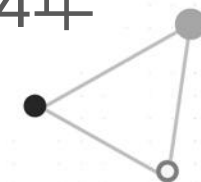




2024

月饼行业 消费趋势洞察

芝恩出品 2024年



CONTENT



 1

月饼行业市场洞察

 2

月饼行业社媒营销洞察

 3

「稻香村」中秋营销解读



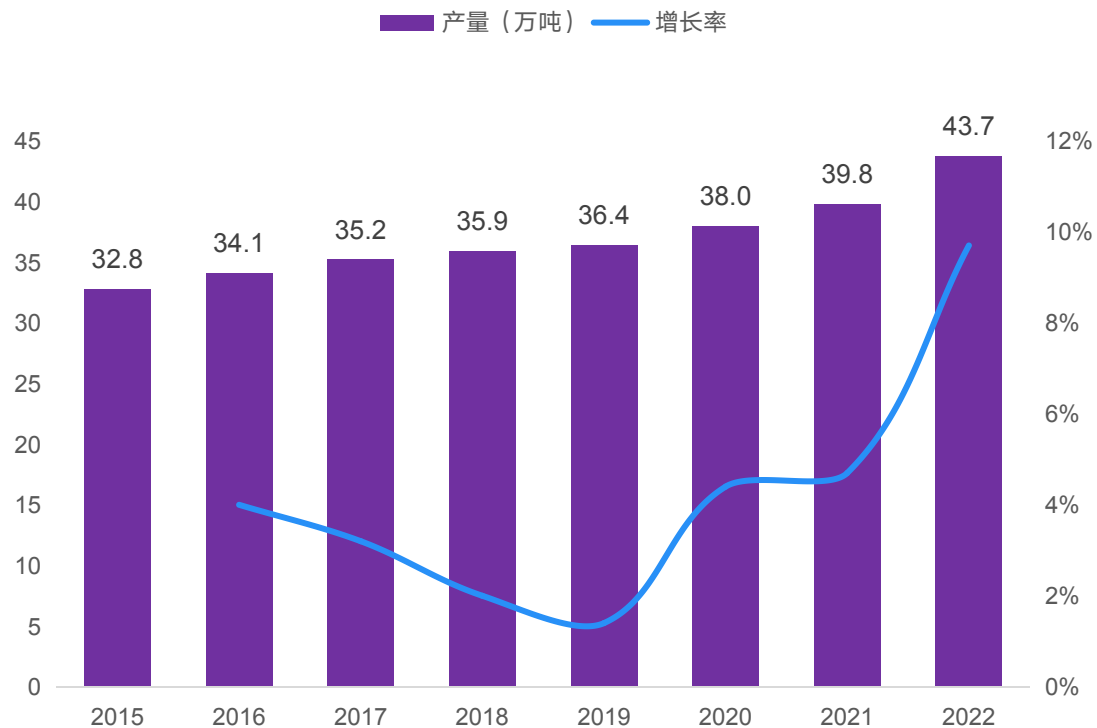
01 月饼行业市场洞察

月饼产量规模逐年增长，月饼礼盒需求扩大，规模稳步增长

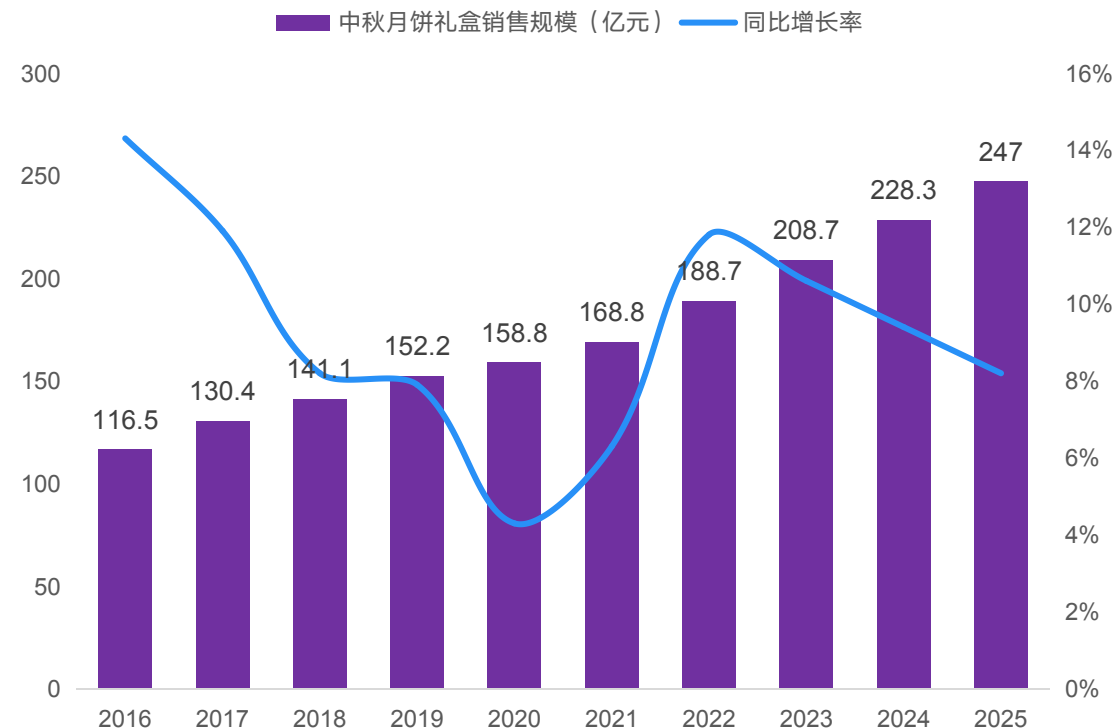


- 人们对中秋节重视程度的提升带动了月饼产量规模的扩大，2022年增长率达到近年高峰；
- 礼物经济盛行驱动月饼礼盒市场发展，整体规模呈现稳步增长的态势。

2015-2022年中国月饼产量规模



2016-2025年中国月饼礼盒市场规模及预测



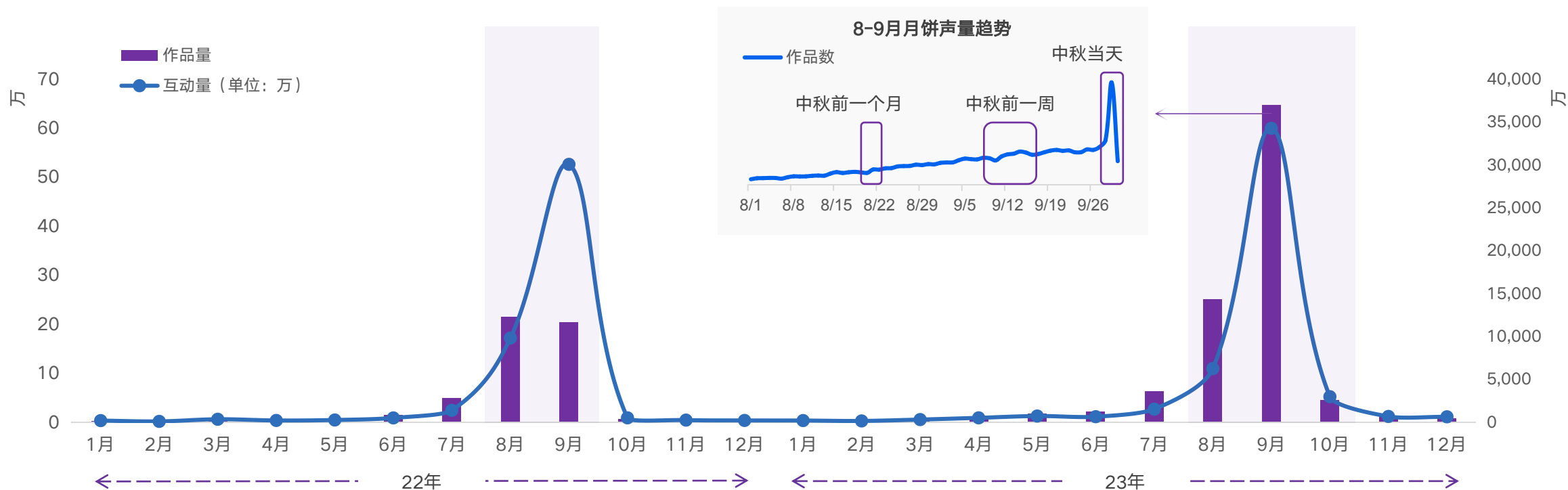
月饼社媒热度主要由节日驱动，日常场景渗透率低

- 月饼社媒热度同比去年实现大幅上涨，中秋当月作品量远超去年同期，月饼需求呈高增长态势；
- 月饼热度主要由节日驱动，日常场景需求较低；
- 月饼声量在中秋前一个月开始起势，中秋前一周出现小波峰，在中秋当天达到声量高峰。

