

# 来自网络，仅供参考

## www.honeypowder.co



### 亚太地区烘焙食品市场趋势及机会展望

### NEW TRENDS AND OPPORTUNITY IN APAC BAKED GOODS

Sophie Lin  
Apr 2017



**INTRODUCTION** 概要介绍

**APAC OVERVIEW** 亚太市场概览

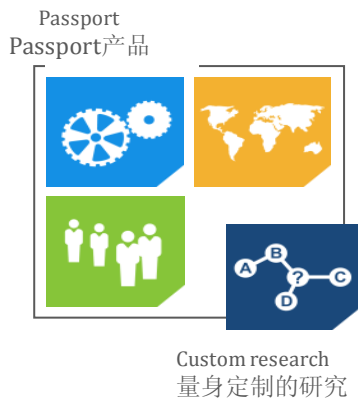
**LEADING COMPANIES AND BRANDS** 领先公司及品牌

**FORECAST PROJECTIONS** 趋势展望

**COUNTRY SNAPSHOTS** 国家简述



- 国际领先的**战略市场信息提供商**
- 成立于**1972年**，全球**12间办公室**
- 提供全球**80个国家**的行业数据，及**210个国家**的宏观经济与消费者数据
- **独特的研究方法**覆盖所有销售渠道，及产业链数据。
- 提供**超过15年历史数据**，**5年的预测数据**，展现整体行业发展趋势分析
- **40多年的研究经验**储备了庞大的专家网络及全球研究经验



London



Chicago



Singapore



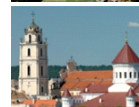
Shanghai



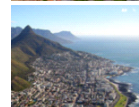
Dubai



Vilnius



Cape Town



Santiago



Tokyo



Sydney
























Bangalore



Sao Paulo



## Consumer Products 快速消费品

-  Alcoholic Drinks  
含酒精饮料
-  Apparel and Footwear  
服装鞋类
-  Automotive  
汽车
-  Beauty & Personal Care  
化妆品个人护理品
-  Consumer Appliances  
家电行业
-  Consumer Electronics  
消费电子产品
-  Nutrition  
营养
-  Consumer Health  
保健产品
-  Eyewear  
眼镜
-  Fresh Food  
生鲜食品
-  Health & Wellness  
健康与保健
-  Home Care  
家庭清洁护理
-  Hot Drinks  
热饮料
-  Home & Garden  
居家与园艺用品
-  Luxury Goods  
奢侈品
-  **Packaged Food**  
**包装食品**
-  Pet Care  
宠物食品护理品
-  Personal Accessories  
个人用品
-  Soft Drinks  
软饮料
-  Tissue & Hygiene  
纸巾与卫生用品
-  Tobacco  
烟草行业
-  Toys & Games  
玩具与游戏

## Services 服务行业

-  Consumer Finance  
个人金融服务
-  Consumer Foodservice  
餐饮行业
-  Retailing  
零售行业
-  Travel & Tourism  
旅游业
-  Institutional Channel  
机构渠道

## Consumers 消费者

-  Consumer Trends & Lifestyles  
消费趋势与消费者生活习惯
-  Income & Expenditure  
收入及支出
-  Population & Homes  
人口与家庭分布
-  Survey  
问卷
-  Technology, Communications & Media  
科技,通讯及媒体

## Suppliers 供应商

-  Industrial  
工业
-  Ingredients  
原料行业
-  Packaging  
包装行业

## Economics 经济

-  Business Economics  
商业经济环境
-  Industry, Infrastructure & Environment  
工业发展,公共建设与环境
-  Cities  
城市
-  Economy, Finance & Trade  
经济,金融,贸易
-  Cities  
城市

**INTRODUCTION** 概要介绍

**APAC OVERVIEW** 亚太市场概览

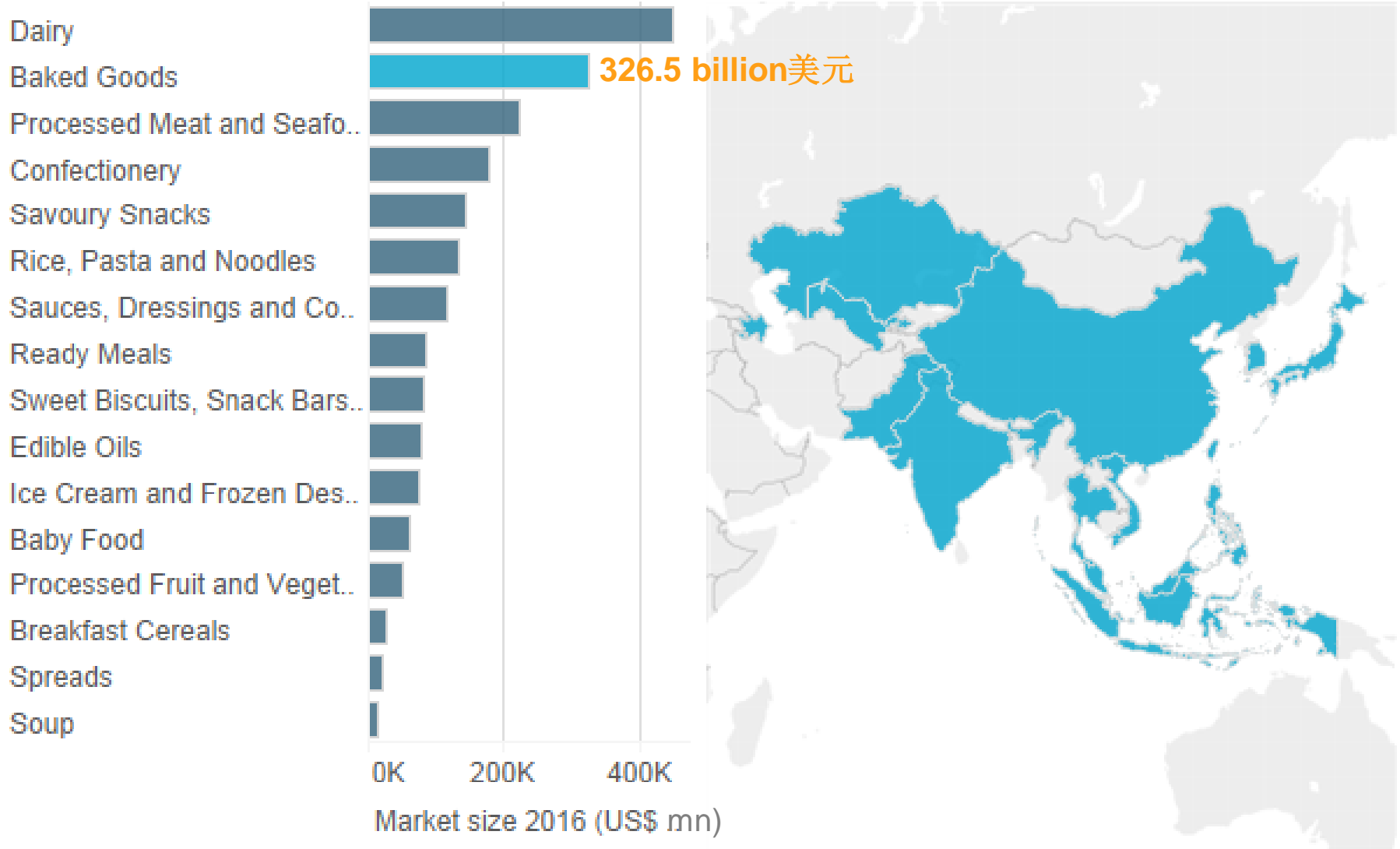
**LEADING COMPANIES AND BRANDS** 领先公司及品牌

**FORECAST PROJECTIONS** 趋势展望

**COUNTRY SNAPSHOTS** 国家简述



## 2016全球包装食品：烘焙食品市场规模位居品类第二



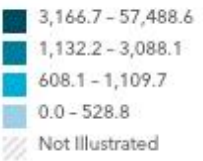
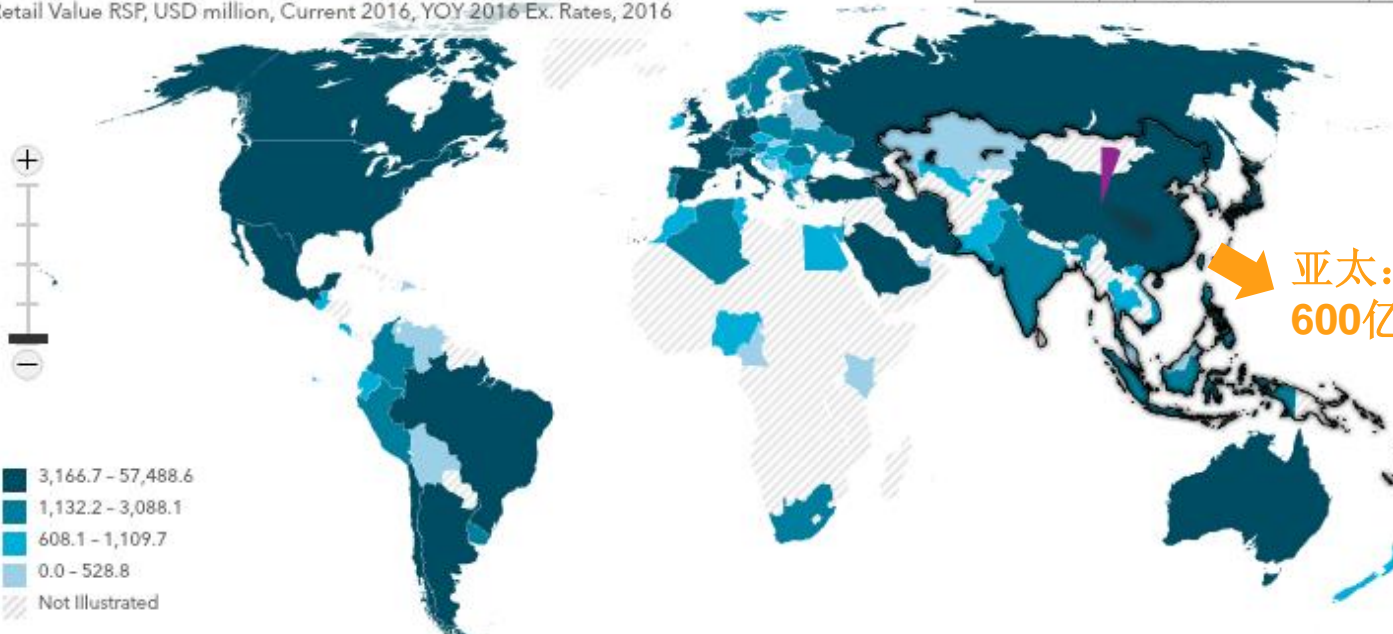
# 亚太地区：2016烘焙食品市场达到600亿美元

