

经济日报携手京东发布数据——

需求拉动休闲食品升级

说数

□ 本期点评 陆飞

随着移动互联网迅速普及和物流基础设施持续完善,休闲食品行业得到较快发展,涌现出大批新品牌、新产品。在消费升级的大背景下,人们在健康、口味、包装等方面,对休闲食品提出了更多诉求,整个行业发展仍需久久为功。

首先,随着健康意识的提升,健康成为影响消费者消费决策的重要因素,盐、糖、油脂等配料的含量成为人们评判食品是否健康的重要标尺。在以健康为导向的消费背景下,建议相关企业加大对休闲食品行业原料和工艺研发的投入,从低糖低卡、优质原料、加工工艺等方面着手,生产出满足消费者需求的健康食品,推动休闲食品产业朝着健康化趋势发展。

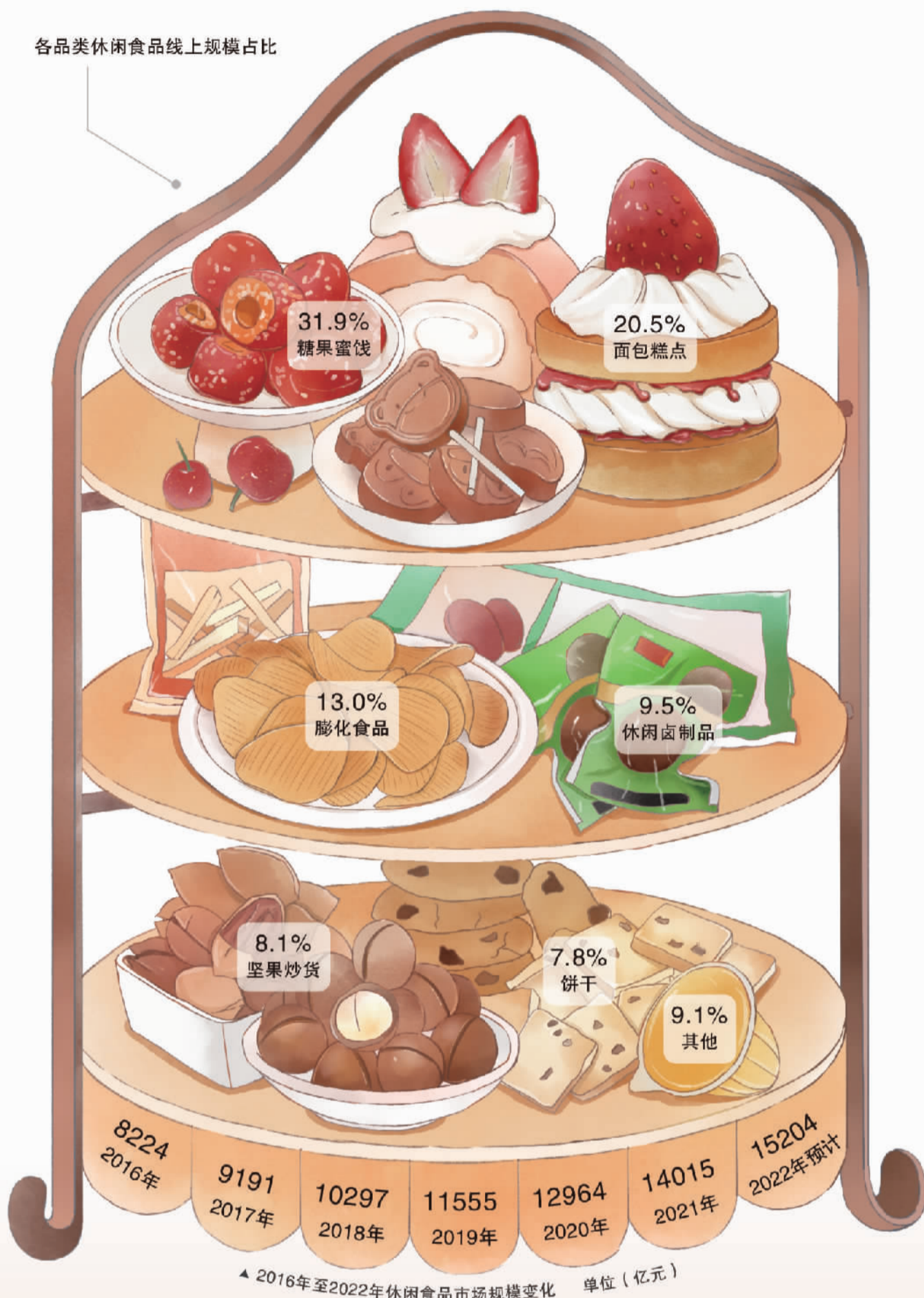
其次,要根据产品市场和消费群体特征,有针对性地升级产品。例如,青年群体对休闲食品有较强消费潜力,他们更加注重产品口味、包装和消费体验,相关企业可根据年轻人的口味,调整产品结构,促进产品升级。再比如,在坚果炒货类产品市场中,既有老牌厂商,也有新兴品牌,竞争较为激烈,商家可以从消费者的个性化需求入手,实现产品销售的快速放量。

最后,推动产业加速融合。休闲食品行业产业链包括上游的种植、养殖环节,中游的食品加工、仓储和物流环节,以及下游的终端消费环节。建议相关企业加强供应链整合,构建“以销定产”采购模式,助力消费需求向产品快速转化。比如,以数字化升级为抓手,优化供应链组织效率,实现全流程的质量监控。同时深入研究消费者需求变化趋势,加快实现精准化制造,提升产供销三方的全产业链融合速度。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

