

低糖、低GI、植物基、药食同源……

今年中秋月饼“瘦身”又“减糖”

中秋将至,月饼市场悄然升温。日前,人民日报健康客户端记者走访北京多家商超和烘焙门店发现,今年月饼货架与往年大不相同——低糖、小份装产品被摆放在醒目位置,地域特色口味和猎奇新品也占据了不小的陈列空间。



消费者在一家大型商场月饼销售专区选购月饼(CFP供图)

从“节日刚需”转向“品质享受”

走进北京市朝阳区一家超市的月饼专区,销售人员正忙着补货。“这两天来问得最多的就是‘有没有低糖的?甜不甜?’现在几乎每个品牌都出了减糖款。”她指着货架上一排月饼介绍,今年老字号多用木糖醇、麦芽糖醇替代蔗糖,还配了燕麦、杂粮饼皮,“血糖高的人想尝个鲜,都会先来问清楚”。

记者注意到,100克以上的大月饼已不多见,货架上以50~85克的小月饼为主。销售人员介绍,不少人拿月饼

当下午茶零食,一次一枚刚好,50克/枚的迷你款单价3~5元,最受欢迎,每天下午都会出现选购小高峰。正在挑月饼的上班族贾女士说:“以前整盒买吃不完容易浪费,现在散装能多选几种口味,很方便。”

社交媒体上,年轻消费者更关注月饼的外观是否“拿得出手”。有网友买到心仪的月饼,直言“美到舍不得吃”,还有人觉得多数月饼吃起来差别不大,“我宁愿选漂亮一些的”。

业内调研预计,2026年我国月饼市场整体规模将达到290亿元,消费需求从“节日刚需”全面转向“品质享受”,消费者对产品健康属性的关注度持续攀升。京东平台“低糖月饼”搜索量同比上涨320%,73%的消费者选购时会翻配料表,优先选择“低糖/零添加/药食同源”标签的产品,60~80克迷你装销量上涨25%。低糖、低GI(升糖指数低)、植物基、药食同源(陈皮、茯苓、黄芪、山药、黑枸杞等)已从“营销噱头”变为上架门槛。

专家教你怎么健康吃月饼

面对市场上琳琅满目的月饼,消费者该如何选、怎么吃?北京电力医院营养科主任营养师崔军给出了几点建议。

别被“无糖”误导。标注“无蔗糖”不等于无糖;标注“无糖”不等于不升糖。无糖通常指不含蔗糖,但月饼皮的面粉、馅料中的淀粉和油脂进入人体后照样会转化为葡萄糖。购买时,要重点看配料表和营养成分表,优先选配料表短、脂肪和碳水化合物含量相对低的产品。

控制分量分着吃。一块100克的月饼热量约400大卡,相当于3碗米饭,全部消耗掉需要慢跑40~60分钟。建议每次只吃1/8到1/4块,一家人分着吃。小份装是不错的选择,但也不要一人独享。

特殊人群选对种类。糖尿病患者血糖控制达标(空腹小于7毫摩尔/升、餐后2小时小于10毫摩尔/升)才能少量吃,优先选无糖款,不空腹单独吃,搭配蔬菜和富含蛋白质食物,并减少当天主食和食用油摄入。糖醇敏感、容易腹胀腹泻的人,要避开配料表里“木糖醇”“赤藓糖醇”排位靠前的产品。心脑血管疾病、高血脂症、肝胆疾病患者,尽量选脂肪含量低的月饼,少吃蛋黄、肉馅料。

注意时间,晚上不宜吃。吃月饼最好放在两餐之间作为加餐,搭配无糖茶水或新鲜蔬菜,延缓血糖上升。晚上人体代谢减慢,尽量不吃,以免加重消化系统负担,影响睡眠。(任报)

相关报道

市场监管总局开展月饼专项抽检 安全状况总体稳定

据新华社电 记者21日从国家市场监督管理总局了解到,中秋节前夕,市场监管总局组织开展月饼专项监督抽检。抽检结果显示,合格率为97.67%,月饼产品安全状况总体稳定。