## Baked Goods

### Market Size

Retail Value RSP, USD million, Current 2016, YOY 2016 Ex. Rates, 2016

Currency Highlight Countries



### Global Figure

2016, USD million  
**326,496.8**

### Regional Comparison

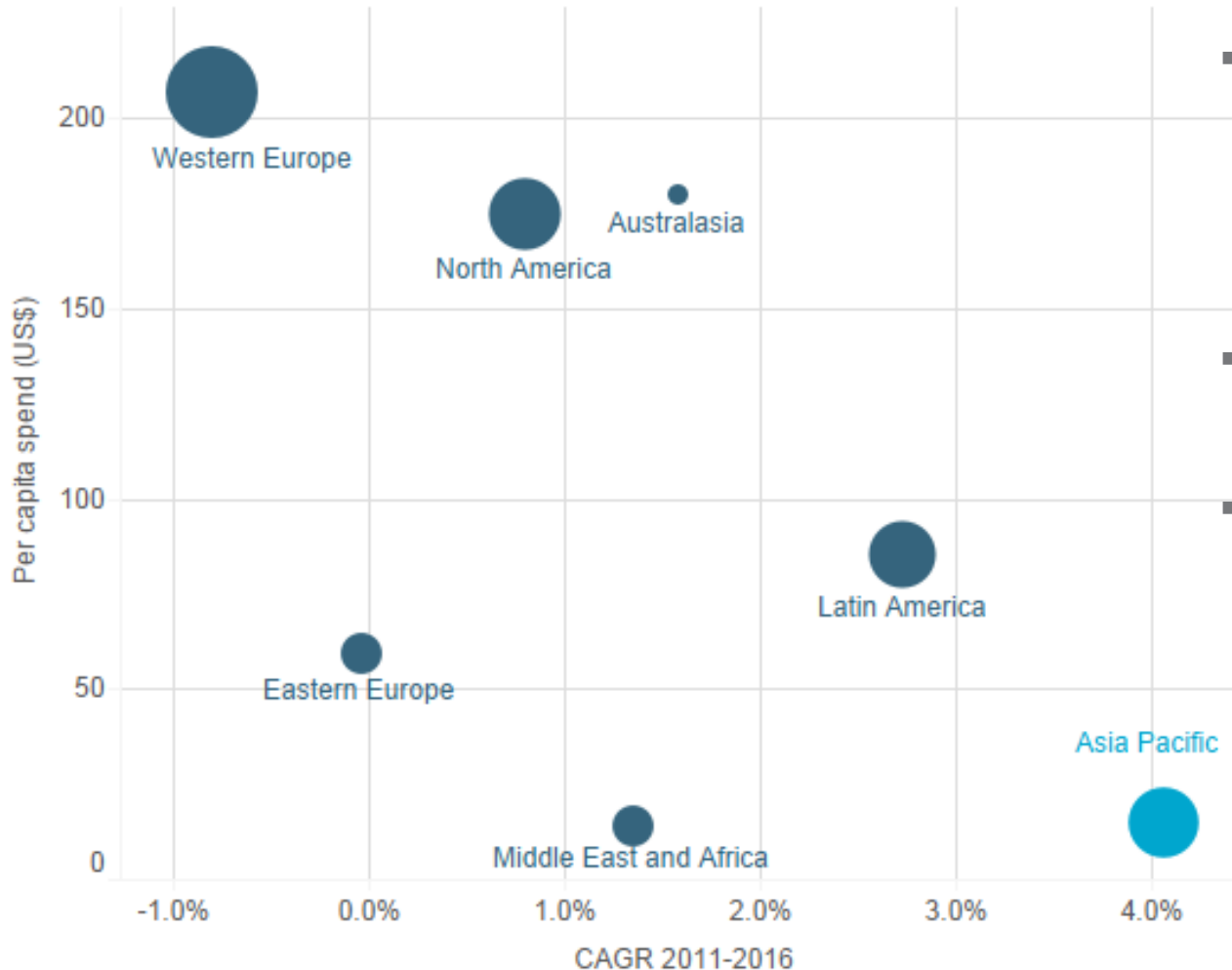


### China Explore in Detail



## 亚太地区：历史5年增长最显著，市场乐观

### Baked Goods: Putting Asia Pacific in Context, 2011-2016



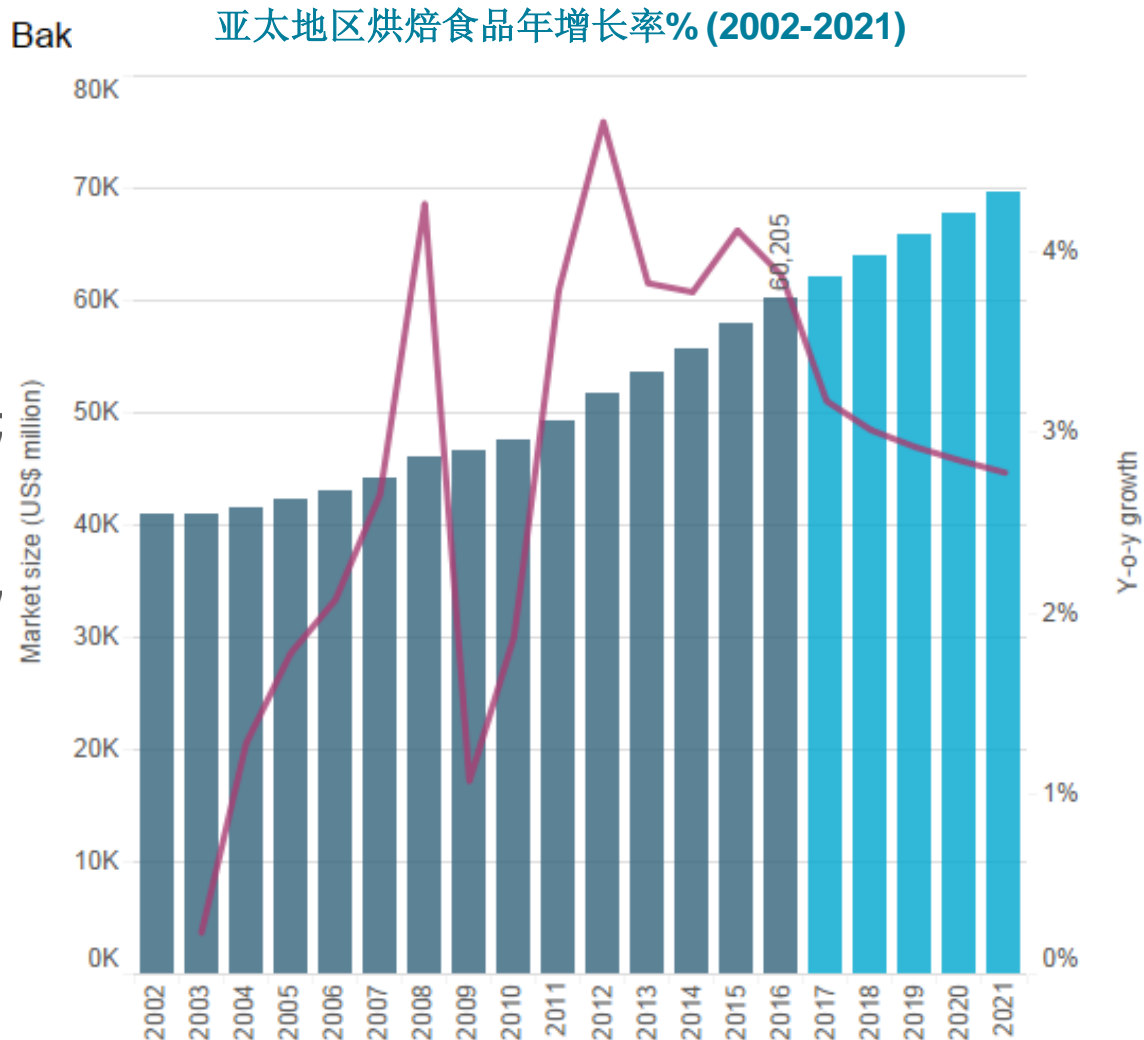
- 2011-2016，亚太以4%的复合增长率，居于全球最高，目前市场规模接近全球第二大市场北美。
- 根据欧睿预测，至2020年，亚太将会赶超北美。
- 在亚太，蛋糕和西点占据主要的销售份额。

Note: Bubble size indicates market size in US\$ million in 2016. Range displayed: US\$5,199 to 102,875 million



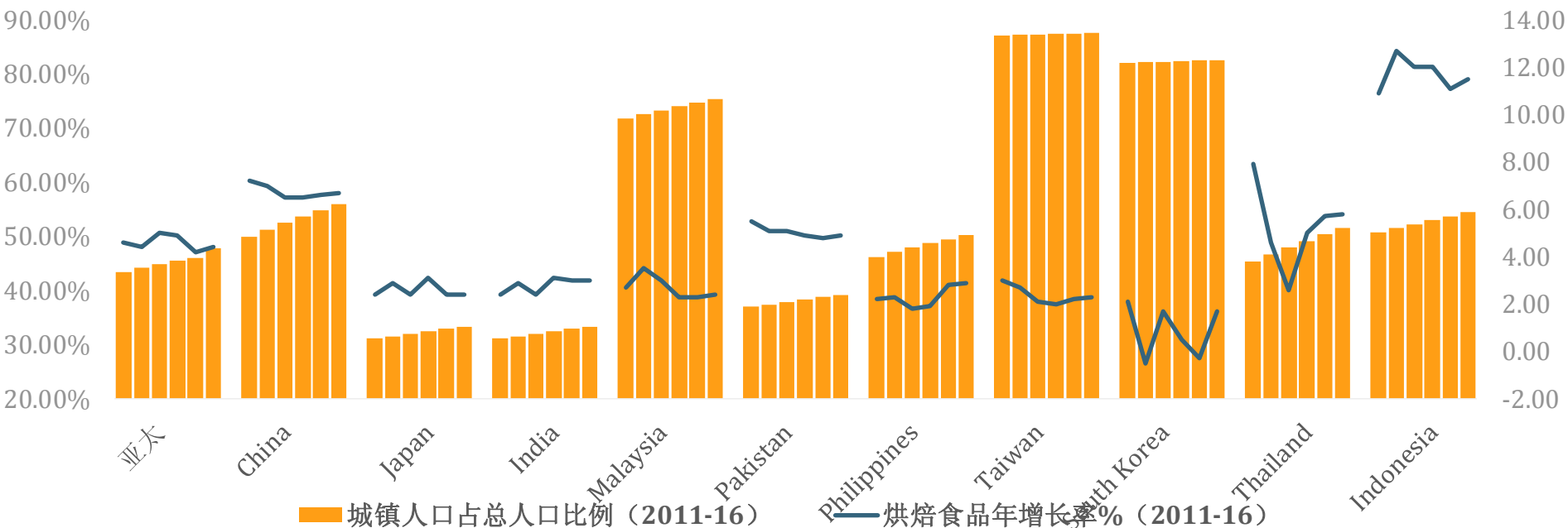
## 烘焙食品：亚太地区增长第4快品类

- ◆ 2011-2016年，亚太烘焙食品经历了强劲的增长，其中高达85%的绝对增长来自于中国。
- ◆ 现代年轻消费者更易接受西方文化和生活方式，促进了烘焙西点消费；
- ◆ 由于生活节奏加快，年轻消费者越来越多把烘焙食品当作主食替代品，拉动其市场增长。



城镇化的加速使得烘焙食品越来越成为一种方便的代餐选择，大受城市消费者青睐

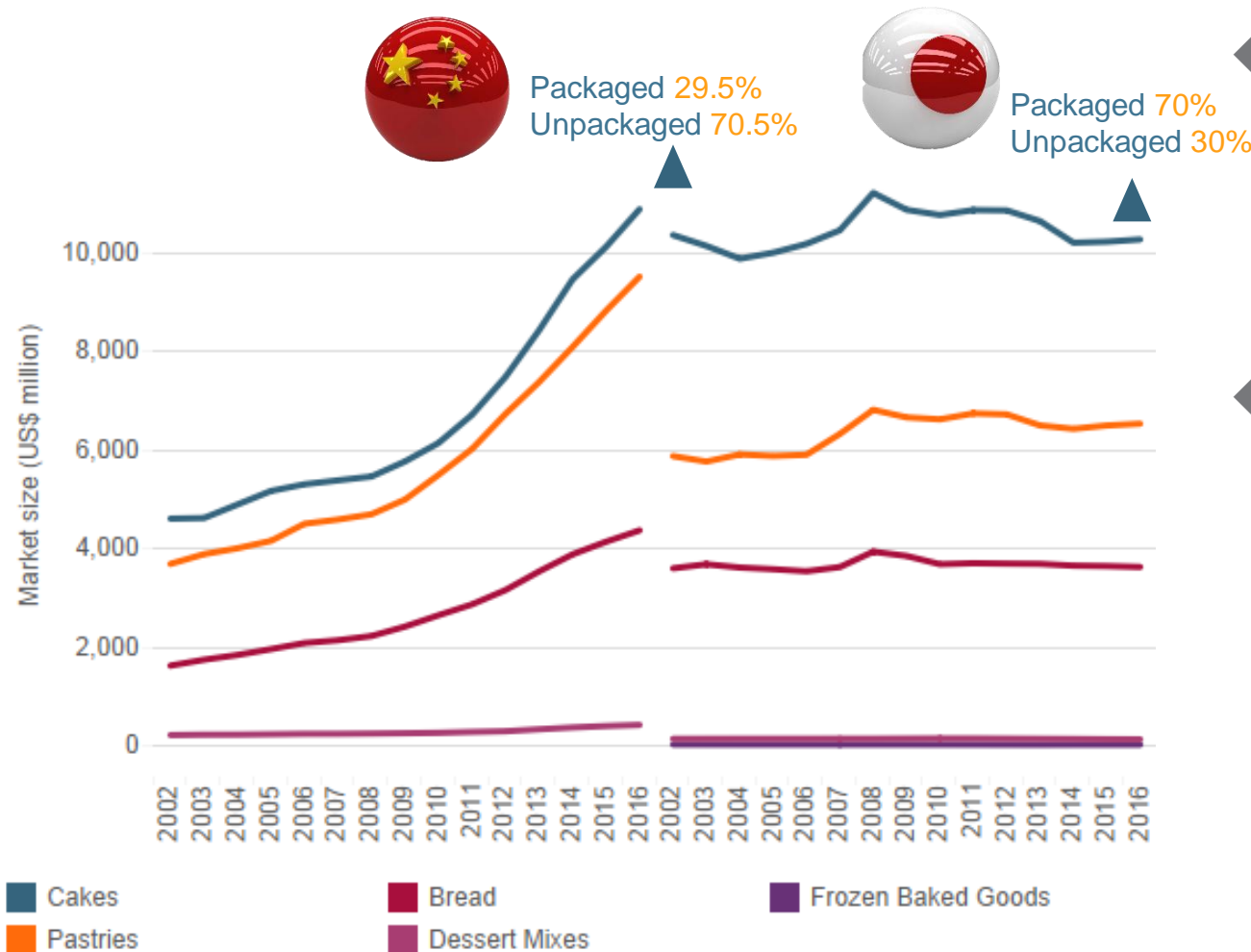
### 亚太主要国家烘焙食品的增长与城镇化水平的关系



- 其中发酵面包在亚太国家获得显著增长，尤其是巴基斯坦、阿塞拜疆、印尼。
- 在巴基斯坦，切片的发酵面包是很普遍的早餐，由于比较方便，同时更西化，大受忙碌的、中高收入的城市消费者的欢迎。这种趋势同样也出现在印尼。
- 另外，包装面包由于更安全卫生、品牌信任度更高，在中国增长也较明显。

