



佳宁娜联动奶龙IP推出的联名款月饼礼盒,内有奶龙盲盒。网页截图

2 月饼商家创新销售方式 力求扩大消费群体

除了产品本身,越来越多的月饼商家开始寻求更新颖、更精准灵活的销售方式,以刺激产品的销量乃至提高品牌在消费者心目中的认知。

继去年稻香村与知名单机游戏《黑神话:悟空》共同推出联名月饼礼盒且受到广泛关注后,今年佳宁娜也与知名动漫IP奶龙进行了联名,推出了多款限定联名款月饼礼盒产品。记者了解到,每个月饼礼盒内会随机附赠奶龙盲盒一个,共可抽出“你凶我”“睡觉觉”“黑脸奶龙”“DJ奶龙”等在内的6款公仔,此举也被业界视为佳宁娜拓展目标客群的举措之一,力争将消费客群从中年群体向年轻消费群体扩大。

与月饼厂商试图扩大客群相同,一些连锁餐饮乃至茶饮品牌也曾试图“跨界”参与月饼赛道,但随着消费市场大环境的变化,这一趋势也继去年之后在今年进一步放缓。记者搜索发现,曾一度“跨界”销售特色月饼的必胜客、喜茶、瑞幸等品牌,今年均减少乃至取消了月饼产品的产销;头部咖啡与茶饮品牌中,记者在海口仅搜索到星巴克仍有2款月饼产品销售,分别为358元的星巴克流金月饼礼盒以及468元的星巴克圆满月饼礼盒。

“‘跨界’月饼的整体售价是偏高的,所以在整个消费端发生一定变化后,相关企业对原本经营策略进行了调整与终止,我觉得应该还是比较精准与科学的。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,“但是值得关注的是,作为传统习俗的衍生产物,很多月饼企业也在思考如何走进新生代的购物世界当中,探索让品牌更加年轻化。其中包括包装的创新、食材的创新、情绪价值的满足以及其他的一些元素的加持等。”

中国商业经济学会副会长、自由贸易港(区)专委会会长宋向清则认为,“跨界”月饼热度的衰退,一定程度上说明了未来月饼产业的破局路径应当是从“流量狂欢”向“价值深耕”过渡。“一方面,月饼企业要强化产品创新,寻求技术突破,提倡以健康化重构品类逻辑;另一方面要强化功能延伸,比如将传统药膳理念与现代营养学结合,推出含益生菌、膳食纤维的功能性月饼;同时要做好工艺迭代,力求破解冷链配送难题。”宋向清说道。

他表示,月饼作为中国传统习俗的衍生产品,还应对文化赋能进行深度挖掘,将地方非遗技艺与月饼结合,将地域文化符号化;同时还可探索强化IP联名场景化,将消费体验仪式化,以互动形式带动更多年轻消费群体的热情与参与度,提升产品销量与品牌认知。

“从专业角度看,未来月饼市场的竞争将聚焦于文化深度、技术厚度与供应链韧性等三个重要维度。传统品牌需打破路径依赖,通过智能化改造与国际化布局实现二次增长;新品牌则要避免‘为跨界而跨界’,需以文化赋能与品质创新构建护城河。”宋向清称,“当月饼从‘节日限定’变为‘文化载体’,从‘高糖负担’变为‘健康选择’,其产业价值也将进一步实现跨越与提升。”

“轻装上阵” 主打性价比 跨界融合

月饼市场 卷出“新鲜感”

1 消费者追求性价比 百元月饼成首选

距离中秋节还有半个月左右,但月饼市场的热度已经悄然攀升。记者注意到,众多月饼商家已经开始线上线下齐头并进,大力“铺货”,其中“性价比”较为突出的百元月饼成了市场的主流;而从趋势看,瞄准年轻消费群体的“跨界”月饼今年进一步退坡,但依然有月饼生产企业通过联名等方式,探索如何走进新生代的购物世界。

南国都市报记者 王子遥

随着中秋佳节的临近,部分月饼企业已经开始铺货销售。近日,在海口市海秀东路的龙泉大院花园酒店内,以七星伴月为主打的众多款式的龙泉月饼已经摆在了酒店正门的“C位”,吸引了不少前来用餐的顾客咨询选购。

“今年我们的月饼从8月底就陆续上市,在中元节过后销量开始逐渐增加,品类包括传统的七星伴月、热带水果月饼以及迷你月饼等,价格也十分实惠,单盒价格主要集中在80-180元之间,受到了很多企业与客户青睐。”龙泉大院花园酒店相关负责人陈艳华表示,“依托传统中秋佳节,我们还推出了储值赠月饼等活动,以带动传统节日的消费氛围。”

在线下商超,礼盒装的月饼产品也多集中在100元-250元之间,其中,百元上下的礼盒装月饼比较普遍。

在海口市龙华区一家大型超市内,各类月饼产品琳琅满目。据工作人员介绍,该超市自上周陆续上架月饼产品以来,传统广式月饼与琼式月饼仍是消费者最热衷选购的月饼品类。值得一提的是,部分月饼厂商已提前启动产品的打折促销,甚至买一送一的优惠措施,以进一步抢占更多市场份额。

记者注意到,除了美心等中高端品牌与部分特色口味外,大部分月饼产品的单盒集中在80元-120元之间,其中不乏佳宁娜、迎堂、琼珍等知名广式与琼式月饼品牌产品。以琼珍为例,其酥皮蛋黄莲蓉月饼的售价68元/盒,酥皮五仁月饼的售价为63元/盒,传统琼式的口感以及亲民的价格也使得产品受到了消费者的欢迎。而从包装上,今年大多数月饼厂商选择继续走“简约风”的包装路线,多数月饼都采用了铁盒或纸盒的平价包装方式,外包装除了品牌宣传以及产品介绍外,没有过多的繁琐设计。

知名咨询机构艾媒咨询公布的数据显示,2023年抖音电商月饼价格带集中于10-50元,2024年则集中于0-10元及10-50元区间,价格带呈现出明显的下移趋势。艾媒咨询分析师认为,消费者越来越注重月饼的口感和性价比,平价月饼因其亲民的价格和满足基本口味需求的特性,销量和需求都较为稳定。



超市内销售的特色月饼。记者 王子遥 摄



部分琼式月饼产品。网页截图