

包装烘焙食品 (新冠疫情后的增长) - 中国 - 2020年5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



“近年来,包装烘焙食品品类稳定增长,未来几年将继续保持增势。层出不穷的风味和口感创新迎合了市场动态,是该品类增长的主要动力。市场竞争环境激烈,驱使品牌致力于彰显产品多样性,并且进军更多消费场合。新冠疫情期间,包装烘焙食品的市场需求增加,因为消费者希望能从此类食品中寻求慰藉,提振心情。”

— 吴珍妮, 研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 新冠疫情下市场品类获得增长
- 2019年市场领先品牌的表现
- 国内和全球市场上的新品发布趋势
- 未来值得瞄准的潜在消费场合
- 消费者对品类创新的兴趣

包装烘焙食品市场保持稳健增势,2019年销售额估计达到了1,058亿元人民币,2014-19年间年均复合增长率为11.5%。突如其来的新冠疫情导致送礼和社交等消费场合(如与朋友同事分享)流失。但是,消费者转向包装烘焙食品以追求慰藉和提振心情,以及作为新鲜烘焙产品之外的另一种选择,助力该品类获得增长。随着生产恢复,包装烘焙食品市场迅速恢复。

风味和质地创新层出不穷,是带动品类增长的主要驱动力。各品牌一直积极致力于丰富产品系列以体现竞争力。生产日期是消费者最看重的购买因素,但消费者对保质期长度和新鲜度之间的联系并没有充分的认识。消费者的消费场合拓展,热衷于健康食品,说明品牌有必要关注产品的多样性,并推出升级系列产品。

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

包装烘焙食品 (新冠疫情后的增长) - 中国 - 2020年5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

报告主要议题

报告范围

定义

综述

市场

新冠疫情期间市场短期增长，未来将保持稳定增势

数据1: 包装烘焙食品市场的销售额预测 (已针对新冠疫情作出调整)，中国，2014-2024年

数据2: 面包/面包产品和蛋糕/糕点/甜点的销售额，中国，2014-2024年

新冠疫情对包装烘焙食品市场的影响

数据3: 新冠疫情对包装烘焙食品市场的短期、中期和长期影响

公司与品牌

几大领先品牌引领高度分散的市场

数据4: 包装烘焙食品品类主要品牌的市场销售额和市场份额，中国，2018-2019年

拓展烘焙食品产品系列是竞争主阵地

风味和口感创新领跑市场

消费者

整体消费趋势保持不变

数据5: 包装烘焙食品的消费趋势，2020年1月

品牌可探索除早餐外的更多食用场合

数据6: 包装面包/蛋糕/点心的食用时段，2020年1月

高收入消费者和30多岁的消费者更喜欢方便可及的便利店

数据7: 购买渠道，2020年1月

电商零食品牌是强有力的竞争对手

数据8: 品牌渗透率，2020年1月

消费者认为保质期长度和新鲜度关系不大

数据9: 购买因素，2020年1月

消费者对围绕营养价值和天然甜味剂的创新最感兴趣

数据10: 感兴趣的特点，2020年1月

我们的观点

新冠疫情对包装烘焙食品市场的影响

数据11: 新冠疫情对包装烘焙食品市场的短期、中期和长期影响

机遇与挑战

隔离期间送礼和家外消费场合的流失

更健康的产品选择会带来新的增长机遇

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

包装烘焙食品 (新冠疫情后的增长) - 中国 - 2020年5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

对市场的影响

截止目前我们所见.....

疫情期间包装烘焙食品品类获得短期增长

数据12: 包装烘焙食品市场的销售额预测 (已针对新冠疫情作出调整), 中国, 2014-2024年

数据13: 包装烘焙食品市场的销售额预测, 中国, 2014-2024年

消费者行为的转变

居家烹饪兴起

数据14: 居家烹饪 (月比较) ——3月至5月, 2020年

整体需求保持稳定

数据15: 包装面包/蛋糕消费趋势——4月26日至5月2日, 2020年

健康饮食的重要性提高

数据16: 生活重心的改变——健康饮食, 4月26日至5月2日, 2020年

消费者到访线下渠道受限, 网购成为主流

数据17: 购买渠道, ——3月至5月, 2020年

新冠疫情将如何重塑行业

驱使领先品牌在全国拓展市场

数据18: 桃李2020年第一季度经营数据的关键信息

对营销组合的影响

对包装烘焙品类的健康产品重新定义

增强与便利店合作, 提高可及性

新冠疫情: 在中国市场情况简述

数据19: 中国新冠疫情累计确诊病例, 2020年1月至5月

数据20: 复工情况, 中国, 2020年3月至5月

议题与洞察

推出有益健康的零食, 创造心安理得的纵享体验

现状

启示

数据21: 蛋糕/糕点/甜点中采用“无糖”和“少反式脂肪”相关宣称的新产品占比, 中国, 2016-2020年 (截至5月)