## 日本和中国拉动主要增长（包装类 vs 新鲜类）

Baked Goods: Asia Pacific Breakdown by Country 2002-2016



- ◆ 在中国和日本，蛋糕和糕点类都是烘焙食品占比最大的品类，但两个市场显示出较大的差异性。
- ◆ 就蛋糕而言，中国70%都是新鲜的未包装的，而日本包装蛋糕占到70%。

## 但两国差异显著：日本Yamazaki vs. 中国烘焙店

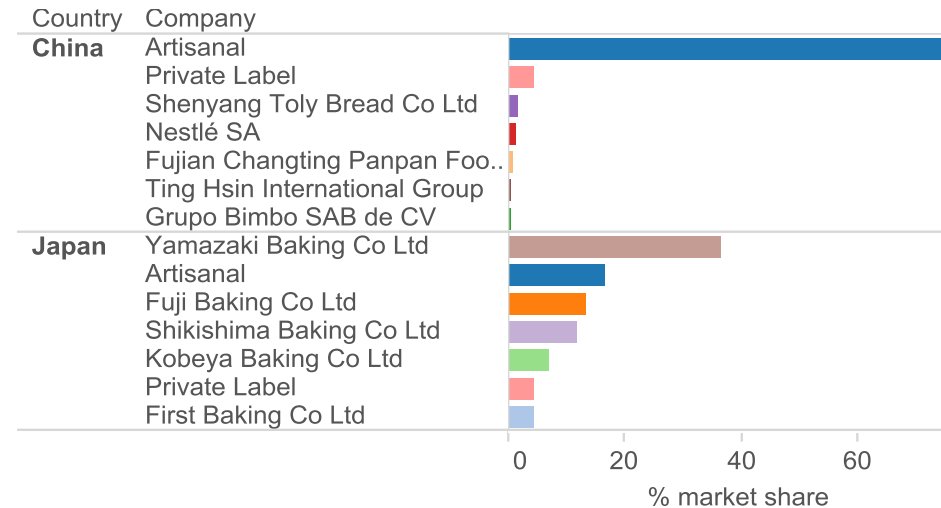
### 中国以传统的手工烘焙糕点为主

- ◆ 在中国，70%以上的烘焙糕点都是通过手工烘焙店销售，即新鲜的未包装糕点；其次是自有品牌；

### 日本多样化趋势显著

- ◆ 在日本，销售的主要是包装类烘焙食品，前三大品牌占据约60%市场份额；仅山崎就占据约40%的烘焙糕点市场；
- ◆ 山崎最主要的创新在于2015年推出华夫甜甜圈和半角甜甜圈混合产品，标志着其进军手工烘焙，推进产品多样化

### Pastry-中国vs日本：2016 top 5公司份额%



### 2016日本上市的pastry产品



# 整体零售渠道仍然以传统零售为主

Baked Goods in Asia Pacific: Distribution by Channel 2002-2016



## 室内烘焙专柜使得消费者逐渐倾向超市/大卖场



### 日本&香港

现代渠道占据主要零售额，尤其是超市和便利店，在近几年表现强劲稳定。



### 印度

传统渠道占据绝大份额，高达90%。尽管印度零售行业也在经历较大转变，但受到总面积有限、租金上涨等客观原因，这也限制了现代零售在印度的快速扩张。



### 中国大陆

传统渠道的食品饮料专卖店仍将是主要零售渠道；同时，网络零售尤其是跨境电商，将会获得快速增长。



在亚太国家，受传统烘焙店的冲击，越来越多的超市大卖场开设了烘焙专柜，售卖新鲜烘焙产品，来吸引消费者。

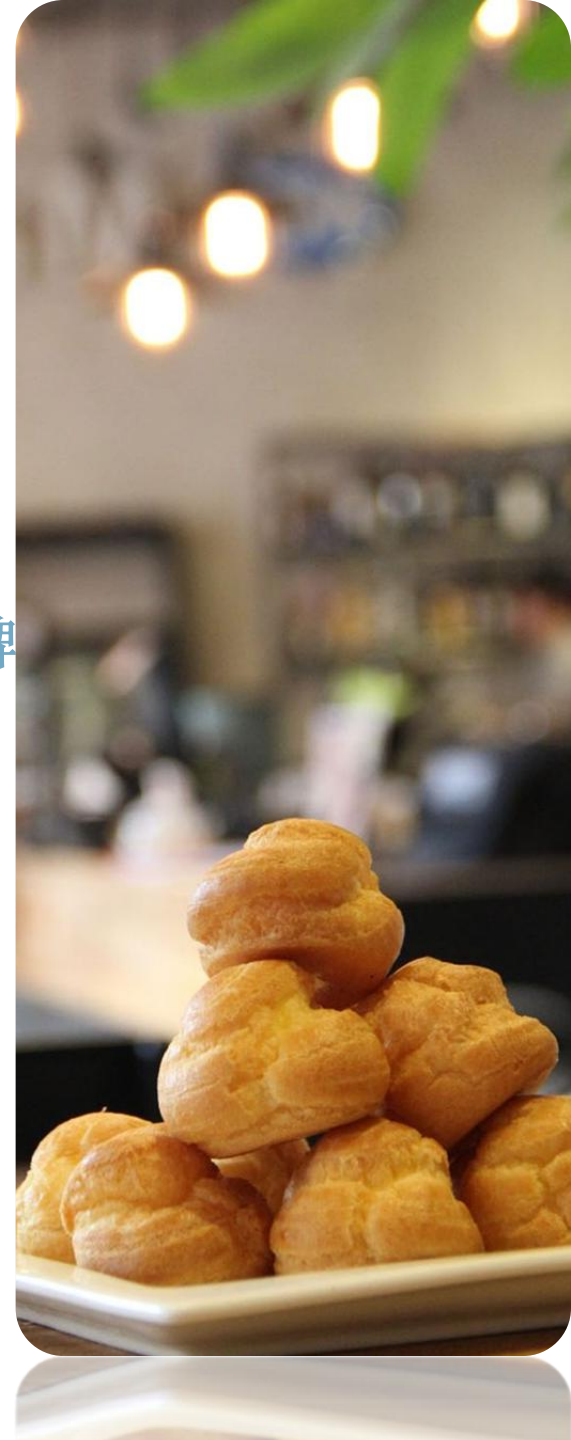
**INTRODUCTION** 概要介绍

**APAC OVERVIEW** 亚太市场概览

**LEADING COMPANIES AND BRANDS** 领先公司及品牌

**FORECAST PROJECTIONS** 趋势展望

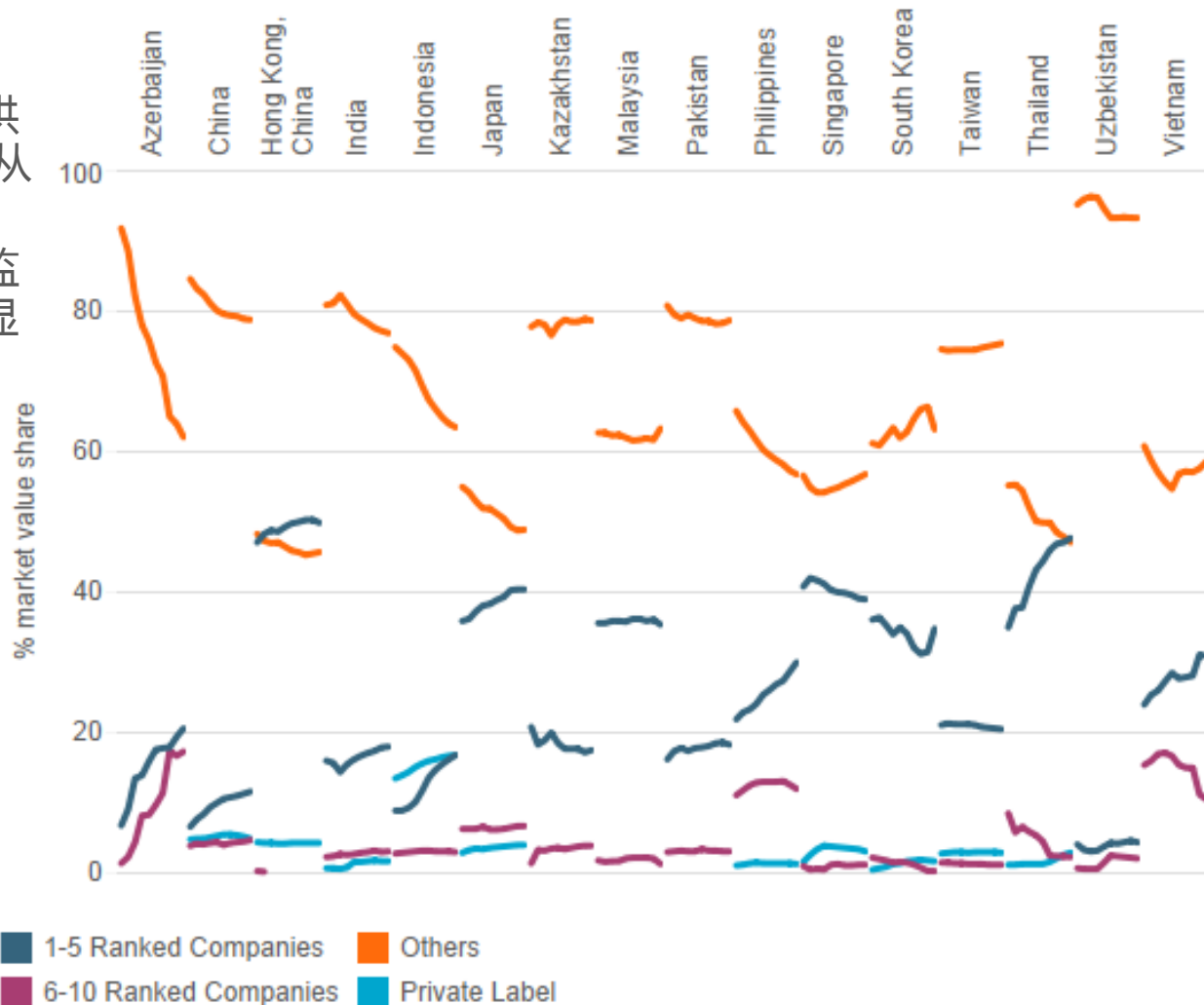
**COUNTRY SNAPSHOTS** 国家简述



## 消费者转向包装类烘焙食品扭转了竞争格局

### Baked Goods in Asia Pacific: Market Fragmentation 2007-2016

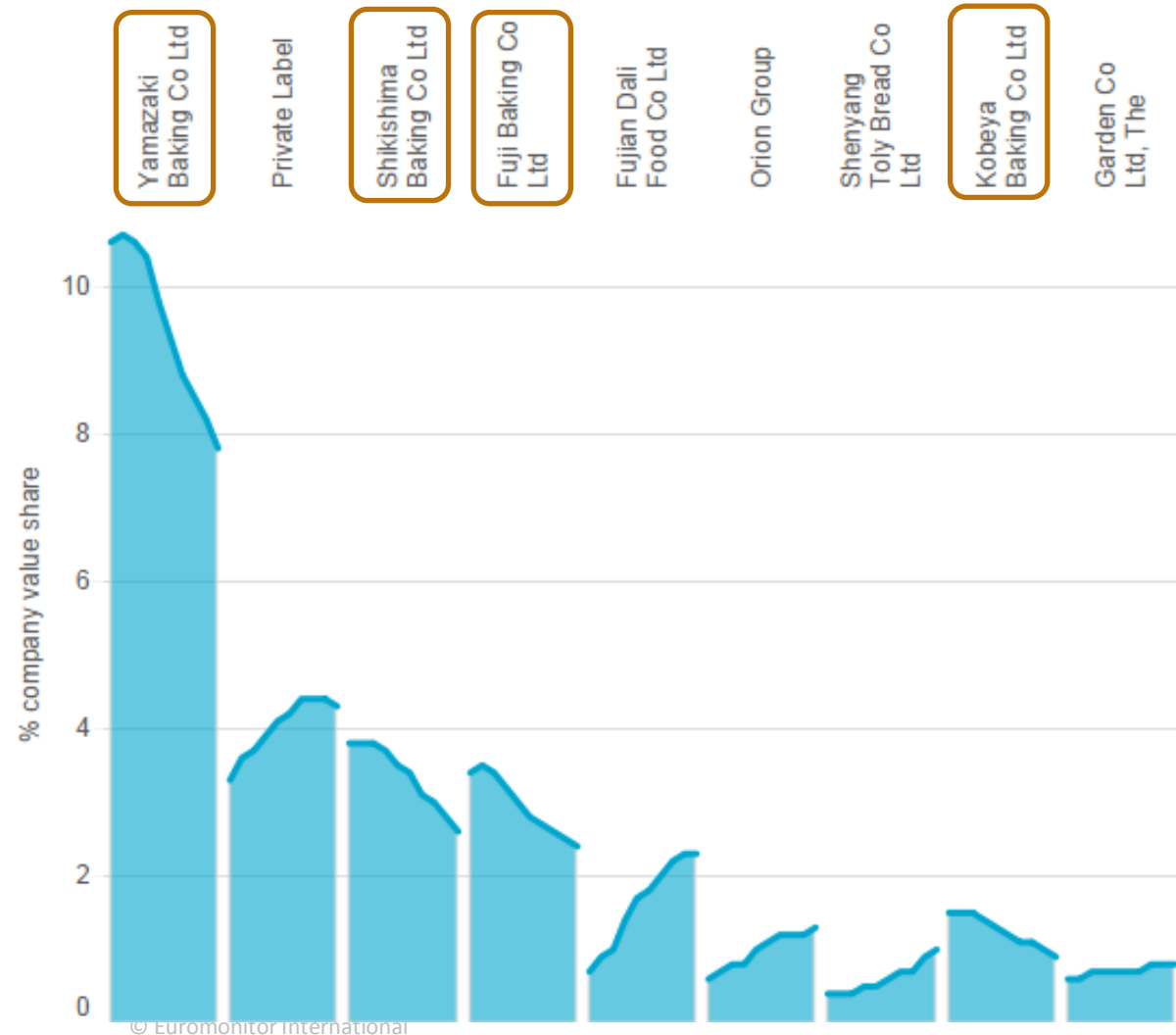
- ◆ 消费者越来越倾向选择有品牌的烘焙食品，另一方面，这也意味着从新鲜面包转向包装类。
- ◆ 阿塞拜疆：政府对包装食品安全监管的大力加强，使得这一转变最显著。
- ◆ 印尼：自有品牌增长显著