据悉,本次专项抽检覆盖全国31个省(自治区、直辖市)的商超、批发市场、餐饮商家及热门网络平台,随机抽检传统月饼、餐饮自制月饼和新兴冰淇淋月饼300批次,涉及118个品牌216家月饼生产企业。

检验项目覆盖群众关心的菌落总数、大肠菌群、霉菌等微生物指标,色素(柠檬黄、胭脂红、亮蓝)、甜味剂(糖精钠)、防腐剂(苯甲酸、脱氢乙酸)等食品添加剂指标,以及酸价、过氧化值等质量指标。同时顺应消费者日益增

加的健康饮食需求,对宣称“0糖”“0反式脂肪酸”的产品进行了抽检。抽检发现的主要问题包括:个别产品超范围超限量使用防腐剂、着色剂,酸价等质量指标不达标以及营养声称不符合

标准要求。

对于抽检不合格月饼,市场监管总局已要求有关省级市场监管部门及时开展核查处置,督促涉事企业下架、召回不合格月饼,严控食品安全风险。

上半年四足机器人全球出货量近3.5万台

“机器狗”加速冲刺“进厂”

本报讯 曾经频繁出现在科技展会、短视频和舞台表演中的四足机器人(俗称“机器狗”),正在加快进入安防巡逻、工业巡检等领域。

9月21日,研究机构Counterpoint Research发布的最新数据显示,2026年上半年,全球四足机器人出货量已接近3.5万台,其中四成来自行业应用,中大型四足机器人装备的需求有显著增长。

伴随需求结构的变化,四足机器人市场的竞争格局也开始出现分化。整体市场中,依靠文娱、科教等市场率先实现规模化的宇树科技以37%的份额排名第一;脱胎于智元灵犀产品线的智元酷拓以16.3%的份额位居第二,智身科技以12.6%的份额位列第三。但如果聚焦到行业应用市场,厂商座次已经发生变化:智元酷拓、云深处、智身科技的市场份额分别达到27.8%、26%和18.9%,宇树则为17.6%。

Counterpoint Research预测,今年全年,全球四足机器人出货量将首次突破9万台,其中B端行业应用贡献的营收规模将继续高于文娱与科教场景。这意味着,当跑、跳、翻越障碍已经不再是少数厂商才能展示的能力,四足机器人的下一轮竞争将从准的机器狗更灵活、卖得更多,逐渐转向谁能够进入真实业务场景,并持续替人“干活”。

约四成出货流向行业市场

四足机器人并不是一个新物种。早在2015年,波士顿动力就对外展示四足机器人在室内外环境下稳定行走、跟随人类慢跑以及穿越障碍物的能力。此后的十余年里,电机、减速器、传感器以及运动控制算法持续成熟,四足机器人逐渐从实验室走向商业市场。

但相当长一段时间里,这个市场首先解决的仍然是“机器人能不能卖出去”的问题。相比工业场景,科研教育、商业表演等市场进入门槛更低,产品也更容易标准化。厂商将运动控制能力和机器



9月12日,2026 Inclusion外滩大会聚焦共创AI新经济。图为一款四足机器人在展区展出。(CFP供图)

人本体做成相对标准化的平台,再交给高校、开发者以及科研机构进行二次开发,成为过去几年四足机器人比较成熟的商业模式。

这也是宇树科技实现规模化的市场基础之一。Counterpoint数据显示,2026年上半年,宇树科技以37%的出货量份额继续排名全球第一。其四足机器人出货量中,文娱、科教应用占比超过七成;不过在行业应用市场增速偏弱,其份额为17.6%,位列第四。

随着四足机器人市场规模持续扩大,该机构认为,相较于文娱、科教等市场,行业应用将成为未来的发展趋势。但进入工业场景后,市场对四足机器人的要求也明显更高,机器人不仅要“能走”,还要能够适应复杂环境,并完成特定的行业任务。

