

节庆食品 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“新冠疫情的蔓延加快了电子商务在低线城市的扩张。随着传统文化逐渐复兴，地方品牌将从发展成熟的电子商务和地方文化中受益匪浅。长远来看，如何使节庆食品变得更新奇有趣是品牌将长期面临的重要任务。技术或许是达到这一目标的有效工具。同时，环境友好的包装也会纳入健康节庆食品的宣称范围中，因为消费者日趋拥抱全面的健康理念——健康不再局限于产品的可食用部分。”

— 彭袁君，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 市场因素，包括新冠疫情对节庆食品市场的影响
- 产品发布活动和亮眼的创新
- 消费者行为和对节庆食品的看法
- 增长机遇

消费者对传统文化的兴趣和自豪感不断增强，不仅推动了节庆食品的消费，还激发了新产品创新和故事营销。长远来看，有象征意义的节庆食品本身就有可能成为IP。而且，市场上已经出现了一些主打节庆食品原料和口味的其他食品。中国饮食文化的多样性和电子商务的快速发展，为品牌提供了定位地方特色食品并拓展基地市场以外市场的良机。除了追求新颖有趣之外，品牌还应意识到消费者的健康意识不断增强，需要别出心裁地满足其健康需求。

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@intel.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

节庆食品 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您所需要了解的

报告主要议题

报告定义

不包括

综述

市场环境

创新趋势

消费者的需求和原因

自我愉悦在30岁以下女性中尤为强烈

数据1: 不同节日送礼对象, 2020年12月

渠道战略是销量和效率的较量

数据2: 购买渠道, 2020年12月

不同对象送礼对应不同预算

数据3: 春节送礼预算, 2020年12月

个性化的风味定制

数据4: 对定制化的兴趣, 2020年12月

减少糖份含量和使用环保包装: 助力品牌吸引健康意识强的消费者

数据5: 对传统节庆食品创新的兴趣, 2020年12月

我们的观点

议题与洞察

借助科技让节庆食品更新颖有趣

现状

启示

地域文化和电子商务为地方品牌创造更多商机

现状

启示

使用环保包装, 传递健康理念

现状

启示

数据6: 雀巢奇巧巧克力 Santa's Workshop 圣诞日历巧克力礼盒, 英国, 2020年

数据7: 噢麦力包装上的碳足迹报告, 丹麦, 2019年

市场因素

2020年充满挑战, 但食品花费依旧强劲

数据8: 对未来3个月的经济状况的信心, 2019-2020年

数据9: 与上个月相比消费变化趋势——“花费更多”的占比, 2020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

节庆食品 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

传统文化的复兴丰富了节庆食品的含义

数据10: 感兴趣的文化元素, 2020年11月

电子商务的拓展为地方特色食品创造了更多机遇

新冠疫情突显了家庭关系的重要性

更关注健康饮食, 购买节庆食品时也不例外

竞争策略

谋求脱颖而出: 跨界联名层出不穷的一年

传统品牌遇到电子竞技

数据11: 稻香村 X 王者荣耀礼盒装, 中国, 2020年

玩转“复古”, 丰富体验

数据12: 元气森林 X 祥禾饽饽铺中秋月饼礼盒, 中国, 2020年

国际品牌加入节庆食品赛道

数据13: 雀巢 X 广州酒家中秋月饼礼盒, 中国, 2020年

地方品牌携手地方博物馆

数据14: 乾生元 X 苏州博物馆月饼礼盒, 中国, 2020年

数据15: 陕拾叁 X 陕西历史博物馆, 中国, 2020年

深耕传统文化, 调节日庆氛围

数据16: 于小菜“月中玉兔”中秋月饼礼盒, 中国, 2020年

数据17: 马小九“七星点月”中秋月饼礼盒, 2020年

谁在创新?

使用自加热技术, 为消费者带来便利并提升赏味体验

数据18: 自加热高汤粽子, 中国, 2020年

醋爆珠和大闸蟹

数据19: 盒马鲜生醋爆珠大闸蟹月饼, 中国, 2020年

借助新形态, 为传统注入新意

数据20: 奈雪的茶 X 盒马鲜生“宝藏粽”, 中国, 2020年

安慕希: 展示节庆食品的食用新方式

数据21: 月饼口味的安慕希常温酸奶, 中国, 2020年

互动式的趣味包装

数据22: 山田土的声光月饼礼盒, 中国, 2020年

数据23: 六合信和妙手回潮联手推出的中秋月饼礼盒, 2020年

为宠物和宠物主人推出的节庆食品礼盒

数据24: 耐威克和爸爸糖联手推出的“人宠月饼”, 2020年9月

消费者——不同节日的送礼情况

传统节日仍占主导地位

数据25: 购买食品送礼的节日, 2014年、2017年和2020年

数据26: 不同节日送礼对象, 2020年12月

春节是节庆食品采购的重头戏

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

节庆食品 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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27: 送礼率差距（给自己买 vs 给别人买），2020年12月

30岁以下的女性喜欢在西方节日犒赏自己

数据28: 送礼率——在西方节日给自己买礼物，2020年12月

购买渠道

主导渠道明显，但新兴渠道促进交易多样化

数据29: 购买渠道，2020年12月

低线城市更依赖综合性购物网站

数据30: 主要的购买渠道（按城市线级区分），2020年12月

在希望通过社交媒体获得新推荐的消费者中，新兴渠道享有更高的购买转化率

数据31: 购买渠道——根据社交媒体推荐购买的意愿，2020年12月

春节送礼预算

给不同对象送礼的平均预算在400-800元人民币之间

数据32: 春节送礼预算，2020年12月

给自己买礼物和给生意伙伴送礼的预算没有明显的城市线级差异

数据33: 春节送礼预算（按城市线级区分），2020年12月

对定制化的兴趣

消费者对味道和口感的定制化最感兴趣

数据34: 对定制化的兴趣，2020年12月

数据35: 对定制化的兴趣——TURF分析，2020年12月

酒店和餐厅将受益于定制化服务

数据36: 对定制化的兴趣（按购买渠道区分），2020年12月

对传统节庆食品创新的兴趣

消费者追求更健康的食品选择，对糖分的关注度提高

缺乏产品创新的跨界联名并没有显著吸引了——甚至年轻一代对其也兴趣乏乏

数据37: 对传统节庆食品创新的兴趣，2020年12月

30岁以下的女性更看重趣味性，40多岁的男性更看重高端原材料

数据38: 对传统节庆食品特定创新的兴趣（按年龄和性别区分），2020年12月

注重健康的消费者对环保包装更感兴趣

数据39: 对传统节庆食品创新的兴趣（按特定态度区分），2020年12月

对于节庆食品的态度

环保包装同样可以体现高端性

消费者购物时更注重健康，购买节庆食品时也不例外

经典还是创新？各有所爱

数据40: 对于节庆食品的态度，2020年12月

认识英敏特城市精英人群

庆祝西方节日主要为了取悦自己

数据41: 给自己买节日礼品（按消费者分类区分），2020年12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

节庆食品 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

英敏特城市精英人群期待更多高端有趣的创新

数据42: 对传统节庆食品创新的兴趣差异 (按消费者分类区分), 2020年12月

附录——研究方法缩写

研究方法

TURF分析研究方法

缩略

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@intel.com