

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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



“在食品安全问题和健康问题日益增多的背景下,消费者越来越关注他们所吃的食物。他们转而喜欢含油更少和使用有机粗粮全麦面粉制作的谷物型面包。消费者选择在家自己烘焙来避免包装产品质量的不确定性。制造商应采取更多手段来消除消费者对食品安全和健康方面的担忧,并寻找机会适应消费者的消费行为和喜好变化。”

— 李冽铃,高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 谷物型面包将成为冉冉升起的新星
- 家庭自制已不是烘焙狂热爱好者的专利
- 烘焙市场如何把握互联网趋势?

过去几年里,烘焙产品市场快速增长,而且随着消费者在更多场合吃烘焙产品,该市场将继续稳步增长。中国消费者生活更加忙碌,消费能力更强,这也将促进该市场的增长。

由于烘焙门店区域性运营以及包装烘焙产品价格低廉,该市场现阶段仍高度分散。随着更多小企业进入市场,一些区域霸主也走出根据地开疆扩土,市场形势将变得日益复杂。

安全、风味和新鲜依然是影响消费者烘焙产品购买的重要考虑因素。从消费者食用和选择烘焙产品的行为中也可窥见其更偏好健康食品的趋势。品牌应注意不同消费群体的首要考虑因素,并相应地突出产品的安全、健康和新鲜。

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

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

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

引言

定义

报告结构

研究方法

缩写

综述

市场

数据1: 中国烘焙产品市场销售额及预测,2009-2019年

公司与品牌

数据2: 中国烘焙市场领先公司的市场份额(按销售额区分),2011-2013年

消费者——烘焙产品消费的变化

数据3: 烘焙产品消费的变化,2014年6月

消费者——吃烘焙产品的场合

数据4: 吃烘焙产品的场合,2014年6月

消费者——购买烘焙产品的渠道

数据5: 购买烘焙产品的渠道,2014年6月

消费者——影响烘焙产品购买的重要考虑因素

数据6: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素

消费者——对于新产品特性的兴趣

数据7: 对于新产品特性的兴趣,2014年6月

消费者——对于烘焙产品的态度

数据8: 对烘焙产品的态度,2014年5月

关键议题

谷物型面包将成为冉冉升起的新星

家庭自制已不仅仅是烘焙爱好者的专利

烘焙市场如何把握互联网趋势?

我们的观点

议题与洞察

谷物型面包将成为冉冉升起的新星

现状

启示

数据9: 中国烘焙产品市场零售销售额与销售量,2009-2014年

家庭自制已不是烘焙狂热爱好者的专利

现状

启示

对食品安全和健康问题的担忧促使更多家庭烘焙者的诞生

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

烘焙店连锁企业的机会

数据10: 提供烘焙原材料的烘焙店, Sunday Smile品味阳光, 上海, 2014年

烘焙市场如何把握互联网趋势?

现状

启示

在网上运营的重要性

便利是影响烘焙产品购买的一个重要因素

在线蛋糕店为其它烘焙产品提供一个蓝本

通过互联网提供的额外服务是成功的关键

趋势应用

给出证据

唯我独有

多重感受

市场规模与预测

要点

烘焙产品市场高速增长

数据11: 中国烘焙产品市场零售销售额和销售量, 2009-2019年

仍有巨大发展空间

数据12: 中国烘焙产品零售市场销售额与预测, 2009-2019年

数据13: 中国烘焙产品零售市场销售量与预测, 2009-2019年

预测方法

市场动力

吃烘焙产品的场合增多

忙碌的生活增加快速吃完一餐饭的诉求

消费能力增强

供给方

增长挑战

二三线城市的饮食习惯尚未完全接受西式食物

消费者对于健康的担忧

中国人口味众多

市场细分

要点

蛋糕销售额增长最迅速

数据14: 中国零售烘焙产品市场销售量和销售额(按市场细分区分), 2009-2013年

数据15: 中国烘焙产品市场各细分市场销售量份额, 2009-2013年

吃蛋糕的场合增多

面包市场的销售额与销售量增速差距最大

市场份额

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

要点

市场高度分散,地区性霸主众多

数据16: 中国烘焙市场领先公司的市场份额(按销售量区分),2011-2013年

月饼销售下滑让业务难以开展

数据17: 中国烘焙市场领先公司的市场份额(按销售额区分),2011-2013年

市场竞争日益激烈,无一幸免

谁在创新?

