

早餐 - 中国 - 2020年9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



“疫情期间，更多消费者在家吃早餐，这给零售产品带来契机。各商家正搭乘数字化趋势，构建便利的早餐服务设施，以努力满足每位消费者的早餐需求。尽管早餐被誉为一天中最重要的一餐，但由于消费者早上时间紧张和胃口不佳，早餐经常会被省略。谷物食品方便准备，除此之外，谷物食品品牌还可以添加“更多有益成分”，以加强该品类的健康形象。”

— 吴珍妮，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 后疫情时代，具备功能性益处的谷物早餐迎来机遇
- 为时间紧张的城市年轻人提供更便捷和高效的早餐解决方案
- 本土化可作为促进消费的方式

英敏特预计，2020年底早餐市场（包括居家早餐和外食早餐）销售额将达到1.872万亿元人民币，2015-2020年的年均复合增长率为7.0%。中国早餐市场仍是一块重要市场，吸引了各路玩家入局，包装食品和饮料产品、餐饮服务以及各路线上和线下零售商之间的激烈竞争。持续的城市化进程以及消费者可支配收入水平的不断提升，是驱动整体早餐市场发展的引擎。数字化赋能零售商和餐饮服务经营者，为忙碌的城市消费者提供高效的早餐解决方案。

时间紧张是消费者不吃早餐的主要原因。尽管消费者对营养早餐的看法因地域而异，但富含蛋白质的重要性受到广泛认可。燕麦产品，尤其是混合燕麦片，有潜力拓展消费场景。在创新方面，有益肠道健康仍是吸引消费者兴趣的首要特征。

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@mintel.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 - 2020年9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

综述

议题与洞察

市场——您所需要了解的

市场规模、细分与预测

市场因素

市场细分

公司与品牌——您所需要了解的

竞争策略

谁在创新？

消费者——您所需要了解的

吃早餐的频率

平均花费

不吃早餐的原因

对营养早餐的看法

不同燕麦片食用场合

感兴趣的产品特征

认识英敏特城市精英人群

附录——市场细分

附录——研究方法与缩写

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