

肉类零食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020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



“新冠疫情爆发后,消费者对健康饮食的意愿愈发强烈,对提高免疫力的需求也在不断提升。因而在做肉类零食购买决策时,营养会成为特别关注的因素。对于品牌而言,与消费者沟通升级的制作工艺和原料,是增强肉类零食作为蛋白质补充产品的关键。消费者对“不含”宣称产品的需求也为高端化提供了一条“捷径”——可以进一步促进业务增长。”

— 鲁睿勋, 研究分析师, 2020年4月30日

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 新冠疫情对消费者行为和肉类零食市场的影响
- 后疫情时代的关键趋势
- 肉类零食领军品牌在2018和2019年的表现
- 新品发布和消费者对产品创新的兴趣
- 主要产品细分的消费趋势和品牌偏好

肉类零食市场的销售额在过去2年中突飞猛进,使其一跃成为主要零食品类中的明星。尽管纵享仍然是主要食用目的,但许多消费者正在将肉类零食作为补充蛋白质的潜在途径——这说明肉类零食品牌有机会将其产品定位为有助于补充营养。为了解新冠疫情在中国的影响,英敏特于4月26日-5月2日展开的月度追踪调查显示,新冠疫情爆发后,健康饮食更受重视。品牌可以通过沟通优质的原料和改良的制作工艺等产品细节,来吸引更渴望营养健康的消费者。消费者对“不含”宣称和天然相关宣称的兴趣愈发强烈,也给寻求产品高端化的品牌指明了另一条路。

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

肉类零食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020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

报告关键议题

报告研究范围

报告不包括

定义

综述

市场

品类扩张和纵享需求驱动强劲增长

数据1: 肉类零食市场的销售额, 中国, 2018和2019年

新冠疫情对肉类零食市场的影响

健康产品演变之路的催化剂

数据2: 新冠疫情对肉类零食市场的短期、中期和长期影响, 2020年4月

公司与品牌

数据3: 肉类零食市场中领先公司的市场份额, 中国, 2018和2019年

良品铺子坚持“好原料造就好味道”

三只松鼠“从头到脚”的肉类零食选择

百草味推出“不含肉”的肉类零食

消费者

主要肉类零食品类的渗透率皆居高位, 并且更多的消费者较过去吃得更多

数据4: 食用趋势, 中国, 2020年1月

良品铺子在猪肉零食上更具优势

数据5: 品牌偏好, 中国, 2020年1月

消费者希望从肉类零食中获得蛋白质补充

数据6: 食用目的, 中国, 2020年1月

肉类零食的最重要的选择因素——风味

数据7: 选择因素, 中国, 2020年1月

年轻消费者偏好重口味, 较年长消费者青睐原味

数据8: 部分感兴趣的风味(按年龄区分), 中国, 2020年1月

天然标签在高端化中举足轻重

数据9: 高端化方向, 中国, 2020年1月

我们的观点

新冠疫情对肉类零食市场的影响

数据10: 新冠疫情对肉类零食市场的短期、中期和长期影响, 2020年4月

机遇与挑战

慰藉需求可以刺激消费

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

肉类零食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020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

数据11: 对生活影响的担忧, 2020年3-5月

数据12: 食用目的, 中国, 2020年1月

健康意识加速产品演变

数据13: 与免疫力相关的营养元素, 中国, 2020年3月

对市场的影响

目前我们所了解的

数据14: 主要肉类零食品牌的总销售收入, 2020年第一季度

消费者行为的转变

居家食品的支出持续增加

数据15: 居家食品的消费变化, 2020年3-5月

健康受到前所未有的关注

数据16: 生活方式变化, 2020年4月26日-5月2日

线上渠道将迎来更多增长潜力

数据17: 购物渠道, 2020年3-5月

新冠疫情危机将如何重塑行业

对食品安全的担忧将促进市场整合

数据18: 焦虑的问题, 2020年3-5月

对市场营销组合的影响

宣传营养细节以鼓励消费

全渠道整合将是未来的发展方向

新冠疫情: 在中国市场情况简述

数据19: 新冠肺炎累计确诊病例, 中国, 2020年1-4月

数据20: 复工情况, 中国, 2020年3-4月

议题与洞察

强化补充蛋白质的作用

现状

启示

数据21: Welzel's Farm旗下Nick's Sticks肉棒, 美国, 2019年

数据22: Epic Bites, 美国, 2018年

利用“不含”宣称实现高端化

现状

启示

数据23: 无添加剂/无防腐剂宣称的肉类零食产品示例, 美国和英国, 2019年

数据24: 无抗生素和无人工喂食激素的肉类零食产品示例, 美国, 2019年

升级风味选择以刺激消费

现状

启示

数据25: 肉类零食新品前十大风味, 中国和北美, 2017-2019年

数据26: 原味肉类零食产品示例, 中国, 2020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

肉类零食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020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

