

看今年月餅如何破圈？

【中國青年報】2022 年中秋節將至，作為“團圓”的象徵，月餅已經被擺上商超櫃檯 C 位。今年的月餅依然在口味創新方面發揮穩定，椰蓉、巧克力、黑鬆露等新型口味受到青睞；禮盒包裝更具創意，或通過跨界聯名“破圈”，或融入文物元素回歸傳統文化，甚至可二次利用變身扭蛋機、飛行棋，成功吸引到一波年輕“粉絲”。

流心奶黃躋身主流口味

傳統月餅品牌占據 TOP10

《限制商品過度包裝要求 食品和化妝品》國家標準第 1 號修改單于今年 8 月 15 日正式實施，主要對月餅、粽子的包裝等做了更嚴格的規定。國家發展和改革委也于近日發文，對單價超過 500 元的盒裝月餅實行重點監管。

在此背景下，用貴金屬、紅木做禮盒，搭配燕窩、魚翅，這樣的“月餅刺客”禮盒在市場上已難覓踪影。不過，這并未影響月餅市場的火熱。艾媒諮詢數據顯示，2022 年中國月餅禮盒銷售額達到 188.7 億元，同比增長 11.8%，2025 年將達 247.0 億元。

隨着 Z 世代成為市場消費新力軍，月餅口味多元化發展，新型口味的市場接受較快，市場規模占比提升。除了傳統的蛋黃蓮蓉、五仁月餅等口味，流心奶黃月餅問世後躋身主流產品，帶動了市場創新。各大品牌也注重推陳出新，各類新式月餅層出不窮，椰蓉、巧克力、黑鬆露等新型口味逐漸受到越來越多消費者的關注和青睞。

數據顯示，2022 年中國消費者意向購買的月餅禮盒品牌前幾位包括美心、稻香村、杏花樓、錦華等。可見，近幾年消費者對國牌的關注度明顯提升，中國品牌升級，“中國製造”向“中國質造”邁進，匹配了消費者需求升級的變化。

TOP10 品牌皆為成立多年的傳統月餅品牌，歷史悠久，認知度不言而喻。同時，這些品牌緊跟時代發展，在品牌營銷方面花樣繁多，滿足了 Z 世代人群的消費需求，市場地位得到鞏固；最重要的是，在月餅市場“內卷”激烈的當下，這些品牌在產品、包裝設計等方面做到了突破創新，實現了銷量的逆增長，引領行業潮流。

當下，面對高速成長的月餅禮盒市場，月餅禮盒的外觀設計、工藝生產創新、口味創新成行業新方向，提高自主創新能力，打造出精緻但又不奢華的月餅禮盒，推出兼顧質量與顏值的產品，將是 2022 年各大月餅品牌在行業激烈競爭中脫穎而出的制勝法寶。

七成消費者買禮盒看“顏值”

跨界合作尋求“破圈”增長

從月餅包裝來看，“顏值主義”的風也刮到了月餅界，月餅不僅要好吃，還要有顏值。精美的月餅包裝、品質良好的月餅更容易撬動消費者的購物欲望。艾媒諮詢數據顯示，有超過 8 成的消費者會選擇購買月餅禮盒，且購買月餅禮盒的類型以精緻型為主，占比超過 7 成。

禮盒不僅要看着高檔、大方，而且還要有品位、有文化氣息。近年來，許多月餅品牌以期通過外包裝創新或跨界營銷等方式尋求破圈增長，增強品牌認知，擴大銷量。

好利來與哈利·波特聯名的中秋禮盒戳中了不少“哈迷”的心。兩款禮盒中，一款造型為行李箱，名為“魔法世界禮盒”，內附霍格沃茨介紹信與獅院徽章。另一款造

型以長着眼睛、形似妖怪的課用書籍為原型，命名為“妖怪們的妖怪書”，內附鄧布利多款或哈利·波特款魔杖筆。同時，兩款都包含金色飛賊、巧克力蛙、站臺車票等造型的月餅。

不過，兩款中相對更受歡迎的妖怪書禮盒款已賣到脫銷，目前祇能預售，于 10 月 15 日前發出。這意味着，想要購買的“哈迷”注定無法在中秋節見到這款中秋禮盒了。

將國畫這種傳統中國藝術形式與傳統時令點心相結合——中國美術館文創中心與盒馬烘焙聯名的“齊白石墨韻月餅”也已全新登場。水墨風格外包裝，在一眾月餅禮盒中“清新脫俗”。該系列月餅共有 4 個口味，分別對應齊白石的《群蝦》《溪水小橋》《芙蓉游鴨》《春山圖》



