

糖果企业不断创新满足消费者需求

一直以来,随着消费者口味的不断变化和升级,糖果企业长线且持久的紧跟市场趋势,不断创新产品,以满足消费者日益多样化的需求。其中,口味创新是糖果企业最为看重的发力方向之一。

从简单到多样再到个性

糖果的口味经历了从简单到复杂的演变过程。

最初,糖果的口味相对单一,依托于饴糖、蔗糖的天然甜感,这一阶段的糖果主要以奶味和水果味为主,跑出了诸如大白兔、喔喔等上海奶糖品牌以及上好佳、红卫食品厂等许许多多的水果糖企业。

随着时间的推移,大众的生活水平逐渐提高,对于糖果的口味需求也开始变得更加多样化。依托于传统且普遍的水果口味,糖果企业盯上了潜力十足的水果家族,通过不断挖掘,使糖果产品出现了更多种类的水果味道,如以陈皮糖、话梅糖为突破的宏源食品,现如今已是淘系全网热销100万+产品,京东硬糖类前十位品牌。

到了现今,市场上的糖果口味更是五花八门,不仅有大众极为喜爱的白桃、芒果、柿子等水果口味,还有杨枝甘露、茶饮、棉花糖等品类叠加的口味,甚至还出现了诸如香菜、辣椒等独特且个性的口味。

例如金丝猴、马大姐、喔喔、宏源等都有在做白桃味糖果;徐福记、口力、好丽友、金帝、奇峰等创意推出杨枝甘露味糖果;Rio、旺仔、茶颜悦色、ZUO一下、冰晶爽等结合茶元素推出相关茶味糖果;哈瑞宝推新自1920年成立以来的首款“独角兽软糖”,其中包括新奇的棉花糖味……

从时间的线性发展来看,这些糖果口味的变化,不仅满足了消费者对新鲜感的追求,也体现了糖果企业在产品创新上的不懈努力。

当然,并不是所有的口味创新全都大受欢迎,譬如某品牌的香菜味棒棒糖、某品牌的辣椒硬糖、某品牌的中国菜系风味糖果等不得不说,尽管这些企业/品牌在口味创新上并未取得佳绩,但却赚到了十足的流量,刷足了存在感。

一个根本性的答案:糖果企业的口味创新并不单纯只是产品上新迭代,还承担着“占据用户心智”的艰巨市场任务。

糖果企业一直追热度

流行口味往往意味着市场的需求和消费者的喜好。

“糖果企业追大众流行口味,就像自媒体不断追寻热点一样,不断在迎合趋势,寻找突破点。”一位来自于福建漳州糖果厂的研发人员如是说道。

诚然如此,对于口味的开发,需要糖果企业深入理解消费者的需求和偏好,同时还要考虑到成本控制、生产流程、供应链管理等多方面的因素。然而,在面临着市场接受度的不确定性,一个新口味的推出可能会受到市场的热烈欢迎,也可能遭遇冷遇。

很多中小糖果企业都会因为这种“不确定性”而选择“跟风”,去追那些流行口味。不可置否,这种打法确实有效,因为这些正在流行的口味已经历市场考验,在消费者认知角度上建立了基础,中小型糖果企业推出相关流行口味的糖果产品,会达到事半功倍的效果。

而头部企业则也在口味创新上担起了自己的责任。除了自家标志性的口味外,头部企业也会迎合市场扩充相关流行口味产品,但最为值得关注的便是“创造”出一个流行口味。

不难发现,徐福记、金丝猴、旺旺、马大姐、雅客、金多多这些头部企业作为整个行业的风向标,其一举一动都牵引着所有人的目光。对于它们而言,创造出一个新口味并

掀起流行趋势,一方面可以让自身提升市场地位,实现从模仿到领导再到开创的跃迁,另一方面可以让整个糖果行业焕发活力,刺激内部的良性竞争。

糖果作为一种快速消费品,其生命周期相对而言较短,消费者对新鲜事物的追求使得糖果企业必须不断推陈出新。其中,随着消费者对个性化和多样化需求的日益增长,口味创新不仅能够吸引消费者的注意力,还能够激发他们的购买欲望。

