

节庆食品 - 中国 - 2022年

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 新冠疫情对消费者庆祝节日的行为所造成的影响
- 产品创新与营销活动
- 消费者的送礼习惯和喜好
- 消费者在传统节日和西方节日的消费支出区间
- 具备潜力的节庆食品高端化方向

虽然传统节日（如春节和中秋节）仍享有较高的渗透率，但消费者在西方节日期间购买节庆食品的频率也快速上升，特别是圣诞节和万圣节。消费者在传统节日的花费集中于春节和中秋节，且这两个节日在送礼和自我愉悦方面的开支领先，说明这两个消费场景同样值得关注。

新冠疫情的影响促使消费者改变欢庆节日的方式。由于春节时期的疫情防控措施严格，消费者取消家庭聚会，转而寻求长假旅游。该转变减少了送礼场景，包括消费者经常在合家团圆时享用的食品和饮料。消费者在节日期间的消费转向购买食品饮料犒劳自己。

消费者更加关注健康，而这一点与去年报告的调研结果一致。这反映出消费者积极寻求具备有益健康形象的传统节庆食品。鉴于口味和纵享感是影响购买意愿的重要特点，因此消费者对健康的强烈需求让产品创新更具挑战性。

消费者一直对可持续青睐有加，印证了道德营销和环保创新在该市场的发展潜力。

“因新冠疫情而实施的交通管制措施一方面削减家庭聚会的频率，另一方面则推进自我时光的蓬勃增长。这带动了消费者在西方节日期间的开支，尤其是气氛欢乐的圣诞节和万圣节，同时出于对自身的关注，消费者对有益健康的传统节庆食品的需求也不断上涨。由于消费者在春节的聚会受到限制，他们在中秋节等长假的食品饮料开支蕴藏增长潜力。”

– 黄梦菲，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

节庆食品 - 中国 - **2022**年

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告包含的主要议题
- 报告定义
- 不包括

综述

- 市场
- 消费者
- 西方节日的消费上涨，春节消费下滑
  数据1: 送礼习惯，2020-2021年
- 家人与所爱之人是送礼的主要对象
  数据2: 送礼习惯（按部分送礼对象区分），2021年
- 传统节日的自我消费开支居首
  数据3: 为自己消费的预算，2021年
- 春节的送礼预算居首
  数据4: 送礼预算，2021年
- “轻盈版”传统节庆食品受到欢迎
  数据5: 传统节庆食品高端化，2021年
- 送礼对象的需求是重中之重
  数据6: 送礼产品喜好，2021年
- 消费者信赖传统老字号品牌
  数据7: 对待节庆食品的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 瞄准春节以外的节庆食品开支
- 现状
- 启示
  数据8: 春节和国庆黄金周的旅客总数，中国，2019-2021年
  数据9: 稻香村阿胶月饼
- 圣诞节与万圣节是给自己送礼的悦己节日
- 现状
- 启示
  数据10: T9热红酒果茶，中国，2021年
  数据11: 宝莱纳德国餐厅举办的圣诞集市
- 节庆食品：重新定义价值
- 现状
- 启示
  数据12: 王宝和的蟹粉月饼示例，中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据13: 博柏利环保包装示例，2019年

市场因素

- 强制性国家标准限制过度包装
- 新冠肺炎确诊病例激增导致家庭团聚受阻
- 自我愉悦是春节的新主题

营销活动

- 携手传统老字号品牌以提高新颖成分的认知度
  数据14: 星期零 x 广州酒家植入月光月饼礼盒，中国，2021年
- 强化地方特色
  数据15: 茶里潮风茶韵中秋礼盒，中国，2021年
- 从热门现制茶饮汲取新品研发的灵感
  数据16: 热门的热红酒调配方式示例，中国，2021年
  数据17: T9热红酒果茶，中国，2021年

新产品趋势

- 采用可再利用包装打造独特体验
  数据18: 丁香医生端午节礼盒，中国，2021年
  数据19: 乐乐茶端午节礼盒，中国，2021年
- 小份量可强化有益健康形象
  数据20: 每日黑巧 x Oatly中秋节礼盒，中国，2021年
- 道具点缀节庆气氛
  数据21: 元气森林 x 稻香村中秋礼盒，中国，2021年
  数据22: 墨茉点心局中秋礼盒，中国，2021年

