



### 喜茶故宫星巴克 都来跨界卖月饼

#### 走访 月饼“联名”后身价大涨 网红月饼多在网上市

中秋节临近,各大商超节日氛围渐浓。羊城晚报记者走访商场、超市时发现,各大商超的货架上,各色品牌月饼均被摆在显眼位置,最前列的依然是老牌月饼品牌,如广州酒家、陶陶居、美心月饼等,定价普遍在每盒150元以上。

不过,记者走访多家商超,较少看到有联名月饼在货架上销售。据了解,品牌联名月饼多通过互联网渠道销售,多是名副其实的“网红”月饼,这也和品牌的营销策略相关。比如,在奈雪的茶、喜茶等网红茶饮店,记者并未看到显眼的品牌联名月饼宣传,但记者查阅喜茶微信公众平台发现,喜茶于8月27日开始推广月饼礼盒,6个装的月饼礼盒售价288元;奈雪的茶则从9月4日推出月饼礼盒,6个装的月饼礼盒原售价338元。

而老牌月饼牵手了网红品牌,在双品牌的加持下月饼往往“身价大涨”。以陶陶居为例,陶陶居七星伴月月饼830g礼盒在卜蜂莲花

售价为185元,平均0.21元/g。而记者通过微信小程序陶陶居商城看到,陶陶居与安慕希联名的陶陶居月色月饼礼盒内含45g月饼4个及酸奶1瓶,价格198元,如果酸奶以5元计算,月饼单价则高达平均1.07元/g。

一直以来,月饼市场有着巨大的消费潜力,近年来,市场入局者更是越来越多。艾媒咨询数据显示,2019年,我国月饼销售达13.8亿个,销售额规模达196.7亿元,同比增长7.9%。近十年来,我国月饼相关企业注册增速始终稳定在10%左右。

记者在天眼查数据查询发现,截至9月29日,我国月饼相关企业共有2.68万家,广东省有3730家,仅广东一年内新增的就有337家。从注册规模来看,我国大部分月饼企业的注册规模在100万元以内,共有约2.46万家,占比91.8%,而注册资本在1000万元以上的仅有406家,占比1.5%。总的来说,月饼企业多为小本经营,且季节性较强。

#### 分析 醉翁之意不在酒 品牌跨界为“名”也为“利”

随着经济社会的不断发展,月饼这一传统食品也在不断变化。如今的月饼已不再是传统的应节食物,而被赋予了更多的商业内涵。在业内人士看来,跨界月饼的出现就是月饼商业内涵延伸的一个缩影。“许多品牌跨界做月饼,基本上醉翁之意不在酒。”食品行业分析师朱丹蓬对羊城晚报记者分析,品牌跨界做月饼,是希望通过月饼与新生代消费者建立起高粘性的关系,具有网红特质的品牌,基本都是希望通过月饼这一载体,强化品牌关注度。

“联名双方互相赋能,互相得益。”广州酒家相关负责人也对记者表示,“联名款月饼是双方双赢的,首先是品牌方乐于找月饼生产厂家合作代工,通过月饼在中秋市场能够获得关注和利润;其次是经过多年的发展,联名的形式越来越受欢迎,月饼生产厂家通过IP获得流量,受到年轻人、爱尝鲜人的欢迎,品牌

方也能在月饼市场上分一杯羹。”

网红品牌希望通过跨界月饼来强化品牌影响力,老字号也借着混搭“东风”一改保守形象,获取更年轻的客户群体,更大的流量或更多的资源。“老字号不断推陈出新,进行跨界和混搭,让月饼摆脱了传统和保守的刻板形象,向年轻化、时尚化方向迈出了突破性的一步。无论品牌调性、包装属性、文化价值以及食材品质,中国的月饼已经进入了全方位白热化竞争阶段,既要争取月饼的利润,更要品牌的曝光率。很多品牌都在不遗余力地去讨好年轻消费者,以期获得市场红利。”朱丹蓬说。

有业内人士对记者表示,今年月饼市场整体销售相对清淡,产品上呈现出简约的特点,主流价位在80元-150元的区间,月饼价格呈现出越来越亲民的特点,月饼行业的竞争也越来越激烈。

# 一年一季的这块饼 究竟有多赚钱?



羊城晚报记者 莫谨榕 孙绮曼

卖快餐的、做奶茶的……都来卖月饼了。近年来,越来越多品牌跨界抢滩月饼市场。记者注意到,今年,不少茶饮、餐饮、零食品牌通过联名月饼入局。奈雪的茶与故宫第四年联名推出中秋月饼礼盒;良品铺子牵手敦煌研究院联名推出“良辰鲜果月”;老字号广州酒家与东阿阿胶、宝可梦等品牌联名推出创意月饼礼盒;肯德基今年首次涉足月饼;星巴克继续推出各式月饼……

联名月饼大行其道的背后,是跨界品牌怎样的考量?又会给月饼这一传统食品带来哪些变化?