「月饼」相关内容社媒讨论热度趋势

23年月饼相关作品量：110万，同比：↑109%

23年月饼相关互动量：4.93亿+，同比：↑12%

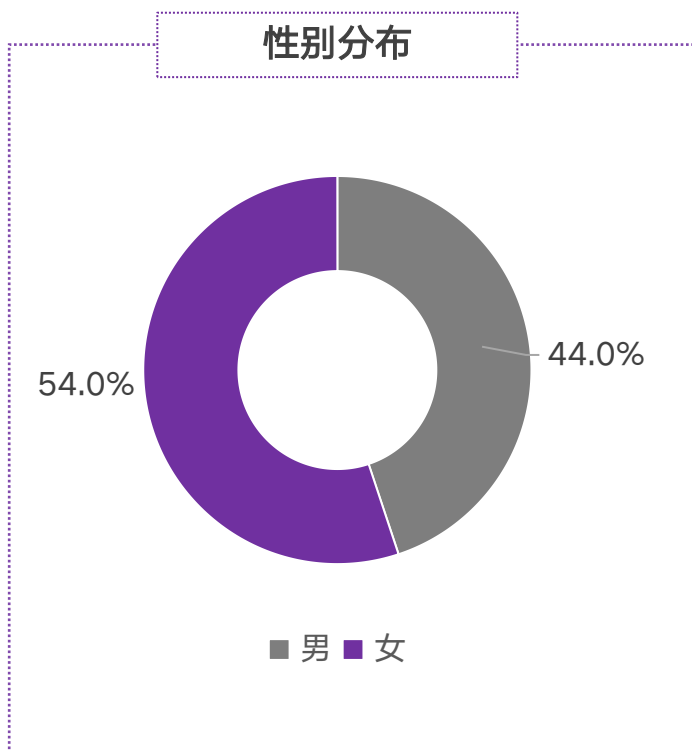


月饼兴趣人群以女性为主，性别差异较小；25-44岁人群占比高，送礼需求较为旺盛；高线城市对月饼需求层度更高

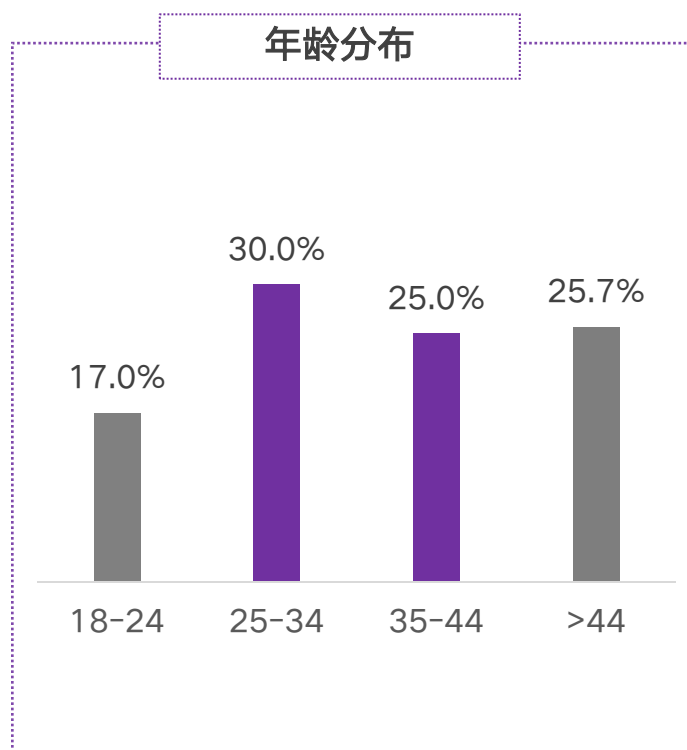


「月饼」内容兴趣人群画像

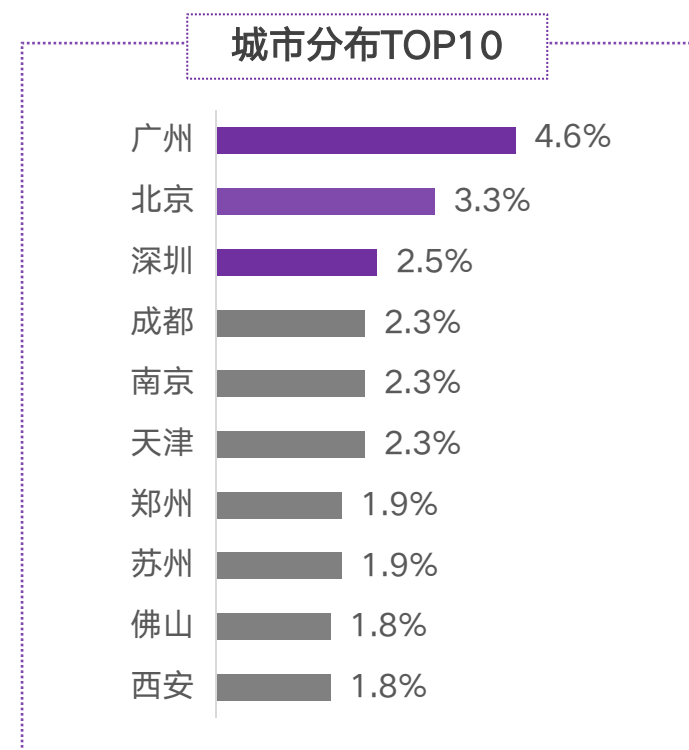
性别分布



年龄分布



城市分布TOP10



市场：传统月饼市场竞争激烈，各派系百家争鸣，广式月饼是行业龙头，滇式月饼近年需求潜力增大



- 广式月饼声量最高；京式月饼市场规模大，声量增速快；滇式月饼增速最快，市场潜力待释放。

「传统月饼」品类社媒热度分布



广式月饼

声量 **184,000** ↑ 84%



特点：重油、皮薄、馅多、口味偏甜

经典口味：莲蓉、豆沙、叉烧、水果

代表品牌：广州酒家、美心



京式月饼

声量 **140,000** ↑ 115%



特点：重用麻油、口味清甜、皮薄酥软

经典口味：五仁、椒盐、酥皮

代表品牌：稻香村、全聚德、桃李月饼



滇式月饼

声量 **27,000** ↑ 207%



特点：甜中带咸、食而不腻、馅料油而不腻

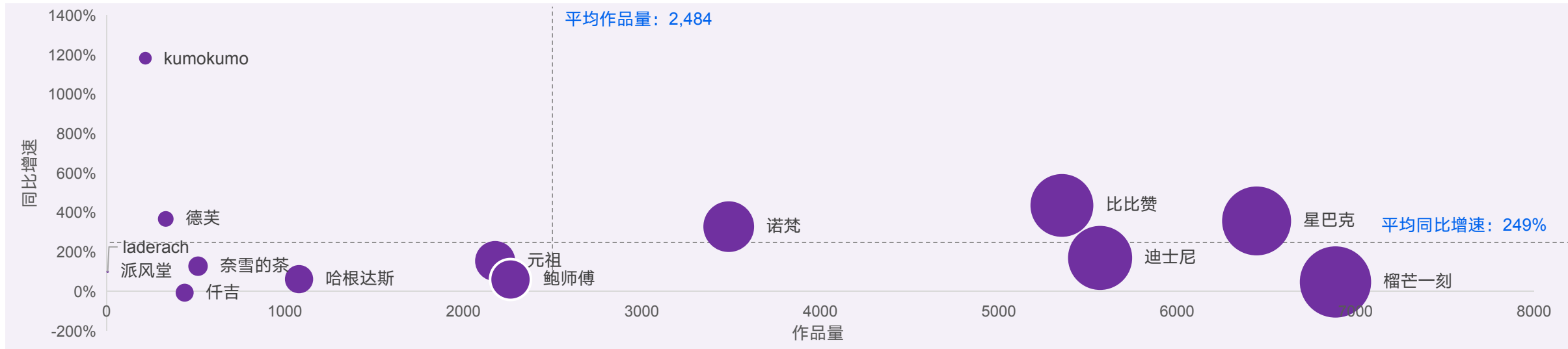
经典口味：玫瑰云腿、松仁云腿、鸡枞云腿


代表品牌：潘祥记、嘉华月饼、吉庆祥

市场：新式月饼市场潜力大，增速迅猛；榴芒一刻、星巴克领銜新式月饼市场，均主打冰皮月饼

- 新式月饼市场主要由创意月饼品牌、跨界品牌、糕点品牌组成，网红蛋糕品牌kumokumo入局月饼品类，品牌声量增速可观。

「新式月饼」品类社媒热度分布






榴芒一刻

声量 **6,887** ↗ **48%**

主要卖点：创意榴莲冰皮月饼

沟通点：糯叽叽、爆浆、榴莲脑袋





星巴克

声量 **6,445** ↗ **357%**

主要卖点：冰皮月饼、咖啡月饼、多元风味

沟通点：低脂、限定、礼盒





kumo kumo

声量 **218** ↗ **1,182%**

主要卖点：芝士月饼、多巴胺配色、流心9种口味

沟通点：配色高级、明星同款



市场：老牌创新、跨界融合成为盘活新式月饼市场的主要驱动力

- 除了老牌月饼品牌创新月饼形态和口味，品牌跨界打入月饼品类成为新式月饼的主导力量。在星巴克深耕新式月饼的同时，巧克力品牌、中式糕点、奶茶品牌、冰淇淋品牌等均尝试进入月饼市场，开发新式月饼。

元祖-冰淇淋月饼

元祖独创冰淇淋月饼，以台式煎饼饼干、威化饼干及冰皮作为外壳配合多种口味冰淇淋，打造夏日消暑月饼，绚丽包装直击消费者“心巴”。



莱德拉-中秋限定巧克力月饼

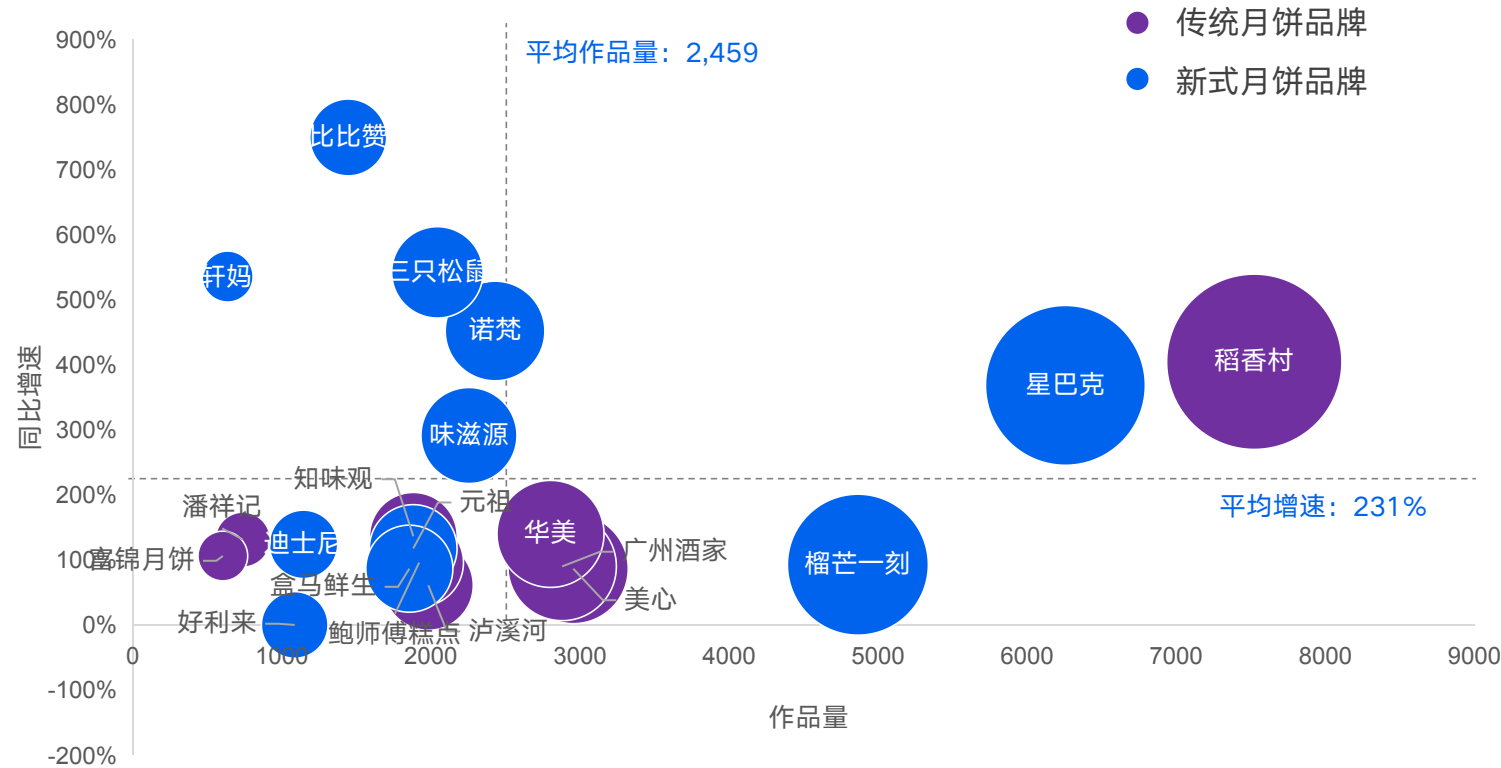
巧克力品牌莱德拉跨界推出中秋限定巧克力月饼，草莓酸奶、抹茶夹心、焦糖扁桃仁夹心、柚子黑巧四种新式月饼口味组合，配合高颜值外表，成为中秋伴手礼心选。



