

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“消费者食用饼干的主要原因是放纵味蕾、纵享美味, 而中国消费者眼中的享受型饼干并不是厚重甜腻的，而应该是酥脆清爽、口味和质地有丰富的层次感，以及适合搭配饮料一起吃。”

— 杨晴，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 越少越好：轻薄饼干的兴起
- 第二代早餐饼干
- 丰富化咸味饼干的口味选择

中国饼干市场与其他零食类、出售现做饼干的咖啡店、烘焙店等的跨类别竞争日益激烈。因此，该市场预计在未来5年内增速将放缓。尽管如此，消费者对享受型和健康创新型产品的渴求将继续推动该市场未来的增长。

甜味饼干可以把握机遇，突出产品的纵享特征——在中国消费者眼中，此类享受型饼干的特质为酥脆、有层次感或夹心以及适合搭配饮料一起吃。咸味饼干在消费者的心目的形象是有益健康的，在口味的多样性和润滑口感方面还有很大的提升空间。

在健康创新方面，中国消费者普遍认为坚果、乳制品和粗粮是健康的配料，但对异国古早谷物（如亚麻籽、奇亚籽等）的营养价值有待更多的了解。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义 (按城市线级区分)

综述

市场

零售额和零售量的增长率均有所放缓

数据2: 中国饼干市场零售量的最好情形和最差情形预测, 2011-2021年

数据3: 中国饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测, 2011-2021年

甜味饼干比咸味饼干增长更迅速

数据4: 咸味与甜味饼干的占比, 2011-2016年

公司与品牌

曲奇饼干生产商正在成为市场赢家

数据5: 排名前11位的公司销售份额, 2014-2016年

传统口味正在下滑

数据6: 前10大饼干口味, 中国, 2014-2016年

使用天然甜味剂, 减少糖分添加

数据7: 前10大新饼干的宣称, 中国, 2014-2016年

消费者

享受型饼干受欢迎

数据8: 不同饼干的食用趋势, 2017年1月

甜味饼干更令人享受; 咸味饼干健康但种类较单一

数据9: 消费者认为的甜味和咸味饼干的特质, 2017年1月

享受型饼干: 酥脆, 质地和口感有层次感

数据10: 消费者认为享受型饼干应具备的特质, 2017年1月

更多奶酪口味的饼干有市场空间

数据11: 消费者感兴趣购买的饼干口味, 2017年1月

坚果和乳制品是最受欢迎的配料

数据12: 能够提高饼干营养价值的配料, 2017年1月

在消费者心目中, 饼干享有积极的产品形象

数据13: 消费者对于饼干的普遍认知, 2017年1月

英敏特城市精英人群的饼干食用量高于其他人群

数据14: 对以下饼干“吃得更多”的消费者 (按消费者分类区分), 2017年1月

我们的观点

议题与洞察

越少越好: 轻薄饼干的兴起

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

数据15: 主打轻薄的饼干产品实例，中国，2016-2017年

数据16: 亿滋国际的Good Thins，美国，2016年

第二代早餐饼干

现状

启示

数据17: 早餐饼干创新产品实例，美国和中国，2015-2017年

丰富化咸味饼干的口味选择

现状

启示

数据18: Lance Quick Starts培根切达干酪味夹心早餐饼干，美国，2015年

市场——您所需要了解的

零售额和零售量的增长率均有所放缓

进口饼干可及性增强

甜味饼干比咸味饼干增长更迅速

市场规模与预测

零售额和零售量的增长率均有所放缓

数据19: 中国饼干零售市场规模，2011-2016年

零售量预计将以2.8%的年均复合增长率增长

数据20: 中国饼干市场销量的最好情形和最差情形，2011-2021年

数据21: 中国饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

市场因素

进口饼干可及性增强

数据22: 中国甜味饼干的进口量和进口额，2014-2016年

数据23: 中国前10大甜味饼干进口国，2015和2016年

人均食用量有增长空间

数据24: 消费者人均每年的饼干食用量（按国家区分），2016年（估计）

原料价格增长将加快高端化进程

咖啡店和烘焙店可能将成为威胁

跨类别竞争增强

数据25: 有饼干成分的巧克力产品实例，波多黎各和美国，2017年

市场细分

甜味饼干比咸味饼干增长更迅速

数据26: 中国饼干市场的零售额（按市场细分区分），2011-2016年

两类饼干都应该可以保持积极增长

数据27: 中国咸味饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

数据28: 中国甜味饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

重点企业——您所需了解的

曲奇饼干生产商是市场赢家

传统口味正在下滑

“适合在路上吃”的宣称有所增加；“低糖”宣称有所减少

市场份额

迈大集团是最大赢家

数据29: 前11大公司销售额份额，2014-2016年

亿滋国际丢失的份额最多

进口饼干和电商品牌的发展

数据30: 新晋国际品牌的产品实例，中国，2016年

竞争策略

