



在创新和守旧中游走 经营业务不断拓展 我市喜糖市场出现跨界新风潮

近年来,随着市民消费水平的不断提高,我市喜糖市场也呈现出多元化发展的趋势:各式各样的新奇包装,来自世界各地的进口食品,还有与日俱新的创意设计,都不断刷新着人们的眼球。

另一方面,在理性消费思想影响下,对结婚大操大办风的摒弃,却让不少喜事用品用量有所下降,我市喜糖市场也发生了些微妙的变化。

记者 胡锦



精美的喜糖盒被放在喜糖店最显著的位置

一颗喜糖背藏千万级市场

这两天,我市某喜糖铺的店主施静正忙着铺货和上新,准备下半年婚礼旺季的到来。和施静一样,最近永康很多的喜糖店,都蓄势待发,准备迎接一年中生意最佳的时节。

十一黄金周是下半年的第一个小高潮,紧接着年底的日子都会越来越好,有时候遇上好日子,或许几个月都要为那一天的订单去忙。说着,施静整理起手头的一沓订单,并用微信将要包的喜糖发给仓库负责人。同时,位于东塔路的另一头的,距离500米不到的仓库立收到后,几位包装工人立刻忙活起来。

在普通人眼中,喜糖或许是一生才用到一次的“稀罕物”,但对喜糖经营者来说,这是一个千万级的市场蓝海。

记者走访老食品市场、新农贸城以及城区一些其他喜糖铺发现,目前我市喜糖店铺数量达到40多家,按照业内预估的单店体量来看,全市喜糖年销售总额早已突破3000万元,并极有可能向5000万元挺进。

一颗单价几毛钱的小小糖果,背后是一个千万级的大市场,这个看似“甜蜜”的事业让许多淘金者跃跃欲试。

但在做了20多年喜糖生意的施静一家看来,喜糖市场是“蓝海”,更像“深海”。



阿琳店里的宝宝礼



装了起泡酒的高档喜糖



喜糖店里琳琅满目的新款包装

均价质量翻几番,市场体量近减半

我从1995年开始做喜糖生意,那时的糖都是最简单的糖纸包装,婚嫁喜事用糖也都是按斤卖,当时永康人喜欢把爆米花(永康话音译为“发丁”)和花生拌进去,还没开始使用一包包的喜糖。施静的妈妈叶爱珍回忆道。

从论斤称的散装糖,到包装好的精致糖,喜糖的价格也随着消费的升级变得一涨再涨。

早些年市场上普遍的糖果单颗价格都是在5毛钱以下,2010年以后,各种进口糖果开始进入大众视野,现在,市场上价格超一元的糖果比比皆是,高的甚至达到了单颗5元,甚至比过去一对糖的价格都要高。施静介绍道。

糖果种类不断丰富,价格水涨船高,并且,在如今的喜糖概念

里,喜糖里也不是只有糖。

尤其是在2015年之后,喜糖的包装开始逐渐成为喜糖的最大卖点,盒比糖贵的现象屡见不鲜。施静告诉记者,从一开始的塑料糖袋到几毛钱的纸盒,再到现在动辄数十甚至上百的礼盒,一个精致的喜糖盒已然成为了永康人的喜事标配。更有趣的是,在走访中记者发现,喜糖里仅仅只装糖果已经满足不了年轻人的需要。

在华溪北路的一家喜糖加盟店内,记者看到了正在包装喜糖礼盒的店主阿琳,她手头的喜糖礼盒里,不仅有常规的喜糖,还有一只玩偶和一瓶进口起泡酒,这样一份礼盒配下来价格在200元左右。阿琳告诉记者,在这家主

打中高端的喜糖店里,除了进口零食外,陶瓷杯子和玩偶也是年轻人的偏爱选择。

但均价的增长和消费质量的提升,和市场体量关系并不大,相反,整个喜糖市场消费群体非但没有扩容,甚至有所萎缩。

受到现在年轻人“旅行结婚”的风潮影响,越来越多的年轻人选择不办婚礼,或者仪式从简,就是订婚隆重些,然后新人去旅行结婚。这样下来,原本一桩喜事用两次糖,变成了用一次。施静推测近些年消费量减少的原因,与新型的婚恋思想密切相关。

加之现在晚婚族不断增多,独生子女也占适婚年龄的大多数,所以整个婚嫁群体实际上就在缩小。一位业内人士推测道。

适应市场变化,业务多元拓展

虽然均价质量翻几番,但就永康目前的情况来看,喜糖行业的整体销量下滑形势依然严峻。在这样的市场状况下,永康喜糖市场上开始出现了一些有趣的跨界新风潮,业务开始向礼品等其他行业拓展。

阿琳经营的喜糖店开业刚刚满一年左右,在永康喜糖市场上依然占有一席之地,其主打的“宝宝礼”系列,也让不少永康多年的喜糖老店刮目相看。在阿琳的店里,记者看到,各式各样的宝宝礼被搭配好放在展示架上。永康人喜欢给宝宝过周,过去都是分粽子给亲友们,近几年来,大家爱上了“宝宝礼”。阿琳向记者展示了

几份经典的“宝宝礼”,一般里面会有可爱的小玩偶,好吃的小零食,用来代替一部分的粽子,因为许多守旧的永康人还是会放一些粽子的。

记者陆陆续续在一些喜糖店问起了“宝宝礼”的情况,不少店主都非常看好这个老习俗中萌发出的新风尚。一方面这也是适应时代发展的产物,另一方面永康人骨子里其实非常容易接受新事物,所以现在询问宝宝礼的人特别多。施静说。

宝宝过周回礼创新给喜糖市场转型带来了新思路,但其终究还是属于喜事范畴,要不断拓宽市场,永康喜糖界还作出了更多的尝试。

从8月底开始,施静的喜糖店里陆陆续续多了些新订单,这些订单都与即将到来的中秋节有关。我们其实没有跨界去做月饼,但确实有一部分老顾客希望我们提供包月饼的服务。施静坦言,不少喜糖生意上的老客看中了自家喜糖店的精美包装,就将其他地方购置的月饼送到喜糖店来包装。

喜糖店现在也是专业手工店,打的蝴蝶结非常好看,礼盒也显得高端上档次。我市一电商公司负责人说,经过喜糖店包装加工过的月饼,员工都非常喜欢,大家还会晒照发朋友圈,是一份有意义的中秋礼。

记者手记

快消时代,让心意融入生意

从本质上看,无论是别出心裁的喜糖,还是新宠“宝宝礼”,抑或是进军礼品行业的新搭配,都是抓住了消费者追求品质和精致的心理。

当市场从“厂家生产什么,商家就卖什么,客户就选择什么”到“客户想要,商家反馈,厂家生产”,不难发现,用户思维已经慢慢渗透到了越来越多

的商业领域。

店里的喜糖和零食加起来有几百种,礼盒更新得更快,没有最好看的款,只有最用心设计的搭配。施静说。在记者看来,根据客人的预算和喜好进行搭配设计,俨然成为了一种新技艺,每一款盒子风格不同,空间不同,搭配上的喜糖要填得满满当当,并且美观,靠的是一次次的磨合和

设计,更是搭配者的心意。

喜糖,代表的是对美好的分享,是对亲友的馈赠,每一份喜糖都饱含着新人最真实的喜悦,和对传统最尊重的传承。快消时代,喜糖生意将何去何从?

喜铺经营者最需要思考的,或许是如何更好地将大家的心意融进自己的生意里。