品牌：传统与新式月饼品牌旗鼓相当，稻香村、星巴克引领月饼行业声量，榴芒一刻市场认知稳定增长

- 稻香村作为老牌传统月饼品牌，声量持续领先，并呈现高速增长；星巴克作为新式月饼的代表，在月饼品类持续发力；
- 榴芒一刻借助爆品声量继续开拓市场认知，但单品策略声量带动疲软；
- 诺梵凭借创新巧克力月饼，在新式月饼领域占领一席之地，声量增速可观。

「月饼品牌」声量TOP20社媒热度分布



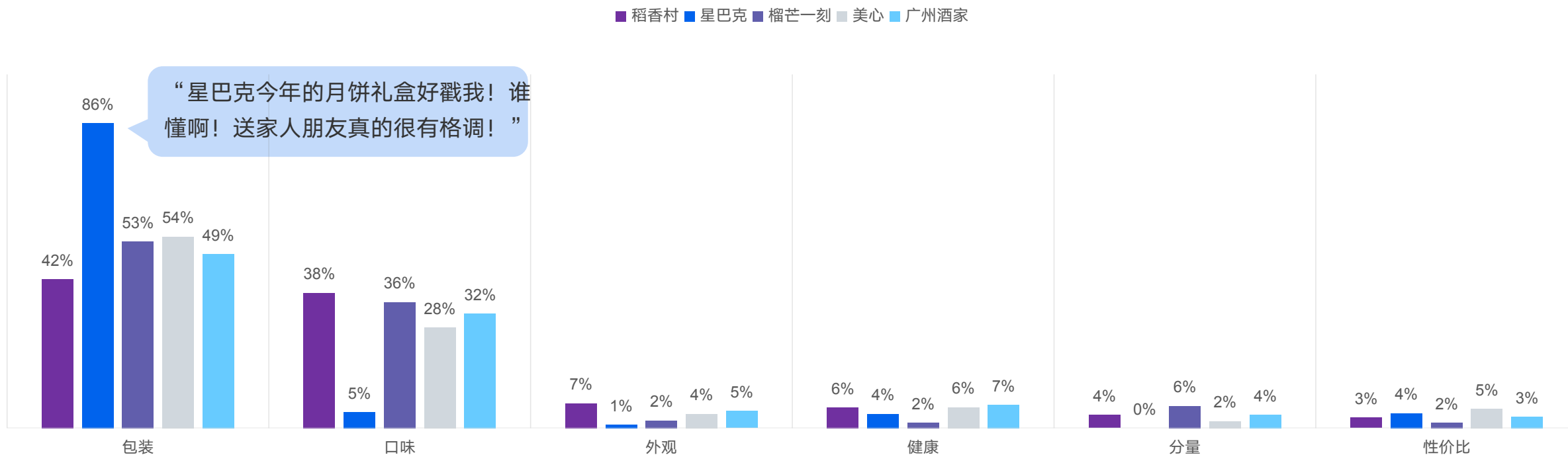
高互动爆文

品牌	标题	互动量
稻香村	稻香村月饼挑选TIPS	3.0w
星巴克	星巴克月饼礼盒展示	1,981
榴芒一刻	榴莲一刻产品试吃	2.5w

品牌：高声量品牌用户关注维度集中在包装及口味上，星巴克包装关注度一骑绝尘，对于稻香村的口味讨论更多

- 用户对于月饼品牌主要关注包装、口味、产品外观、健康程度、分量及性价比，在包装及口味上关注度更加突出；
- 星巴克月饼包装吸引用户眼球，高于对月饼口味的关注；
- 榴芒一刻的新鲜榴莲肉内馅引发用户对于馅料分量的关注。

声量TOP5月饼品牌各维度关注点



饼皮：冰皮、酥皮及浆皮市场认知稳固，冰皮月饼市场规模广阔



- 冰皮、酥皮、浆皮声量较高，冰皮月饼声量主要由榴莲冰皮产品带动；
- 酥皮月饼派系特色明显，广式、苏式酥皮月饼受欢迎；
- 混糖皮、奶油皮整体认知度较低，声量规模小。

「月饼饼皮」社媒热度分布



冰皮月饼TOP品牌

美心榴莲冰皮月饼 榴芒一刻冰皮月饼 元祖冰皮月饼

酥皮月饼TOP品牌

稻香村稻香金月 沈大成鲜肉月饼 知味观火腿月饼

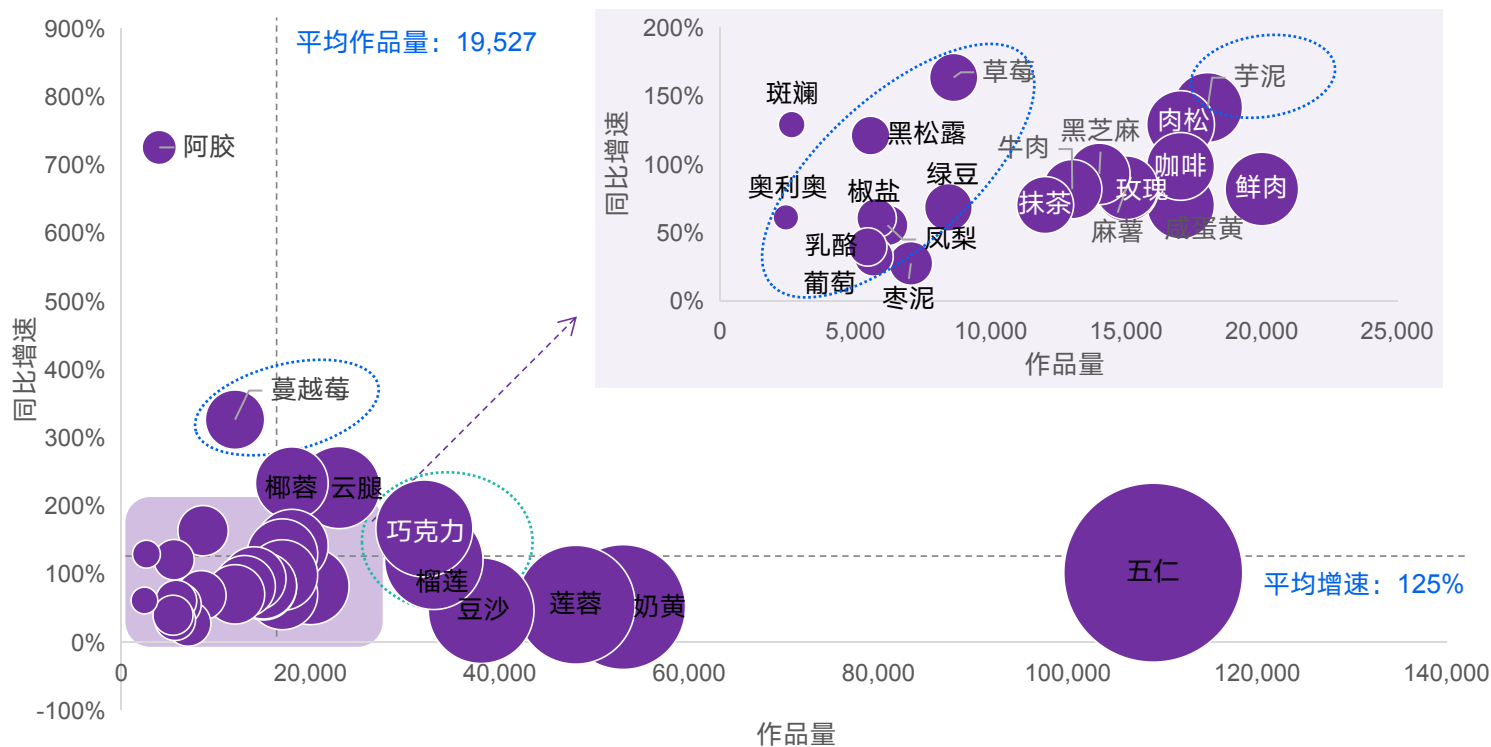
浆皮月饼TOP品牌

桃李提浆月饼 美心流心奶黄月饼

口味：月饼市场创新出多元口味，传统五仁口味稳坐C位

- 月饼市场口味更加丰富多元，并将日常糕点口味植入月饼口味开发，传统的五仁口味仍占据用户味蕾；
- 健康需求上涨，阿胶品牌抢占市场先机，开发阿胶月饼，满足养生人群需求；
- 榴莲、巧克力新式口味月饼已占领用户心智，市场规模持续扩大。

