

小零食大产业！产品、创意、营销...如何洞悉下一个黄金风口？2021上海休闲食品展会FHC

产品名称	小零食大产业！产品、创意、营销...如何洞悉下一个黄金风口？2021上海休闲食品展会FHC
公司名称	沈伟专业会展人
价格	2210.00/平方米
规格参数	
公司地址	上海市
联系电话	18721287393 15800655929

产品详情

小零食大产业！产品、创意、营销...如何洞悉下一个黄金风口？

说起休闲零食，每一代人的答案或许都有所不同。

70后的零食概念来自于街头巷尾的摊贩，糖葫芦、老冰棍是心心念念难得的美好；

80、90后是中国零食市场的狂热拥趸，男生PK谁能zui先集齐全套干脆面卡片，女生相互分享麦丽素、浪味仙；

而在00、10后眼里，零食已经成为生活当中的“第四餐”，琳琅满目的国内零食和进口零食随心情喜好任意“翻牌”。

近十年来，中国零食市场快速发展。在竞争日趋激烈的当下，五花八门的零食品牌们想要成为消费者的宠儿爆红到底，自然是手持法宝各显神通。

今年休闲食品的“主要战场”在网络直播间。通过主播带货，通过合理诱人的优惠活动，将一个个普通产品摇身变成网红品牌。

身份的转变也将带来更大的挑战。网红经济下，休闲食品的品牌运营，不仅需要切中要害直击70-90后们的情感记忆，还需要通过口碑、特点，甚至品牌背后的文化捕获00后10后们的心。

商务部流通产业促进中心发布的《消费升级背景下零食行业发展报告》显示，2006年~2016年，我国零食行业总产值规模从4240.36亿元增长到22156.4亿元，年复合增长率为17.98%。报告预测，到2020年零食行业总产值规模将接近3万亿元。

我国休闲食品行业整体集中度低，产品仍显同质化。

休闲食品行业集中度较低的成因为目前我国休闲食品公司全品类与全国化兼得难度较大，虽然存在细分品类或区域性领导品牌，但还未出现能在多个品类上全国领先的品牌，或因我国各地饮食习惯以及口味偏好差异。

以洽洽、三只松鼠、良品铺子三家企业为例。从收入区域分布来看，良品铺子区域收入集中度最高，2018年线下收入超70%来自华中地区，而洽洽和三只松鼠区域分布较为均匀。

从产品品类收入占比来看，良品铺子各品类收入较为平衡，洽洽与三只松鼠收入目前仍对单品类有一定的依赖性。洽洽葵花子和三只松鼠坚果类产品收入占比分别达到66.94%、52.97%，三只松鼠近年来已发力转型多品类战略，并初获成效。

三家企业均未能同时形成在区域覆盖和品类数量上的绝对优势。同时休闲食品行业具有进入门槛及技术壁垒较低、产品可复制性较强等特征，行业产品具有一定的同质化，消费者不易对产品形成鲜明的品牌印象。

消费升级步伐加快，新兴零售渠道快速兴起，零食行业呈现“快、广、多、变”的特点，以绝对的优势在快速消费品市场中C位出道，成为未来快速消费品市场中最具前景、最有活力的行业之一。

我国零食行业的销售经历了由传统渠道向现代渠道的转变。从渠道分布来看，目前零食行业的销售渠道呈现出多元化和融合化的特点。超市卖场渠道占比最高，网络零售渠道近年来快速崛起，而随着消费者全渠道购物的消费习惯日趋明显，全渠道融合也成为零食行业渠道建设的必然趋势。

当前，现代零售分销渠道已经成为零食行业销售渠道的重点，尤其是线上零售渠道的快速发展成为推动我国零食产业转型与快速发展的重要动力。而随着渠道的多元融合，各渠道之间能形成优势互补，进而增强顾客在零食购买过程中的场景需求和精神需求。

目前，休闲食品符合“新世代人群”便捷化、健康化的消费特征，品牌效应凸显，各子行业龙头企业初现。未来，“网络零售+品牌连锁”的“高流量+高体验”的“双高”融合模式将成为零食高端市场品牌建设的重要渠道模式。

分别从宏观与微观角度窥探休食业未来发展趋势：

通过大数据显示，中国休食市场正处于持续扩容、快速发展的上升阶段。作为2020届FHC展会现场崭新亮相的论坛——「FHC国际休闲食品论坛」，将针对休闲食品的发展方向、未来趋势、线上贩售方式等方面进行深入讨论，为从业者今后的经营带来更多思考和灵感。

论坛现场将邀请资深业内人士、机构专家，以“头脑风暴”形式解析当下行业对休闲食品市场未来品质把控的要求。面对食品领域的“报复性消费”，如何科学有效地回应市场呼声，将高品质生活理念融入民众对于健康的需求中。

把握当下，更多食品风向尽在掌握。2021年11月9日-11日，FHC上海环球食品展，线上线下，“美味VS健康”乐享不停！

来电请告知在顺企网看到信息！

添加微信请备注咨询11月份FHC食品展会，谢谢！