要点

自主订制

数据18: 面包新语的蛋糕细语店,上海,2014年

数据19: 巴黎贝甜的定制化服务,上海,2014年

混搭型烘焙产品

数据20: Woody Baker将羊角甜甜圈引进上海,2014年

专有品牌众多,针对不同消费者需求

数据21: 面包新语推出土司工房和麦子仓库,上海,2014年

帮助消费者追踪原料来源

一站式服务烘焙店

数据22: 一站式服务烘焙店实例,Sunday Smile品味阳光,上海,2014年

数据23: 一站式服务烘焙店实例,巴黎贝甜,上海,2014年

公司与品牌

主要烘焙店连锁企业

廿一客

85度C

面包新语

数据24: 面包新语的独特产品命名的例子,2014年

克莉丝汀

巴黎贝甜

多乐之日

数据25: 多乐之日店内的口号,2014年

主要包装烘焙产品制造商

好丽友

盼盼

沈阳桃李面包股份有限公司

消费者——烘焙产品消费的变化

要点

数据26: 消费者在过去六个月吃过的烘焙食品,2014年6月

消费者偏好的改变反映出健康饮食趋势

数据27: 过去六个月中烘焙产品消费的变化,2014年6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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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

女性,家长和高收入人群率先改变

数据28: 消费者在过去六个月吃过的烘焙食品(按人口特征区分),2014年6月

中式糕点较少受青睐

消费者——吃烘焙产品的场合

要点

数据29: 吃烘焙产品的场合,2014年6月

面包越来越成为一种主食

庆祝场合依然是蛋糕消费的首要阵地

数据30: 吃蛋糕的场合(按人口特征区分),2014年6月

消费者——购买烘焙产品的渠道

要点

数据31: 购买烘焙产品的渠道,2014年6月

数据32: 购买烘焙产品的渠道,2012年10月与 2014年6月对比

高端烘焙产品越来越得到青睐

数据33: 购买烘焙产品的渠道(按收入区分),2014年6月

由于消费者从多个渠道购买,在各渠道广撒网很关键

数据34: 消费者购买烘焙产品的渠道数量,2014年6月

网络渠道尚未开发

消费者——影响烘焙产品购买的重要考虑因素

要点

数据35: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素,2014年6月

口味/味道和新鲜程度最重要

安全和健康保证

针对不同消费群体进行营销

数据36: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素——“不含添加剂”和“由天然材料/有机材料制成”(按家庭状况区分),2014年6月

数据37: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素——“是我喜欢的口味/味道”(按人口特征区分),2014年6月

消费者——对于新产品特性的兴趣

要点

人们对健康相关的创新最有支付欲望

数据38: 对于新产品特性的兴趣(按感兴趣和有支付欲望的人数区分),2014年6月

数据39: 对于新产品特性的兴趣,2014年6月

人们对包装创新兴趣大但支付欲望低

数据40: 对于新产品特性的兴趣(按个人月收入区分),2014年6月

消费者——对于烘焙产品的态度

要点

数据41: 对烘焙产品的态度,2014年5月

消费者想知道产品信息

不同城市级别之间有差距

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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42: 对烘焙产品的态度(按城市级别和同意意见%区分),2014年6月