「月饼口味」社媒热度分布



新式口味



榴芒一刻
榴莲冰皮月饼
泰国甄选榴莲+软糯冰皮，爆浆内陷，口感香滑绵密



诺梵
巧克力月饼
巧克力饼皮+水果味夹心

网红样式



元祖
夏黑葡萄冰皮月饼
冰皮+葡萄味冰淇淋



元祖
草莓派对
焦糖威化饼干+草莓味冰淇淋

养生选择

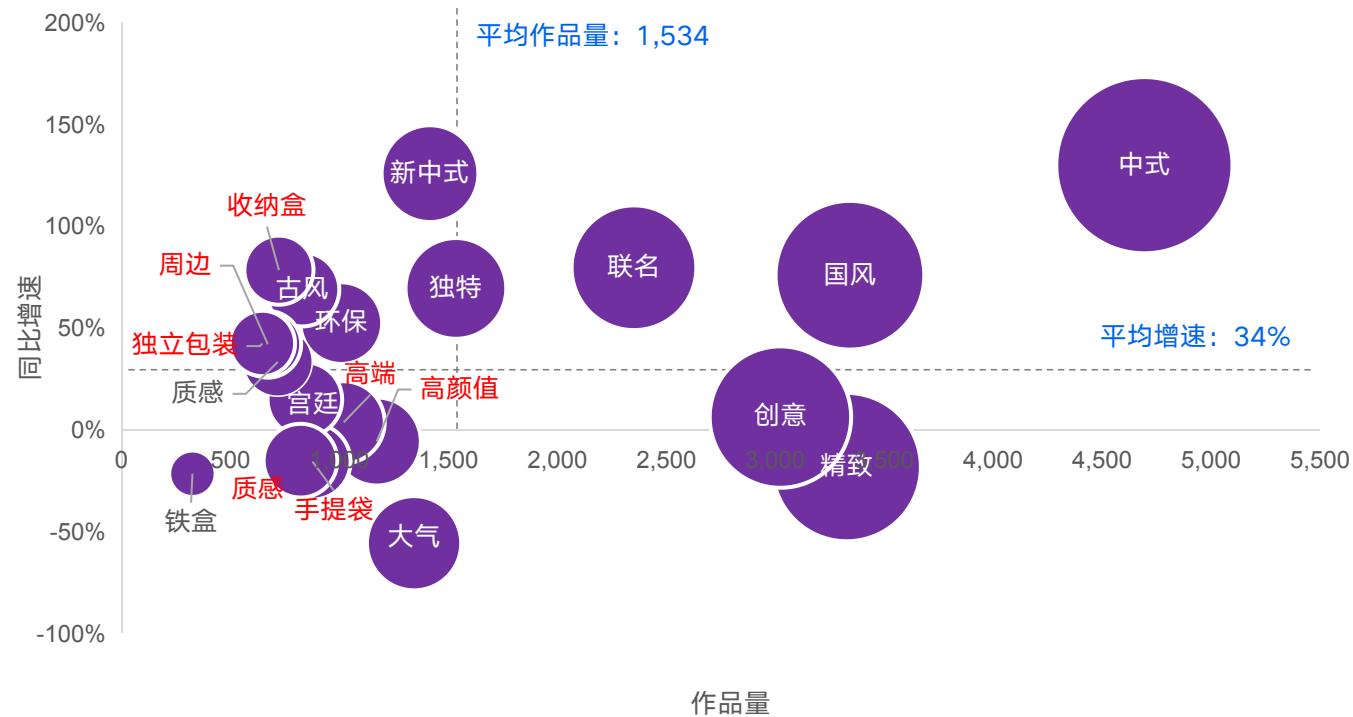


东阿阿胶
低糖阿胶月饼
多种内陷搭配阿胶

包装：中式风格是月饼包装的舒适区，新中式接棒；联名热度不减，品牌增加联名价值感，除包装元素外还附赠实用周边

- 中式、国风是月饼包装主要风格，新中式风格热度增速快，同比去年实现高速增长；
- 月饼品牌借助联名出圈，联名价值突破包装设计，还增加实用周边，实现二次复用，增加产品价值感。

「月饼礼盒」社媒热度分布



五芳斋x曼联

赠送球队同色系包包

奈雪的茶x哈利波特

赠送ip元素包包

稻香村x黑神话

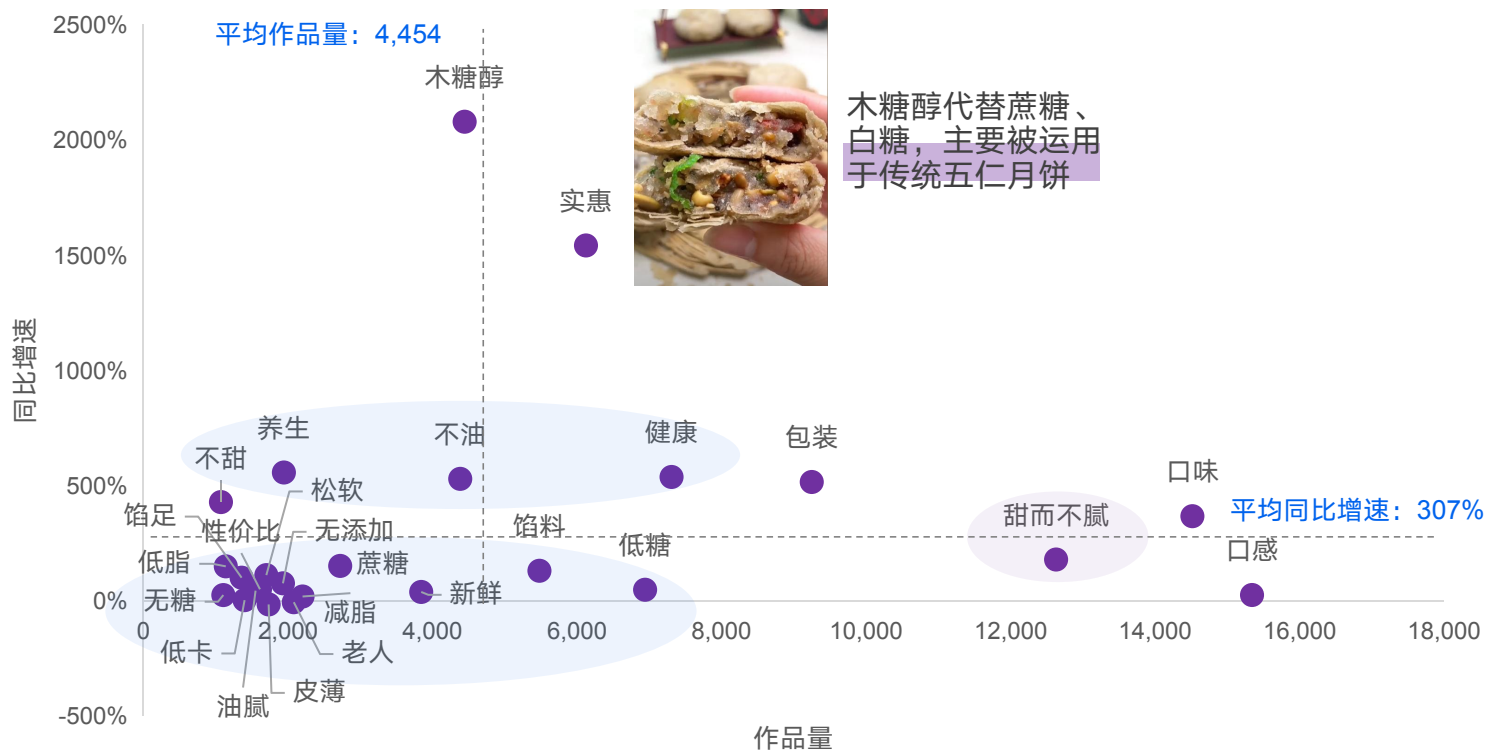
美心x小黄人
月饼盒=投影仪

礼盒价值感提升

痛点：口味/口感是基础关注，甜而不腻是主要痛点，健康、身材管理意识提升，驱动低糖、无糖月饼成为品类增长点

- 用户对月饼的口感、口味重点关注，太甜、太油是月饼的主要痛点，甜而不腻的用户期待；
- 品牌围绕用户健康生活趋势及特殊身体状况推出低糖、无糖、无碳水等月饼选择，应对用户对于健康月饼的需求；
- 木糖醇声量增速快，但整体声量规模不大，主要被用来代替蔗糖、白砂糖等来满足减脂、控糖人群的月饼饮食需要。