数据22: 含有膳食纤维和蛋白质的烘焙产品实例

数据23: 不含添加剂和防腐剂、使用天然成分的烘焙产品实例

奢享口感的产品有更多市场机遇

现状

启示

数据24: 蛋糕/糕点和甜点食品的前十大口感——中国, 2017年6月至2020年5月

数据25: 产品样例

借助优质原料和加工工艺, 提高产品正宗性

现状

启示

数据26: 采用优质原料和特殊烘焙工艺的烘焙食品实例

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

包装烘焙食品 (新冠疫情后的增长) - 中国 - 2020年5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——您所需要了解的

2019年包装烘焙食品市场继续保持了稳健增势

多样化的购买渠道和变化的生活方式鼓励消费

新冠疫情之下该品类取得了增长

市场规模与预测

市场销售额将保持上扬趋势

数据27: 包装烘焙食品市场的销售额预测 (已针对新冠疫情作出调整), 中国, 2014-2024年

数据28: 面包/面包产品和蛋糕/糕点/甜点的销售额, 中国, 2014-2024年

市场因素

烘焙食品挖掘更多机遇融入正餐场合

购买渠道多元化

中国消费者拥抱“走出去”的生活方式

短期受益于新冠疫情

重点企业——您所需要了解的

领先品牌日趋强大

更多品牌入局短保子品类

便利店凭自有品牌的烘焙产品加入市场角逐

风味和质地探索引领创新

市场份额

达利市场销售额增加, 稳保领先地位

数据29: 包装烘焙食品品类主要品牌的市场销售额和市场份额, 中国, 2018-2019年

桃李得益于商业模式, 但面临来自华东市场便利店的激烈竞争

数据30: 全家货架上的烘焙产品, 中国上海, 2020年

数据31: 各地区销售额占比——桃李, 2015-2019年

数据32: 上海桃李净利润, 2015-2019年

零食品牌曝光度提升

竞争策略

领跑品牌积极发布新品

数据33: 面包/面包产品以及蛋糕、糕点和甜点品类的新品发布占比, 2015-2019年, 中国

数据34: 包装烘焙食品品类的新产品实例

更多品牌入局短保品类

数据35: 零食品牌旗下的短保食品, 中国

烘焙店积极打入包装烘焙产品阵地

数据36: 好利来的包装烘焙食品, 中国, 2019-2020年

便利店凭借季节性风味的产品创新, 分得市场一杯羹

数据37: 罗森的“白桃季限定”系列食品, 中国

数据38: 罗森携手歌帝梵推出的“岁时甜点”, 日本, 2019年

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

包装烘焙食品 (新冠疫情后的增长) - 中国 - 2020年5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

谁在创新?

