饼干
中国，2017年3月

消费者食用饼干的主要原因是放纵味蕾、纵享美味。
而中国消费者眼中的享受型饼干并不是厚重甜腻的，
而应该是酥脆清爽、口味和质地有丰富的层次感，
以及适合搭配饮料一起吃。

杨晴，
高级研究分析师

饼干品类享有积极的形象

中国消费者认为饼干可以……

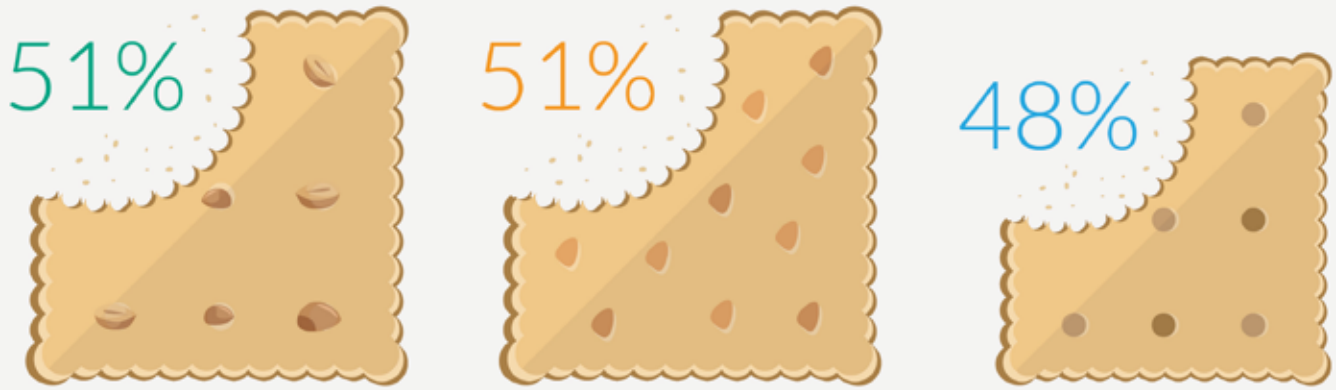
当做早餐或午餐　　调养身体

此外，仅有7%的被访者认为吃饼干会让他们有罪恶感。品牌可以更多地努力从餐饮场合切入品牌可以更多地从正餐场合切入，比如推荐消费者配着顶料、比如推荐消费者配着顶料、汤或蘸料食用。

基于：2,886名过去6个月内有吃过饼干的名20-49岁的互联网用户 | 来源：第一调查网/英敏特

坚果和乳制品是最受欢迎的配料

消费者认为能够提高饼干营养价值的配料



坚果　　乳制品　　粗粮

选择坚果的消费者更有可能是30或40多岁的人群。有孩子的消费者以及30多岁的男性消费者青睐乳制品配料。
选择粗粮的消费者没有明显的人口统计特征，这说明粗粮受各消费群体的普遍欢迎。