#### 商机 月饼利润率有多高? 广州酒家月饼毛利率超六成

月饼虽然只是每年一季的时令食品,但产品中却蕴含了非常大的商机。

羊城晚报记者梳理以月饼为主要业务的上市公司广州酒家和元祖股份的经营数据发现,2019年广州酒家和元祖月饼业务毛利率分别为 62.27% 和 65.85%,远高于糕点制造行业上市公司均值(35.17%)

和普通品牌。同年,广州酒家月饼系列产品收入占总营收40%,达近12亿元。元祖股份月饼礼盒收入占总营收41%,达约8亿元,共计销售330.8万盒月饼礼盒。市场上部分高档月饼的毛利率甚至远超过九成,高昂的利润率也是不少企业跨界进入月饼市场的重要原因。

#### 建议 跨界“拉新”热闹背后 月饼之争关键仍在品质

越来越多的跨界玩家进入,会给月饼市场带来怎样的变化?“跨界月饼的产生将会倒逼企业不断转型升级,让产品品质在竞争中不断提升。”朱丹蓬对记者表示,月饼是一个非常传统的品类,大家对月饼也容易形成定势思维,觉得就是莲蓉、豆沙、五仁“老三样”。跨界月饼的出现,给消费者带来新奇、趣味的感受。随着越来越多企业步入月饼市场,消费端倒逼产业端不断升级,现在已经出现了不少创新口味品种,比如蔓越莓、抹茶,甚至燕窝等,消费者也多了不少选择。

负责人表示,作为一家老字号月饼品牌,广州酒家也要积极拥抱新形势,除了传承传统广式月饼风味,近年来推出了如“冰皮系列”“流心系列”“流沙系列”等年轻新口味,还通过品牌跨界,借助IP的人气俘获新一代消费群体。

月饼市场“百花齐放”,使得中秋节这个传统节日更有活力、更加与时俱进。不过,在热闹之下,也有消费者认为,月饼这种传统食品推陈出新,关键在于口味和品质,食品安全至关重要。无论如何大胆应用新食材、新口味,如何大力结合新品种、新营销,确保食用安全,做好产品品质仍是第一位的,品牌“跨界”切勿本末倒置。

朱丹蓬建议,月饼企业在新的消费需求下推陈出新要注意四个方面:一是品质。有了品质之后,要有好的服务体系。有了品质和售后服务体系,就要提高和消费者的粘性。前三个方面都做好了,最后就要进行品牌建设,这都是要一体化的。”

### 兴全合润分级 迎来转型

兴证全球基金(原“兴全基金”)旗下唯一一只分级基金兴全合润28日发布公告开启自己的转型之路。若此次持有人大会的投票结果达到监管规定的条件,兴全合润将转型为一只LOF基金。

此次兴全合润转型升级持有人大会的权益登记日为9月28日,持有人可以通过H5、微信及支付宝小程序、寄送书面表决票等方式参与,整个投票周期将从9月30日持续到10月30日。若此次投票未达监管要求标准,兴全合润将在2020年底前根据资管新规要求直接进行去分级转型。

(杨广)

### 国投瑞银基金 会客室:未来 电子行业成长性 清晰

近期大盘进入震荡调整阶段,电子行业也发生回调。展望未来,电子行业投资机会几何?若从盈利能力看,电子行业仍有较好表现,电子板块2020年上半年实现营收10519.40亿元,同比增长3.67%。最新一期国投瑞银基金基金权益投资总监周奇贤,为大家分享最新电子行业的看法。郑震湘表示,未来电子行业成长性比较清晰,周奇贤表示,科技是长期较好的投资赛道,科技创新、国产替代值得关注。

(杨广)