## 日本品牌主导亚太领先地位

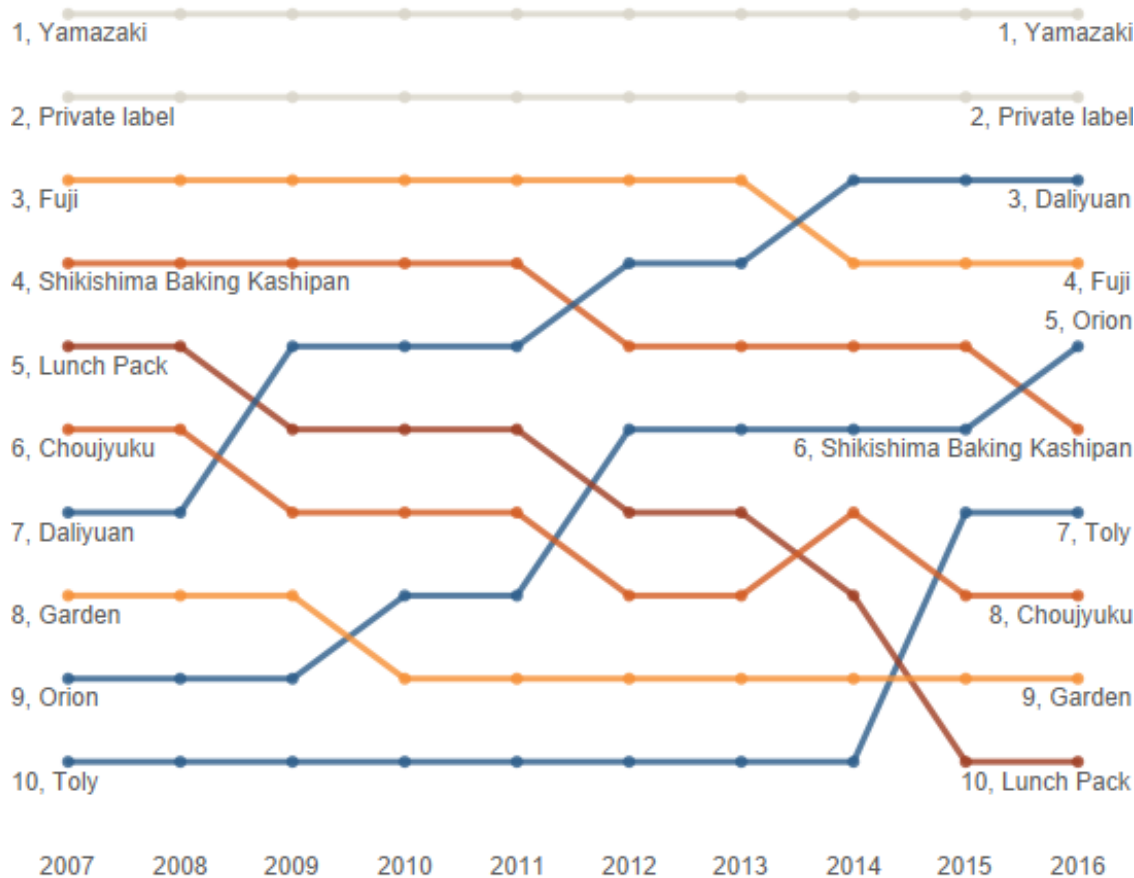
Baked Goods in Asia Pacific: Top 10 Companies 2007-2016



- ◆ 日本品牌占据主要份额，其中山崎遥遥领先。
- ◆ 产品多样、富于创新，是山崎的主要优势，其新推出的半角甜甜圈Dowhats!?, 将烘焙逐渐从餐饮带到零售。
- ◆ 在中国，主要以本土品牌为主，与国际品牌相比，本土品牌在销售网络布局上有明显优势，尤其是低级别城市和乡村地区。

# 领先品牌十年变化

## Baked Goods in Asia Pacific: Top 10 Brand Rankings 2007-2016



- ◆ 上升品牌主要来自于中国 - 中国庞大的市场规模对亚太影响之大，且增长主要由大品牌驱动
- ◆ 强化市场营销，提升品牌形象



**INTRODUCTION** 概要介绍

**APAC OVERVIEW** 亚太市场概览

**LEADING COMPANIES AND BRANDS**

**FORECAST PROJECTIONS** 趋势展望

**COUNTRY SNAPSHOTS** 国家简述



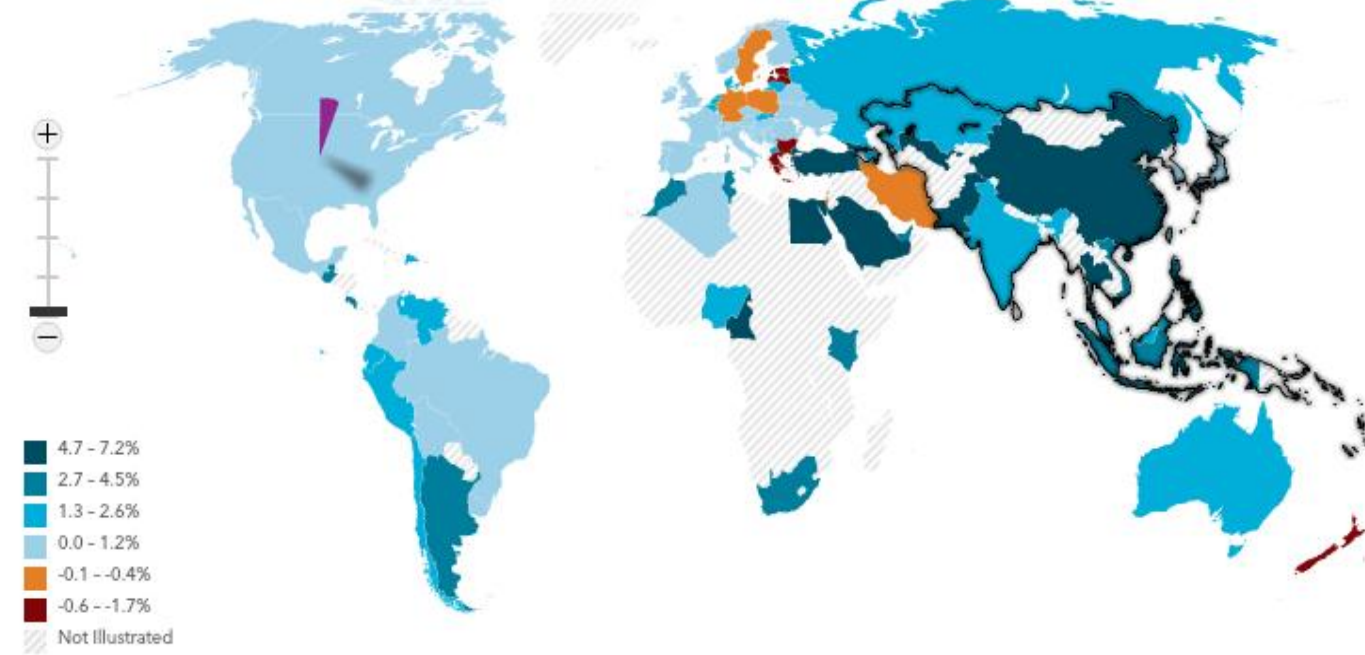
# 2016-2021: 亚太地区潜力巨大 (CAGR 3%)