1 总体消费情况

各品类休闲食品线上规模占比

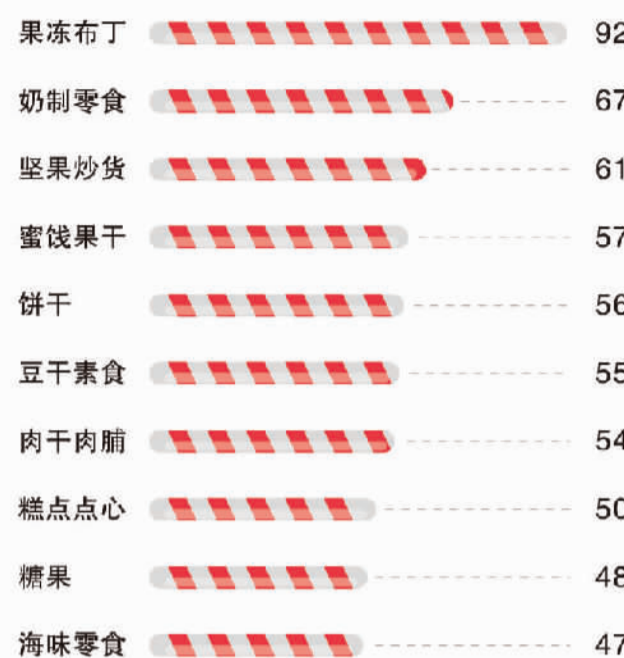


在这里读懂中国消费



各品类休闲食品线上销售额增长指数

同比增长指数

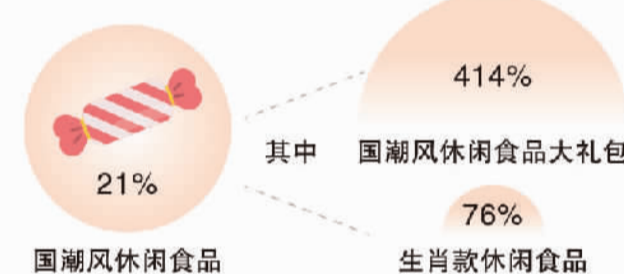


注:指数越高表明该品类销售额增速越快

2 行业发展趋势

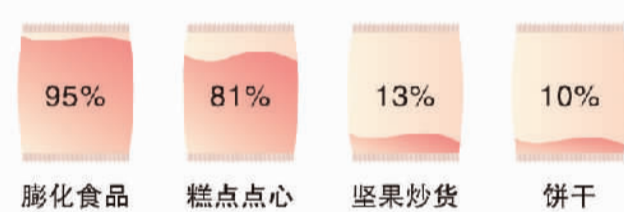
品牌国潮化

2022年线上销售额同比增长情况



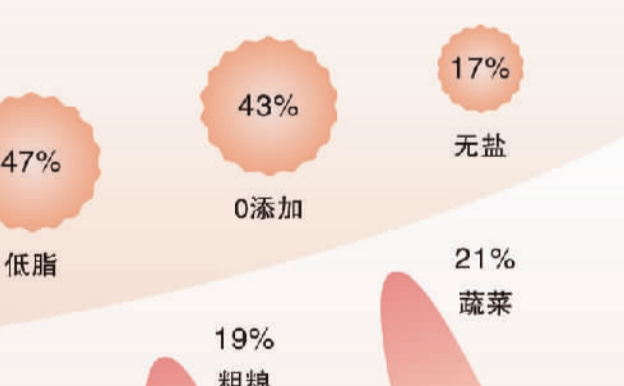
包装独立化

2022年各类独立小包装休闲食品销售额增速



品质健康化

2022年健康类休闲食品线上销售额同比增长情况



休闲食品具有单价较低、种类繁多、购买分散等特征。特别是在电商平台上,品牌分散化、口味同质化等更为明显。建议相关企业在通过互联网平台抓住流量红利的时候,要以质量、口味为突破口,以方便、灵活的购买方式为重点抓手,实现发展路径的迭代升级。

在休闲食品的细分品类市场上,各类产品的集中度差异较大。其中,糖果、巧克力及膨化食品市场集中度较高,行业整体规模增速较慢;烘焙糕点、坚果炒货、休闲卤制品行业增速较快,集中度较低,发展机会相对较多。建议相关厂商利用技术、规模等优势,向原材料供应、产品研发、配送物流等上下游进行纵向延伸,实现全产业链布局。

休闲食品行业具有投资少、门槛低的特性,形成了较为激烈的市场竞争。在当前休闲食品行业同质化竞争越发激烈的情况下,持续聚焦一个品类、锚定一种风格、抢占一个细分市场,深入地进行产品垂直研发,是休闲食品企业的破局之道。

3 消费者画像

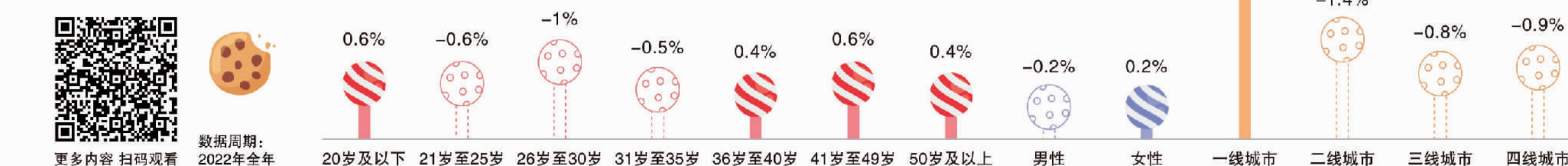
2022年各省份休闲食品消费者分布指数

注:指数越高表明该地区消费者数量增长越快



不同消费群体数量占比变化

注:以下数据为2022年与2021年之间的消费者数量占比差值,主要展现不同群体的偏好变化



更多内容 扫码观看

数据周期: 2022年全年