以工业巡检为例,机器人需要长时间运行在工厂、电站、矿山、地下管廊等复杂环境,不仅要求更高的耐久性、负载能力和IP防护等级,还可能需要搭载激光雷

达、气体检测仪、热成像摄像头等多类传感器。

需求已经开始反映在出货结构上。今年上半年接近3.5万台的全球四足机器人出货中,约1.4万台已经进入行业应用,工业巡检、安防巡逻、消防应急和物流运输等过去相对零散的需求,正在成为四足机器人市场新的增量来源。

这一变化也导致头部企业间的竞争正从单纯比拼本体的运动性能,转向重视垂直场景解决方案的交付能力。

在行业应用四足机器人市场中,智元酷拓今年上半年出货量位居第一,其出货约七成来自行业市场,主要覆盖工业巡检、园区巡逻等场景,海外出货占比接近四成;份额紧随其后的云深处则主要布局电力、消防应急等领域,其“山猫”系列采用轮足复合设计,以满足户外长距离巡检需求;智身科技则通过重载产品切入电力、消防等复杂作业场景,其“铜锤”系列今年上半年出货超过千台。

“会干活”的下一步是智能化

如果说过去几年四足机器人解决的是“身体”的问题,那么接下来的竞争越来越指向“大脑”。

对于一台用于科研教育或者商业表演的四足机器人来说,人可以实时控制机器人,甚至提前编写动作程序,但行业客户真正希望得到的,是机器人能够自主完成任务。

以电力巡检为例,目前四足机器人已经能够按照既定路线巡视设备,并通过视觉识别发现温度异常、仪表异常等问题,但这仍然更接近一台“会走路的传感器”。从长远看,该场景对四足机器人的期待是具备跨域感知—推理—执行的独立作业能力,即需要自己判断“去哪里”“看什么”“发生了什么”,甚至在发现异常以后决定“接下来应该怎么办”。这也是为什么感知遥控、自主导航等正在成为今年四足机器人厂商集中投入的方向。

今年7月,智元酷拓发布感知遥控模型“灵越”和自主导航模型“灵途”;进入9月,智身科技、加利略等厂商也陆续发布各自的感知遥控模型。“智能化已成为四足机器人行业的核心演进方向,也是企业构筑长期技术壁垒、打造产品差异化竞争力的关键抓手。”Counterpoint Research在报告中表示。

不过,从“巡检”到机器人自主决策,中间仍有相当长的距离。机器人偶尔一次成功完成复杂动作,与连续数月在无人值守环境下稳定运行,并不是同一个技术问题。与此同时,不同行业、不同工厂甚至不同设备之间环境差异巨大,这也意味着四足机器人仍需要大量工程化适配。

对此,Counterpoint Research称,未来四足机器人技术底座演进重点是在小脑控制层之上叠加大脑侧VLA(视觉—语言—动作模型)、通用具身模型,同时赋予四足机器人多模态感知、空间语义理解、自主任务推理与专业作业技能,提升环境理解和运动规划的泛化能力,才能够更好地应对开放环境与未知异常带来的挑战。(每经)

当前我国粮食市场保持总体平稳

粮食安全有可靠保障

据新华社电 国家粮食和物资储备局局长刘焕鑫21日在国新办举行的新闻发布会上介绍,当前,受厄尔尼诺现象和地缘冲突等影响,国际粮食市场出现不同程度波动,但是中国的粮食市场保持总体平稳,中国的粮食安全有可靠保障。

刘焕鑫说,从生产来看,我国粮食生产韧性较强、产量稳定。近年来,随着各项支农惠农政策举措的落地见效,我国粮食综合生产能力稳步提升,且我国幅员辽阔,不同区域之间能够丰歉互补,粮食生产稳定性较强。自2015年起,我国粮食年产量稳定在6.5亿吨以上,2024年首次突破7亿吨,2025年达到7.15亿吨,人均粮食占有量超过500公斤,高于世界平均水平,这为保障国家粮食安全提供了坚实的物质基础。

