忙着赶制月饼，香油和面、精调馅料、手工包制、模具成型……一缕缕醇厚浓郁的饼香扑鼻而来，一屉屉新鲜出炉的月饼令人垂涎，生产车间一派繁忙景象。

“月饼生产销售具有较强的季节性，中秋节前一个月是月饼生产销售的高峰期。不光订单量增大，发票的需求量也随之增加，多亏‘税

务管家’及时上门辅导，大大提高了开票效率，真是帮了我们的忙啊！”该公司总经理武敏告诉记者，从7月下旬开始公司就全力生产月饼，目前，两条生产线满负荷运转，40余名员工轮班上阵加紧生产，每天能生产1500公斤月饼，整个生产季预计生产7.5万公斤月饼。

公司财务负责人柴小娟告诉记者，企业及其直营店近两年享受了月销售额10万元以下免征增值税、小微企业所得税减免共计18万元。“别看减免的税款数额不大，但对于我们生产旺季只有三两月的小企业来说，这些‘真金白银’就是我们用好料、用足料的底气。”柴小娟表示。

服务添“香” 小月饼闯出大市场

建厂30余年的运城市风陵渡东风食品厂以月饼、点心、糕点和面包等为主营产品，制作方法十分考究，在芮城县乃至晋陕豫黄河三角洲地区的特色产品中都占有一席之地。适逢中秋将至，东风食品厂风陵渡各大销售网点更是人头攒动，供不应求。

近年来，芮城县税务局根据企业销售形势和特点，选派业务骨干，主动上门服务，普惠性宣传和面对面个性化辅导相结合，帮助企业应

知尽知、应享尽享税费优惠政策。同时，深入征求企业意见、了解企业诉求、化解潜在涉税风险，助力企业扩大生产，产销两旺。

东风食品厂负责人刘桂元表示：“税务部门主动服务，先后为我们办理税费优惠近20万元，我们觉得非常暖心，还给我们提供了许多宝贵的建议，对我们企业的经营和发展起到了积极的作用。”

在永济市迎宾路，一家名为大白兔西饼屋的店铺前早早便排起了长龙，短短十几分钟，新出炉的月饼就被一扫而空。为支持个体月饼商家迎战销售旺季，永济市税务局组织青年税务干部“点对点”上门辅导，问需解难并送上定制优惠政策红包，为中秋月饼增添“新滋味”。

大白兔西饼屋已有28年历史，每到中秋节，该店纯手工打造的口味独特、造型新颖的大白兔月饼是不少永济市民的“心头好”。

“为拓宽销售渠道，我们还开通了线上直播，在直播间介绍每款月饼的馅料、特色，让消费者在家里动手手指就能挑选心仪月饼。刚才税务人员告诉我说，小规模纳税人减免增值税优惠政策延续到了2027年，减免的税额帮助我们这种个体工商户减轻了生产经营压力。我们对今年月饼的销售情况信心更足了！”大白兔西饼屋财务负责人李丽高兴地说。

据了解，为落实落细支持小微企业和个体

工商户发展税费政策，永济市税务局聚焦纳税人缴费人急难愁盼问题，不断擦亮服务品牌，拓展“非接触式”办税缴费方式，在推进办税缴费智能化、个性化、便利化上见实效，实现“政策找人”，有效提升“便利享受”体验感。

驻村帮扶 答好乡村振兴“必答题”

中秋节将至，走进夏县虎庙岭农业开发有限公司的月饼制作车间，员工们正忙着发面、制作馅料、蒸制月饼，这种以传统方式与新型制作融合的模式生产出来的月饼香气四溢，香甜可口，与一般的月饼不同。

创新的背后，是税费政策红利的有力支持。“我们作为小微企业不太了解最新的税费优惠政策，多亏了税务部门的精心服务和税费支持，国家税费优惠政策不仅给了我们一个安心舒适的发展环境，也加大了我们企业敢闯的劲头。”夏县虎庙岭农业开发有限公司负责人杨旭霞介绍，“从8月份开始，我们的订单一天比一天多，目前已接到北京、太原、三亚等地礼盒订

单。”

夏县庙前镇虎庙岭村是夏县税务局的包联帮扶点，为发展该村主导产业，助力乡村振兴，2022年成立“夏县虎庙岭农业开发有限公司”，并创建“禹桥”牌花馍品牌，充分利用山区独特自然资源和丰富人力资源，制作纯天然、健康安全、老味道的花馍。值得一提的是，该公司针对传统的中秋节研究制作高水平、高品质的月饼系列产品，在国家税收优惠政策支持下不断做大做强，声名远播。

夏县税务局相关负责人表示，要充分发挥税收职能作用，推动税费政策落实落地，在税收宣传、需求响应、政策落实、精细服务上持续发力，驻村帮扶工作队要职能定位清晰，敏锐捕捉百姓需要，多解决实际问题，普惠施策与个性化突破相结合，以税收优惠政策和便民措施服务好特色产业乡村振兴“必答题”。

桂子月中落，天香云外飘。“下一步，将不断发挥我市税务部门职能，聚焦特色产业、产业发展需求，在落实各项税费优惠政策和精细服务上持续发力，助力我市月饼产业发展壮大。”市税务局相关负责人说。