## Baked Goods

### Forecast Growth ▼

Retail Value RSP, USD million, Constant 2016, Fixed 2016 Ex. Rates, 2016-21 CAGR

Currency ▼ Highlight Countries ▼



### Global Figure

2016-21 CAGR

1.7

### Regional Comparison

2016-21 CAGR



### USA Explore in Detail

#### Market Size

2016, USD million **57,488.6**

#### Per Capita

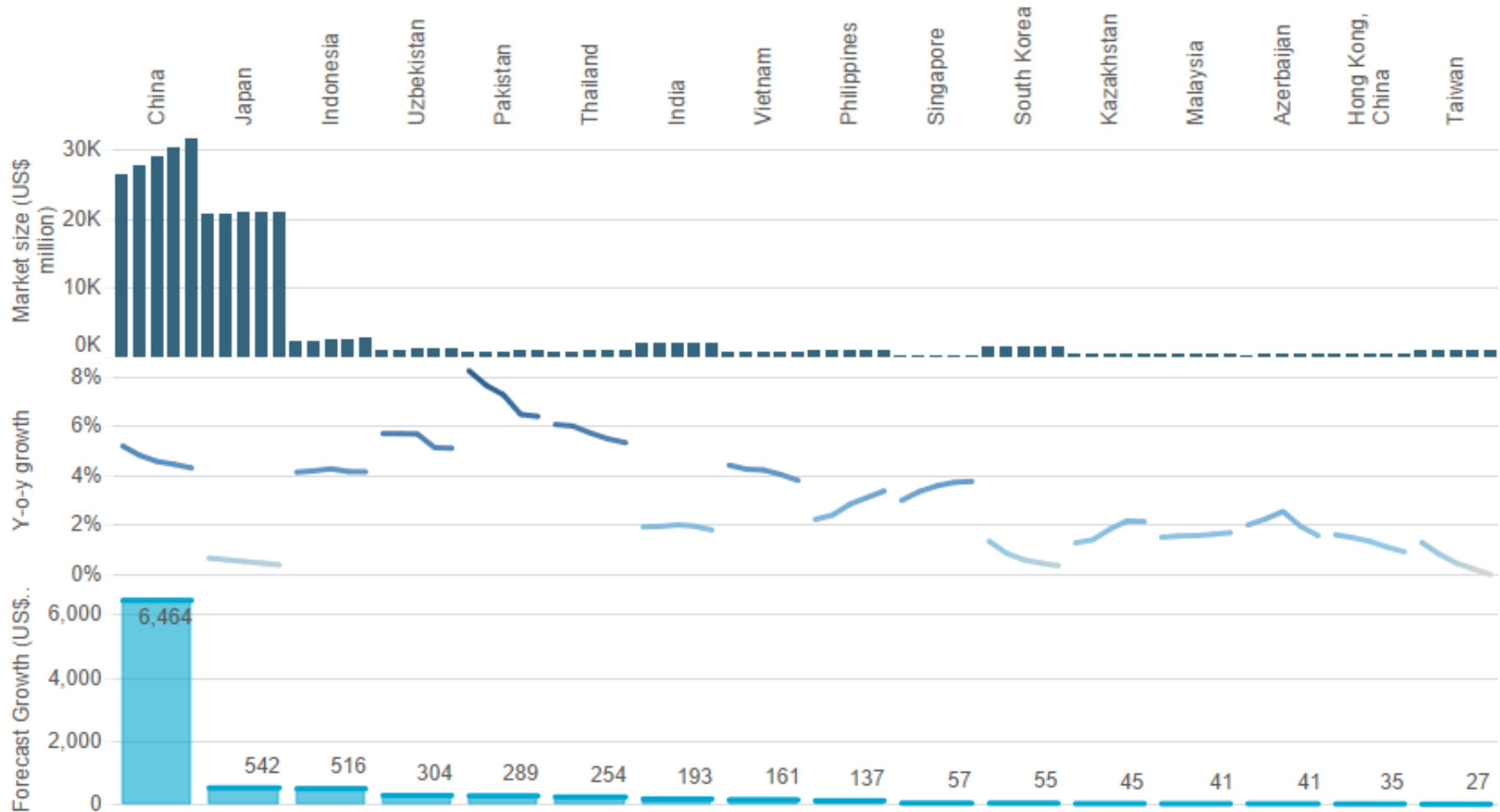
2016, USD **177.3**

#### Growth

2016-21 CAGR **1.2%**

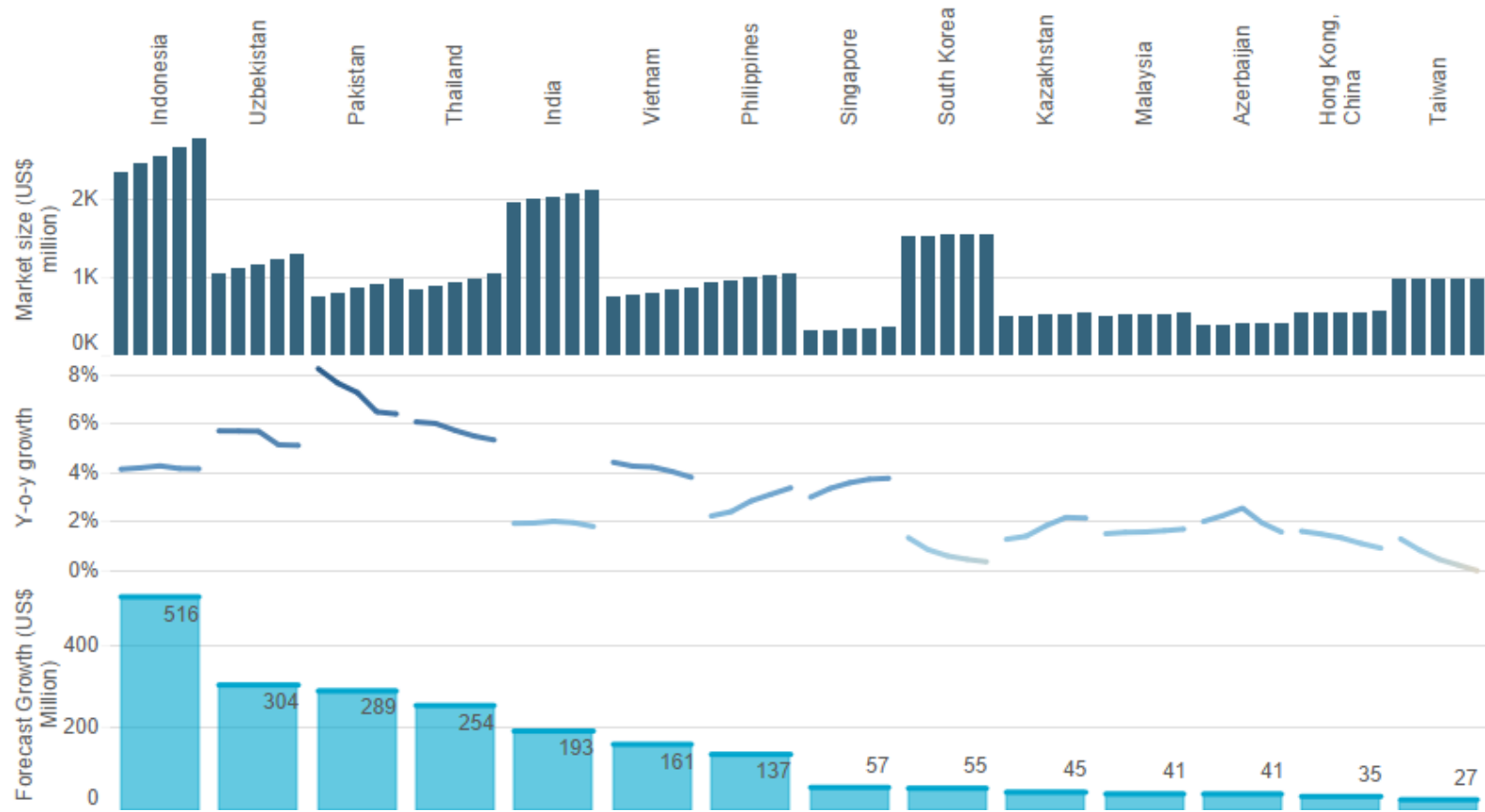
# 2016-2021: 中国和日本增速将放缓

Baked Goods in Asia Pacific: Forecast Market Sizes and Growth by Country 2016-2021



# 2016-2021: 巴基斯坦增长率最强劲，印尼增量最大

Baked Goods in Asia Pacific: Forecast Market Sizes and Growth by Country 2016-2021



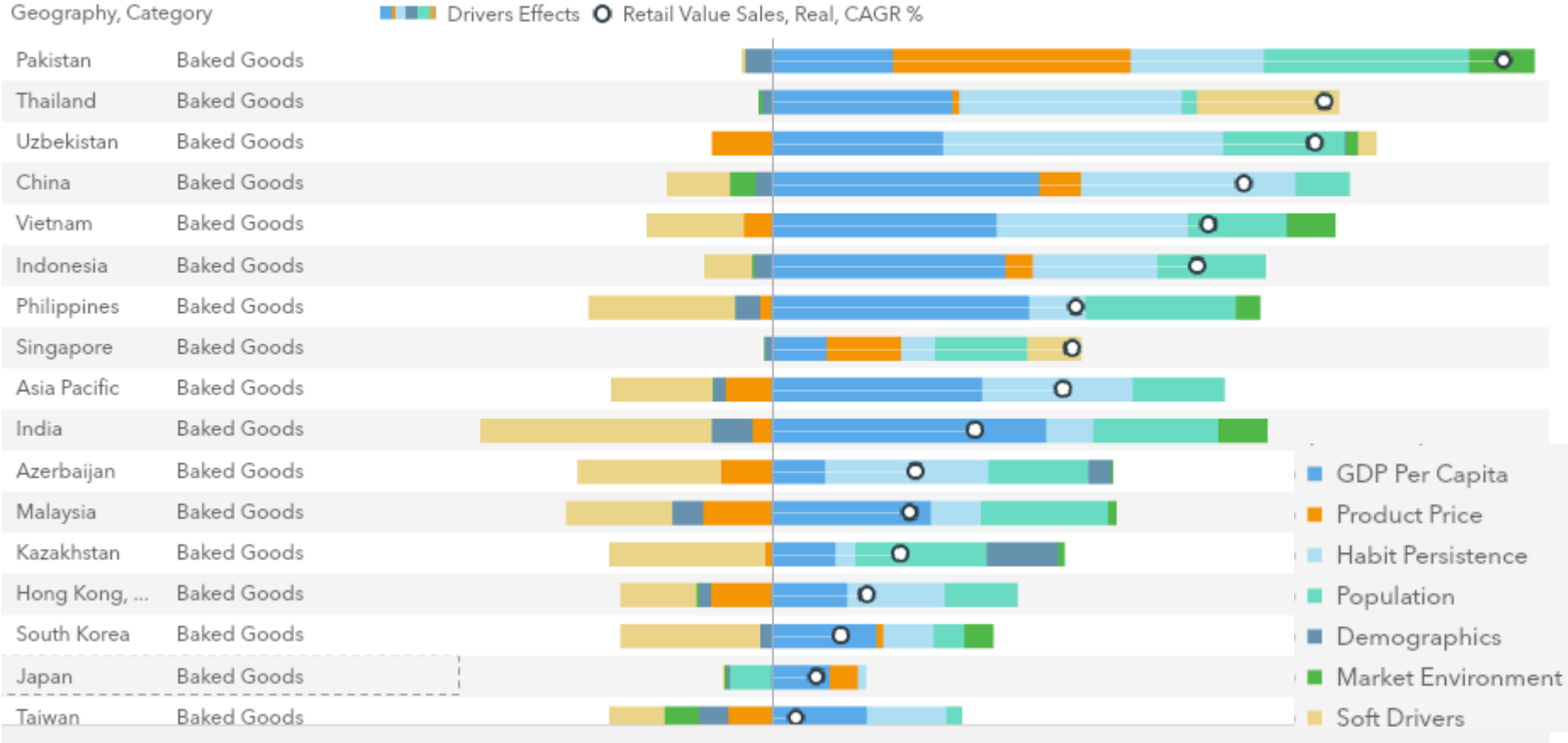
Note: Excluding China and Japan

# 消费者收入- 影响烘焙市场前景的关键驱动力

## Retail Value Sales, Real US\$ mn, 2016 - 2021 CAGR %

Sort by: Quarterly Update

2016 Constant Prices, 2016 Fixed Year Exchange Rate



# 未来趋势：小包装





# 小包装背后的故事



**零售价格**  
减量不减价

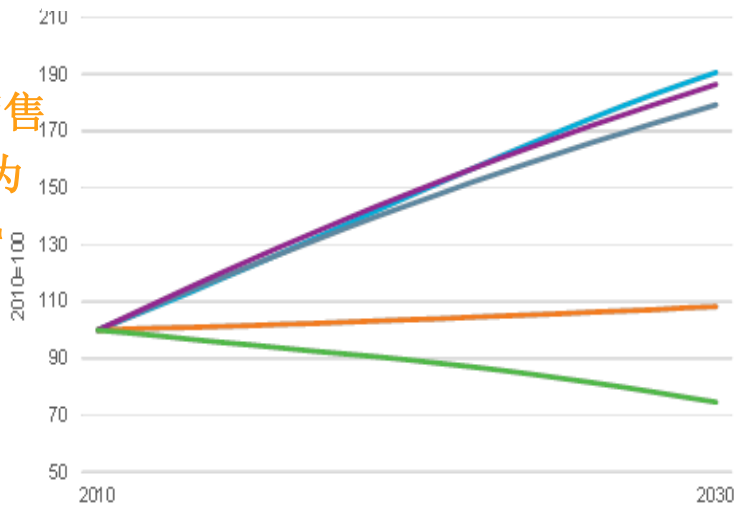


**家庭结构**  
单身人群



**健康因素**  
单次少摄入

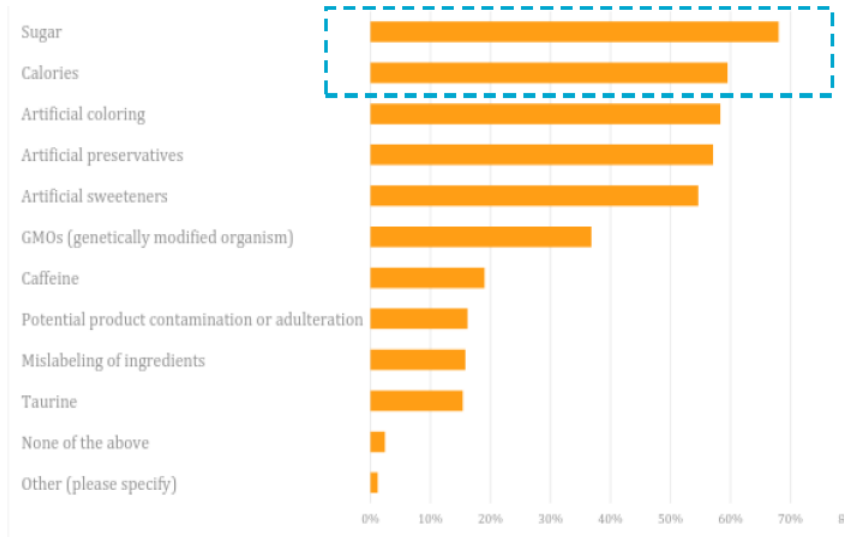
2010~2030 亚太地区家庭类型增长指数



小包装推动销售额增长, 将成为烘焙主要趋势

© Euromoni  
 Single Person    Single-Parent    Couple Without Children    Couple with Children    Other

## 消费者希望在食品饮料中少摄入的成分



Source: Euromonitor Global Consumer Trends Survey

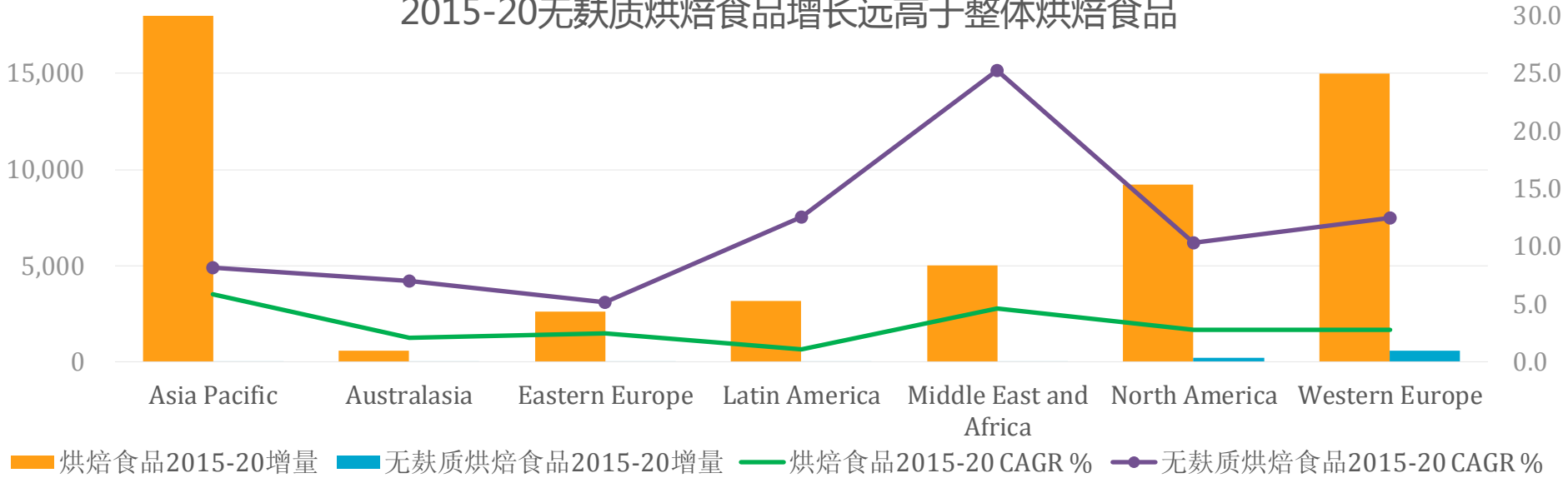
What are the consumer's health priorities?

