

预加工食品 - 中国 - 2020年8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



“新冠疫情改变了消费者的用餐习惯，消费者从外出用餐向居家烹饪的转变，为预加工食品创造了市场机遇。随着对便捷定义的不断改变，品牌既要迎合消费者对更大便利性的追求，也要满足他们对营养和风味的更高需求。随着在家做饭的消费者越来越多，定制化产品可帮助品牌更好地满足其多元化的需求。同时，拥抱新零售和外卖渠道也是品牌为消费者提供更大便捷的另一途径。”

— 鲁睿勋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 向不断壮大的烹饪人群推出定制化产品
- 借力新零售和外卖渠道，提供最大程度的便捷
- 拓展地方风味和菜式选择

2020年，中国预加工食品市场销售额估计增长13.2%，这一强劲增势主要得益于消费者对速冻预加工食品品类的需求增加。更广泛的渠道覆盖和更丰富的产品，可更好地满足消费者在新冠疫情爆发后的居家烹饪需求。在健康饮食趋势的带动下，除了便捷性之外，营养价值也应成为品牌关注的重点。此外，随着“做饭族”的壮大，消费者在家做饭的需求趋于多元化，定制化也是品牌可以探索创新的方向。

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

预加工食品 - 中国 - 2020年8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

市场增长动力

重点企业——您所需要了解的

市场份额

竞争策略

谁在创新？

消费者——您所需要了解的

消费频率

购买渠道

消费场景

品牌偏好

关联属性

对预加工食品的态度

认识英敏特城市精英人群

附录——市场规模、细分市场和市场份额

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