

网红餐饮掘金月饼市场 瞄准新生代消费者

月饼行业的入局者越来越多。近日,陈记顺和牛肉火锅店宣布今年将首次售卖中秋月饼,有各种不同的口味。此外,今年售卖月饼的商家众多,多个茶饮品牌也纷纷推出自家品牌的月饼。

网红品牌竞逐月饼市场

上述火锅店推出的月饼主打款为香辣牛肉口味,与店内主打牛肉火锅相呼应。

今年月饼行业最引人注目的新玩家则包括茶饮品牌喜茶、乐乐茶。早在8月,喜茶就宣布售卖月饼,一盒6个装,有不同的口味等。去年就已经开始售卖月饼的“奈雪の茶”今年又推出3款月饼礼盒,有抹茶流心月饼、麻糬奶黄月饼等。此外,新零售玩家盒马鲜生也推出自家的月饼。

据了解,根据规定,自2008年起月饼生产企业必须获得QS资质,QS资质对生产企业的规模、厂房面积、设备等均有一定的要求,许多商家由于不具备资质而需要寻找食品加工企业代加工。

这也意味着,许多新玩家的月饼很可能是一些老字号厂家加工制作的,如陈记顺和的月饼交由广州珠江莲蓉(饼业)食品有限公司生产,而喜茶的月饼是由广州酒家利口福食品有限公司生产。

月饼市场巨大利润可观

市场空间巨大,利润可观,或是众多商家入局月饼市场的其中一个原因。

餐饮行业分析师、凌雁管理咨询首席师林岳告诉记者,传统企业和网红品



牌扎堆,争相抢占月饼市场,还是利益所驱,月饼利润空间巨大,一盒售价多是200元及以上,毛利率基本上能超过50%,有些还更高。另外,还有送礼市场中特别吃香的“纸月饼”,礼品卡、提货券有些甚至都不需要生产就倒卖回到厂家了,这更是利润的来源。

此外,记者留意到,这些网红品牌推出的月饼口味,最大的特点是与自身品牌遥相呼应。比如某网红茶饮品牌推出了芝士奶黄流沙月饼,而芝士奶盖茶正是该茶饮品牌的一大热卖产品。而某音乐酒馆售卖的月饼,则印有音符、吉他等图案。

中国食品产业分析师朱丹蓬分析,很多品牌跨界做月饼,基本上醉翁之意不在酒,而是希望通过月饼与新生代消

费者建立高粘性的关系。市面上那些有网红特质的品牌,主要是希望通过月饼的载体,让整个品牌在消费者的日常场景中多次出现,强化品牌认知。不过有多大效果,需要看品牌的运作。

老字号月饼拼创意求变

月饼新手玩家越来越多,行业竞争加剧,不过老字号月饼拥有多渠道销售的优势,既抢占商超又发力电商平台,再加之口碑好、大品牌,仍是许多消费者的首选。

与此同时,老字号月饼在不断求变。今年,广州酒家着力布局新零售,在电商平台推出了发放红包、满减等优惠

活动。此外,广州酒家还联袂艺术名家推出限量的大师手制月饼。

为吸引年轻消费者,中国香港地区的老字号元朗荣华月饼也在新品包装下了一番功夫,月饼包装融合了当下90后00后偏爱的“呆萌、可爱”的卡通形象。

不过,与传统文化、新元素、新IP结合,并非老字号酒家独有的卖点。如必胜客今年牵手故宫推出月饼“芝心踏月”宫廷团圆礼盒;东莞的永正书城推出文创月饼,将本土文化融入月饼的包装中。

林岳分析,因为月饼属于短期的节日性商品,其卖点在于设计、概念和产品本身的口味,所以创意最重要,只要在包装、月饼外形上能够有足够的吸引力,其营销效益也就达到了。老字号月饼不能仅靠中老年人这个市场,应该在传承传统文化的同时,积极创新,口味、用料、月饼的外形设计、包装等,借用自己品牌的影响力,做出有网红特质的产品来。

相关数据

根据中国焙烤食品糖制品工业协会发布的《2018年中国月饼行业发展趋势》,2017年全国规模以上食品工业企业实现主营业务收入11.41万亿元,同比增长6.30%。糕点面包行业实现主营业务收入1316.23亿元,同比增长10.11%,利润总额达到146.85亿元,同比增长3.84%;今年1—6月份主营业务收入528.74亿元,同比增长11.03%,利润总额51.40亿元,同比增长4.35%。协会预计,行业整体销量和销售额应有5%~10%的增长幅度。

(广州日报)