- Authentic ingredients
- Low in sugar
- Added benefits



# 未来趋势: Free from

2015-20无麸质烘焙食品增长远高于整体烘焙食品



- ◆ 2010-2015年亚太无麸质蛋糕市场复合增长率达**31.3%**（销售额计）
- ◆ 2015-2020年，预计全球无麸质烘焙食品市场将以**11.4%**的复合增长率增长，其中亚太地区**8.2%**。



Sweden: Wasa gluten-free crispbread



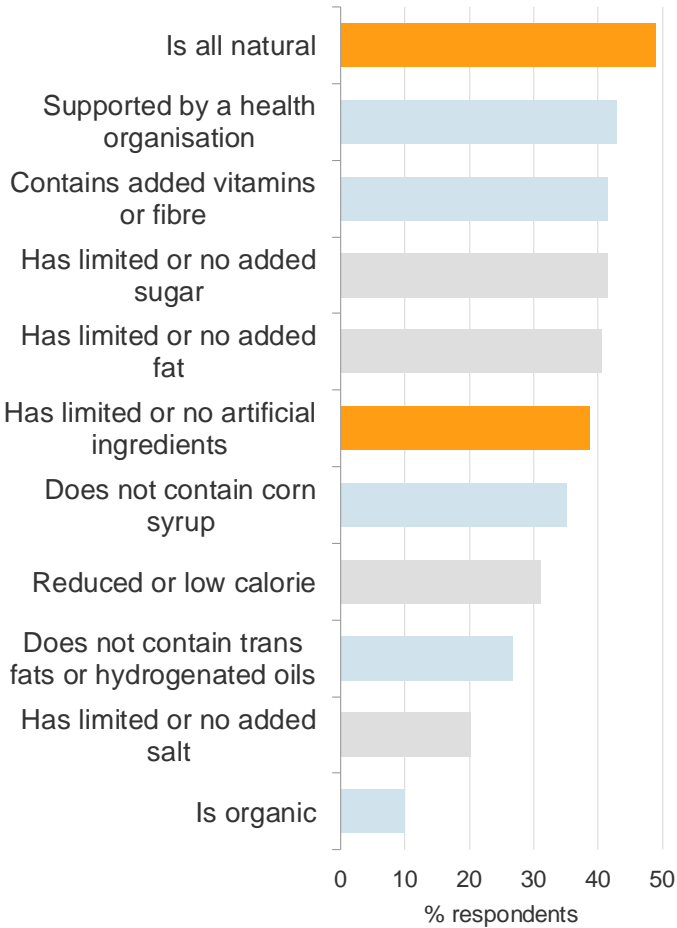
UK: Sin "Little Black Boxes" gluten-free cakes



US: Betty Crocker gluten-free cake mix

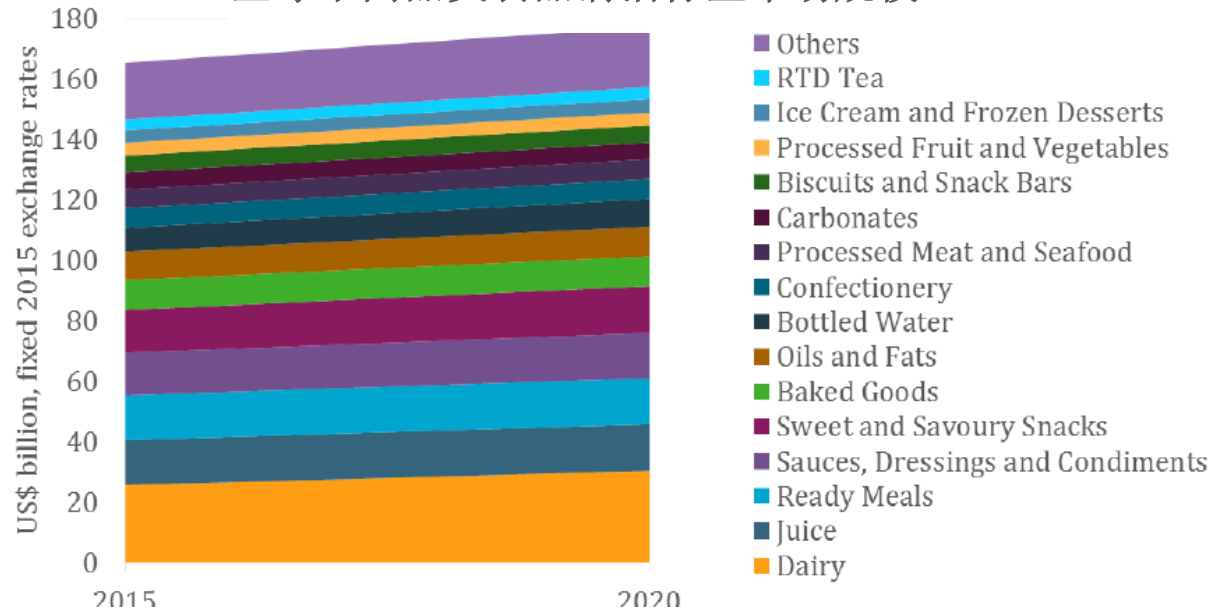
# 未来趋势：清洁标签

购买决定：“在选购食品时，如下哪些标签是最关注的？”



© Euromonitor International

## 全球不同品类食品清洁标签市场规模，2015-2020



- 天然健康、无人工添加剂、成分简单，越来越受消费者关注。
- E-free成为烘焙行业的流行术语，清洁标签趋势日益增强。



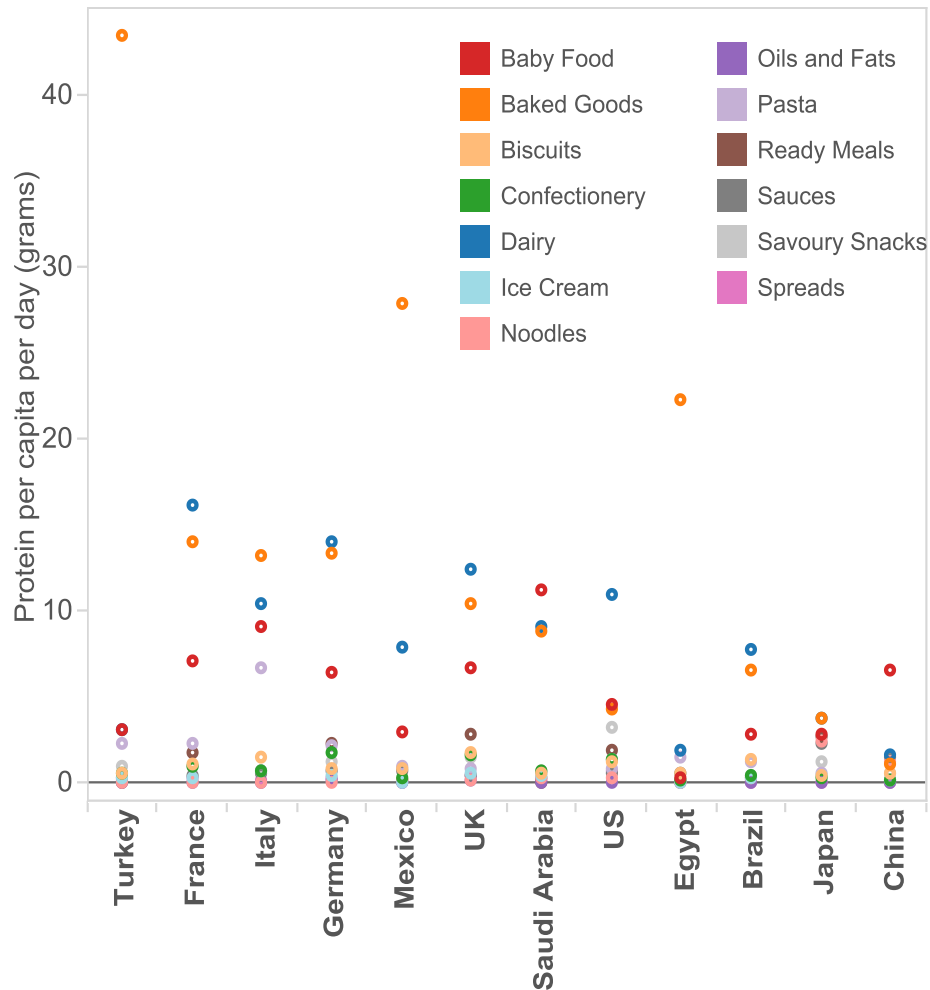
Ceres E-free切片面包，全天然成分，不含E-numbers



Sweden: Rotfruktsbröd by Fazer bageri has one third of the flour replaced with kidney beans. Beetroot and carrot are added for additional nutritional value.

# 未来趋势：高蛋白

## Packaged Food: Protein Purchase by Category 2015



- 烘焙食品在欧洲和美洲一直是补充蛋白质的主要来源；随着西方文化的不断渗透，亚太也受到其较大影响
- 烘焙产品开发趋势：更多高蛋白原料如大豆、出芽谷物、坚果等：
  - 英国健康零食厂商Graze，推出good to go系列富含蛋白质的烘焙零食，添加了腰果、毛豆等蛋白原料。
  - 美国Bimbo也推出Double Protein Oatmeal，混合了小麦和大米蛋白，每份富含7g蛋白质。
  - 英国功能食品厂商Dr Zak，2016年新推富含大豆蛋白的高蛋白面包和百吉圈。



## 未来趋势：混合糕点和品牌手工烘焙

### 从单一的甜甜圈



### 到“羊角甜甜圈”



- ◆ 随着消费升级下对高端化的追求，一些作为衍生品的混合糕点应运而生，如半角甜甜圈，由羊角面包和甜甜圈而来，逐渐从餐饮走向零售，如在日本、台湾7-11便利店已非常普遍
- ◆ “零食化” -- 烘焙糕点不再是咖啡店或烘焙店的专利，也逐渐出现在便利店、超市。
- ◆ 注重口感 -- 一些新口味如盐味焦糖和蛋白酥被更多应用到烘焙糕点中，满足冲动消费。

