

## 早餐 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

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



消费者越来越倾向于在外面吃早餐，方便、性价比高和早餐种类多样的便利店尤其受欢迎。其他售卖早餐的场所可通过提供更多的每日特惠早餐来提高竞争力。同时，消费者习惯于吃中式早餐，外国企业可考虑在流行的西式早餐食品中添加中式养生食材或口味，以提高吸引力。”

陈杨之，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 中西早餐融合
- 每日特惠早餐值得探索
- 在强调营养价值时，维生素蕴含商机

## 报告定义

本报告旨在研究消费者在家和在外食用早餐的习惯、花费和偏好。

## 在家食用早餐

：包括所有在家食用的早餐类型（无需外出就餐或送餐上门）。在家中食用早餐包括在家制作的早餐、预加工早餐、包装食品和饮料。

## 在外食用早餐

：包括外出就餐或送餐上门的食品。在外食用早餐包括通过零售商购买（如便利店、超市等）、餐饮运营商（如快餐店、咖啡店、面包房等）、独立食品商店、卖早餐的小摊购买的食品。外卖送餐服务也涵盖在内。

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

## 早餐 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

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

报告定义

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

市场稳步增长

数据 2: 早餐食品市场的预测 (最好和最坏情形), 中国, 2011-2021年

城市地区消费者在外食用早餐的支出超过在家食用早餐的支出

数据 3: 早餐支出, 在家食用对比在外食用, 中国, 2016年

重点企业

早餐谷物食品厂商专注于冷食谷物产品和坚果口味

便利店推出现磨咖啡和豆浆

快餐连锁推出早餐全餐和本土食物

包装早餐食品应提高其便携性和耐饿性

消费者

在家吃早餐仍然占主流, 但在便利店吃 (买) 早餐越来越流行

数据 4: 早餐消费频率, 2017年2月

数据 5: 早餐消费频率, 便利店, 2013年8月、2016年4月、2017年2月

干净和方便对早餐场所最重要, 而有营养是影响消费者选择早餐食品的最关键因素

数据 6: 早餐选择的考虑因素, 2017年2月

消费者习惯于吃中式早餐

数据 7: 最常吃的早餐主食, 2017年2月

格兰诺拉燕麦有望成为明日之星

数据 8: 早餐食物趋势, 2017年2月

强调营养价值时, “富含”宣称比低/无/减宣称更重要

数据 9: 早餐营养需求, 2017年2月

我们的观点

## 议题与洞察

中西早餐融合

现状

启示

数据 10: 中西融合早餐食品样例

数据 11: 健康营养的中式早餐样例, 2016-2017年

每日特惠早餐值得探索

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 早餐 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

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

在强调营养价值时，维生素蕴含商机

现状

启示

数据 12: 强调维生素的早餐食品样例

数据 13: 早餐果汁产品样例，2016年

## 市场 —— 您所需要了解的

市场稳步增长

转向在外面吃早餐和趋优消费营养早餐将推动增长

城市地区消费者在外食用早餐的支出超过在家食用早餐的支出

市场规模及预测

市场稳步增长

数据 14: 花在早餐上的总支出，中国，2011-2016年

数据 15: 人均每日早餐花费，中国，2011-2016年

数据 16: 食品的消费者物价指数，中国，2011-2016年

预计市场将继续保持增长势头

数据 17: 早餐食品市场的预测（最好和最坏情形），中国，2011-2021年

市场增长动力

持续城市化

数据 18: 中国的城市化，2011-2016年

转向在外吃早餐

趋优消费营养更丰富的早餐

市场细分

城市人口的早餐支出占全部人口早餐总支出的80%

数据 19: 早餐花费，城市对比农村，中国，2016年

数据 20: 人均每日早餐花费，城市对比农村，中国，2016年

城市地区消费者在外食用早餐的支出超过在家食用早餐的支出

数据 21: 早餐支出，在家食用对比在外食用，中国，2016年

在外吃早餐的支出增速预计将快过在家吃早餐的支出增速

数据 22: 在外食用早餐市场的最好和最坏预测，中国，2011-2021年

数据 23: 在家食用早餐市场的最好和最坏预测，中国，2011-2021年

## 重点企业 —— 您所需要了解的

定位早餐场合的冷食谷物产品和烘焙食品上市新品日益增多

“可微波加热”和“适合出行使用”宣称呈增长趋势

早餐谷物食品厂商专注于坚果口味

便利店推出现磨咖啡和豆浆

快餐连锁推出早餐午餐和本土食物

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 早餐 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