「月饼」热门关注



“甜而不腻”是主要痛点

品牌对策

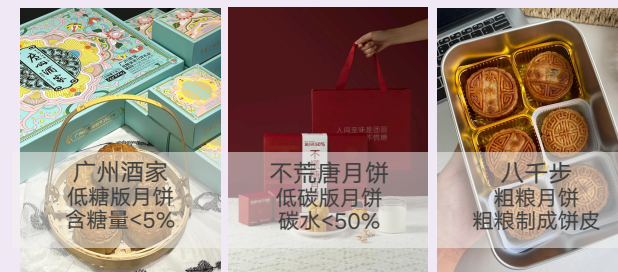


仟吉

用咸甜、酸甜综合甜度，增加口感丰富度

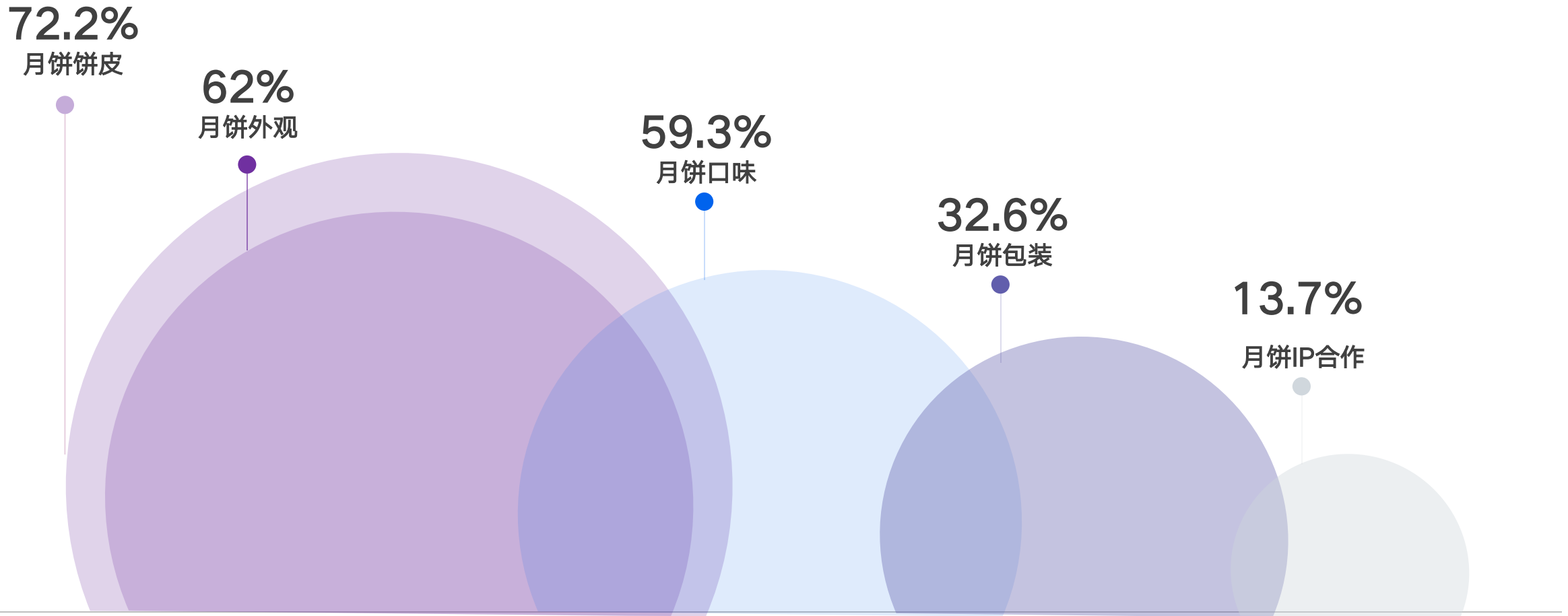
身材管理、养生习惯、健康需求上升

品牌对策



期待：消费者期待品牌在月饼饼皮、外观及口味上有所创新， 并仍对IP合作饱含热情

消费者期待月饼创新的元素



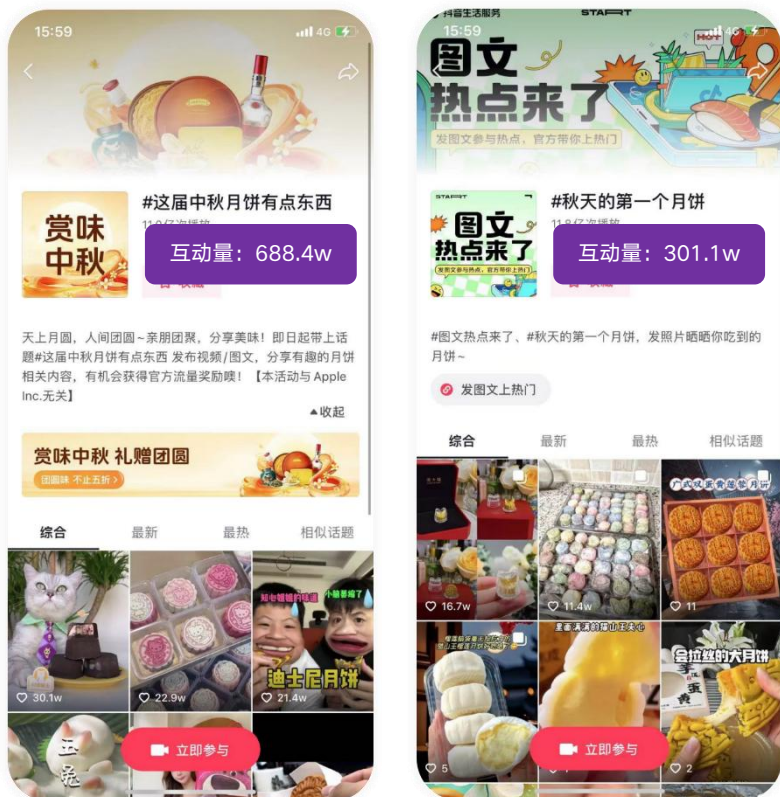


02 月饼行业社媒营销洞察

抖音品类表现：平台中秋氛围浓厚，强调节日仪式感

- 平台发起官方话题，引起用户互动，纷纷带话题分享自制月饼，月饼评测，家庭团圆等内容，节日氛围浓厚；
- 月饼制作、搞笑整活、剧情演绎等内容更容易带动用户互动。

2023年抖音【月饼】相关热门话题



2023年抖音【月饼】热度表现



2023年抖音【月饼】相关内容关键词



2023年抖音【月饼】高互动内容



标题：月饼流水线的日常，五仁金腿真的巨巨好吃#月饼#五仁金腿月饼#中秋月饼提前鉴赏
@企选好物
互动量：331.6w



标题：虽然不能一起吃月饼，但是看到的月亮是一样的#一起看月亮#超级月亮
@你鸡哥哟
互动量：144.9w



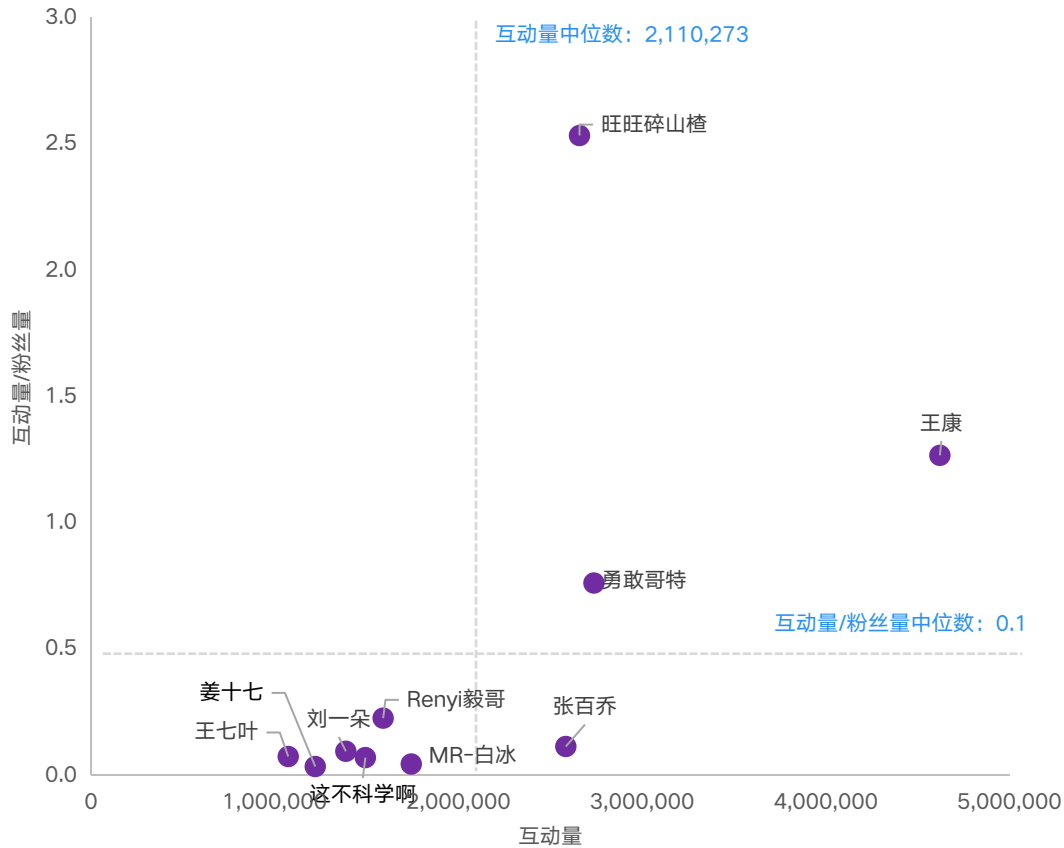
标题：有些心意是无法用语言传达出来的，所以我选择用手来！
@王七叶
互动量：107.3w

热门内容：抖音月饼内容丰富多元，生活随拍，剧情演绎类内容互动效果好



- 抖音偏好生活分享及剧情演绎，头部达人互动效果突出

「月饼」相关内容抖音平台互动量TOP10 KOL表现



「月饼」相关内容抖音平台互动量TOP10

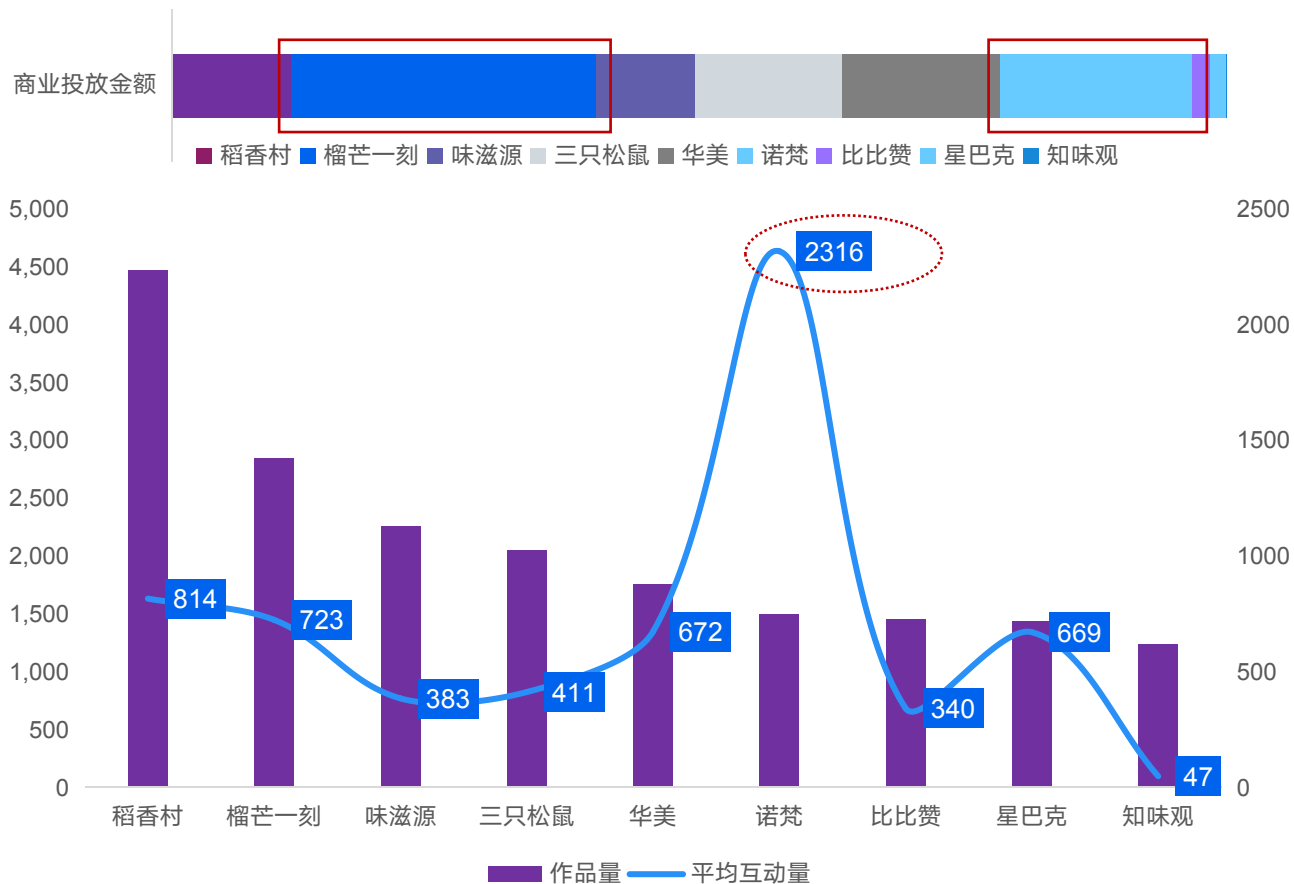
达人昵称	达人类型	粉丝量	内容摘要	互动量	互动量/粉丝量
王康	随拍	365w	马上中秋了，快给你的冤种朋友做这个“流心月饼” #中秋节 #视频效果无不良导向	462.0w	1.3
勇敢哥特	剧情演绎	360w	《找妈妈》#泪点低的人别看 #勇敢哥特 #中秋相聚的100种方式 #中秋快乐	273.7w	0.8
旺旺碎山楂	明星八卦	105w	#月饼 #中秋节 好歹毒的月饼，我就站在这，我看谁敢咬！哈哈哈哈哈！#搞笑 #名场面	265.8w	2.5
张百乔	随拍	2,309w	赶紧看看你们的回忆杀吧。#没想到超有料	258.4w	0.1
MR-白冰	随拍	4,103w	受邀品鉴 南宋雅宴，传统文化结合现代科技，老板电器再现宋代盛景！	174.2w	0.0
Renyi毅哥	美食	709w	贴秋膘的正确打开方式！下半年的第一根鲜炖蹄花，红油蘸碟配上热拌肥肠，这也太爽了#美食 #美食分享 #蹄花#抖音中秋好礼季 #中秋国庆的假期攻略	158.9w	0.2
这不科学啊	科普	2,196w	一个大月饼要平均分给11位小朋友，还要一模一样？你还有其他办法吗？#中秋快乐 #月饼 #兄妹日常 #科学实验#职工达人秀	149.3w	0.1
刘一朵	剧情演绎	1,491w	大家看看我还有救吗#没想到超有料 #寻客启事	138.6w	0.1
姜十七	时尚	3,744w	好老公和好婆婆，我全都拥有！#韩束 #韩束红蛮腰	122.0w	0.0
王七叶	居家	1,485w	有些心意是无法用语言传达出来的，所以我选择用手来！#没想到超有料	107.3w	0.1

