

早餐 - 中国 - 2019年6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



“随着零售与餐饮服务的融合，居家早餐与外食早餐市场之间的界限逐渐模糊，并且二者都在经历着全方位的升级（如供应链、食品安全）。展望未来，随着进驻的企业日益增多，未来的早餐市场会进一步细分；竞争不再局限于现有的产品、服务和渠道中，还会来自于其他品类和其他服务型。”

— 阿芳，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 让早餐食品趁“零食化”之势
- 以便利导向服务吸引年轻消费者
- 利用搭配饮品拉动客流、提高平均花费

由于食品CPI（居民消费价格指数）持续增长，截至2019年，中国的早餐消费者总支出将以7.3%的增速增长到1.753万亿元人民币。消费者对更营养的早餐的需求日益增长，这促进了整个早餐市场的发展。同时，由于忙碌的生活方式挤占了早餐时间，消费者还需要更便利的早餐选择。如此一来，便有了更多企业以不同产品或服务形式涉足该市场。

英敏特调查显示，从消费者的早餐习惯上看，他们变得更挑剔了：选择餐饮品牌时，他们将食物的味道和食品安全有保证视作重中之重；而选择早餐时，营养对他们来说最至关重要。同时，他们对西式食品和早餐饮品的态度更开放。

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 - 2019年6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

市场

居家早餐稳步增长，而外食早餐面临不确定性

数据1: 居家与外食早餐的花费与增长率，中国，2014-2019年

一个充满各种可能性的市场

数据2: 早餐市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

公司与品牌

推行早餐标准化

为不同消费群体量身定制早餐选择

便利店凭借自有的鲜食产品更胜一筹

实现现制早餐“在路上吃”

消费者

便利店与连锁快餐店日渐火爆

数据3: 全渠道消费频率，2019年3月

数据4: 早餐花费，2019年3月

选择餐饮品牌时，味道与食品安全性至关重要

数据5: 选择餐饮品牌的考虑因素，2019年3月

中式与西式早餐吸引着不同消费者

数据6: 中西式早餐的渗透率，2019年3月

谷物早餐“营养均衡”的形象深入人心

数据7: 谷物早餐的渗透率，2019年3月

省时早餐服务潜力十足

数据8: 吃早餐的习惯与态度（按个人月收入区分），2019年3月

我们的观点

议题与洞察

让早餐食品趁“零食化”之势

现状

启示

数据9: 零食式早餐产品示例，挪威和加拿大，2019年

数据10: 天猫售卖的沈大成早餐“零食”，中国，2019年

以便利导向服务吸引年轻消费者

现状

启示

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

早餐 - 中国 - 2019年6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11: 星巴克的“咖快”服务，中国，2019年

利用搭配饮品拉动客流、提高平均花费

现状

启示

数据12: 瑞幸咖啡的早餐食品产品示例，中国，2018年

数据13: 全家售卖的早餐搭配饮品——香飘飘果汁茶，中国，2019年

市场——您所需要了解的

零售价推动市场稳步增长

2019年外食早餐的增长面临不确定性

零售与餐饮服务的融合带来更多可能性

市场规模与预测

零售价带动了早餐花费稳步增长

数据14: 早餐花费，中国，2014-2019年

未来的市场充满无限可能

数据15: 早餐市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

市场因素

忙碌的生活方式要求便利，但不能牺牲营养

零售与餐饮服务的融合提供更多早餐选择

数据16: 知味观和永和豆浆的“餐饮零售化”产品示例，中国

数据17: 宜家售卖的中式早餐，中国

经济下行与CPI上涨或带来挑战

市场细分

居家早餐选择更多

数据18: 居家与外食早餐的支出与增长率，中国，2014-2019年

数据19: 居家早餐市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

外食早餐面临更多不确定性

数据20: 外食早餐市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

重点企业——您所需要了解的

为不同消费群体量身定制早餐选择

向地方性小吃借一束灵光

搭上“在路上吃”趋势的便车

竞争策略

包装食品品牌

速冻食品生产商瞄准餐饮市场

达利突出新鲜与天然

数据21: 达利美焙辰突出新鲜与天然的产品示例，中国，2018年

雀巢推出定制化早餐选择的“健康15分钟”战略

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@mintel.com

早餐 - 中国 - 2019年6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22: 以雀巢产品为老年人设计的早餐食谱——由豆果应用软件推送，中国，2018年