数据27: 创新风味肉类零食产品示例, 英国、泰国和澳大利亚, 2019年

市场——您所需要了解的

肉类零食市场突飞猛进

肉类零食在高端化和营养需求的驱动下不断进化

市场规模

增速强劲, 跑赢零食市场平均增速

数据28: 肉类零食市场的销售额, 中国, 2018和2019年

市场因素

高端化和健康意识推动肉类零食产品的进化

肉类供应的变化或将影响市场结构

主要企业压力下的不断创新持续推动消费

数据29: 三只松鼠中华美食系列

重点企业——您所需要了解的

网络零食巨头更具优势

主要企业的差异化竞争策略

便捷和天然相关宣称最受瞩目

市场份额

行业集中度较低, 本土品牌占主导地位

数据30: 肉类零食市场中领先公司的市场份额, 中国, 2018和2019年

竞争策略

采用升级原料, 以实现高端化

数据31: 良品铺子“好原料造就好味道”

“从头到脚”的丰富食材

数据32: 三只松鼠抖胃味系列

瞄准健身场景

数据33: 百草味高蛋白烟熏牛肉

数据34: Keep鸡胸肉

布局“未来零食”

谁在创新?

创新趋势概览

数据35: 肉类零食新品前十大宣称, 中国和北美, 2017-2019年

数据36: 肉类零食新品中呈增长趋势的前五大宣称, 中国和北美, 2017-2019年

用创新的形态扩充产品选择

肉制脆片

数据37: 脆片形态的肉类零食产品示例, 美国和韩国, 2019-2020年

将肉干作为混合零食的食材选择

数据38: 含有肉干的混合零食产品示例, 美国和澳大利亚, 2019-2020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

肉类零食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020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

采用改进和天然的制作工艺

低温慢速干燥

数据39: 荷美尔轻享薄切牛肉干, 中国, 2020年

南非传统风干工艺

数据40: Kalahari Biltong风干牛肉条 (Kalahari Biltong Beef Biltong), 美国, 2019年

植物基热潮下的素食选择

数据41: 植物肉产品示例, 日本和英国, 2019-2020年

数据42: 百草味烟熏小片肠

消费者——您所需要了解的

主要肉类零食类别受到消费者欢迎

补充蛋白质为重要食用目的

关于“天然”的高端化机遇

食用趋势

牛肉零食最受欢迎

数据43: 食用趋势, 中国, 2020年1月

数据44: 食用趋势——牛肉 (按性别和年龄区分), 中国, 2020年1月

更多男性减少了猪肉零食的食用

数据45: 食用趋势——猪肉 (按性别区分), 中国, 2020年1月

禽肉和猪肉零食更受年轻消费者青睐

数据46: 食用趋势——吃得更多 (按年龄区分), 中国, 2020年1月

小众肉类零食受众有限

数据47: 食用趋势——兔肉 (按城市区分), 中国, 2020年1月

品牌偏好

良品铺子在牛肉和猪肉零食上更具实力

数据48: 品牌偏好, 中国, 2020年1月

三只松鼠的牛肉零食吸引更多年轻消费者

数据49: 品牌偏好——牛肉 (按年龄区分), 中国, 2020年1月

百草味和来伊份渗透率分布较为均匀

禽肉和海鲜类零食有更多空间

食用目的

解馋是首要目的

数据50: 食用目的, 中国, 2020年1月

补充蛋白质对男性消费者而言尤为重要

数据51: 食用趋势——吃得更多 (按部分食用目的区分), 中国, 2020年1月

数据52: 食用目的 (按性别区分), 中国, 2020年1月

充饥胜过代餐

女性通过食用肉类零食解压

数据53: 食用目的——解压 (按性别和年龄区分), 中国, 2020年1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

肉类零食 (含新冠疫情分析) - 中国 - 2020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

高收入者更在意均衡的营养摄入

数据54: 部分食用目的 (按个人月收入区分), 中国, 2020年1月

选择因素

风味胜过质地

数据55: 选择因素, 中国, 2020年1月

30-39岁的男性更重视营养价值

数据56: 选择因素——营养价值 (按性别和年龄区分), 中国, 2020年1月

品牌受到一线城市消费者重视

数据57: 选择因素 (按城市级别区分), 中国, 2020年1月

感兴趣的风味

年轻消费者嗜辣, 较年长消费者青睐原味

数据58: 感兴趣的风味, 中国, 2020年1月

数据59: 部分感兴趣的风味 (按年龄区分), 中国, 2020年1月

女性偏好甜味

数据60: 感兴趣的风味 (按性别区分), 中国, 2020年1月

高端化方向

“不含”产品蕴含的商机

数据61: 高端化方向, 中国, 2020年1月

数据62: 高端化方向——愿意支付更多, 中国, 2020年1月

额外营养成分可赢得家长的芳心

数据63: 部分高端化方向 (按家庭构成区分), 中国, 2020年1月

以加工工艺让女性消费者折服

数据64: 部分高端化方向 (按性别区分), 中国, 2020年1月

认识英敏特城市精英人群

对各种肉类零食有浓厚兴趣

数据65: 部分食用趋势 (按消费者分类区分), 中国, 2020年1月

对营养价值尤为关注

数据66: 食用目的 (按消费者分类区分), 中国, 2020年1月

附录——市场规模

数据67: 肉类零食市场的销售额, 中国, 2018和2019年

附录——研究方法与缩写

研究方法

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