

向男性推出男士燕窝，向女性推出女士酒饮 “反性别销售”，消费者会“吃”这一套吗？

当商界硬汉开始吃燕窝，户外品牌加码“女性力量”，小米汽车成为“闺中密友”……一场跨越性别的商业变革——“反性别销售”，正在悄然兴起，诸多品牌纷纷涉足原本被视为异性专属的领域，试图开辟新的市场空间。然而，这种策略能否真正敲开新市场的门，仍是一个值得探讨的问题。

果然財經

文/片 尹睿 济南报道

王石站台男士燕窝

上个月，万科创始人王石在微博官宣成为燕之屋品牌代言人，力推“燕之屋全球首款男人的燕窝——总裁碗燕”，相关宣传广告迅速在各大机场、高铁站铺开。

据燕之屋官网介绍，“总裁碗燕”标价3168元/件，每份含6碗158g的即食燕窝，折约528元/碗。这款产品在燕窝基础上，融合了铁皮石斛、长白人参、蛹虫草、茯苓、肉苁蓉、杜仲雄花、鲜白茅根等八种原料，试图以男性认可的滋补食材组合，打破燕窝仅为女性滋补品的刻板印象，进军男性市场。不过从市场反馈看，其销售成绩并不亮眼。截至发稿，这款产品在燕之屋天猫旗舰店卖出62套；在京东燕之屋官方旗舰店，仅卖出17套。

近日，记者以消费者的身分，探访了济南多家燕之屋门店，“目前，‘王石同款’碗燕产品在门店内并没有现货，如果需要购买，可以提前订货。”经十路某门店的销售人员表示。当问及是否有前来订购的人士时，工作人员并没有回应，转而推荐了其他几款热卖的产品。

为进一步了解产品的市场反馈情况，记者随机采访了几位有食用滋补品习惯的消费者。“燕窝一直感觉是女性吃的东西，虽然王石代言有一定吸引力，但自己日常消费燕窝的频率很低，除非有明确的养生需求，不然不会轻易尝试。在滋补品方面，一般会直接选择人参、灵芝等食材。”在北京从事金融行业的宋先生表示。“家里的滋补品一般都是我买，全家一起吃。这种‘定制款’产品如果家里男性不喜欢吃，很容易被搁置。”90后王女士表示，“虽然这款产品是针对于男性消费者，但是个人认为购买人群还是女性。”

从事燕窝行业多年的张先生向记者表示，“燕窝在大多数消费者的认知观念里，自古以来就是女性专属的滋补品，且燕窝的主要消费群体为年轻女性；而且这款产品里加入了人参等滋补食材，人参的价格本就会因生长年限、大小、品质等方面有所不同，每斤价格在几十元到上千元不等。五百多一碗的燕窝，并不能确定是真的添加了名贵补品，还是存在品牌溢价的情况。如果需要购买燕窝，个人更倾向于不针对某种人群的‘大众款’产品。”

全国城市农贸中心联合会燕窝市场专业委员会相关数据显示，目前三线及以上城市的20-50岁女性是燕窝的主要消费群体，其中18-40岁女性占比近78%。在此背景下，燕之屋以“男



王石代言的男士燕窝广告亮相某地高铁站。

性市场”作为新消费群体的开拓目标显然不是明智之举，至少在这款产品上，并没有抓住目标消费者的“心”。

多个行业“跨界”营销

当然，反性别销售是有很多成功案例的。在女性消费群体占据主导地位的护肤品市场上，欧莱雅旗下的碧欧泉在1985年率先推出男士护肤品，打破了男性不用护肤品的禁忌。碧欧泉通过宣传男性表皮层+真皮层的厚度是女性的1.5倍，虽然更抗老，但也更爱出油、易干燥起皮等特点，成功让男性消费者意识到自身的护肤需求。此前，碧欧泉中国区品牌总经理贺瑞在接受媒体采访时表示，男性消费者的决策链路相比女性消费者短，其消费客单价和品牌忠诚度更高。正是基于此，碧欧泉凭借卓越的产品品质和消费理念的植入，成功将其变成一门“终生”的生意。公开数据显示，2024年，碧欧泉在淘系、京东、抖音三大平台的男士护肤品类的市占率均在前五名之内，尤其在高端细分市场中占有较高的份额。

而与传统女性品牌开拓男性市场相对应的，是一些传统男性品牌着力挖掘女性消费群体。最近，被戏称为“中年男人三宝”之一的高端户外品牌始祖鸟，成了许多中国女性的“心头好”。2024年其女装业务实现了超高速增长，尤其在第三季度，女装的销售额占到品牌总收入的25%左右。始祖鸟CEO此前还表示，品牌女装业务未来占比可能进一步提升到40%。

在多个社交平台上可以看到，很多女性消费者虽然平时不爬山、不露营，但却愿意为了一件始祖鸟的冲锋衣排队、蹲点，甚至花几千块、上万块买单，她们戏称自己是“捕鸟者”。

有业内人士指出，始祖鸟成功吸引女性的秘诀一方面是通过精准营销，邀请一些女性攀岩爱好者、徒步玩家、明星艺人，来分享自己的户外经历。将“女性力量”的品牌理念潜移默化地植入女性消费者心中；另一方面，它的

产品线也在不断改进，2021年推出的高端商务系列Veilance，首次加入女装。而在近年来推出的多个服饰系列中，其低饱和度配色和更符合女性身材特征的版型设计，也成功拉近了与女性用户的距离。很多女性消费者表示，自己买始祖鸟的相关服饰，更像是在买一种生活方式，一种“挑战自我”的生活态度。