品牌投放：稻香村是抖音TOP1的月饼品牌，抖音是榴芒一刻、诺梵的种草主阵地，高互动主要由头部达人贡献



- 稻香村抖音声量遥遥领先，榴芒一刻及诺梵注重抖音投放，诺梵投放效果初显；

抖音声量TOP10月饼品牌-互动表现及商业投放情况



TOP投放品牌高互动爆文

榴芒一刻



标题：不知道商家看潮子念完广告词会不会普快不加冰袋给我寄过来一个榴莲

@海潮、测评
头部达人
互动量：29.5w



标题：赶在中秋前给初中生弟弟安排一份中秋便当惊喜是种什么体验？

@小小小海星
头部达人
互动量：18.5w

诺梵



标题：我家的方便面从来都是自己做的！#圣诞礼物#松露巧克力

@厨娘小何
头部达人
互动量：120.3w



标题：关于巧克力，我们不知道的还有很多，欢迎收看大型不连续纪录片《可可传奇》

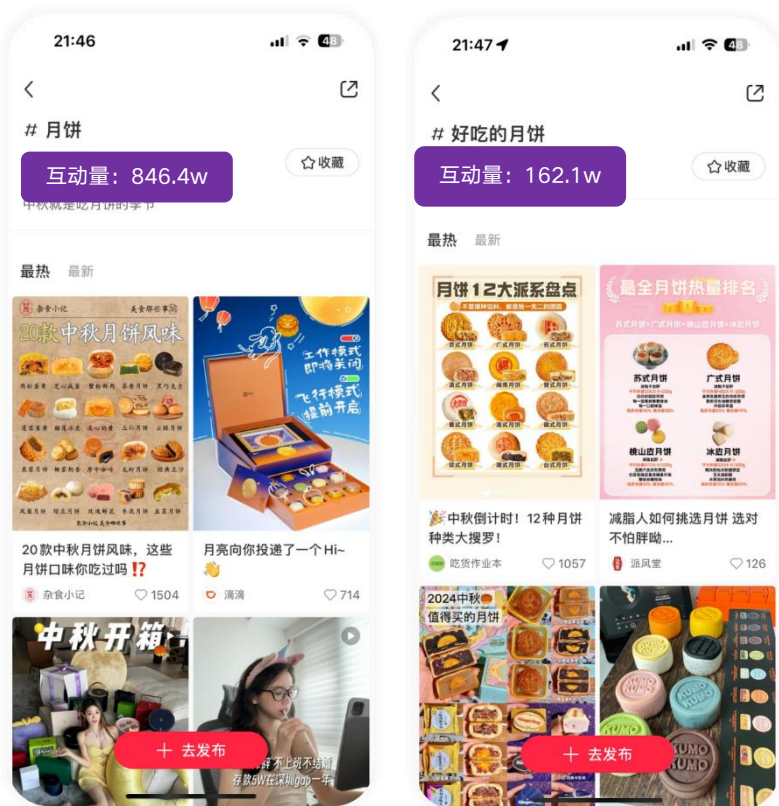
@王七叶
头部达人
互动量：116.7w

小红书品类表现：爱尝鲜、爱社交的吃货聚集地，注重真实分享



- 平台中秋氛围浓厚，用户纷纷带话题分享心中的好吃好玩好看月饼，月饼口味、礼盒等内容被频繁提及；
- 月饼测评、中秋聚会场景、月饼制作教程等内容的用户互动量更高。

2023年小红书【月饼】相关热门话题



2023年小红书【月饼】热度表现



2023年小红书【月饼】相关内容关键词



2023年小红书【月饼】高互动内容

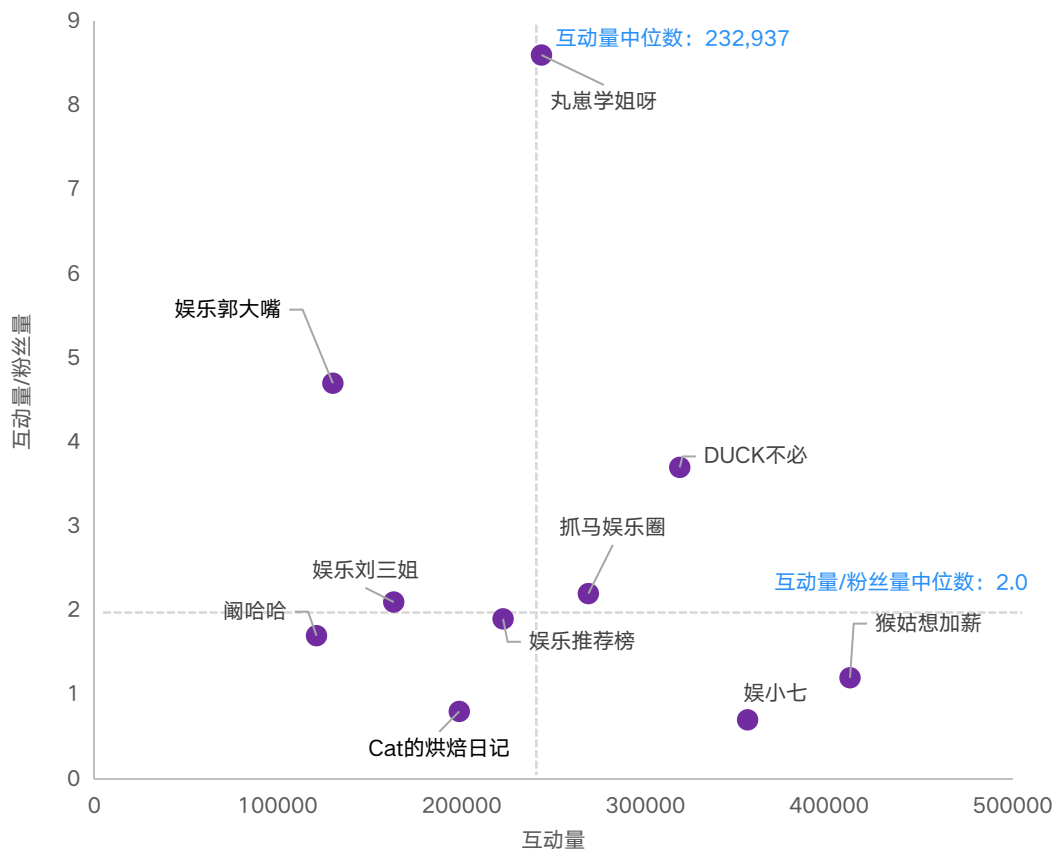


热门内容：小红书月饼美食垂类、创意、生活记录内容互动量高



- 小红书用户偏好美食教程、美食分享、创意动漫、社交生活等内容，腰部达人互动量高。

「月饼」相关内容小红书平台互动量TOP10 KOL表现



「月饼」相关内容小红书平台互动量TOP10

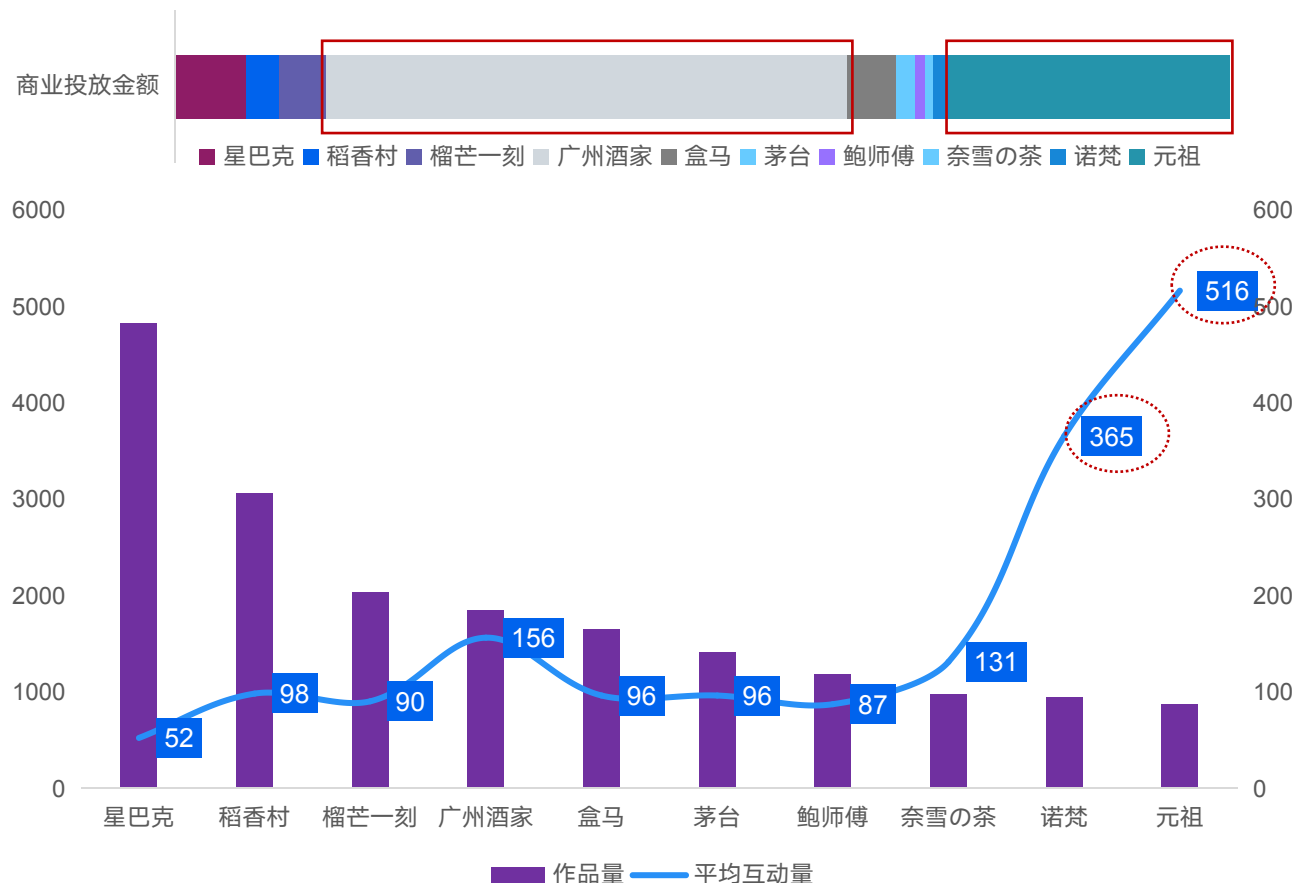
达人昵称	达人类型	粉丝量	内容摘要	互动量	互动量/粉丝量
猴姑娘加薪	动漫	35.4w	中秋国风养生月饼，你选哪个？	41.1w	1.2
娱小七	美食其他	49.4w	所以大家猜猜用什么粘上芝麻的？书法生 月饼	35.5w	0.7
DUCK不必	动漫	8.5w	月饼里都装了啥？中秋回个家吧~	31.8w	3.7
抓马娱乐圈	美食其他	12.3w	马来西亚选手第一次吃中国月饼	26.9w	2.2
丸崽学姐呀	线下游戏	2.8w	聚会游戏大揭秘🔒假期聚会不再无聊玩手机	24.3w	8.6
娱乐推荐榜	搞笑其他	11.5w	老师：为了救你们，我只能做到 这个份上了	22.2w	1.9
Cat的烘焙日记	美食教程	24.5w	你怎么知道我爱吃奥利奥奶酪月饼！	19.8w	0.8
娱乐刘三姐	职场其他	7.8w	我心目中的流水线终于给我刷到了 ！	16.3w	2.1
娱乐郭大嘴	美食展示	2.8w	这月饼有点东西	12.9w	4.7
阚哈哈	生活记录	6.9w	聚会游戏大揭秘 拒绝尴尬不冷场	12.0w	1.7

品牌投放：星巴克月饼在小红书内容量top1，广州酒家、元祖将平台作为种草主阵地，诺梵、元祖品牌平均互动高



- 元祖食品侧重中秋送礼&月饼美食场景，广州酒家剧情脑洞类内容爆文率高

小红书声量TOP10月饼品牌-互动表现及商业投放情况



TOP投放品牌高互动爆文

元祖



标题：高段位|送礼被拒绝如何高情商救场

@温柔芝芝
腰部达人
互动量：7.3w



标题：「沉浸式」外国人也爱吃的中秋月饼合集!

