

## 节庆食品 - 中国 - 2018年4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



“节庆食品的重要性与食品是否有节庆主题的外包装无关，而是食品与节庆之间最根本的关联。正是这些关联驱策消费者在节庆期间自用或赠送节庆食品。虽然在口味、包装、配方等层面上有创新的必要，但品牌仍不该忘失其产品需更能彰显各个节庆所代表的社会价值与意涵。”

— 李玉梅，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 从更多节庆背后探寻商机
- 品牌须为传统节庆的教导及护卫者
- 传统品牌节节败退？

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 - 2018年4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

报告定义

## 综述

消费者

传统力道仍强

数据1: 对传统节庆食品的态度(“是必须的”) (按年龄区分), 2017年12月

春节、中秋节为主要赠礼节日

数据2: 消费者购买食品作为节庆礼物送给别人的节日, 2017年12月

赠礼选择因收礼者而异

数据3: 节庆礼物的选择(按收礼人区分), 2017年12月

不同的场合不同需求

数据4: 节庆食品购买因素(按场合区分), 2017年12月

消费者偏好熟悉的品牌

数据5: 传统节庆食品品牌偏好, 2017年12月

节庆食品花销提升

数据6: 购买趋势(按场合区分), 2017年12月

年轻消费者对电子赠礼兴趣更不高

数据7: 赠礼偏好(按年龄区分), 2017年12月

我们的观点

## 议题与洞察

从更多节庆背后探寻商机

现状

启示

数据8: 具有互动性特征的儿童礼品实例, 英国, 2017年

品牌须为传统节庆的教导及护卫者

现状

启示

数据9: 哈根达斯月饼实例, 中国, 2017年

数据10: 天猫春节音乐海报实例, 中国, 2018年

传统品牌节节败退?

现状

启示

## 市场与竞争——您所需要了解的

生活方式转变, 传统面临考验

竞争趋白热化

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)

## 节庆食品 - 中国 - 2018年4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

## 市场因素

## 购物为节庆期间主要休闲活动

数据11: 春节期间零售餐饮总销售额（除夕至正月初六），中国，2014-18年

## 食品为传统节庆最大花销

## 网购节更进一步开展消费者的消费欲望

## 电子礼品券让赠礼更容易

数据12: 星巴克虚拟中秋礼品卡，中国，2017年

## 有更多节庆花销流向旅游之用

## 市场趋势

## 传统节庆食品迎向非传统口味

数据13: 稻香村新口味月饼实例，中国，2017年

数据14: 水果蔬菜口味汤圆实例，中国，2017年

## 品牌开始寻求更深层文化意涵

## 新入场品牌点燃战火

数据15: 非食品饮料公司推出的月饼实例，中国，2017年

## 谁在创新？

## 搭上零食的顺风车

数据16: 奥利奥月饼实例，中国，2017年

数据17: 百草味裹果粽实例，中国，2017年

## 个性化赠礼

数据18: 个性化奇巧Chocollabo实例，日本

数据19: Our/Vodka套组实例，西欧，2016年

## 新款圣诞日历

数据20: 圣诞节巧克力圣诞日历实例，香港和美国，2017年

数据21: Ilchester奶酪圣诞日历，英国，2017年

数据22: 茶叶、咖啡圣诞日历实例，德国和英国，2017年

## 消费者——您所需要了解的

月饼、粽子、汤圆皆为节庆必需品

父亲节/母亲节成赠送食品的重要节庆

收礼者不同，礼品不同

花销不同，标准不同

对跨界品牌尚无信心

三分之二的消费者节庆食品花销提升

## 对传统节庆食品的态度

总体而言，传统力量仍强大

数据23: 对传统节庆食品的态度，2017年12月

年龄差异

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)

## 节庆食品 - 中国 - 2018年4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

年轻消费者仍重视月饼和粽子

50岁消费者为酒精饮料目标客群

25-39岁消费者最可能庆祝情人节

数据24: 对传统节庆食品的态度(“是必须的”) (按年龄区分), 2017年12月

## 赠礼习惯

春节、中秋最常赠送食品

数据25: 消费者购买食品作为节庆礼物送给别人的节日, 2017年12月

消费者在哪些节日的赠礼增多?