基于：2,886名过去6个月内有吃过饼干的名20-49岁的互联网用户 | 来源：第一调查网/英敏特

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | $3990.00 | €3757.50

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

您所需了解的

报告定义

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义（按城市线级区分）

综述

市场

零售额和零售量的增长率均有所放缓

数据2: 中国饼干市场零售量的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

数据3: 中国饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

甜味饼干比咸味饼干增长更迅速

数据4: 咸味与甜味饼干的占比，2011-2016年

公司与品牌

曲奇饼干生产商正在成为市场赢家

数据5: 排名前11位的公司销售额份额，2014-2016年

传统口味正在下滑

数据6: 前10大饼干口味，中国，2014-2016年

使用天然甜味剂，减少糖分添加

数据7: 前10大新饼干的宣称，中国，2014-2016年

消费者

享受型饼干受欢迎

数据8: 不同饼干的食用趋势，2017年1月

甜味饼干更令人享受；咸味饼干健康但种类较单一

数据9: 消费者认为的甜味和咸味饼干的特质，2017年1月

享受型饼干：酥脆，质地和口感有层次感

数据10: 消费者认为享受型饼干应具备的特质，2017年1月

更多奶酪口味的饼干有市场空间

数据11: 消费者感兴趣购买的饼干口味，2017年1月

坚果和乳制品是最受欢迎的配料

数据12: 能够提高饼干营养价值的配料，2017年1月

在消费者心目中，饼干享有积极的产品形象

数据13: 消费者对于饼干的普遍认知，2017年1月

英敏特城市精英人群的饼干食用量高于其他人群

数据14: 对以下饼干"吃得更多"的消费者（按消费者分类区分），2017年1月

我们的观点

议题与洞察

越少越好：轻薄饼干的兴起

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

报告价格: £3211.27 | $3990.00 | €3757.50

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

现状

启示

数据15: 主打轻薄的饼干产品实例，中国，2016-2017年

数据16: 亿滋国际的Good Thins，美国，2016年

第二代早餐饼干

现状

启示

数据17: 早餐饼干创新产品实例，美国和中国，2015-2017年

丰富化咸味饼干的口味选择

现状

启示

数据18: Lance Quick Starts培根切达干酪味夹心早餐饼干，美国，2015年

市场——您所需要了解的

零售额和零售量的增长率均有所放缓

进口饼干可及性增强

甜味饼干比咸味饼干增长更迅速

市场规模与预测

零售额和零售量的增长率均有所放缓

数据19: 中国饼干零售市场规模，2011-2016年

零售量预计将以2.8%的年均复合增长率增长

数据20: 中国饼干市场销量的最好情形和最差情形，2011-2021年

数据21: 中国饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

市场因素

进口饼干可及性增强

数据22: 中国甜味饼干的进口量和进口额，2014-2016年

数据23: 中国前10大甜味饼干进口国，2015和2016年

人均食用量有增长空间

数据24: 消费者人均每年的饼干食用量（按国家区分），2016年（估计）

原料价格增长将加快高端化进程

咖啡店和烘焙店可能将成为威胁

跨类别竞争增强

数据25: 有饼干成分的巧克力产品实例，波多黎各和美国，2017年

市场细分

甜味饼干比咸味饼干增长更迅速

数据26: 中国饼干市场的零售额（按市场细分区分），2011-2016年

两类饼干都应该可以保持积极增长

数据27: 中国咸味饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测，2011-2021年

数据28: 中国甜味饼干市场零售额的最好情形和最差情形预测，2011-2021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

饼干 - 中国 - 2017年3月

报告价格: £3211.27 | $3990.00 | €3757.50

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

重点企业——您所需了解的

曲奇饼干生产商是市场赢家

传统口味正在下滑

"适合在路上吃"的宣称有所增加；"低糖"宣称有所减少

市场份额

迈大集团是最大赢家

数据29: 前11大公司销售额份额，2014-2016年

亿滋国际丢失的份额最多

进口饼干和电商品牌的发展

数据30: 新晋国际品牌的产品实例，中国，2016年

竞争策略

格力高与川宁进行品牌合作，扩大消费者的食用场合

曲奇饼干市场更加拥挤

数据31: 福建达利集团的甄好黄油味曲奇，中国，2016年

格力高推出针对早餐场合的产品

数据32: 格力高针对早餐场合推出的新产品

2016年亿滋国际与阿里巴巴达成战略合作

谁在创新？

传统口味正在下滑

数据33: 前10饼干口味，中国，2014-2016年

数据34: 非传统口味的饼干产品实例，日本，2016年

蔬菜和蔓越莓口味正在兴起

数据35: 新兴饼干口味，中国，2014-2016年

数据36: 蔓越莓口味饼干产品实例，中国，2016-2017年

使用天然甜味剂，减少糖分添加

数据37: 前10大新饼干的宣称，中国，2014-2016年

数据38: 以使用天然甜味剂为特色的饼干产品实例，印度尼西亚、美国和德国，2016-2017年

将品牌扩展至其他类别

数据39: 以奥利奥为特色的产品创新

"五色"饼干

数据40: 易买得的五色饼干，韩国，2016年

消费者——您所需要了解的

甜味饼干更令人享受；咸味饼干健康但种类较单一

坚果和乳制品是最受欢迎的配料

享受型的饼干：酥脆，质地和口感有层次感

更多奶酪口味的饼干有市场空间

食用趋势

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

想得知更多报告内容吗？不要错过这难得的机会。

只要您在购买『饼干- 中国 - 2017年3月』这篇报告时，告知英敏特报告专员下方红包内的折扣代码与金额，您就可以马上用红包金额折抵此报告的销售原价。

人民币**2,500**元整

RMB **2,500-**

HONGBAO17B

关于英敏特中国报告:

- 综合报告结合市场分析，主要消费者研究、产品创新机会与主要趋势。
- 主要研究领域涵盖从1级到3级城市的消费者态度、行为、品牌认知和购买动机。
- 我们使用专有的市场规模方法论来研究中国的发展已经超过15年，这是您可以信赖的数据。
- 专家分析行业面临问题和关键市场趋势。
- 依照英敏特全球新产品数据库（GNPD）的独家数据提出新产品趋势分析。
- 在线报告平台可提供多种格式报告下载，并在PC和平板电脑上都可完整呈现与演示。

*英敏特有权决定最终的报告价格以及汇率的调整。

联系英敏特中国:
英敏特信息咨询（上海）有限公司 |
上海市淮海中路398号博银国际大厦25楼 | 上海中国 200020
电话: +86(21) 6032 7300
电邮: infochina@mintel.com