@奎妮在中国
头部达人
互动量：4.8w

广州酒家



标题：长相与年龄不符是什么体验 #熔岩流心奶黄月饼

@坡安潘
腰部达人
互动量：6.5w



标题：假如穿越到榴莲世界 #广州酒家榴芒诱惑冰皮月饼

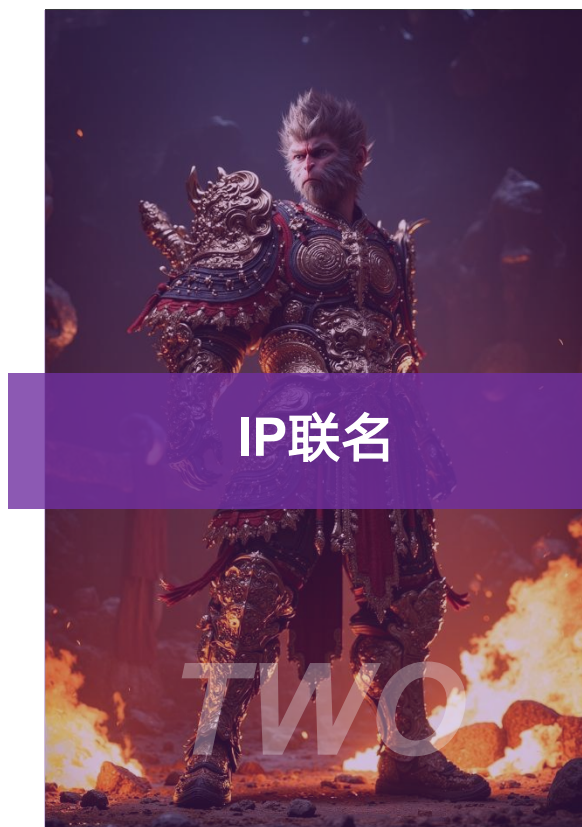
@秀逗王子威
头部达人
互动量：2.9w



03 「稻香村」中秋营销解读

KOL种草、IP联名、产品创新是稻香村的三大重要营销策略

「稻香村」社媒营销组合



抖音-营销表现： 抖音是稻香村品牌传播主阵地，与中秋送礼秋季团圆场景强绑定

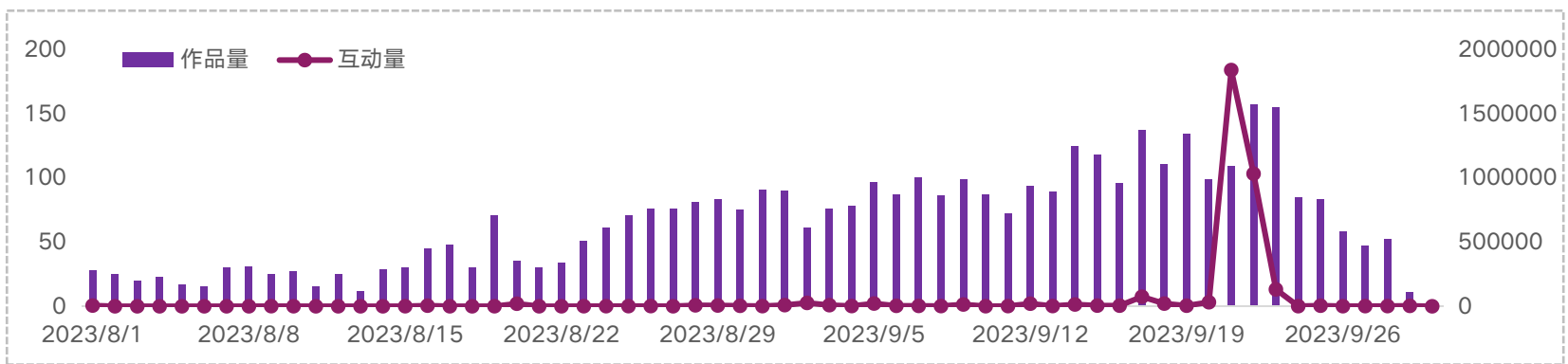
抖音平台稻香村月饼声量表现

稻香村 X 月饼
相关内容数 **9,978**

稻香村 X 月饼
内容总互动量 **463.3万**

稻香村 X 月饼
Y24内容数同比 **172%**

Y23中秋期间抖音平台「稻香村 X 月饼」声量趋势



「稻香村 X 月饼」相关热门话题

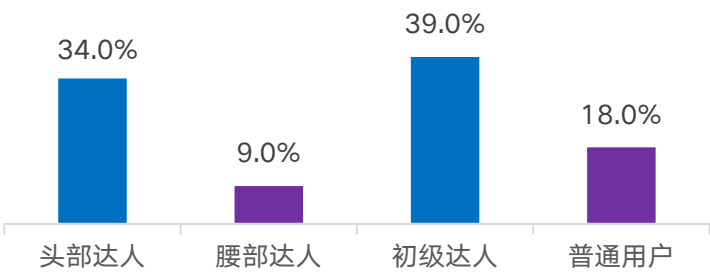
- #心意到了中秋就圆了
互动量：21.5w
- #月饼版黑神话悟空太酷了
互动量：9.6w
- #稻香村月饼
互动量：7.3w

「稻香村 X 月饼」相关内容提及词



抖音-沟通策略： 以头部达人撬动影响力，初级达人响应，内容注重团圆情感链接

抖音平台「稻香村 X 月饼」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



抖音平台「稻香村 X 月饼」相关内容
商业投放KOL示例

 @Renyi毅哥 类型：美食探店 粉丝量：715.7w	 @保罗在美国 类型：生活记录 粉丝量：1231.7w
 @青岛大姨爱测评 类型：美食、剧情 粉丝量：307.9w	 @圈圈日食记 类型：美食测评 粉丝量：78.6w

「稻香村 X 月饼」热门内容

家人团圆感悟	返乡过节记录	中秋送礼实用指南	联名礼盒测评
<p>标题： 柴米油盐的生活少不了磕磕绊绊，但人与人之间难免尊重也是相互的 #我的乡村生活 #稻香村</p> <p>互动量： 4.2w</p>	<p>标题： 有时间 常回家看看#记录真实生活#一口一个中秋 #稻香村</p> <p>互动量： 2.7w</p>	<p>标题： 花小钱办大事，中秋超实用送礼指南 #赏味中秋好礼 #这届中秋月饼有点东西 #金秋收获季 #稻香村</p> <p>互动量： 1.2w</p>	<p>标题： 是谁还不知道《黑神话·悟空》出联名月饼啦！#抖音超市上新黑神话悟空月饼</p> <p>互动量： 2.7w</p>

小红书-营销表现： 中秋节前1个月开始预埋品牌内容，深耕中式传统伴手礼心智

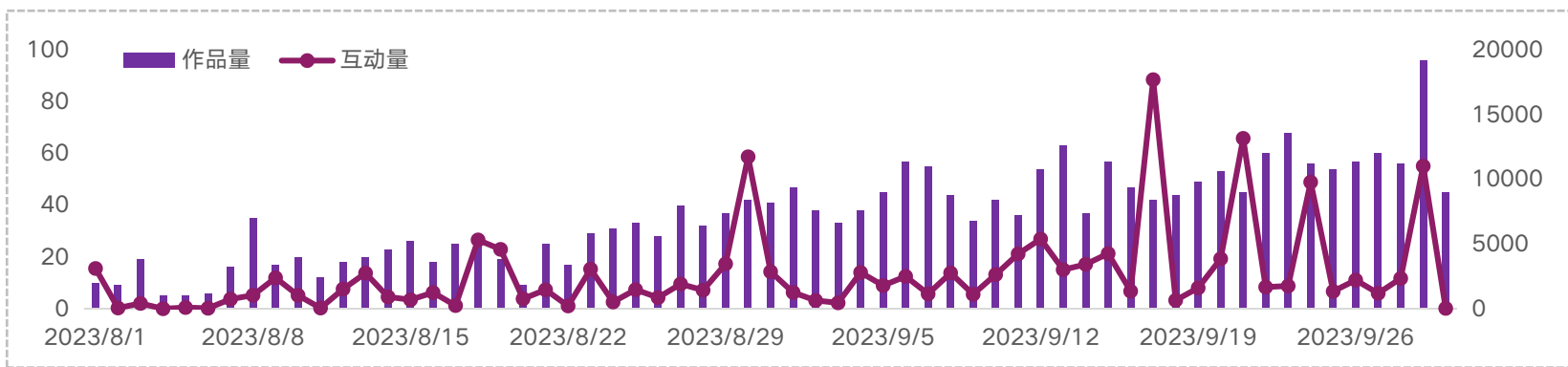
小红书平台稻香村月饼声量表现

稻香村 X 月饼
相关内容数 **5,820**

稻香村 X 月饼
内容总互动量 **38.4万**

稻香村 X 月饼
Y24内容数同比 **128%**

Y23中秋期间小红书平台「稻香村 X 月饼」声量趋势



「稻香村 X 月饼」相关热门话题

#稻香村

互动量: 5.5w

#中式糕点

互动量: 3.3w

#黑神话悟空

互动量: 1.4w

#中秋节送礼

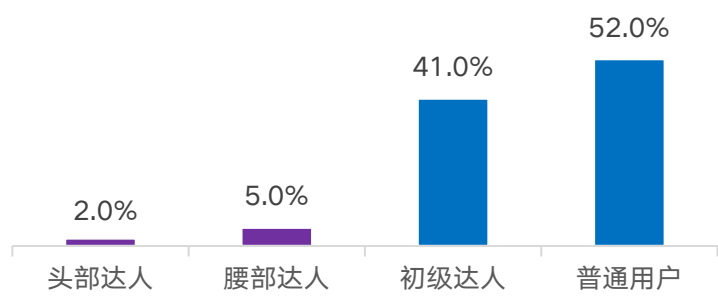
互动量: 2.7w

「稻香村 X 月饼」相关内容提及词



小红书-沟通策略： 以美食类初级达人、素人广泛铺量，多场景角度沟通打造真实口碑

小红书平台「稻香村 X 月饼」相关内容
商业投放KOL类型分布情况



小红书平台「稻香村 X 月饼」相关内容
商业投放KOL示例

 @雷蕾酱 类型：美食、母婴 粉丝量：74.4w	 @闯哥吃不胖 类型：美食、生活 粉丝量：21.0ww
 @小米的备婚日记 类型：生活、婚嫁 粉丝量：9.0w	 @吃货李小浪 类型：美食、运动 粉丝量：146.4w