数据43: 对烘焙产品的态度(按城市级别和反对意见%区分),2014年6月

二三线城市烘焙店有发展机会

数据44: 对烘焙产品的态度(按城市级别和同意意见%区分),2014年6月

附录——市场规模与预测

数据45: 中国烘焙产品市场零售销售额, 2009-2019年

数据46: 中国烘焙产品市场零售销售量, 2009-2019年

附录——市场细分

数据47: 中国面包类产品市场零售销售额, 2009-2019年

数据48: 中国蛋糕类产品市场零售销售额, 2009-2019年

数据49: 中国糕点类产品市场零售销售额, 2009-2019年

数据50: 中国面包类产品市场零售销售量, 2009-2019年

数据51: 中国蛋糕类产品市场零售销售量, 2009-2019年

数据52: 中国糕点类产品市场零售销售量, 2009-2019年

附录——烘焙产品消费的变化

数据53: 烘焙产品消费的变化, 2014年6月

数据54: 烘焙产品消费的变化——任何烘焙产品(按人口统计区分), 2014年6月

数据55: 烘焙产品消费的变化——面包类(按人口统计区分), 2014年6月

数据56: 烘焙产品消费的变化——蛋糕类(按人口统计区分), 2014年6月

数据57: 烘焙产品消费的变化——糕点类(按人口统计区分), 2014年6月

数据58: 烘焙产品消费的变化——白面包(按人口统计区分), 2014年6月

数据59: 烘焙产品消费的变化——谷物型面包(按人口统计区分), 2014年6月

数据60: 烘焙产品消费的变化——水果面包/果仁面包(按人口统计区分), 2014年6月

数据61: 烘焙产品消费的变化——含肉面包(按人口统计区分), 2014年6月

数据62: 烘焙产品消费的变化——法式软面包/法式小面包(按人口统计区分), 2014年6月

数据63: 烘焙产品消费的变化——夹心面包(按人口统计区分), 2014年6月

数据64: 烘焙产品消费的变化——蛋糕(按人口统计区分), 2014年6月

数据65: 烘焙产品消费的变化——松饼/麦芬(按人口统计区分), 2014年6月

数据66: 烘焙产品消费的变化——甜甜圈(按人口统计区分), 2014年6月

数据67: 烘焙产品消费的变化——中式糕点(按人口统计区分), 2014年6月

数据68: 烘焙产品消费的变化——西式糕点(按人口统计区分), 2014年6月

附录——吃烘焙产品的场合

数据69: 吃烘焙产品的场合, 2014年6月

数据70: 吃烘焙产品的场合——面包类(按人口统计区分), 2014年6月

数据71: (续)吃烘焙产品的场合——面包类(按人口统计区分), 2014年6月

数据72: 吃烘焙产品的场合——蛋糕类(按人口统计区分), 2014年6月

数据73: (续)吃烘焙产品的场合——蛋糕类(按人口统计区分), 2014年6月

数据74: 吃烘焙产品的场合——糕点类(按人口统计区分), 2014年6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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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75: (续) 吃烘焙产品的场合——糕点类(按人口统计区分), 2014年6月

附录——消费者购买烘焙产品的渠道

数据76: 消费者购买烘焙产品的渠道, 2014年6月

数据77: 消费者购买烘焙产品的渠道(按人口统计区分), 2014年6月

数据78: (续) 消费者购买烘焙产品的渠道(按人口统计区分), 2014年6月

谱度分析

数据79: 消费者购买烘焙产品渠道的谱度分析, 2014年6月

数据80: 消费者购买烘焙产品渠道的谱度分析(按人口统计区分), 2014年6月

附录——影响烘焙产品购买的重要考虑因素

数据81: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素, 2014年6月

数据82: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素——第一最重要的因素(按人口统计区分), 2014年6月

数据83: (续) 影响烘焙产品购买的重要考虑因素——第一最重要的因素(按人口统计区分), 2014年6月

数据84: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素(按人口统计区分), 2014年6月

数据85: (续) 影响烘焙产品购买的重要考虑因素——第一最重要的因素(按人口统计区分), 2014年6月

数据86: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素——第一最重要的因素(按人口统计区分), 2014年6月