从储备来看,我国粮食储备体系完备、机制健全。经过多年发展,我国已建成包括政府储备和企业储备在内的粮食储备体系。“十四五”时期,粮食储备规模结构持续优化,布局更趋合理,保障能力稳步提升,全社会粮食库存消费比远高于17%至18%的国际粮食安全警戒线。如果市场出现异常波动,可通过储备吞吐来调节粮食供求关系、稳定粮食市场。

从加工来看,我国粮食产业链条完整、实力雄厚。近年来,我国粮食产业发展势头良好,呈现加工能力足、覆盖范围广、保障能力强的特点。目前,全国各类粮食加工企业有2.4万家,粮食企业年工业总产值超过4万亿元。面粉、大米、食用油等成品粮油加工能力充足,能够满足全国人民生活消费需要。

工信部:一体化推进优质中小企业——“选种、育苗、培优”

据新华社电 记者日前获悉,工业和信息化部将加快构建促进专精特新中小企业发展壮大机制,一体化推进优质中小企业“选种、育苗、培优”,加强对初创潜力企业识别,把那些埋头搞技术、专心做产品的优质企业主动发现出来。

工信部当天召开中小企业圆桌会议,围绕健全优质中小企业主动发现机制,提升精准服务水平听取意见建议。工业和信息化部负责人在会上说,将完善优质企业梯度培育体系,推动培育服务从“坐等申报”为“主动上门”;要持续完善法律政策,优企培育、助企服务体系,推动中小企业高质量发展。

上述负责人还提出,企业要坚定不移走专精特新发展道路,持续加大研发投入,勇于向关键核心技术发起攻坚。要深耕细作主业,把产品做精、把工艺做透、把服务做优。要在固基强链中彰显独特价值,瞄准产业链供应链“卡点”“堵点”,为提升产业链供应链韧性和安全水平作出更大贡献。

快递继续反内卷

多家公司在部分地区上调快递价格

本报讯 快递“反内卷”成效加速释放,随着旺季将至,新一轮地区涨价开启。记者从知情人处获悉,近日包括中通、圆通、申通、韵达以及极兔等快递公司发布通知称,自9月20日零时起,所有网点和合作客户的快递服务费率(江苏地区)统一上调不低于0.1元/票。

此外,上述公司在安徽区域的快递服务价格也于9月20日零点起迎来上调,在原执行价格基础上单票统一最低上调0.15元,本次调整适用于所有发件客户寄递服务。

业内人士向记者指出,此次快递服务费上调是针对网点和合作客户,不会影响个人寄快递价格。

具体来看,申通、圆通和极兔在上述安徽地区价格调整的通知中指出,近年来,快递行业价格长期处于亏损状态,前端价格已低于服务成本,“以价换量”难以为继;为推动行业回归理性、健康的高质量发展轨道,保障全网服务品质与网络稳定运行,公司对快递收件价格进行适当调整。

此轮涨价并非今年快递服务费的首次上调。据国盛证券近日发布的研报中指出,9月9日,河南郑州、许昌、洛阳、南阳、驻马店等多地加盟快递网点宣布启动快件调价,0~3千克出港快件每票上调0.2至0.3元,调价后合作价格不低于企业最低成本线。

快递专家赵小敏向澎湃新闻表示,快递行业此前长期深陷低水平价格竞争,量价倒挂问题突出。此轮多地快递调价,是去年以来行业“反内卷”的延续。安徽、江苏已经正式下发调价通知,义乌目前仅有内部口头通知,尚未形成公开文件。

对于此前快递价格战“烽火不断”,有快递公司内部人士曾告诉记者:“价格战持续,相当于一线人员多干20%的活,但工资只多5%或是不变。总部把压力传导给一线,一线要么自己承担,要么转行不干。此外,收入下降可能也会影响服务水平进一步下降。”也有快递公司的分公司负责人曾向澎湃新闻表示,价格持续下滑,省区一线员工工资不会低,只是分公司的利润确实也不会一年比一年高。(澎湃)