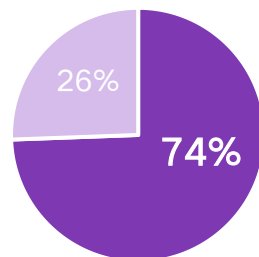
「稻香村 X 月饼」热门内容

创意口味自制	见家长送礼清单	月饼礼盒开箱	中式糕点测评
标题： 最近奶酪月饼很火，给我家娃娃们安排上啦！	标题： 普通女孩中秋见家长送礼清单 附注意点	标题： 富婆闺蜜送的富贵月饼礼盒太棒啦！	标题： 老式糕点局来啦 炫了满满一大桌子巨满足！
互动量： 7,359	互动量： 4,214	互动量： 2,787	互动量： 2,661

联名：全网焦点游戏《黑神话：悟空》

以小红书为主官方宣传，借势打造品牌节令食品差异化优势

24年8月，稻香村官宣了与大热游戏IP《黑神话：悟空》联名的「齐天揽月」中秋月饼礼盒，六饼六味。稻香村对月饼外观和口味进行了创新调整，力图还原游戏中的各式角色。



作品量平台分布饼图

- 小红书
- 抖音

小红书为IP联名
内容传播主阵地

小红书相关作品量：**451**

小红书相关互动量：**4.8万**

小红书内容策略：以品牌官号宣发为主，激发腰部达人测评



抽奖|天命人集合，打不过就吃掉！

互动量：8990



黑神话悟空 稻香村 | 天命人都通关了嘛？

互动量：1845



稻香村×《黑神话·悟空》联名礼盒全网预售

互动量：1657

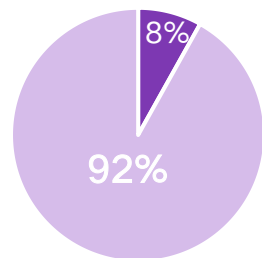


黑神话月饼礼盒：虎先锋、黑熊精谁更好吃？

互动量：360

联名：全网焦点游戏《黑神话：悟空》 在抖音掀起讨论热潮，实现传统食品的高效破圈

稻香村于抖音商城售卖黑神话·悟空联名月饼礼盒，现货首发即售罄，从热点到热卖，让月饼联名的营销方式被再次验证。



互动量平台分布饼图

- 小红书
- 抖音

抖音为IP联名
内容互动主阵地

抖音相关作品量：**155**

抖音相关互动量：**54.4万**

抖音内容策略：品牌官号带动头部达人种草及腰部达人测评



官号宣发引热议

稻香村&《黑神话：悟空》，齐天揽月
互动量：**5.6w**



联名产品热点打造

是谁还不知道《黑神话·悟空》出月饼了？
互动量：**2.7w**



抢购氛围营造

这个第一波吃到联名月饼的人我是真的想做！
互动量：**1.4w**



自费测评联名礼盒

自费测评黑神话悟空的周边月饼礼盒
互动量：**1.3w**

联名：全网焦点游戏《黑神话：悟空》

通过创新产品与年轻用户巧妙联结，实现品牌力焕活



IP联名有效提升年轻人群对稻香村的关注度



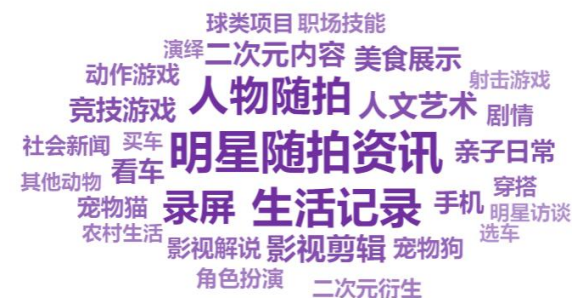
“稻香村”兴趣人群中，35岁以下人群占比 **46%**

“稻香村∩悟空”兴趣人群中，35岁以下人群占比 **66%**

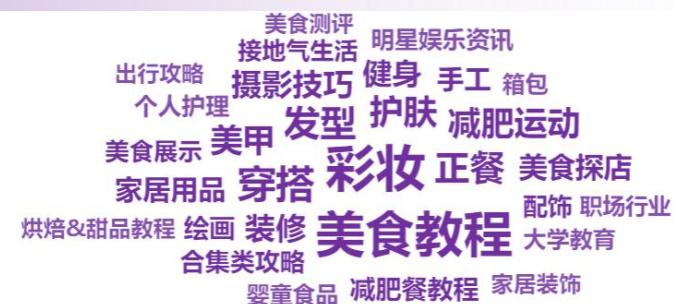
小红书

“稻香村”兴趣人群中，35岁以下人群占比 **87%**

“稻香村∩悟空”兴趣人群中，35岁以下人群占比 **93%**



IP兴趣人群尤其关注游戏垂类内容，及泛生活类目



产品创新「成分」： 顺应健康消费趋势，以低糖特点锁定控糖人群，开拓市场

相关作品量：**1554**

相关互动量：**17.9万**

内容：以送礼场景切入，突出产品健康优势

“送礼” “礼物” “中式” 为TOP3热门关键词



男友上门送礼清单

男朋友第一次上门 | 礼品清单

互动量：742



旅游伴手礼推荐

苏州旅游伴手礼/特产推荐 (无广!!!)

互动量：187

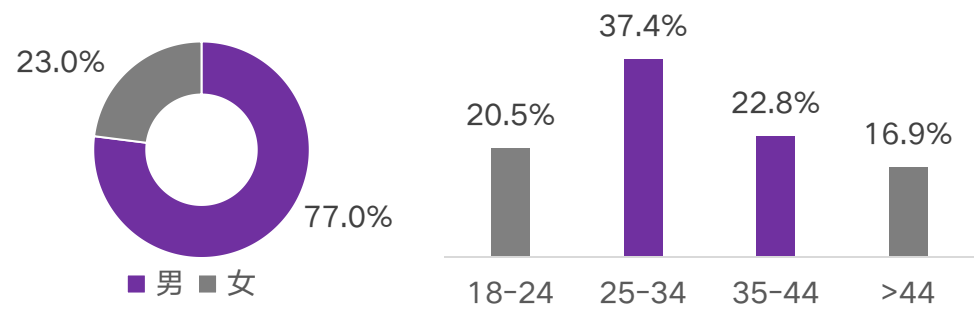


低糖新品上市官宣

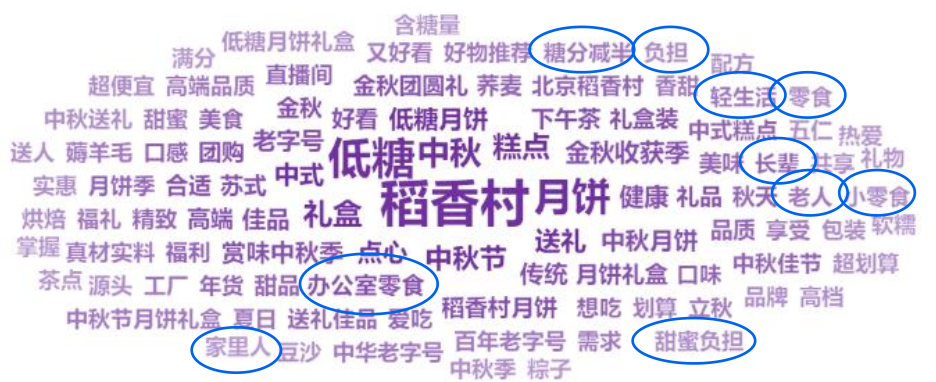
低糖月饼，一眼就让人喜欢上的月饼

互动量：96

人群：熟龄男性更加关注低糖稻香村月饼



定位：年轻人的轻生活小零食，长辈的健康送礼优选



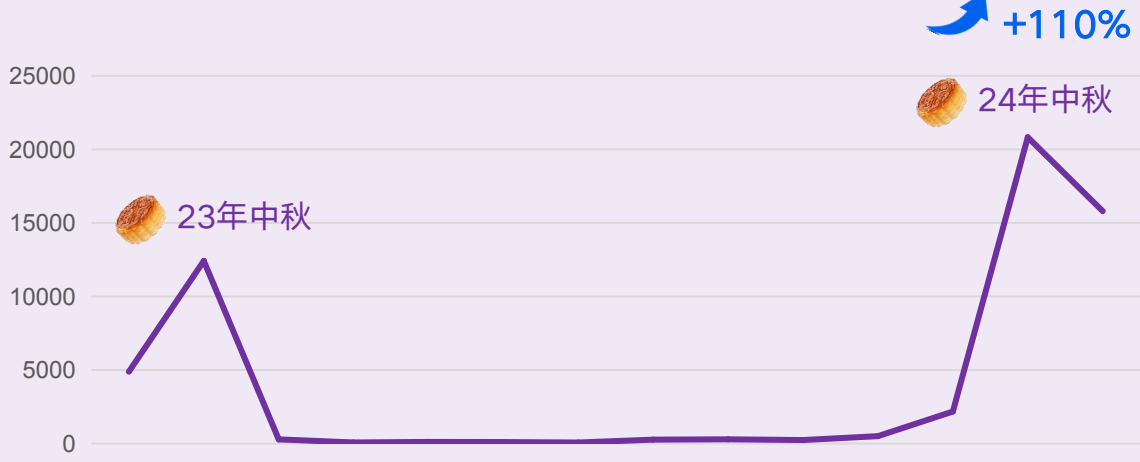
产品创新「造型」： 迎合市场对颜值的追求及国潮热度，打造高颜值月饼提升竞争力

相关作品量：**1469**

相关互动量：**18.7万**

趋势：对高颜值月饼的关注度越来越高

相关作品数量：

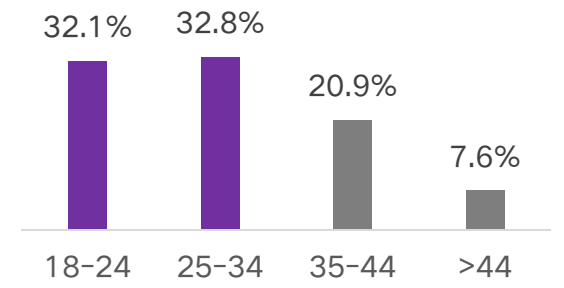
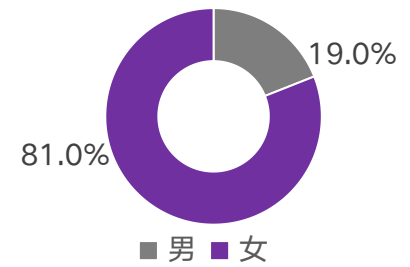


策略：稻香村高颜值月饼造型丰富多样

稻香村不同风格月饼造型：



人群：年轻女性更关注稻香村国风高颜值月饼





www.endata.com.cn