《咸蛋小蟲》5 幅名畫。其中，黑鬆露芝士牛肉是主打口味。研發人員介紹，“齊白石畫過牛，並且黑鬆露又名‘豬拱菌’，與《溪水小橋》中的豬相呼應，所以把西式餡料包進了中式月餅裏。”月餅的餅皮則通過改良潮式酥皮的切割方式，不僅保持酥脆的口感，層次也更加分明，整個月餅的紋路與齊白石水墨畫中的山巒十分相似。

可種花可下棋

禮盒二次利用增添節日“玩趣”

扭蛋機月餅今年中秋橫空出世。套用一句網絡熱梗：“對小孩子來說有點幼稚，對大學生來說剛剛好。”餡料方面，紅酒金桔百香果、冰心抹茶流心、香芋榛仁巧克力……每一款都是當紅甜品的搭配，圓滾滾的“蛋殼”包裝將月餅變成了一颗顆扭蛋，外盒稍作改裝就變成了扭蛋機，旋轉頂部“按鈕”，隨機口味的月餅即刻滾落出來。不僅如此，扭蛋裏還有猜謎卡紙，讓中秋節“玩趣”十足。

月光曲月餅禮盒則將包裝變成了一張黑膠唱片，復古格調拉滿。將指針放在唱片上的瞬間，悠揚的《月光曲》緩緩流出。禮盒還可以循環利用變成花盆，唱片卡片為特制種子紙，取下後浸濕放入花盆，適量澆水，未來就能收穫一朵美麗的小花。

飛行棋月餅禮盒也受到消費者好評。月餅禮盒的內包裝上印有飛行棋盤、棋子、骰子和道具卡，給二次利用帶來了新的“解題思路”。此外，美心漫威的“蜘蛛俠”月餅、迪士尼的“好塞雷”月餅禮盒、關茶的“茶立方”月餅或主打跨界 IP 聯名，或比拼餡料、酥皮。

各大商家除在包裝上拼創意、講環保外，在月餅口味上也大膽突破，有佛跳牆月餅、苦蕎蛋月餅、絞股藍招牌果子月餅、抹茶蛋黃月餅、番薯芝士月餅、小龍蝦月餅等，令人目不暇接。

文物元素融入傳統美食

博物館月餅回歸傳統文化

博物館文創月餅讓月餅創新回歸文化本身，今年更是“大殺四方”。故宮文創月餅走“元宇宙風”，盒子上青龍、白虎、朱雀、玄武鎮守屋四方，背後是浩瀚星空。并以乾隆帝御制詩句“共欣穹宇中秋月”為題，向廣大文博愛好者發出邀請：將天上星宿繪作四方靈獸，携浪漫星河，與你共賀佳節明月。

三星堆推出 4 款月餅禮盒，采用銀卡鐳射工藝，太空黑和青銅綠為主色調，搭配抽象設計元素，整體效果極具科技未來感。“祈願神樹”體現的是古蜀祭月文化。輕啓餅盒，仿佛打開古蜀大門，隨即展現在眼前的是一棵縮小版的青銅神樹。取下神樹，便搭建起一個祭月的“祭祀臺”，一個青銅大立人和滿月的場景，營造出一個完整的“祭月”氛圍。三星堆出土的神鳥、龍、青銅面具等圖案印于月餅之上，將各式漸變雙色融入餅皮。

金沙遺址博物館則從《山海經》裏“金烏負日”的傳說中找到了靈感，將金沙遺址出土的 6 個代表性文物，太陽神鳥金箔、商周蛙形金箔、商周卷雲紋金喇叭形器、商周石虎、金面具和商周銅龍首，化為月餅的“外衣”做成 6 種月餅口味。

敦煌研究院選擇莫高窟唐代第 112 窟南壁東側《伎樂圖》為設計藍本，以舞樂齊奏的畫面營造與君共賞明月的東方意境。敦煌石窟千年穹頂之上，經典藻井的紋樣有着精美絕倫的繁復及驚心動魄的美。如今，這樣的美在月餅之上綻放。

甘肅省博物館 8 個國寶文物對應 8 種口味，設計元素提取自銅奔馬、驛使圖、人頭形器口彩陶瓶、鼎形銅行燈、蓮花形玻璃托盞、渦紋彩陶盆、反彈琵琶和飛天等國寶級代表性文物，月餅禮盒以“月之盈虧”聯結文物的歷史時間綫，讓人們在享受舌尖美味的同時，體驗到背後的文化內涵。

文 / 本報記者 陳斯