此外，白酒市场也正逐渐打破性别界限，打起了女性用户的主意。茅台的“悠蜜”，五粮液的“永不分梨”梨味酒、“仙林青梅酒”，泸州老窖的“青语”果酒等纷纷登场，以柔和甜美的口感吸引女性。今年3月，在被认为是中国酒类行业风向标的春糖会(全国糖酒商品交易会)上，部分品牌还举办了DIY酒饮活动，让女性参与调酒，增加产品趣味性与互动性。在女性用户占比80%的小红书平台上，“#白酒”“#白酒调酒”等词条浏览量高达亿次，众多博主纷纷晒出自己的“白酒神仙喝法”，并被其他用户“种草”复刻。有消费者表示：“白酒口感太辣，饮料喝起来太甜，一中和，既微醺又好喝。”中国酒业协会数据也显示，2024年女性白酒消费者数量较2020年增长35%，市场份额从2020年的15%提升至2024年的22%。

不难看出，无论是传统女性品牌试图开拓男性用户市场，还是传统男性品牌着力挖掘女性消费群体，其核心都在于，是否真正洞察新目标群体的潜在需求，切实满足他们未被满足的需求，或是充分激发其猎奇心理。有业内人士指出，在当下消费市场性别观念持续革新的浪潮中，品牌若意图通过重塑性别属性来构建起独特的竞争优势，深入开展市场调研并精准洞察消费者心理已然成为破局的核心要义。毕竟，在消费环境更加趋于理性的当下，消费者正更加谨慎地管理生活开支。根据尼尔森的《2024年中国快消零售市场发展趋势展望报告》，47%的人过去一年仅购买必需品以减少浪费，对非必要品类的支出意愿显著下降。

管悦 济南报道

4月14日，永辉超市发布了2025年全国第三批学习胖东来自主调改门店名单。济南北宸龙湖店在列，预计6月底前开业。此次调改门店覆盖范围进一步扩大，业务版图拓展至48座城市，涉及门店数量达41家，创单批次调改规模新高。

据规划，本月内，永辉超市共计划完成分布于17座城市的22家门店调改，其中“五一”假期前全国完成调改的门店达69家。2025年，永辉超市将调改门店达200家左右，并关店250—350家。

随后，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者就调改一事咨询了永辉超市北宸龙湖店工作人员。“确实是有调改计划，但具体安排还没公布。”工作人员表示，改造期间的闭店时间、时长等问题尚在确定中，有消息将第一时间向消费者公布。

永辉超市如何“胖改”？齐鲁晚报·齐鲁壹点记者梳理发现，针对全国永辉门店，胖东来帮扶调改的思路都比较相似，主要是改动线、改商品、改服务，加强超市的选品能力，从而提升消费者的购物体验。

在动线上，拓宽购物通道；在服务上，做软硬件的升级。例如，增加自助饮水机、微波炉、冰块、宠物寄存柜等设施；强化员工服务意识，要求主动问候顾客、提供专业建议并设立服务投诉即时处理机制。

商品结构作为调改的重点，几乎每个门店都对此进行了深度调整，永辉超市对供应链和商品结构进行了深度梳理，对原有商品的淘汰率50%—70%，新品主打品质、健康、潮流。例如，永辉郑州信万广场店调改后，商品结构接近胖东来的90%，引入一线品牌和地标特色商品。

此外，永辉超市还引入部分胖东来自有爆款商品，诸如DL精酿啤酒、DL海产小食、DL燕麦片等，满足不同消费者的需求。

胖东来对永辉超市进行调改后，也取得了“立竿见影”的成效。数据显示：永辉郑州店调改后首日业绩销售额188万元，是调改前的13.9倍；福州永辉店首日客流量超过10000人，仅1个小时首批商品就宣告售罄；永辉西安店，被胖东来调改后首日客流量1.4万人，销售额达到160万元。

济南这家超市即将「胖改」

永辉超市发布2025年全国第三批学习胖东来自主调改门店名单

精品资讯

订版电话 :0531-85196199

公告声明

◆济南市历城区高铁熙悦府
2025年4月19日至24日集中
交付。

房屋出租

出租长清大学城 10亩独院

建筑面积3000余平，水电、
手续齐全。13053635880

◆求购
15864536825

高价收购 老钱币邮票字画
像章·纪念章·集·小人书·银元·金
币等15662781688 可上门看货

英雄山文化市场西门口红太阳古玩店

◆家政
13793180410

1999元/月

市中心养老全包

87569992

先行众创空间招商

成熟工业园区，优越营商环境。
惠企政策对接，管家贴心服务。

现有车间120 m²、130 m²、230 m²、260 m²、700 m²、
750 m²、800 m²、900 m²、1100 m²空地、1200 m²、
1800 m²、1960 m²、2500 m²、2760 m²、3300 m²、
3700 m²、4500 m²、5100 m²和8000 m²等不同规
格，招商招租，可整租可分租。

◆高新区万达J1座1502室121 m²写字间出租

◆天桥区龙湖南华庭6号楼2单元3201室137 m²出租出售

◆龙湖南华庭10号楼1单元13层1301学区房商住两用
147 m²出租出售

◆天桥区龙湖南华庭6号楼2单元3303室132 m²出租出售

专业团队运营，提供全方位标准化服务，免费共享接待商务区，免费代办各类经营手续，提供帮扶补贴协助，欢迎垂询

垂询热线：13805408666 王经理（微信同号）