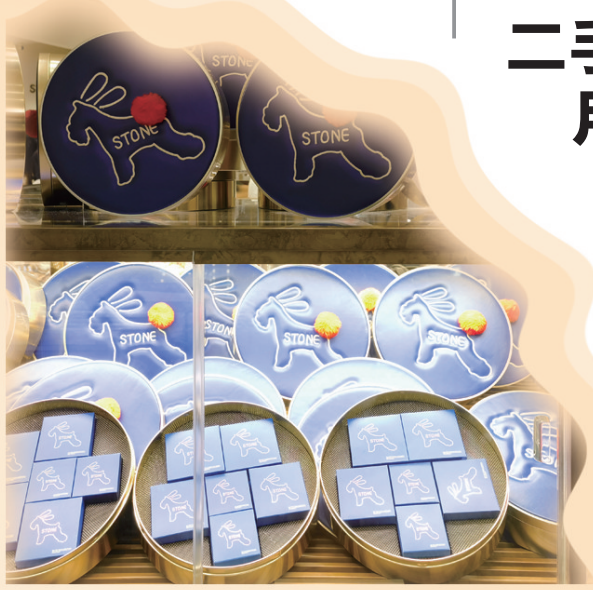


“月饼大战”也抓“悟空”流量

今年月饼市场“玩”出新花样 呈现“轻食+轻装”的消费特点

中秋佳节日益临近,“月饼大战”的帷幕已经拉开。记者了解到,岛城各大商超都在显眼位置摆放了月饼礼盒,盒马鲜生超市早在半个月前就布置了月饼摊位,摆放了不同类型的月饼礼盒近20种,各大电商平台也推出中秋月饼专属活动页面,线上线下纷纷开启预热模式。京东、淘宝等电商平台成为月饼销售的“主战场”。例如,在淘宝上搜索“月饼礼盒”,有店铺显示已经售出1万多份。抖音平台上各品牌直播间纷纷举办月饼专场,相关数据显示,近一个月,抖音平台的月饼销售额已超过5.5亿元。



IP联名月饼走俏

为了能有更好的销售量,今年“月饼大战”越来越激烈,其中,潮玩动漫IP联名月饼成为一大亮点。例如,奈雪的茶携手全球知名IP哈利·波特,于7月25日推出了“怪兽书包”月饼礼盒,定价268元。此外,迪士尼、Hello Kitty、小马宝莉等联名月饼也纷纷登场,价格在100元上下,吸引了大量粉丝的关注。



组图:青岛多家超市的货架摆满了各式各样的月饼礼盒。

与此同时,老字号品牌也不甘示弱,积极寻求跨界合作。稻香村与热门游戏《黑神话:悟空》联名,推出了“齐天揽月”黑神话月饼礼盒。松鹤楼则携手苏绣传承人,共同打造了具有文化底蕴的联名款月饼。这些跨界合作不仅为老字号品牌注入了新活力,也满足了消费者对于新鲜感和文化认同的需求。

在馅料方面,月饼市场同样呈现出多元化和创新化的趋势。今年,北京同仁堂推出中药月饼,将传统养生理念与现代食品工艺相结合,为消费者带来了全新的味觉体验。9月2日,记者来到北京同仁堂金狮广场门店,店内摆放着“五方月圆圆满愿”月饼礼盒,内有9块月饼,共6种口味,包括五仁枸杞人参月饼、玫瑰西洋参当归月饼、椰香百合山药月饼、南瓜蛋黄党参黄芪月饼、青提茉莉铁皮石斛月饼、五黑陈皮咖啡流心月饼。这个月饼礼盒售价318元,其中五仁枸杞人参月饼重200克,其他月饼均80克。除此之外,全国知名的中药企业杭州胡庆余堂今年也推出了健康养生的糖醇奇亚籽藜麦月饼。

综合电商平台是“主战场”

艾媒咨询数据显示,49.4%的消费者仍通过综合电商平台来购买月饼。为了迎接中秋节的到来,各大电商平台纷纷推出了丰富多彩的月饼促销活动。天猫平台特别推出了“好价节”,月饼以广式月饼为主,其中奶黄流心月饼、火腿月饼等备受青睐。价格方面,大多数月饼礼盒定价在100元左右,性价比较高,而美

心流心奶黄月饼价格较高,依然吸引了大量消费者关注。值得一提的是,味滋源双层提篮月饼在天猫平台上的销售表现尤为突出,近7天销量超过10万件,连续4天稳居销售榜首。

京东超市也不甘落后,推出了“赏月食饼,礼赠中秋”主题活动,为消费者提供了“每满300元减50元”的购物券,活动页面设计简洁明了,将月饼分为名品、大牌、新潮等多个类别,方便消费者根据自己的需求和喜好进行挑选。