风味融合带来新体验

数据39: 蛋糕/糕点和甜点品类上市新品的前十大风味——中国, 2017年6月至2020年5月

数据40: “杨先生”产品实例, 中国

引入咸味, 沙琪玛品类重获生机

数据41: 徐福记咸味沙琪玛, 中国

轻盈口感的创新增加

数据42: 蛋糕/糕点和甜点品类上市新品的前十大口感——中国, 2017年6月至2020年5月

数据43: 好利来的空气盒子蛋糕和云朵芝士蛋糕, 中国

国际市场上的包装烘焙食品继续走健康化路线

天然和简化加工的蛋糕

数据44: 蛋糕/糕点/甜点中采用“天然”相关宣称的新产品占比, 全球市场, 2017年6月至2020年5月

数据45: 产品实例, 美国, 2019年

强化营养价值的烘焙食品

数据46: 产品实例, 巴西, 2019年

消费者——您所需要了解的

品类渗透率可观, 消费趋势保持不变

下午茶和夜宵是潜在食用场合

最看重生产日期, 但不太注重保质期长度

食用趋势

整体食用趋势保持不变

数据47: 包装烘焙食品的消费趋势, 2020年1月

切片型吐司面包的积极创新有助于促进渗透率提高

数据48: 切片型吐司面包“吃得更多”的受访者(按性别和个人月收入水平区分), 2020年1月

数据49: 烤奶酪味和蔬菜味切片吐司面包实例

口袋型面包吸引年轻消费者

数据50: 口袋型面包吃得更多的受访者(按年龄群体区分), 2020年1月

派和沙琪玛的热度减退

食用时段

早餐主导食用场合

数据51: 包装面包/蛋糕/点心的食用时段, 2020年1月

数据52: 宣称“适合随行享用”的面包/面包产品、蛋糕、糕点和甜点的新品比例, 2015-2020年(截至5月)

为一线城市的夜宵党提供更健康的选择

数据53: 将包装烘焙食品作为夜宵零食(按城市线级区分), 2020年1月

女性倾向于在两餐之间食用烘焙产品

数据54: 在下午茶时吃包装面包/蛋糕/点心(按性别区分), 2020年1月

购买渠道

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

包装烘焙食品 (新冠疫情后的增长) - 中国 - 2020年5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

线上渠道兴起

数据55: 购买渠道，2020年1月

数据56: 从电商平台自营超市购买过包装烘焙产品（按性别和城市线级区分），2020年1月

数据57: 从品牌的网上官方旗舰店购买过包装烘焙产品（按性别和城市线级区分），2020年1月

30多岁的消费者以及高收入群体是连锁便利店的高频顾客

数据58: 在连锁便利店购买过包装烘焙食品（按年龄群体和个人月收入水平区分），2020年1月

建立会员制度和免费试吃活动，拉动零食专卖店客流量

数据59: 在零食专卖独立门店购买过包装烘焙食品（按家庭构成区分），2020年1月

购买品牌

三只松鼠的品牌渗透率表现突出

数据60: 品牌渗透率，2020年1月

数据61: 品牌渗透率——部分品牌（按城市线级区分），2020年1月

品牌渗透率的地域差异明显

数据62: 品牌渗透率——部分品牌（按地域区分），2020年1月

消费者的品牌粘性低

数据63: 包装烘焙产品的品牌渗透率（按品牌使用客群区分），2020年1月

购买因素

消费者没有将新鲜度和保质期长度联系在一起

数据64: 购买因素，2020年1月

30多岁的消费者更注重原料

宣称有营养的烘焙产品在国内市场仍有发展空间

采用方便趣味的包装吸引年轻消费者

数据65: 认为包装形式是重要的购买因素（按年龄群体区分），2020年1月

数据66: 包装上采用图片描述的包装烘焙产品实例

用户体验和明星代言在较低线城市至关重要

数据67: 他人的推荐和网上买家的评论是重要的购买因素（按城市线级区分），2020年1月

感兴趣的特点

消费者普遍欢迎品类创新

数据68: 感兴趣的特点，2020年1月

具有功能性益处的创新激发女性消费者兴趣

数据69: 表示对“含有膳食纤维”非常感兴趣的受访者（按性别和年龄区分），2020年1月

数据70: 面包/面包产品和蛋糕、糕点和甜点品类中采用膳食纤维相关宣称的新品占比，全球，2015-2019年

富裕家庭更接受流行理念

数据71: 对“天然甜味剂”和“植物基成分”非常感兴趣的受访者（按家庭收入水平区分），2020年1月

数据72: 采用天然甜味剂的产品实例，全球

特殊烘焙工艺增加特色

数据73: 使用特殊烘焙工艺制成的产品实例

认识英敏特城市精英人群

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

包装烘焙食品 (新冠疫情后的增长) - 中国 - 2020年5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

英敏特城市精英人群在更多场合食用更多种类的烘焙产品

数据74: 吃了更多包装烘焙食品的被访者 (按消费者分类区分), 2020年1月

数据75: 食用时段——部分时段 (按消费者分类区分), 2020年1月

巧妙的包装和素食定制产品吸引英敏特城市精英人群

数据76: 对能锁鲜的包装设计感兴趣 (按消费者分类区分), 2020年1月

数据77: 对适合素食者感兴趣 (按消费者分类区分), 2020年1月

附录——研究方法和缩写

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