在糖果市场上,一个成功的口味创新可以迅速提升品牌知名度,增加市场份额,甚至引领市场潮流。但显然,口味创新并非易事。

在五彩缤纷的糖果世界中,口味创新不仅仅是产品线的更新换代,它更是糖果企业在激烈市场竞争中占据用户心智的关键策略,以满足市场的变化和消费者的期待。

譬如中国糖果市场中极具代表性的国民品牌——金丝猴食品,今年惊喜上线了地域限定款卷心奶糖和茶饮风味卷心奶糖。金丝猴食品通过深入了解目标消费者群体的口味偏好、消费习惯和文化背景,为卷心奶糖的口味创新提供数据支持。

将不同食品类群的口味元素融入糖果中,创造出独特的消费体验。如引入河南胡辣汤和川渝火锅,推出胡辣汤风味/川渝火锅风味卷心奶糖;将柠檬鸭屎香和百香果茉莉茶饮糅合进奶糖,推出柠檬鸭屎香风味/百香果茉莉风味卷心奶糖;

吸收借鉴,兼收并蓄,金丝猴食品通过把一些非传统糖果口味引入,借力打力,用热门赛道的爆款口味,为糖果品类注入甜蜜信心,开发出属于糖果口味的更多新玩法,以探索东方甜蜜。

又如Rio、冰晶爽、桂林柿宝等糖果企业,开发出新的糖果产品口味后,选择在小范围内快速测试新口味的市场反应,根据反馈进行调整,以最小化风险。

“我们原本只有原味的柿子含片。后来在当地酒店民宿、火锅、便利店寄售时会让商家帮忙收集客户反馈,再加上线上店铺用户反馈以及代理商的意见,综合起来考虑,才研发出其它口味。譬如我们的水蜜桃口味,是在白桃风味最流行期间得到的反馈后推出而来。”桂林柿宝相关负责人表示。

Rio的糖果产品在细分品类中,口味一直都称得上是最丰富的。Rio相关负责人表示“我们也是希望能够通过这些特殊口味来与消费者建立情感联系,叠加IP优势,使产品不仅仅是一种口味的享受,更是一种情感的寄托。”

明年会流行什么口味

糖果企业的口味创新是一场永无止境的探索之旅。

它不仅仅是产品层面的创新,更是一场关于如何更好地理解 and 满足消费者需求的挑战。

通过不断的口味创新,糖果企业不仅能够提升自身的市场竞争力,还能够让消费者心中占据一席之地,实现品牌的长远发展。在这个甜蜜的使命中,每一次创新都是对品牌生命力的一次滋养,每一次成功都是对市场规则的一次重新定义。

在糖果行业这样一个高度竞争的市场中,企业需要不断创新,以区别于竞争对手。通过引入流行口味,企业可以吸引消费者的注意力,提高产品的附加值,从而在市场中脱颖而出。

那么,明年的糖果行业可能会流行什么口味?

首先,酸味。随着健康意识的提高,消费者越来越关注食品的健康功能属性,低糖或无糖的功能性糖果可能会成为未来的流行趋势。因此,糖果企业可能会开发更多含有维生素的糖果,以满足消费者对健康与美味的双重追求,这类糖果的口味标志是酸味。

其次,中国味。随着全球化的发展,消费者对不同文化和地域的糖果口味越来越感兴趣。结合文化和地域特色的糖果口味也将会迎来流行高峰期。糖果企业会选择利用这一点,开发具有特定文化或地域特色的糖果产品,以吸引到更多的消费者。

总而言之,糖果企业追求流行口味的根本目的其实就是为了满足消费者的需求,提高产品的市场竞争力。

而对于未来流行口味的预测,需要糖果企业密切关注市场趋势和消费者需求的变化,以便及时做出调整。

(唐飞鱼)