

今年月饼大战有何特点 重内在瘦包装

颜值 花样百出,个性多元并重

一改传统月饼清一色的烘焙黄色外形,近年来,月饼商家们在月饼形状上也早就放弃传统单一的方形或圆形,这两年更是逐渐走上新消费赛道,盲盒、文创、国宝熊猫等国潮月饼创意五花八门,改以祥云、如意、玉兔、牡丹、醒狮、星星等各种包含国潮元素形状的高颜值月饼吸引眼球,似乎只有你想不到的,没有商家做不到的。

“为了吸引消费者,迎合时下年轻人‘颜值即正义’的消费观,如今的月饼市场已经越来越‘卷’了。”销售月饼多年的梁女士表示,近几年的月饼早已突破了节令食品的单一属性,成为年轻人自我意志的载体。“很多年轻人在朋友圈里晒出的月饼,不仅要适应当下多元社交场景,还要有文化个性表达。如今的月饼,更像是一种具社交属性的商品。”

梁女士告诉记者,随着人们文化自信日益提升,国风逐渐成为一种流行的文化浪潮,不少国潮品牌、国风产品席卷消费市场。不少老字号也在实施“互联网+”战略,或与时尚品牌联名合作,重点转向线上销售,包装上也会倾向偏爱国潮元素。

口味 别出心裁,注重健康养生

黑芝麻月饼、石斛月饼、辣木籽月饼、陈皮月饼、橄榄月饼……近年市场上涌现出一批“药膳”养生月饼,纷纷打起了绿色、健康的牌子。暂且不讨论这些月饼有没有功效,但从一个侧面反映出,时下人们的养生意识越来越强,而市场也在不断地迎合消费者。

“我们今年推出的‘南方有月’黑芝麻系列月饼,馅料以黑芝麻为核心,内含小麦、杏仁、豆沙以及其他有益的营养物质,也是为了迎合时下不少消费者的养生理念,追求润发、养颜等效果。”南方黑芝麻月饼销售人员表示,如今注重饮食健康的年轻人和老年人越来越多,所以商家也更注重这部分消费者的需求。

虽然传统的伍仁叉烧依旧是最受老饕们欢迎的“主打产品”,但不少商家已开始迎合年轻人的消费喜好,不断推出个性、时尚的新产品、新口味。一些主打无糖、无油、低糖的月饼备受年轻人及养生人士青睐。

此外,不少商家还别出心裁地推出了一些奇葩口味的月饼,如方便面味月饼、辣条月饼、芥末月饼、臭豆腐月饼、老干妈月饼、生椰咖啡月饼、杨枝甘露月饼、榨菜月饼……由此看出,各路商家在这场硝烟四起的“月饼战场”上已是各显神通,脑洞大开。

价格 波动不大,百元内受青睐

除了外包装及口感,月饼的售价也是各商家“争战”的又一重头戏,“价格方面,虽然原材料和人工连年上涨,但我们的成品价格并没有做出调整,比如最受消费者青睐的经典款——陆川叉烧大月饼售价与往年一样,但材料依旧是精选伍仁及陆川土猪,品质始终如一。”一月饼生产商家负责人介绍。

“跟以往比,我们这两年都针对消费者的需求开发了一些新系列的月饼,而新系列的月饼整体价格做了下调。为了回馈老顾客,并打破市民以往对月饼‘好吃,但有点贵’的印象,现在到花40元左右的价格也能买到1盒1斤装的高品质月饼。”上述负责人表示,长假推出一系列爆款的产品,价格亲民,但品质始

中秋佳节临近,一年一度的“月饼大战”再次打响。作为中秋节的传统食品,商家们在月饼上下的功夫可谓内外兼修,紧跟消费者需求积极推陈出新,无论是口味还是颜值都使出洪荒之力。国潮文创月饼、减糖无油月饼、异形月饼、生椰咖啡月饼……不少商家在创意、健康、造型、口味上下足功夫,试图撕掉传统月饼重油重糖、款式陈旧、口味单一等“脸谱”标签,但无论怎样变化,传统的月饼仍是消费主流。