数据26: 消费者购买食品作为节庆礼物送给别人的节日, 2017年 vs. 2015年

数据27: 消费者购买食品作为节庆礼物送给别人的节日 (按花销趋势区分), 2017年12月

谁最常赠礼?

数据28: 消费者购买食品作为节庆礼物送给别人的节日 (按年龄区分, 与平均值相比), 2017年12月

## 礼品选择偏好

赠礼选择因收礼者而异

数据29: 节庆礼物的选择 (按收礼人区分), 2017年12月

女性更经常赠送食品; 男性更经常赠送饮料

数据30: 节庆礼物热门指数^ (按性别区分), 2017年12月

以食品作为给朋友/同事的节庆赠礼并不理想

数据31: 送给朋友/同事的节庆礼物排名 (按年龄区分), 2017年12月

私营业主/公司管理人员的商务赠礼需求更强烈

数据32: 赠送给生意/商务伙伴的节庆礼物 (按就业类型区分), 2017年12月

## 购买因素

消费者购物中心思想: 价格是否实惠

数据33: 节庆食品购买因素 (按场合区分), 2017年12月

偏好经典节庆食品.....

数据34: 与品牌和口味相关的) 节庆食品购买因素 (按场合区分), 2017年12月

数据35: 徐福记新年糖实例, 中国, 2017年

.....但是年轻消费者自用时寻求的是流行品牌

数据36: 与品牌和口味相关的) 节庆食品购买因素 (按场合区分), 20-24岁者, 2017年12月

## 对传统节庆食品的品牌偏好

对跨品类品牌持保守态度

数据37: 传统节庆食品品牌偏好, 2017年12月

超市/大卖场最受欢迎

数据38: 对超市/大卖场的中国传统节庆食品具有购买意愿的消费者 (按人口统计特征区分), 2017年12月

餐饮品牌具有吸引年轻消费者的潜力

数据39: 传统节庆食品品牌偏好 (按年龄区分), 2017年12月

网购消费者对咖啡店更有兴趣

数据40: 以购买传统节庆食品品牌的偏好来看, 偏好到店购买及偏好网购的消费者 (为基准) 之间的差距, 2017年12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)

## 节庆食品 - 中国 - 2018年4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

## 购买趋势

## 节庆食品支出增加

数据41: 购买趋势 (按场合区分), 2017年12月

## 25-29岁的消费者的自用花销提高; 而50岁以上者的赠礼花销提高

数据42: 购买趋势 (按年龄区分), 2017年12月

## 低线城市具有高潜力, 尤其以赠礼而言

数据43: 购买趋势 (按城市级别区分), 2017年12月

## 当面以实体礼物赠礼仍然常见

数据44: 赠礼偏好 (按年龄区分), 2017年12月

数据45: Muskoka Brewery冬季生存者啤酒样品组, 加拿大, 2017年

数据46: 蒙牛礼品卡实例, 中国, 2017年

## 认识英敏特城市精英人群

## 英敏特城市精英人群显著更常在西方节庆赠礼

数据47: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (为基准) 购买食品作为节庆礼物送给别人的节日, 2017年12月

## 英敏特城市精英人群更常赠酒

数据48: 为不同对象选购节庆礼品, 英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群之间的差距, 2017年12月

## 英敏特城市精英人群对高档酒店的节庆食品更表示兴趣

数据49: 传统节庆食品品牌偏好, 英敏特城市精英人群与非英敏特城市精英人群之间的差距, 2017年12月

## 附录——研究方法和缩写

## 研究方法

## 缩写

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)