### 从人工添加剂



### 到品牌手工烘焙



**INTRODUCTION** 概要介绍

**APAC OVERVIEW** 亚太市场概览

**LEADING COMPANIES AND BRANDS** 领先公司及品牌

**FORECAST PROJECTIONS** 趋势展望

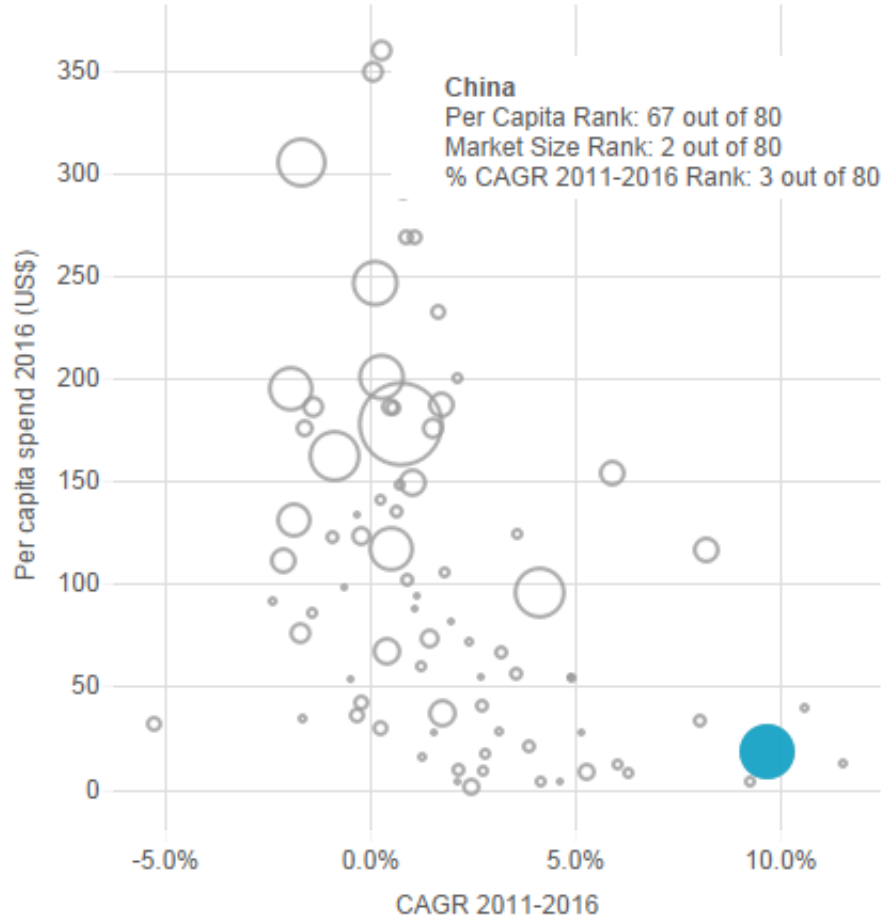
**COUNTRY SNAPSHOTS** 国家简述





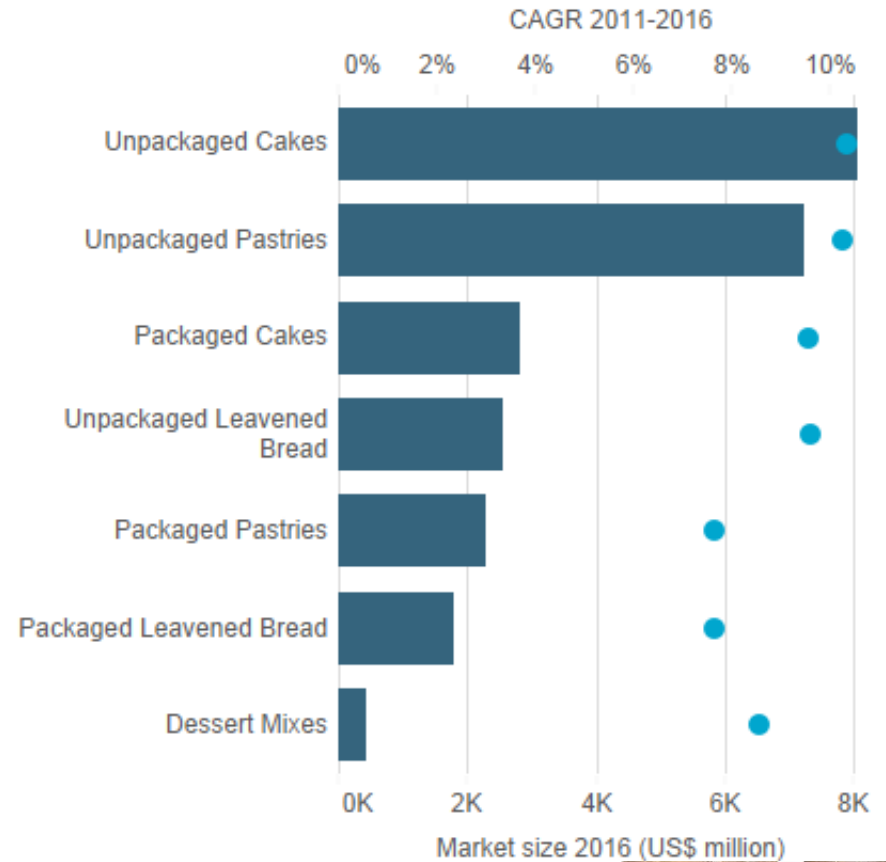
# 中国：量大人均低，新鲜蛋糕占主导

## Baked Goods: Putting China in a Global Context



Country: China

## China: Baked Goods Breakdown 2016 and % CAGR 2011-2016 by Type



% CAGR 2011-2016

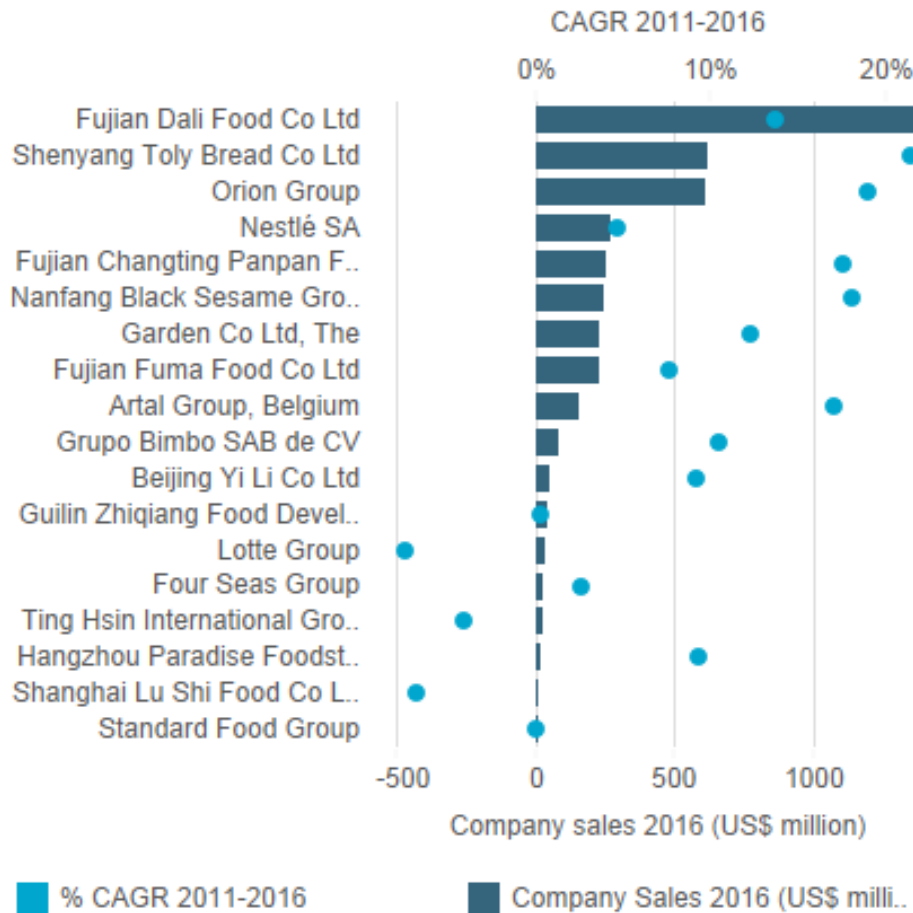
Sales 2016 (US\$ million)