老品牌月饼依旧是消费者首选

终如一。

今年月饼市场大多品牌不管是散装月饼还是推出的部分盒装月饼,其售价都与去年的售价大抵相当。“有的品牌同样的口味分简洁装和礼盒装,以此满足消费者的不同需求。”一家超市的销售人员称,目前价位在百元以下的月饼较受消费者青睐,“包装简洁、经济实惠的老品牌依然是不少消费者的首选。”

市场 传统馅料,占据消费主流

“虽然市面上的月饼品种很多,但我还是喜欢吃伍仁叉烧月,一口咬下去,就觉得这才是中秋节的味道。”市民钟先生表示,无论时光怎样流转,月饼传承的不仅是一种味道,更寄托着一种情感,承载着一种传统,能让人们在熟悉的味道里追寻逝去的时光。

传统伍仁叉烧月饼仍是消费主流。“今年主推的仍是招牌陆川叉烧大月饼,还有伍仁叉烧精装月饼!”一月饼生产商家负责人表示,历年来最畅销的,还是从原材料便开始自制馅料的伍仁叉烧馅月饼。

虽然月饼的品种口味花样翻新层出不穷,但传统馅料制作的老月饼地位依然不可撼动,仍然

占据着月饼的主流市场,伍仁叉烧、白莲蓉等传统馅料制作的月饼仍旧是消费主流。老味道一直留在人们的齿间和记忆里,不曾远去。

包装 “瘦身”明显,追求简约简单

8月18日,工信部网站发布《公开征求对强制性国家标准第2号修改单(征求意见稿)的意见》,其中提到:粮食及其加工品、茶叶、月饼及粽子的包装层数不应超过三层。实际上,这个月饼“瘦身令”去年就已经发布。你今年买到的月饼有“瘦身”吗?

经走访市场发现,大部分月饼的包装是纸盒、塑料盒、铁皮盒,以一层包装为主,价格从几十元到几百元不等,没有看到千元以上的月饼礼盒。而且,没有看到用贵金属或红木材料制作的月饼礼盒。

在位于南京市建邺区庐山路的一家大型超市,大批量的月饼礼盒现在还没有到店,在售的一款苏州“稻香村”老月饼礼盒是红色正方形纸盒包装,外加一个十字黄色绳结,复古简约风扑面而来。礼盒内的月饼口味多样化,包括传统五仁、枣泥和豆沙,价格为32.89元,规格是400克。

除了月饼礼盒,超市陈列的更多是简装月饼。“像这种五个月饼的小包装,你可以买了自己家人吃。”一位店员介绍,“稻香村”推出了一种苏式卷装月饼,包装是透明塑料袋,每袋5只,售价16.89元,口味分苏式椒盐、五仁、肉松等。类似包装的品牌还有南京“裕缘斋”的苏式卷装月饼5只装售价13.89元,南京“小苏州”的苏式卷装月饼13.69元……

另外,广式月饼则推出了桶装包装,也是采用了一层塑料包装,里面的月饼一览无余。淮安“鑫久盛”广式椰蓉桶装月饼,5只售价13.9元,还有莲蓉味、豆沙味可选择。

新闻纵深

月饼产业亟待创新升级

近年来,众多食品企业进军月饼行业,新推出冰淇淋月饼、榴莲月饼、咖啡月饼等新品。中国食品产业分析师朱丹蓬介绍,从电商渠道便可以看到今年月饼行业非常卷,很多品牌都在打价格战。这意味着,中国月饼更加的亲民化和平民化,这背后凸显出整个新生代的消费思维跟消费行为在倒逼。

朱丹蓬认为,月饼产业端的创新升级,将高精尖食材应用在月饼中,其实对很多传统企业提出了更高的要求,以及更大的挑战。

以广州酒家为例,就毛利率变化看,2020年至2022年月饼产品毛利率分别为58.37%、56.46%、54.18%,近三年呈持续下滑态势。

朱丹蓬分析称,传统月饼厂家近几年受到一些网红品牌、联名品牌以及创新型产品的挤压。传统月饼厂家在创新升级以及迭代的方面是非常欠缺的,与其说在坚守传统,不如说是非常的保守,公司经营理念没跟上消费升级节奏。

综合广西新闻网、扬子晚报、中新经纬

“药膳”养生月饼