

包装烘焙食品 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 市场概述与领先企业在2020年的表现
- 消费者生活方式与饮食习惯变化的影响
- 新产品趋势与新兴品牌的营销活动
- 消费者对不同包装烘焙产品的保质期的理解
- 细分消费者群体中的商机

包装烘焙食品市场获得增长，但达利和桃李等主要品牌的市场份额有所下滑。更多品牌通过精准定位更具体的消费者需求展开竞争，而主要品牌则在努力调整策略，以应对来自新兴品牌及成长中品牌的竞争。因此，该市场的去中心化趋势加剧。

包装烘焙食品市场保持稳健增势，2020年销售额估计达到1,058亿元人民币，2015-2020年间年均复合增长率为10.5%。新冠疫情爆发后，消费者日益关注他们的身心健康，尤其是超重等常见的健康问题正得到广泛的关注。

由于消费者打算改变他们的饮食习惯以解决健康问题，这项需求为包装烘焙食品品类提供了机会。健康饮食品牌入局该赛道，推出了全麦产品及无面粉产品。

此外，由于消费者更注重具体的健康饮食解决方案，他们对产品的需求将更全面细致。例如，儿童的健康对家庭消费有显著影响，促使家长考虑选择具备更多综合特点的包装烘焙产品。品牌需变得更专业化，为特定目标受众提供相应的产品，并创造更多差异化的SKU（单品）以展现竞争力。

“消费者对包装烘焙产品的营养特点抱有浓厚的兴趣，尤其是它们的新鲜度、营养价值及成分。包装烘焙产品将来越细分化，以满足特定消费群体的不同健康需求。对儿童健康及体重管理的需求大大影响消费者对包装烘焙产品的偏好及选择。进一步专业化以满足消费者日益具体和独特的需求可填补市场机遇。”

– 黄梦菲，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

包装烘焙食品 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义

  数据1: 低/中等/高个人月收入群体定义（按城市线级区分）

综述

- 市场
- 市场稳健增长

  数据2: 包装烘焙产品市场的销售额预测，中国，2021年
- 对健康的态度及生活节奏的转变将带来机遇
- 公司与品牌
- 市场高度分散，领先企业份额缩水
- 新兴品牌通过打造强大的SKU建立竞争优势

  数据3: 包装烘焙产品领先企业的销售额市场份额，中国，2019-2020年
- 消费者
- 短保质期包装烘焙产品成为焦点

  数据4: 疫情对包装烘焙食品消费的影响，2021年
- 新鲜、口感好及清洁标签是短保产品的典型形象

  数据5: 对短保质期包装烘焙食品的理解，2021年
- 纵享型包装烘焙产品较不受欢迎

  数据6: 消费趋势，2021年
- 产品特点优先于口碑

  数据7: 购买因素，2021年
- 奶味香浓与口感松软的产品是安全的选项，流行口味可透过成分及感官体验突显

  数据8: 口感偏好，2021年
- 消费者偏爱添加成分，以让食物更美味

  数据9: 对口味和健康创新的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 专注于兼具趣味性和营养的儿童包装烘焙食品
- 现状
- 启示

  数据10: 好利来 x 小马宝莉联名云朵芝士蛋糕，中国，2020年

  数据11: Kracie儿童手作鲷鱼烧及知育菓子，日本，2021年
- 传统糕点是产品创新的源泉
- 现状

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 启示

  数据12: 轩妈蛋黄酥低糖款，中国，2020年

  数据13: 包装烘焙产品新品的前十名口味，中国，2016年7月-2021年6月

  数据14: 中式糕点产品示例，中国，2021年

  数据15: 泸溪河绿豆冰糕，中国，2021年

  数据16: Cycle&Cycle x 哈根达斯（Häagen-Dazs）冰面包，中国，2020年
- 全麦烘焙产品可作为主食替代品
- 现状
- 启示

市场规模与预测

- 市场销售额将保持上扬趋势

  数据17: 包装烘焙产品市场的销售额预测，中国，2021年

  数据18: 面包/面包产品和蛋糕/糕点/甜点的销售额，中国，2015-2020年

市场因素

- 对超重的担忧意味着饮食习惯的调整
- 短保包装烘焙产品挤占新鲜烘焙产品的消费量
- 忙碌的工作日早晨可带来机遇

市场份额

- 达利虽保持领先地位，但市场份额持续缩水
- 桃李对线下渠道的依赖阻碍增长

  数据19: 在不同渠道针对短/中/长保质期的产品偏好，2021年
- 好丽友的产品创新是销量增长的主力

  数据20: 全新"糯"系列好丽友·派，中国，2020年

  数据21: 包装烘焙产品领先企业的销售额市场份额，中国，2019-2020年

营销活动

- 通过外部联名与内部升级进行高端化
- 与高端品牌联名

  数据22: 盒马与爸爸糖联名推出的丛林外蕉官吐司，中国，2020年

  数据23: 爸爸糖烘焙店产品价格，中国，2021年
- 借助优质原料提高产品正宗性

  数据24: 好利来葡萄生吐司，中国，2020年

  数据25: 全家日式生吐司，中国，2021年
- 单一SKU与强大的品牌IP唤起消费者意识

  数据26: 小白心里软的IP形象，中国，2020年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据27: 轩妈IP小酥酥的社交媒体账号，中国，2021年
- 便利店为自有品牌采用流行烘焙产品
数据28: 全家甜品示例，中国，2021年

