

精致文创月饼赚眼球 现烤酥皮月饼抢风头

“南北月饼大战”再升级

临近中秋，一年一度的“月饼大战”又拉开帷幕。最近一段时间，医院、博物馆、烟厂、时装品牌、奶茶品牌等纷纷展开月饼营销，北京稻香村、鲍师傅、盒马鲜生等部分门店也开卖现烤月饼，受到许多食客的欢迎。

一边是售卖现烤月饼的点心铺子越来越多，一边是跨界创新的精致月饼赚眼球。持续多年的“月饼大战”中，南北月饼市场逐渐分化，找到不同的营销路径，也为食客带来更多选择。



(网络图)

跨界文创月饼再“出圈”

“长队末尾的人已经分不清自己是挂号还是买月饼了。”前不久，上海市精神卫生中心闵行职工食堂推出“宛平南路600号”月饼，每一款上都印着“上海精神卫生中心”的字样，以及一个“大脑”的形象。奥运奖牌“金镶玉”的外观、“来自精神病院”的噱头以及8元一个的超高性价比，让这款月饼迅速“火出圈”。

由于这款月饼不对外销售，社交平台上一时间出现大量“组团挂号买月饼”“求代购”的狂热呼声。记者注意到，虽然上海市精神卫生中心已明确说明这款月饼仅限职工在食堂刷卡购买，但淘宝平台上还是出现不少代购，6个月饼的价格已涨至最高499元，还有不少商家销售图样相同的“山寨”产品。

近年，月饼市场上联名传统IP或时尚潮流的跨界营销并不少见。今年中秋，中国大酒店与广州博物馆联合打造的“消失的月饼”，还原广博馆藏《制中秋饼材料斤两食谱》中的五种口味；松鹤楼与苏州博物馆跨界合作，以文徵明《三绝图卷》为灵感推出“中秋对月”月饼礼盒；杏花楼则与国际食品巨头雀巢联名，紧跟风口推出植物肉五仁月饼。

记者注意到，这些制作精美、文化内涵深厚的月饼礼盒主要以广式月饼为主。五颜六色的饼皮往往造型美观，有的还包含艺术字和手绘图案等元素，包裹上传统或新潮的各式馅料，让不少食客大呼越来越“不舍得下口”，在社交平台上“晒月饼”也成了这些礼盒越来越重要的功能之一。



(网络图)

现烤月饼柜台热销

与众多文创月饼礼盒的“排面”相比，现烤月饼则是凭借新鲜出炉的最佳口感，赢得了许多食客的味蕾。记者注意到，北京稻香村目前有9家门店开卖现烤月饼，自打上市以来，现烤档口就常常排起长队。“排了半个多小时才买上，新鲜出炉的现烤月饼酥脆飘香，等这么久也值。”正在档口选购的市民李大爷说。

“网红”中式糕点品牌鲍师傅也在今年中秋推出了手工现烤月饼，一咬就碎的饼皮配上莲蓉蛋黄等经典馅料配方，让不少“粉丝”大呼惊喜。“以前家里买的月饼一个月也吃不完，这次买的现烤月饼不到两天就全没了。”市民小姜说。据鲍师傅门店工作人员介绍，自打上市以来，现烤月饼

的受欢迎程度甚至和经典产品肉松小贝不相上下。

一个月以前，盒马工坊的苏式现烤月饼也已经在全国各地门店上市。除了往年的鲜肉、奶黄流心、芥末三文鱼等口味，北京地区今年还新出了藤椒味香酥牛肉月饼，上海的盒马工坊门店甚至将牛胸肉、牛百叶、牛蹄筋、牛舌、牛肚、牛肝菌酱以及豆皮、腐竹、笋原料串起来，搭配鲜香麻辣的藤椒锅底，红油拌上芝麻，做出“冷锅串串现烤月饼”。

据盒马方面介绍，过去6年时间里，盒马工坊总共研发了30多款现烤苏式月饼，并把这种江浙沪的专属小吃成功推向全国。“预估今年盒马工坊的月饼整体销量将增长15%。”盒马相关负责人称。

“南北月饼”走上不同营销路

记者近日走访各家商超发现，中秋礼品市场上，包装精良、制作精美的广式月饼成为消费者走亲访友的首选，而在各家点心铺子，新鲜出炉、四处飘香的现烤月饼，则是食客们日常采买最多的品种。手工现烤月饼现做现卖、存储周期短，往往更加注重酥脆的口感，而主打礼品市场的广式月饼，则在造型和外观上疯狂比拼。

贵宾楼饭店今年推出象棋造型的月饼礼盒，方方正正的大红色礼盒里摆着“车”“马”“炮”等棋子造型的月饼盒，里面五颜六色的月饼既有白莲蛋黄、枣泥

等传统馅料，也有柠檬芝士、桂花酒酿芝士等创新口味。国家博物馆的桃山皮月饼则包含花瓣、玉兔、桃子等各式造型，小巧精致。

为了减少因包装丢弃带来的浪费，喜茶今年推出的月饼礼盒还充分考虑到包装盒的二次利用，采用坚固、高透明度的亚克力盒作为内包装，吃完月饼还可以作为收纳盒，盛放化妆品、盲盒玩具、文具等物品。唐宫饭店今年的月饼则是采用手提袋包装，吃完月饼还能拎着手提袋逛街，实现月饼包装的重复利用。

(据《北京日报》)