送礼习惯

- 西方节日的节庆食品购买率有所增长
  数据23: 送礼习惯，2020-2021年
- 家人与所爱之人是送礼的重要驱动力
  数据24: 送礼习惯（按部分送礼对象区分），2021年
- 送礼更为热门
  数据25: 送礼习惯——给他人买过，2020-2021年
  数据26: 送礼习惯——给自己买过，2020-2021年
- 年轻人在圣诞节与万圣节犒赏自己
  数据27: 中国留学人数和留学回国人数，中国，2016-2019年
  数据28: 送礼习惯——给自己买过（按部分节日和部分人口统计特征区分），2021年
  数据29: 针对现代女性的营销——对独立的定义，2021年

为自己消费的预算

- 消费者在传统节日花费更多

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据30: 为自己消费的预算，2021年

- 春节的自我愉悦需求具有发展潜力

数据31: 传统节庆食品高端化（按部分群体的送礼预算区分），2021年

- 通过烹调家乡风味食品庆祝佳节

数据32: 盒马鲜生 x 张生记笋干老鸭煲，中国，2021年

送礼预算

- 春节在送礼消费支出中占主导位置

数据33: 送礼预算，2021年

- 高消费者在情人节寻求体面与奢华的节庆食品

数据34: 送礼预算（按部分节日和态度陈述区分），2021年

数据35: 送礼预算（按部分节日和高端化特质区分），2021年

数据36: 水晶百事可乐钻戒示例，美国，2020年

- 保健品是情人节赠予伴侣的热门礼物

数据37: 送礼预算——情人节（按送礼产品喜好和送礼对象——情侣/另一半区分），2021年

数据38: Hims & Hers Health Company的保健品，美国，2021年

传统节庆食品高端化

- 带有"低/无/减"宣称的传统节庆食品深受欢迎

数据39: 传统节庆食品高端化，2021年

数据40: 带有流质（液体/过稀的/水样）口感的月饼新品占比，中国，2016-2021年

数据41: 传统节庆食品高端化——TURF分析，2021年

- 小份量节庆食品可迎合适时纵享需求.....

数据42: 传统节庆食品高端化（按部分态度陈述区分），2021年

- .....以及回应对可持续的考量

数据43: 传统节庆食品高端化（按部分态度陈述区分），2021年

- 通过可再利用包装赋予高端化全新定义

数据44: 传统节庆食品高端化——可再利用包装（按部分态度陈述区分），2021年

送礼产品喜好

- 节庆送礼并无"万金油"策略
- 面向老年人：健康管理优先
- 面向生意/商务伙伴：文化与体面性备受重视
- 面向小朋友与情侣/另一半：营养与纵享同等重要

数据45: 送礼产品喜好，2021年

- 传统中国节庆食品：安全体面的选择

数据46: 送礼产品喜好——产品排名（按部分产品区分），2021年

数据47: 稻香村阿胶月饼

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据48: 威士忌口味月饼示例，中国，2021年

对于节庆食品的态度

- 消费者更看重传统老字号品牌，而非经典口味
  数据49: 对待节庆食品的态度，2021年
  数据50: 喜茶 x Seesaw"偷颗月亮送给你"中秋礼盒，中国，2021年
- 奢华原材料吸引有意送礼的消费者
  数据51: 对待节庆食品的态度（按部分描述区分），2021年
  数据52: 对待节庆食品的态度——决策树分析

美食达人

- 他们是谁？
- 挑剔消费者与新趋势探索者展现强烈偏好
  数据53: 美食达人，2021年
- 视觉飨宴与时尚的生活方式可吸引新趋势探索者
  数据54: 送礼习惯——圣诞节（按部分送礼产品和美食达人类型区分），2021年
  数据55: 传统节庆食品高端化（按美食达人类型区分），2021年
  数据56: 传统节庆食品高端化——频度分析，2021年
- 挑剔消费者聚焦于产品
  数据57: 对待部分节庆食品描述的态度（按美食达人类型区分），2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有