# 蓝月亮七度冠名两台晚会打造中秋盛典 助推洁净生活方式

#### 倾情力献 两台晚会共话佳节



据悉,今年央视中秋晚会在古都洛阳录制,仍将沿袭坚持多年的篇章式结构,除了序《明月升》,尾声《海上明月》之外,晚会还将设置上篇《月圆花好》、中篇《乡关何处》、下篇《家国万里》三个篇章。今年的劲演嘉宾和演员阵容依然可以用阵容强大、群星璀璨来形容,李宇春、江疏影、孙楠、张杰、张信哲、郎朗、周深、秦岚、鹿晗(按姓氏笔画排序)等重量级明星加盟演出,届时还会有新的神秘嘉宾空降春晚。

央视春晚主舞台将以隋唐洛阳城应天门为背景,将古和今加以勾连、虚与实加以转换。在央视春晚一贯的唯美浪漫风格下,对每个节目进行个性化包装和形态创新,为观众带来精彩多元的视听体验,同时通过全媒体和

更多新的传播手段扩大晚会影响力,讲好中国故事。此外,前不久成功发射的中央广播电视总台的“央视视频号”卫星将为广大观众提供从太空观看的视角,带给全球观众全新的体验。

今年中秋既有央视的笙歌乐团圆,也有湖南卫视的温情暖人间。2020年湖南卫视中秋之夜结合“月美好,人团圆”的主题,以独特的视角描绘人间温情故事,以此致敬每一个为幸福努力奔跑的中国人。今年晚会内容由《我要我们在一起》《百香果的滋味》《隐秘的爸爸》《高考2020》四个小故事组成,每一个故事都来自最真实的生活体验,或温情或幽默或感人,用细腻饱满的情感和引人入胜的故事情节,为观众送上独特中秋祝福。



#### 洁净无忧 蓝月亮诠释洁净生活方式

据悉,从2013年起,蓝月亮每个中秋季都会举办蓝月亮节。今年,蓝月亮也启动了以“一生相伴,洁净无忧”为主题的第八届蓝月亮节,倡导与推广蓝月亮洁净生活方式。

调查发现,中国的消费者家庭普遍会存在墙壁霉斑、厨房重油、衣物发黄、浴室水垢、洗衣机内桶难清理等难题。为此,蓝月亮结合消费者的家居生活场景,为其提供全套的家居清洁方案。坚持“一心一意做洗涤”的宗旨,积极践行浓缩使命,蓝月亮大力推广至尊生物科技洗衣液,通过升级技术防止衣服发黄变旧,令衣服

常洗如新;倡导家居生活轻松洁净,如天露果蔬洁净精华可以快速去油同时还能不沾油;洞察消费升级需求,推出轻奢护手的净享氨基酸洗手露等高品质产品,保护肌肤屏障,让手部洗后不易干涩,保持水润清透。

与此同时,蓝月亮还通过专业清洁顾问、400热线等,持续为消费者提供科学高效的洗涤知识、上门教学辅导以及洗衣服务等,帮助消费者处理自己难以解决的清洁问题。值此中秋、国庆双节同庆之际,蓝月亮献上节日盛礼,为消费者带来全新的洁净生活方式。

#### 趣味互动 洁净新品献礼中秋

除了精彩纷呈的晚会节目,今年央视、湖南卫视中秋晚会的互动形式也创意满满,妙趣横生。结合央视的“国风”晚会,蓝月亮推出了一场线上“古风游园会”,在这里不仅可以参与抽奖、线上游园赏灯,还可以在“思念驿站”为思念的人DIY明信片寄出思念。

湖南卫视的互动则是一场年轻的时尚盛宴,在参与抽奖的同时,还可以收看明星中秋祝福,并为自己喜欢的明星打call。蓝月亮也为大家准备了丰厚的礼品,参与互动就有机会赢取月亮之家套餐、净享奢宠套装、至尊洗衣液套装等万份洁净好礼。(文/戴曼曼)



#### 收看指南

2020年中央广播电视总台中秋晚会  
10月1日20:00, CCTV-1、CCTV-3、CCTV-4三大频道同步播出  
互动攻略:晚会期间扫描屏幕上的小程序码或微信搜索“嗨电视”小程序参与互动  
湖南卫视2020蓝月亮中秋之夜  
10月1日19:30 浓情上映  
互动攻略:晚会期间微信搜索“湖南卫视中秋之夜”小程序参与互动