格力高与川宁进行品牌合作，扩大消费者的食用场合

曲奇饼干市场更加拥挤

数据31: 福建达利集团的甄好黄油味曲奇，中国，2016年

格力高推出针对早餐场合的产品

数据32: 格力高针对早餐场合推出的新产品

2016年亿滋国际与阿里巴巴达成战略合作

谁在创新？

传统口味正在下滑

数据33: 前10饼干口味，中国，2014-2016年

数据34: 非传统口味的饼干产品实例，日本，2016年

蔬菜和蔓越莓口味正在兴起

数据35: 新兴饼干口味，中国，2014-2016年

数据36: 蔓越莓口味饼干产品实例，中国，2016-2017年

使用天然甜味剂，减少糖分添加

数据37: 前10大新饼干的宣称，中国，2014-2016年

数据38: 以使用天然甜味剂为特色的饼干产品实例，印度尼西亚、美国和德国，2016-2017年

将品牌扩展至其他类别

数据39: 以奥利奥为特色的产品创新

“五色”饼干

数据40: 易买得五色饼干，韩国，2016年

消费者——您所需要了解的

甜味饼干更令人享受；咸味饼干健康但种类较单一

坚果和乳制品是最受欢迎的配料

享受型的饼干：酥脆，质地和口感有层次感

更多奶酪口味的饼干有市场空间

食用趋势

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

享受型饼干受欢迎

数据41: 不同饼干的食用趋势, 2017年1月

25-29岁的人群食用饼干最多; 40-49s岁的人群食用饼干最少

数据42: 对下列饼干的食用量增加的消费者 (按年龄区分), 2017年1月

富裕的以及有孩子的消费者饼干食用更多

数据43: 对下列饼干的食用量增加的消费者 (按收入水平区分), 2017年1月

数据44: 对下列饼干的食用量增加的消费者 (按家中有无小孩区分), 2017年1月

甜咸味饼干的比较

甜味饼干被作为一种享受型零食食用

数据45: 莱家的牛奶奶油夹心威化饼, 包装可以进行个性化设计的留白, 印度尼西亚, 2017年

数据46: 消费者认为的甜味和咸味饼干的特质, 2017年1月

数据47: 以“清洁标签”为特色的甜味饼干产品实例, 美国, 2015-2016年

咸味饼干: 口味体验有提升空间

饼干性价比提升

数据48: 消费者认为的甜味饼干具备的特质, 2017年1月和2014年11月

数据49: 消费者认为的咸味饼干具备的特质, 2017年1月和2014年11月

享受型饼干的特质

酥脆轻薄的饼干受青睐

数据50: 消费者认为享受型饼干应具备的特质, 2017年1月

女性被包装吸引; 男性看重气味

数据51: 消费者认为享受型饼干应具备的特质 (按性别区分), 2017年1月

数据52: 包装独特的饼干产品实例, 香港、泰国和英国, 2016-2017年

东部和南部消费者喜欢搭配饮料吃饼干

数据53: 消费者认为享受型饼干应具备的特质 (按地域区分), 2017年1月

口味偏好

更多奶酪口味的饼干有市场空间

数据54: 融合奶酪口味的饼干实例, 德国、印度和英国, 2017年

数据55: 消费者感兴趣购买的饼干口味, 2017年1月

女性对非传统的口味兴趣更高

数据56: 消费者感兴趣购买的饼干口味 (按性别区分), 2017年1月

本地成分受偏爱

数据57: 消费者感兴趣购买的饼干口味 (按地域区分), 2017年1月

健康的配料

坚果和乳制品是最受欢迎的配料

数据58: 能够提高饼干营养价值的配料, 2017年1月

数据59: 含坚果的上市新产品占比, 中国, 2014-2016年

鸡蛋受到年轻人的重视

数据60: 能够提高饼干营养价值的配料 (按年龄区分), 2017年1月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | \$3990.00 | €3757.50

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据61: 使用蛋清的饼干产品样例，加拿大，2016年

流行配料应通过高端产品进入市场

数据62: 能够提高饼干营养价值的配料 (按家庭月收入区分)，2017年1月

普遍认知和食用习惯

在消费者心目中，饼干享有积极的产品形象

数据63: 消费者对于饼干的普遍认知，2017年1月

数据64: 有调养身体功效的饼干产品实例，日本和法国，2016-2017年

一口一块的饼干和不太甜的饼干将有市场空间

数据65: 西村 Eisei Boro 的菠菜和南瓜味小馒头形状的饼干球，中国，2017年

原产国很重要

数据66: 消费者对中外饼干品牌的态度，2017年1月

认识英敏特城市精英人群

饼干食用量高于其他人群

数据67: 对以下饼干“吃得更多”的消费者 (按消费者分类区分)，2017年1月

对流行的配料兴趣更高

数据68: 能够提高饼干营养价值的配料 (按消费者分类区分)，2017年1月

附录——市场规模及预测

数据69: 中国饼干销售额 (按细分区分)，2011-2021年

数据70: 中国饼干销售量 (按细分区分)，2011-2021年

附录——市场细分

数据71: 中国甜味饼干市场销售量的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

数据72: 中国咸味饼干市场销售量的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com