此外,抖音平台在月饼销售方面也表现出色。在抖音月饼直播带货榜单上,零食特产类的热度持续高涨,榜单上前15名有一半与月饼相关。不难看出,短视频和直播带货也成为月饼销售的重要渠道之一。

除了传统电商平台外,生鲜电商叮咚买菜也加入了月饼销售的行列,该平台推出了创意月饼、苏式月饼等供消费者选择,并推出了限时抢购优惠券等优惠措施吸引消费者。

“迷你”月饼受青睐

今年,月饼市场呈现出“轻食+轻装”的消费特点,从包装到饼体都变得更加轻盈,“迷你”月饼成为热门产品。相较于适合家庭分享的大月饼,小月饼更适合日常食用,同时,“迷你”月饼的包装

简约环保,价格也更加“亲民”,满足了消费者的需求。

记者对岛城多家超市进行了探访,发现今年散装“迷你”月饼的种类明显增多,不少顾客在逛超市时会特意在小月饼区停留,挑选一些便于携带的“迷你”月饼。与此同时,月饼包装也变得更加简约。记者了解到,目前市场上月饼礼盒的价格大多为70元至220元,而平价月饼礼盒在60元以下,曾经动辄500元以上的“天价”月饼礼盒,如今已基本退出了市场。

中国焙烤食品糖制品工业协会公布的信息显示,由于今年中秋节的销售周期相对较短,市场竞争变得更加激烈。在这样的背景下,消费者的购物行为也更加理性,不再盲目追求高端奢华的月饼礼盒。据预测,今年中秋节的月饼产量将达到30万吨,销售额约为200亿元,与去年相比基本持平或略有下降。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,随着消费理念的不断更新和升级,消费者对于月饼等节日食品的需求已发生变化,他们不再仅仅满足于产品的外在包装和品牌价值,而是更加注重产品的内在品质和健康属性。因此,未来中国月饼市场将朝着高品质、大品牌的方向发展,以满足消费者日益增长的多元化需求。同时,这也将为月饼行业的转型升级提供新的动力和机遇。

市场观察

二手交易平台月饼券热销

中秋节临近,闲鱼等二手交易平台上悄然兴起了“月饼券热”,大量月饼兑换券竞相登场,这些兑换券以低于酒店及蛋糕店售价的优势,吸引了很多消费者。

面对诱人的价格,不少市民心中不禁产生疑问:为何凭借一张低价的月饼券,就能轻松兑换到售价不菲的月饼礼盒?这些月饼券又从何而来?为解开这一谜团,记者在網上与多个月饼券的卖家进行了交流。

通过沟通,记者发现一些卖家是酒店或者蛋糕店的“分销商”,他们通过向上游店家购买大量礼券,获得议价能力,赚取差价。“在酒店或蛋糕店买的礼券数量越多,折扣就越大。”一位卖家告诉记者,他以超低的折扣一次性购买了600张月饼券,因此以6折的价格售卖月饼券也“有得赚”。

在竞争激烈的市场条件下,买这么多月饼券不会亏本吗?闲鱼上一位卖家告诉记者,他有一批固定客户,所以才敢大量“囤券”,并且他购买的月饼券都是知名度较高的酒店发售的,比如威斯汀酒店、希尔顿酒店等,销量有保证。同时,卖家还告诉记者,月饼券这类商品的时令性比较强,因此风险很大,卖不完肯定会亏本,所以会动员身边的朋友帮自己卖月饼券。

除了上述情况,还有部分卖家的月饼券是酒店用来抵账发放的。一些酒店由于无法按时付清供货商的货款,而选择用月饼券作为“账款”,但这种情况不太常见,更为常见的是酒店员工或合作商为了完成月饼礼盒的销售任务选择在二手交易平台上进行售卖。记者在二手交易平台上看到,青岛香格里拉大酒店有一款名为“圆月香情”的月饼礼盒,原价238元,在二手交易平台上仅售120元,卖家的主页上标明了出售的原因是“完成任务”。价格为何这么便宜?卖家告诉记者,“因为我和酒店有业务往来,每年有指标,所以低价出售。”

此外,二手交易平台上还有个人转卖月饼券的情况,这些月饼券的来源一般为单位发放的福利或者亲友赠送。与前述几种情况可以接受团购不同,这种个人售卖的月饼券一般只有一张或者两张,有的卖家为了尽快出手会以很低的价格售卖,幸运的买家甚至会以4折或者更低的价格买到月饼券。

本版撰稿摄影 观海新闻/青岛 早报记者 于倩