首批商业性新西兰牛油果将正式进入中国市场

本报讯 据9月13日海关总署网站最新更新的输华鳄梨初级产业部注册果园及包装厂名单,首批商业性新西兰牛油果正式进入中国市场,9月18日,国内最大的线上渠道天猫超市开售这款备受瞩目的生鲜商品,其背后的供货渠道是一家由数据驱动的供应链平台“云象”。云象供应链通过产地直采,打通了新西兰牛油果直供中国的渠道。

牛油果营养含量高、口感绵密似奶油,是近年来备受中国消费者喜欢的“网红”水果。此前,国内销售的牛油果大多来自墨西哥、智利和秘鲁等国家,据了解,此次首发的新西兰牛油果果重均在200克以上,干物质含量较高,平均达到24%以上,相较墨西哥、智利、秘鲁等国家售卖的果型更大,干物质含量更高,口感更绵密,是进口牛油果品中的佳品。

澳大利亚知名果蔬家

企业 Darling Group,将作为此次新西兰牛油果中国市场的供应商。据了解,Darling Group 在当地拥有种植面积达100公顷,企业100%拥有自己的牛油果包装厂 Just Avocado。随着新西兰牛油果产业的发展,预计未来三年,Darling Group 的牛油果年产量可比现在增加100万箱,将为不断增长的中国消费市场提供持续稳定的供应保障。

作为阿里生鲜全球集采平台,云象供应链以搭建“链接全球资源、服务中国渠道”的桥梁为使命,此前已成功推动了爱尔兰牛肉、泰国榴莲等多种高品质进口水果行销中国。而此次,云象不仅派驻工作人员深入新西兰产地,深度走访当地的果品供应商,精心筛选优质的水果厂商,同时从中国消费者需求出发,积极参与上游果品种植,开展高标准的种植管理指导,

帮助新西兰农户种出符合中国市场要求的高品质牛油果产品。

在下游,为了帮助全球生鲜更快更好地融入中国,云象整合国内各大渠道资源,不仅服务于电商巨头阿里集团的多种零售业态,同时也服务于阿里体系外的各类传统渠道、新零售渠道、餐饮渠道等。目前,云象除了独家运营天猫超市生鲜区、苏宁生鲜、易果生鲜外,还与国内B2C、O2O、大卖场、标超、便利店、无人便利店、办公室无人货架等各类渠道合作,为国际生鲜产品提供全渠道、全场景的新零售运营,建立包括集采、运输、销售、品牌营销等一站式中国生鲜解决方案。据了解,云象将陆续联合全国知名的商超大润发、欧尚等门店开展新西兰牛油果售卖及试吃等品牌推广活动,让更多消费者了解这一产品。

我国玉米产量今年预计为2.16亿吨

本报讯 邹明仲 张惠慧 “市场对于今年我国的玉米产量存在分歧,一些人认为同比会下降,但根据我们的调查,今年我国玉米产量将同比略增,达到2.16亿吨。”国家粮油信息中心副主任王晓辉在9月12日举行的“第十届国际玉米产业大会”上说。

王晓辉表示,目前从整体上看,我国玉米产量形势不错,虽然在一些传

统优势产区,玉米品质要比常年差一些,但在黑龙江、吉林松原、白城,以及辽宁西部地区,玉米单产比常年高。从大会上了解到,预计今年国家玉米临储拍卖将达到8500万吨以上,创历年之最。王晓辉认为,国家玉米临储大量拍卖,玉米市场的供应现在还比较充分。进入10月份之后,越来越多东北新玉米进入市场。

前八个月全国餐饮收入同比增长9.8%

本报讯 据中国烹饪协会消息,9月14日国家统计局最新发布的数据,2018年8月,全国餐饮收入3516亿元,同比增长9.7%;限额以上单位餐饮收入791亿元,同比增长7.5%。2018年1—8月,全国餐饮收入26316亿元,同比增长9.8%;限额以上单位餐饮收入5907亿元,同比增长7.1%。

中国烹饪协会认为,餐饮市场发展平稳发展。8月份,全国餐饮收入、限上餐饮收入的增速相比上年同期分别下降1个、0.1个百分点,降幅持续收窄。餐饮市场领先整个消费市场发展

速度(9.0%)0.7个百分点。1—8月份,全国餐饮收入、限上餐饮收入的增速相比上年同期均下降1.3个百分点。餐饮市场领先整个消费市场发展速度(9.3%)0.5个百分点。

中国烹饪协会分析,眼下,中秋、国庆两节将至,餐饮企业进入旺季,接下来要充分利用“中秋小长假”、“十一黄金周”假期所带来的旅游餐饮旺盛需求,提供品质餐饮服务,保障人民群众的美好生活体验,使全行业继续保持稳定发展的态势。