零售品牌

便利店专注于新鲜现做产品，尤其是自有产品

数据23: 全家售卖的原麦山丘现烤面包，中国，2018年

餐饮品牌

肯德基——向地方性小吃借一束灵光

数据24: 肯德基滑蛋夹心油条，中国，2019年

桃园眷村——为传统食品赋予情怀

数据25: 桃园眷村早餐菜单，中国

谁在创新？

开发烘焙产品的异域风味

数据26: 面包与面包产品、蛋糕、糕点和甜点类别新品中日渐增多的异域风味，中国，2016-2019年

数据27: 突出营养丰富的乳酸菌面包产品示例，中国，2018年

数据28: 以健康成分突出营养的烘焙产品示例，芬兰和澳大利亚，2018年

饮品凭借其功能性进一步迈入早餐市场

数据29: 突出“有利于心脏健康”的桂格燕麦饮料（Quaker Oat Beverage），美国，2019年

数据30: 突出“补充能量”的乐纯Rise & Shine早餐代餐，中国，2019年

谷物早餐开始为不同需求和人群定制化

数据31: 面包与面包产品、蛋糕、糕点和甜点类别新品中的日渐增多的异域风味，中国，2016-2019年

数据32: 为特有需求设计的谷物早餐产品示例，澳大利亚和英国，2019年

数据33: 有独特食用方式的谷物早餐产品示例，中国，2019年

包装的现制食品涌现，甚至更进一步搭上“在路上吃”趋势的便车

数据34: 适合在路上吃的粥的产品示例，中国、韩国和英国，2018-2019年

消费者——您所需要了解的

便利店与连锁快餐店日渐火爆

选择餐饮品牌时，味道与食品安全性更至关重要

中式与西式早餐吸引着不同消费者

省时早餐服务潜力十足

全渠道消费频率

消费者平均光顾6种消费渠道购买早餐

数据35: 全渠道消费频率，2019年3月

便利店与连锁快餐店日渐火爆

数据36: 全渠道消费频率——部分渠道（按城市线级区分），2019年3月

早餐花费

卖早餐的小摊最常见的花费区间为6-9元人民币

数据37: 早餐花费，2019年3月

80后与70后倾向于在超市与面包房花费更多

数据38: 在面包房和超市支出的早餐花费——10-19元人民币（按代际区分），2019年3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

早餐 - 中国 - 2019年6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

咖啡店吸引高收入者

数据39: 咖啡店的早餐花费——20元人民币或以上（按个人月收入区分），2019年3月

选择餐饮品牌的考虑因素

味道与食品安全性更重要

数据40: 选择餐饮品牌的考虑因素，2019年3月

连锁快餐店在食品安全上有竞争力，但需提升营养丰富的形象

数据41: 选择餐饮品牌的考虑因素——前五大因素（按渠道区分），2019年3月

搭配饮品是吸引20-24岁消费者的关键

数据42: 选择餐饮品牌的考虑因素——售卖可搭配的饮品（按年龄区分），2019年3月

中西式早餐的渗透率

中式与西式早餐吸引着不同消费者

数据43: 中西式早餐的渗透率，2019年3月

数据44: 西式早餐的渗透率（按性别区分），2019年3月

西式早餐在便利店颇具潜力

数据45: 西式早餐的渗透率（按在便利店购买早餐的频率区分），2019年3月

地区不同，偏好不同

数据46: 中式早餐的渗透率（按地区区分），2019年3月

谷物早餐的渗透率

营养均衡的形象深入人心

数据47: 谷物早餐的渗透率，2019年3月

以多样性吸引有孩子的家庭

数据48: 谷物早餐的渗透率——部分特性（按家庭构成区分），2019年3月

吃早餐的习惯与态度

外卖配送费仍深深影响着早餐外卖服务.....

数据49: 吃早餐的习惯与态度，2019年3月

.....但其他形式的外送服务仍有潜力

数据50: 吃早餐的习惯与态度（按个人月收入区分），2019年3月

即食早餐的商机

热食永远是早餐的关键

周末的早餐更在于休闲与享乐

数据51: 吃早餐的习惯与态度，2019年3月

认识英敏特城市精英人群

更中意西式早餐

数据52: 西式早餐的渗透率（按消费者分类区分），2019年3月

可搭配的饮品对英敏特城市精英人群而言更重要

更倾向于使用定期早餐服务

数据53: 吃早餐的习惯与态度（按消费者分类区分），2019年3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

早餐 - 中国 - 2019年6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

附录——市场规模与预测

数据54: 早餐市场总额，中国，2014-2024年

附录——市场细分

数据55: 居家早餐的市场总额，中国，2014-2024年

数据56: 外食早餐的市场总额，中国，2014-2024年

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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