数据87: (续) 影响烘焙产品购买的重要考虑因素——第一最重要的因素(按人口统计区分), 2014年6月

数据88: 影响烘焙产品购买的重要考虑因素(按消费者购买烘焙产品的渠道区分), 2014年6月

数据89: (续) 影响烘焙产品购买的重要考虑因素(按消费者购买烘焙产品的渠道区分), 2014年6月

附录——对于新产品特性和创新的支付欲望

数据90: 对于新产品特性和创新的支付欲望, 2014年6月

数据91: 对于新产品特性和创新的支付欲望——含有健康的植物性原料(按人口统计区分), 2014年6月

数据92: 对于新产品特性和创新的支付欲望——加入更多蔬菜/水果成分(按人口统计区分), 2014年6月

数据93: 对于新产品特性和创新的支付欲望——加入有健康滋补功效的中药成分(按人口统计区分), 2014年6月

数据94: 对于新产品特性和创新的支付欲望——额外的健康益处(按人口统计区分), 2014年6月

数据95: 对于新产品特性和创新的支付欲望——更为创新的肉类口味(按人口统计区分), 2014年6月

数据96: 对于新产品特性和创新的支付欲望——加入异国风情的口味(按人口统计区分), 2014年6月

数据97: 对于新产品特性和创新的支付欲望——更加新颖的面包形式(按人口统计区分), 2014年6月

数据98: 对于新产品特性和创新的支付欲望——把烘焙产品和餐点/其他食物搭配成套餐出售(按人口统计区分), 2014年6月

数据99: 对于新产品特性和创新的支付欲望——适合在路上吃的包装(按人口统计区分), 2014年6月

数据100: 对于新产品特性和创新的支付欲望——含多个独立产品的家庭装(按人口统计区分), 2014年6月

附录——对于烘焙产品的态度

数据101: 对于烘焙产品的态度, 2014年6月

数据102: 对于烘焙产品的态度——我担心吃烘焙产品对健康有不利影响(按人口统计区分), 2014年6月

数据103: 对于烘焙产品的态度——我对烘焙产品的食品安全心存疑虑(按人口统计区分), 2014年6月

数据104: 对于烘焙产品的态度——吃中式食物当早饭比吃烘焙产品更好(按人口统计区分), 2014年6月

数据105: 对于烘焙产品的态度——烘焙产品没有别的主食管饱(按人口统计区分), 2014年6月

数据106: 对于烘焙产品的态度——比起吃烘焙产品, 吃别的西式食物当早饭更加好(按人口统计区分), 2014年6月

数据107: 对于烘焙产品的态度——我希望有更多为特定人群专门设计的烘焙产品(按人口统计区分), 2014年6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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

烘焙产品 - 中国 - 2014年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

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108: 对于烘焙产品的态度——我更喜欢自有品牌的烘焙产品（按人口统计区分），2014年6月

数据109: 对于烘焙产品的态度——比起包装好的烘焙产品，我更喜欢面包蛋糕店新鲜现做的烘焙产品（按人口统计区分），2014年6月

数据110: 对于烘焙产品的态度——我愿意为高档的烘焙产品支付更多的钱（按人口统计区分），2014年6月

数据111: 对于烘焙产品的态度——生厂商应该在烘焙产品的包装上提供更多产品信息（按人口统计区分），2014年6月

数据112: 对于烘焙产品的态度——我希望看到烘焙产品搞更多的促销活动（按人口统计区分），2014年6月

数据113: 对于烘焙产品的态度——我希望面包店/蛋糕店能提供更多堂吃产品的选择（按人口统计区分），2014年6月

数据114: 对于烘焙产品的态度——我希望有更多渠道可以方便地买到烘焙产品（按人口统计区分），2014年6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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com