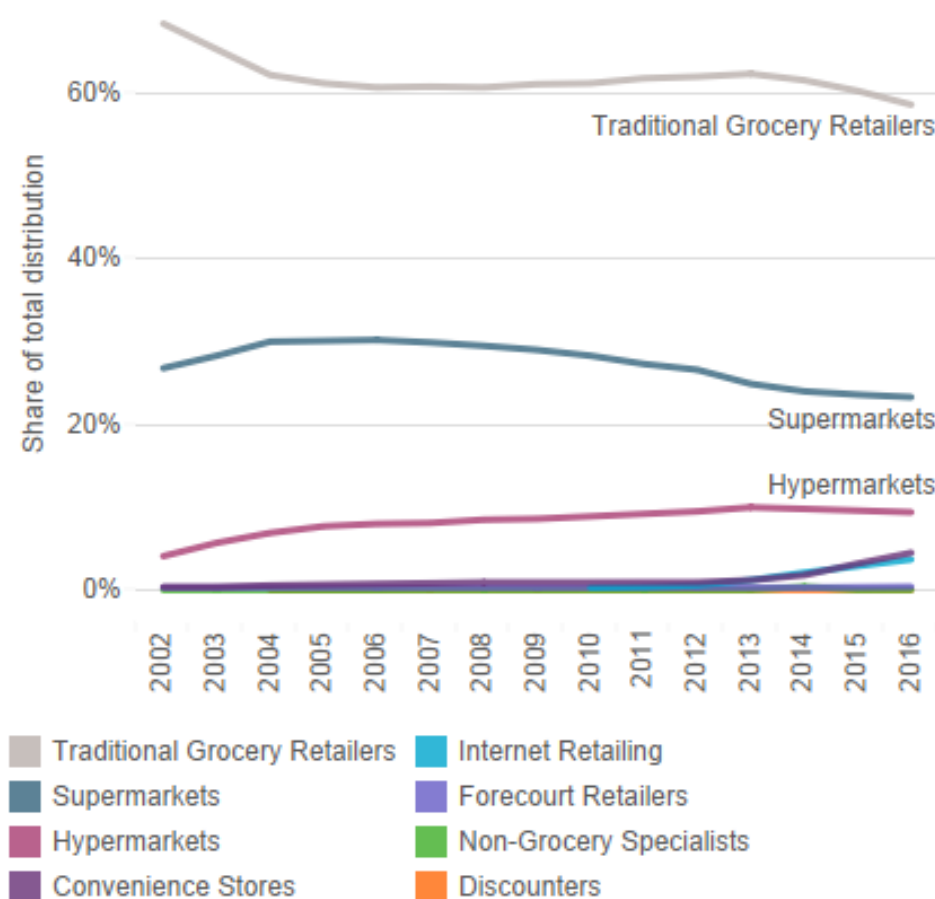


# 中国：市场竞争分散；新兴渠道异军突起

Baked Goods in China: Top 20 Companies 2016 and % CAGR 2011-2016



Baked Goods in China: Distribution by Channel 2002-2016



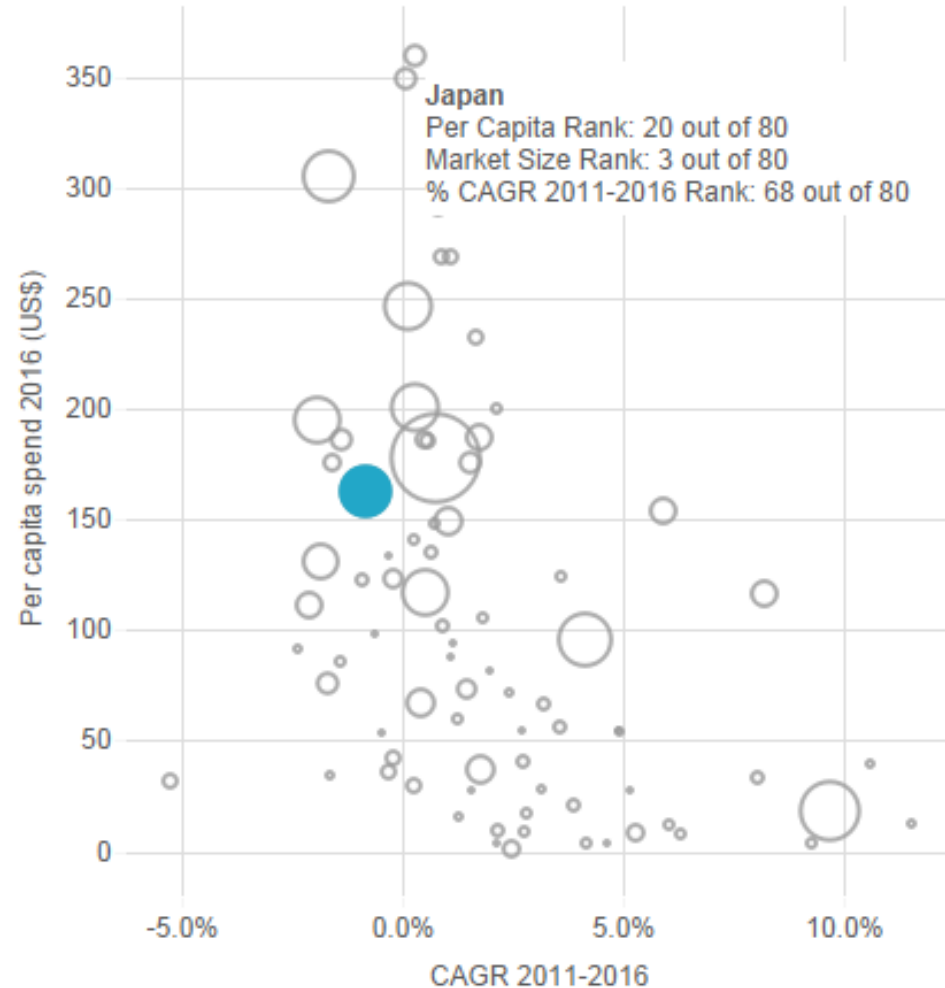
Country: China





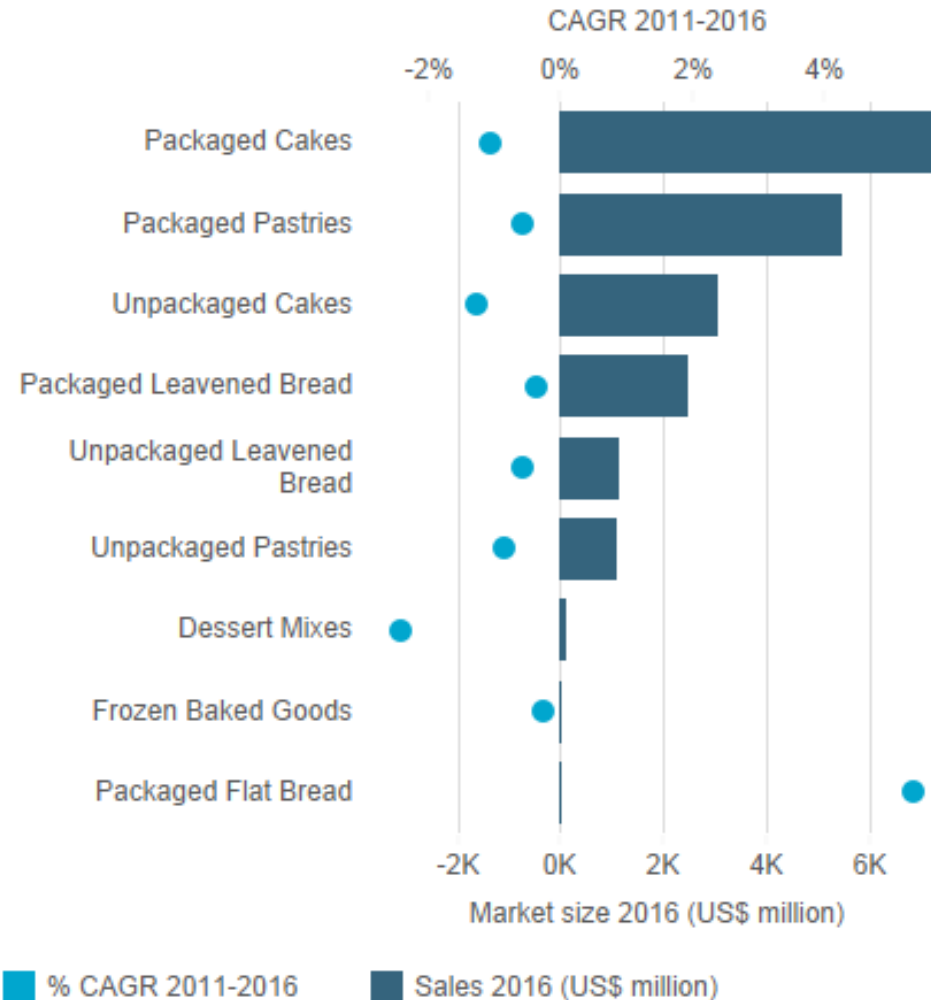
# 日本：高端化趋势推动销售额增长 包装flat bread增长最大

Baked Goods: Putting Japan in a Global Context



Country: Japan

Japan: Baked Goods Breakdown 2016 and % CAGR 2011-2016 by Type



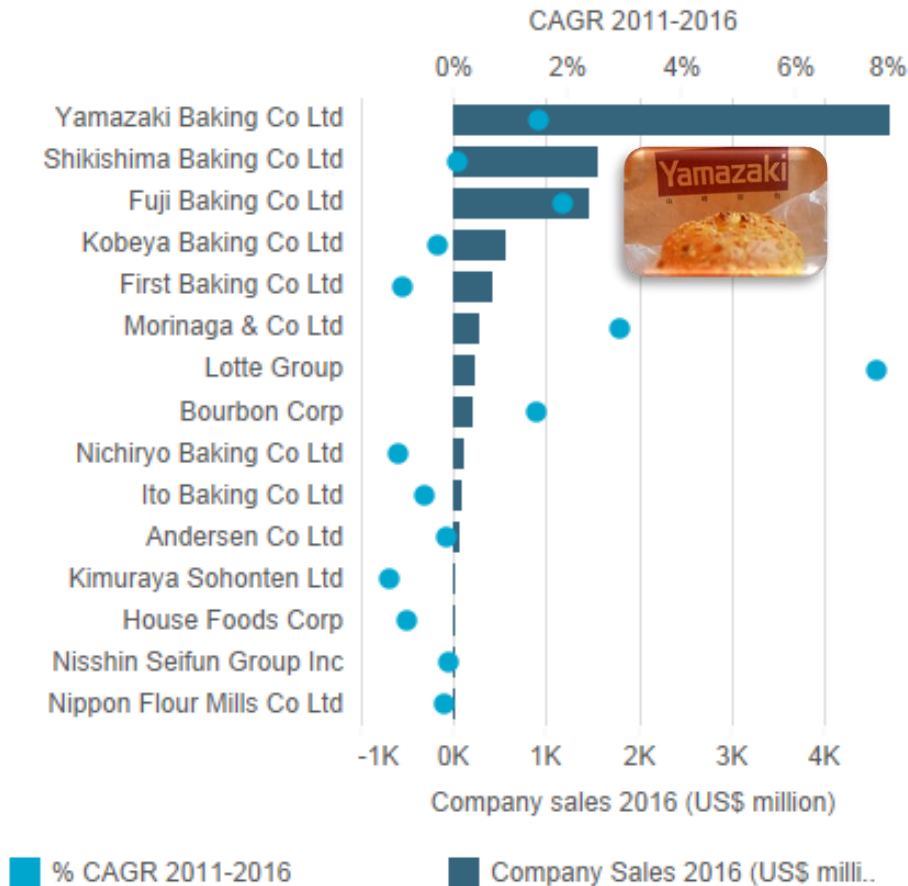
% CAGR 2011-2016

Sales 2016 (US\$ million)

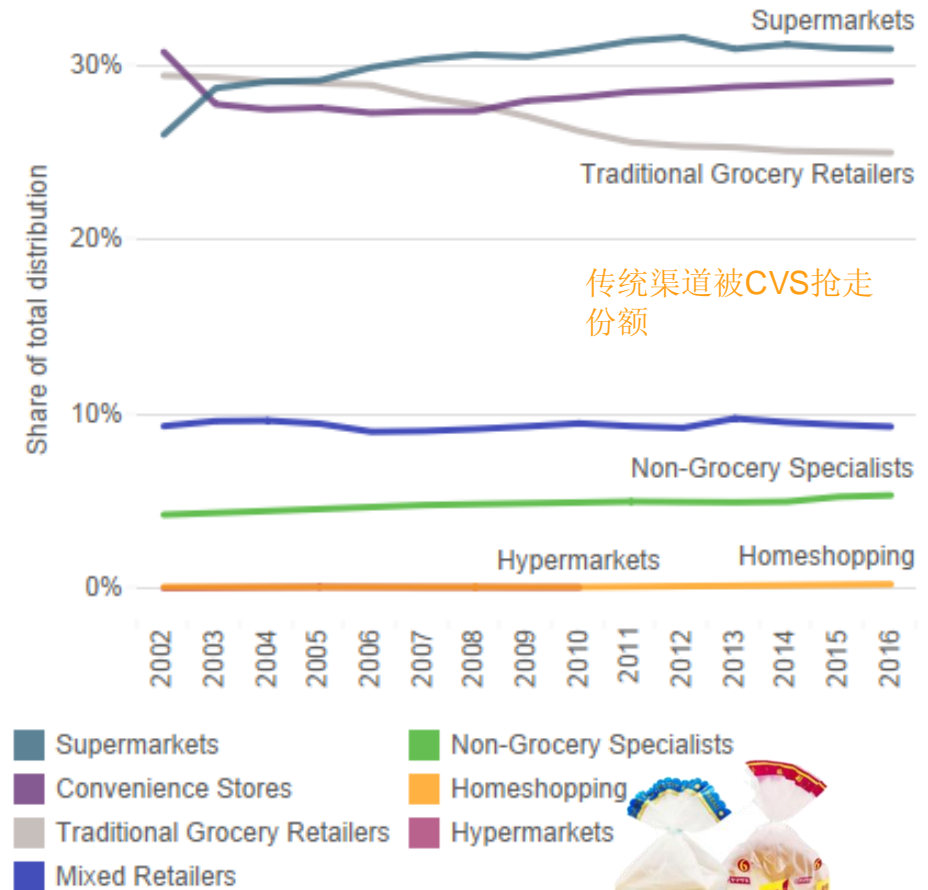


# 日本：山崎面包一家独大，现代渠道强中更稳

Baked Goods in Japan: Top 20 Companies 2016 and % CAGR 2011-2016



Baked Goods in Japan: Distribution by Channel 2002-2016



传统渠道被CVS抢走份额

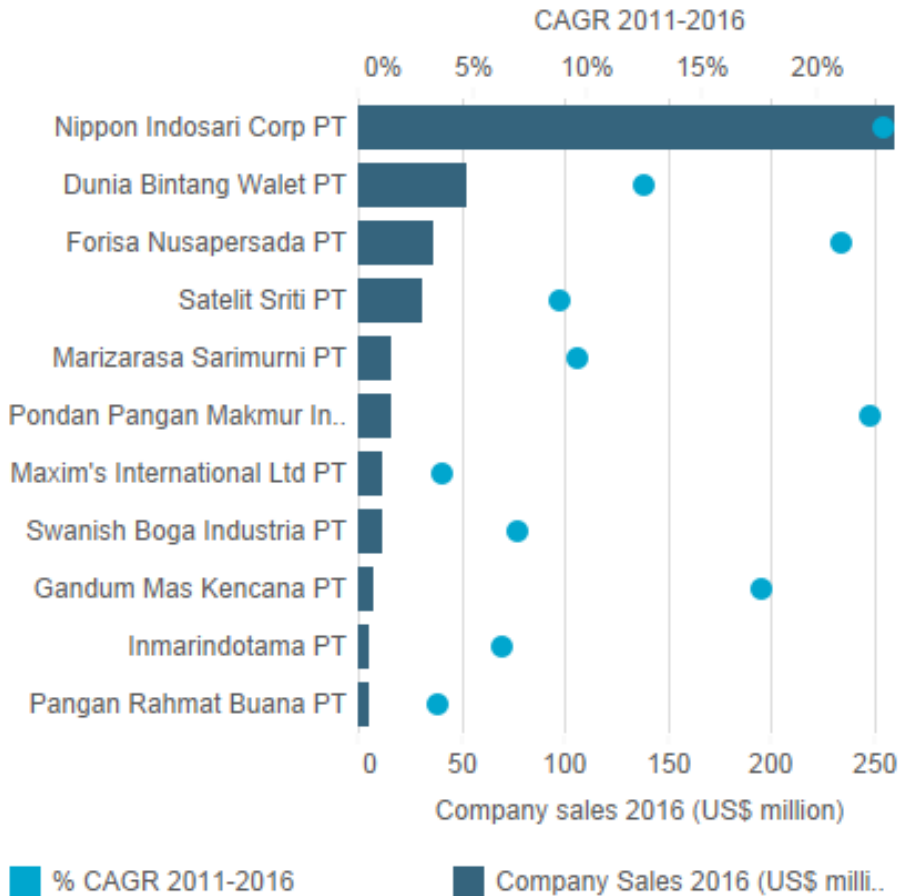


Country: Japan

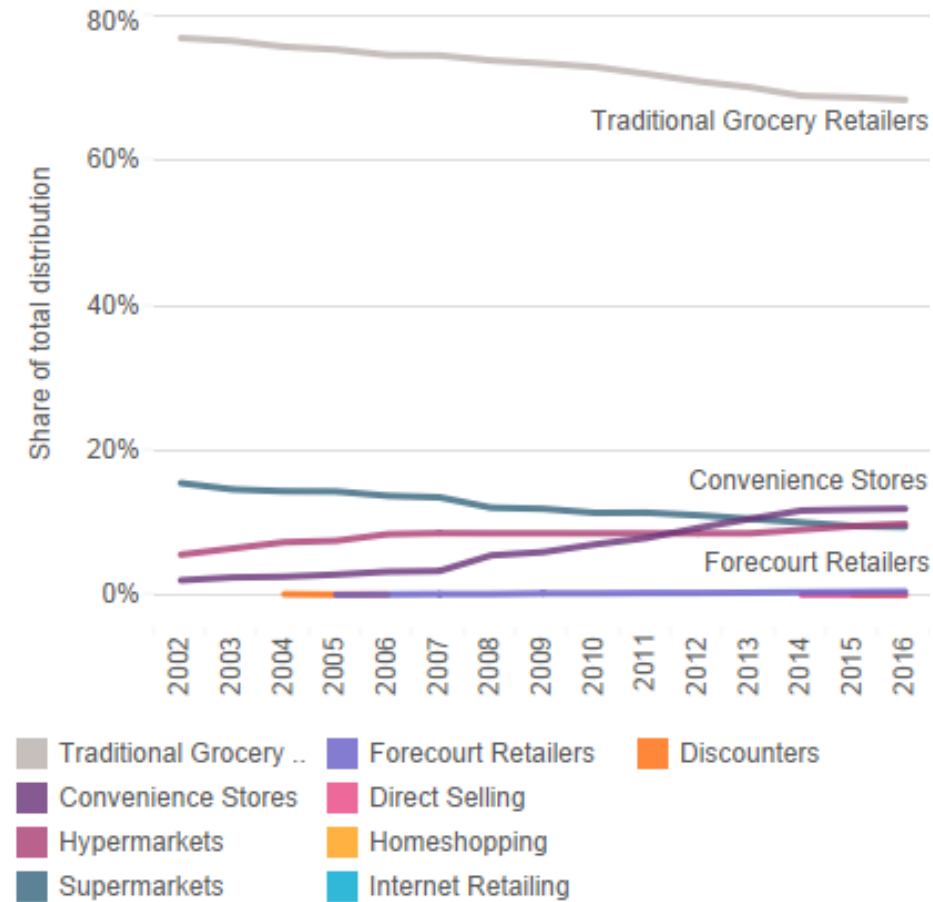


# 印尼：自有品牌促进大卖场、CVS销售

Baked Goods in Indonesia: Top 20 Companies 2016 and % CAGR 2011-2016



Baked Goods in Indonesia: Distribution by Channel 2002-2016



Country: Indonesia



## QUESTIONS?



Sophie Lin

[Xiaoqing.lin@euromonitor.com.cn](mailto:Xiaoqing.lin@euromonitor.com.cn)

021-60321088-8020

18621540011