

# 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大门?仍是一个值得探讨的问题。

## 果然财经

文/片 尹睿 济南报道

### 王石站台男士燕窝

上个月,万科创始人王石在官方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。这款产品燕窝基础上,融合了铁皮石斛、长白山人参、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,记者以消费者的身份,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“永不分裂”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,在被视为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,是否真正洞悉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、新潮。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。

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

## 济南这家超市即将『胖改』

<b>精品资讯</b> 订版电话:0531-85196199 <b>公告声明</b> ◆济南市历城区高铁熙悦府 2025年4月19日至24日集中交付。 <b>房屋出租</b> <b>出租长清大学城10亩独院</b> 建筑面积3000余平,水电、手续齐全。13053635880 <b>收购字画</b> ◆求购 15864536825 <b>高价收购</b> 老钱币 邮票 字画 老酒 像章 纪念章 选集 小人书 银元 金银币等 15662781688 可上门看货 英雄山文化市场西门口红太阳古玩店 <b>家政服务</b> ◆家政 13793180410	<b>1999元/月</b> <b>市中心养老全包</b> <b>87569992</b> <b>先行众创空间招商</b> 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㎡、130㎡、230㎡、260㎡、700㎡、750㎡、800㎡、900㎡、1100㎡空地、1200㎡、1800㎡、1960㎡、2500㎡、2760㎡、3300㎡、3700㎡、4500㎡、5100㎡和8000㎡等不同规格,招商招租,可整租可分租。 ◆高新万达J1座1502室121㎡写字间出租 ◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3201室137㎡出租出售 ◆龙湖华庭10号楼1单元13层1301学区房商住两用147㎡出租出售 ◆天桥区龙湖华庭6号楼2单元3303室132㎡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)
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------