新产品趋势
- 全麦面包成为健康宣称的主要载体
数据29: 全麦及相关宣称趋势，中国，2021年
数据30: 宣传真全麦宣称的健康饮食品牌示例，中国，2021年
数据31: 全麦面包产品示例，中国，2021年
- 低碳水化合物的面粉革命
数据32: 使用面粉替代品的包装烘焙产品示例，中国，2021年
数据33: 特慧优枫糖甜甜圈（Topvalu Hitotoki Sweets Oishisa To Toshitsu No Balance Maple Doughnut），日本，2020年
- 强化营养价值，让产品更有益健康
数据34: 强化营养的包装烘焙产品示例，中国，2021年

疫情对包装烘焙食品消费的影响
- 新冠疫情促使人们消费更多短保烘焙产品
数据35: 疫情对包装烘焙食品消费的影响，2021年
数据36: 盒马海盐咸方包，中国，2019年
- 儿童推动家庭的新鲜度消费
数据37: 疫情对包装烘焙食品消费的影响——吃得更多的消费者（按婚姻状况区分），2021年
- 年轻消费者偏好中等/长保质期产品
数据38: 疫情对包装烘焙食品消费的影响——吃得更多的消费者（按年龄区分），2021年

对短保质期包装烘焙食品的理解
- 新鲜、口感好和清洁标签是普遍看法
数据39: 对短保质期包装烘焙食品的理解，2021年
- 通过营销刺激感官
数据40: 对香味浓郁的短保质期包装烘焙食品的理解（按收入区分），2021年
数据41: 肯德基泡菜肥牛鸡腿堡推广，中国，2021年
数据42: 多乐之日与ASMR网红合作示例，中国，2021年
- 对有小孩的消费者而言，短保质期代表优质产品
数据43: 对短保质期包装烘焙食品的理解（按婚姻状况区分），2021年
- 年轻消费者担心食物浪费
数据44: 对短保质期包装烘焙食品的部分理解（按年龄区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

包装烘焙食品 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

消费趋势

- 包装蛋糕及糕点热度下降
  数据45: 消费趋势，2021年
- 夹心面包的消费频率出现波动
  数据46: 消费趋势——在近3个月内从未吃过夹心面包（按年龄区分），2021年

购买因素

- 新鲜出炉的口味值得沟通
  数据47: 购买因素，2021年
- 产品特点的优先于口碑营销
- 一线城市及30岁以上消费者较关注营养价值
  数据48: 购买因素——营养价值（按城市线级区分），2021年
  数据49: 购买因素——营养价值（按年龄区分），2021年

口感偏好

- 奶味香浓及松软口感拥有最高的接受度
  数据50: 口感偏好，2021年
  数据51: 围绕奶味香浓或松软口感的不同产品创新示例，2021年
- 软糯与清甜口感蓬勃发展
  数据52: 软糯口感在社交媒体的流行示例，中国，2021年
  数据53: 口感偏好——未选择"清甜的"口感（按城市线级区分），2021年

对口味和健康创新的态度

- 添加成分在口感方面赢得消费者青睐
  数据54: 对口味和健康创新的态度，2021年
- 天然成分代表美味
  数据55: 对口味和健康创新的态度——添加水果将使产品更美味（按家庭收入区分），2021年
  数据56: 乐天福冈甘王草莓巧克力派（Lotte Omotenashi Choco Pie Amaou Strawberry Chocolate Cake），日本，2021年
- 减糖似乎被视为会牺牲产品口感
  数据57: 对口味和健康创新的态度——与糖分相关的宣称会影响美味（按年龄区分），2021年
- 益生菌很美味
  数据58: 对口味和健康创新的态度——添加益生菌将使产品更美味（按个人收入及代际区分），2021年
- 全麦挑起消费者对口感的担忧
  数据59: 对口味和健康创新的态度——采用全麦会影响美味（按性别和年龄区分），2021年
  数据60: 发酵技术改进示例，中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

附录——市场规模与预测

数据61: 包装烘焙产品的零售总额和预测，中国，2015-2025年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有