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

## 创新亮点

## 竞争策略

定位早餐场合的冷食谷物产品和烘焙食品上市新品日益增多

数据 24: 中国早餐市场新上市产品份额（按子品类区分），2014-2016年

数据 25: 冷食谷物产品产品样例，2016-2017年

数据 26: 早餐蛋糕产品样例，2016-2017年

“可用微波加热”和“随身携带”宣称呈增长趋势

数据 27: 中国早餐市场新上市产品份额（按宣称区分），2014-2016年

## 早餐谷物食品

日益兴起的水果和坚果口味

数据 28: 新上市早餐谷物食品的前五大口味（按口味亚组区分），2014-2015年

## 在热播剧中植入产品

数据 29: Nutri-Brex产品在《欢乐颂》中的植入，2016年

## 便利店在早餐时段推出现磨咖啡和豆浆

数据 30: 便利店提供的现做咖啡和豆浆，2016-2021年

## 快餐连锁店

麦当劳推出早餐满足不同地区消费者的味蕾

## 肯德基推出早餐全餐

数据 31: 中式和西式早餐全餐，肯德基，2017年

## 点心餐厅在零售渠道提供包装冷冻食品

## 制药公司进军健康早餐市场

数据 32: 养胃早餐食品，江中制药，2016年

## 谁在创新？

早餐谷物食品演变出更便携的形式

数据 33: 更多便携式格兰诺拉燕麦产品样例，2016年

酸奶中添加饱腹感强的格兰诺拉燕麦和饼干

数据 34: 可饱腹的酸奶范例，2016-2017年

全家超市推出定制特惠早餐套餐

数据 35: 定制早餐套餐，全家超市，上海，2017年

桂格燕麦通过菜单创新吸引消费者

## 消费者——您所需要了解的

便利店正成为大热的早餐场所

干净和方便是选择早餐场所的重要考虑因素，而有营养对早餐食品最重要

消费者习惯于吃中式早餐

强调营养价值时，“富含”宣称比“低”宣称更重要。

## 早餐消费频率

在家吃早餐仍是主流

数据 36: 早餐消费频率，2017年2月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 早餐 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

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

...但消费者逐渐转向在外吃早餐

数据 37: 早餐消费频率, 在家吃, 2013年8月、2016年4月、2017年2月

便利店成为高人气在外吃早餐的场所

数据 38: 早餐消费频率, 便利店, 2013年8月、2016年4月、2017年2月

数据 39: 便利店早餐样例, 上海, 2017年

年轻的高收入者喜欢在休闲餐厅吃早餐

数据 40: 早餐消费频率, 休闲餐厅, 2017年2月

数据 41: 周末早餐菜单, 必胜客, 中国, 2017年

## 早餐选择的考虑因素

干净卫生和方便是影响消费者选择早餐场所的决定性因素

数据 42: 早餐选择的考虑因素, 2017年2月

性价比高也非常重要

数据 43: 肯德基高性价比早餐广告, 中国, 2017年2月

营养和新鲜度值得强调

数据 44: 早餐选择的考虑因素(按年龄区分), 2017年

数据 45: 早餐选择的考虑因素(交叉分析), 2017年2月

男性消费者青睐便利性, 而女性看重种类多样

数据 46: 早餐选择的考虑因素(按性别区分), 2017年2月

## 最常吃的早餐主食

消费者习惯于吃中式早餐

数据 47: 最常吃的早餐主食, 2017年2月

数据 48: 最常吃的早餐主食, 词云, 2017年2月

不同地区的偏好各异

数据 49: 最常吃的早餐主食(按地区区分), 2017年2月

购买在路上吃的早餐时, 消费者不太可能选择粥

数据 50: 最常吃的早餐主食(交叉分析), 2017年2月

## 早餐食物趋势

酸奶和乳酸菌饮料最受欢迎

数据 51: 早餐食物趋势, 2017年2月

数据 52: 早餐食物趋势, 接受率, 2017年2月

收入较高的成熟消费者偏爱咖啡

数据 53: 早餐食物趋势, 咖啡, 2017年2月

格兰诺拉燕麦和早餐饼干具有较高的渗透率和潜力

数据 54: 创新格兰诺拉燕麦和早餐饼干产品样例, 2016-2017年

数据 55: 早餐食物趋势, 咖啡, 2017年2月

能量食品可定位女性消费者

数据 56: 能量食品创新, 2017年2月

数据 57: 早餐食物趋势, 能量食品, 2017年2月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 早餐 - 中国 - 2017年5月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

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

## 早餐营养需求

相比“低”宣称，消费者更看重“富含”宣称

数据 58: 早餐营养需求，2017年2月

数据 59: 桂格燕麦，中国，2014-2017年

成熟消费者看重蛋白质

数据 60: 早餐营养需求，蛋白质，2017年2月

不同性别和年龄群体重视不同的营养特征

数据 61: 早餐营养需求（按年龄区分），2017年2月

数据 62: 早餐营养需求（按性别区分），2017年2月

## 吃早餐的习惯和态度

超过三分之一的受访消费者经常去同一个地方买早餐

数据 63: 吃早餐的习惯和态度，2017年2月

半数消费者认为他们的吃的早餐有营养

数据 64: 吃早餐的习惯和态度（交叉分析），2017年2月

## 认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群注重营养、新鲜食材和品种多样

数据 65: 早餐选择的考虑因素（按消费者分类区分），2017年2月

英敏特城市精英人群对早餐配送服务更感兴趣

数据 66: 吃早餐的习惯和态度（按消费者分类区分），2017年2月

## 附录——市场规模与预测

数据 67: 花在早餐食品上的总支出，中国，2011-2021年

## 附录——市场细分

数据 68: 早餐总支出（按细分市场区分），中国，2011-2021年

## 附录——研究方法

研究方法

数据 69: 受访城市地图

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)