

01

双11营销启示录

mi
alimamama m insight

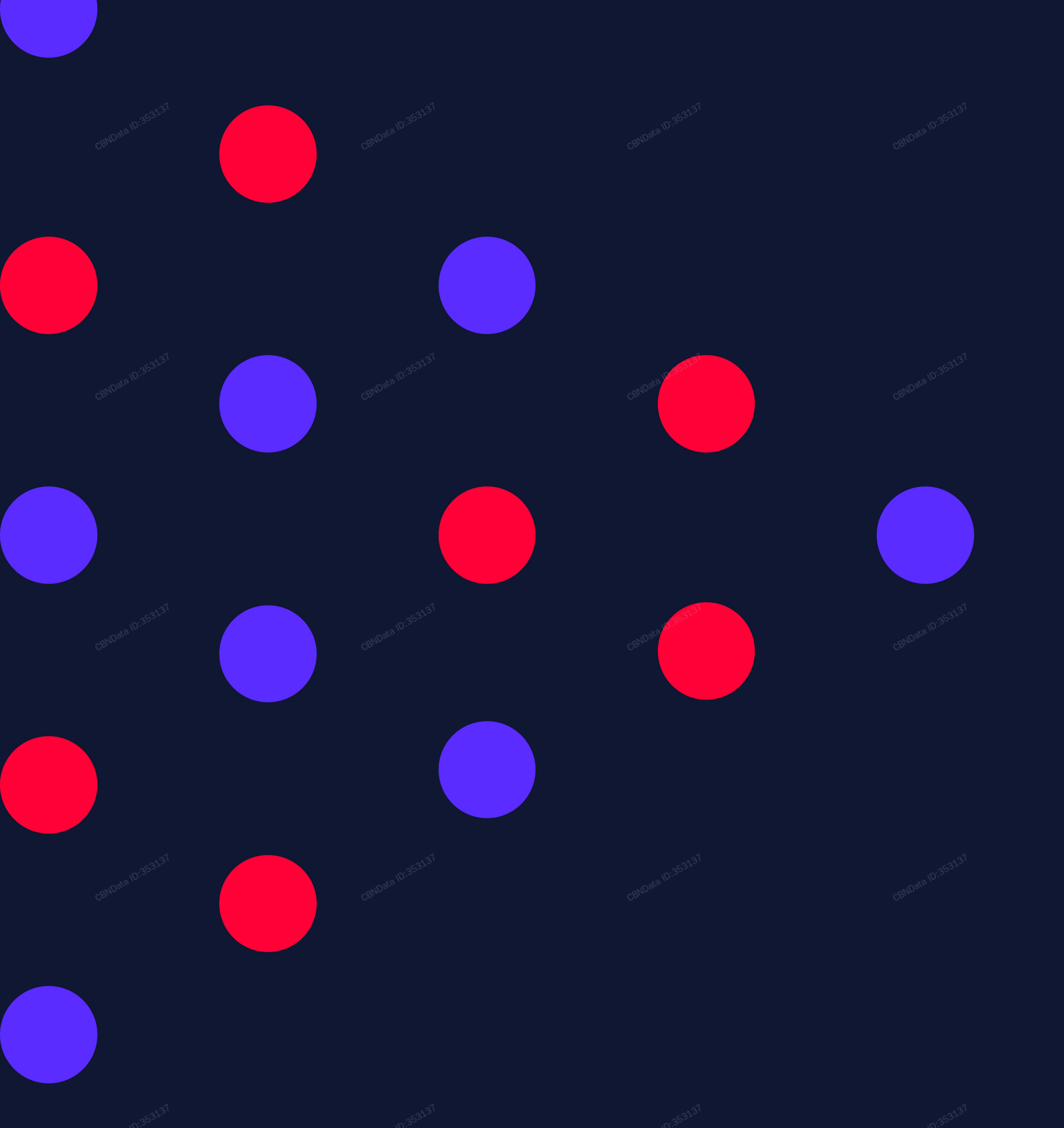


双11营销启示录 食品行业品类趋势赛道

销量增长新品牌

To make it easy
to do marketing anywhere.





m insight

To make it easy
To do marketing anywhere

CONTENT

新奇体验

PREFACE

序言

PART 1

感官体验

追求味蕾上的新奇特体验

04

PART 2

功能满足

从“品质生活”出发

06

PART 3

成分关注

更“极致”的决策体验

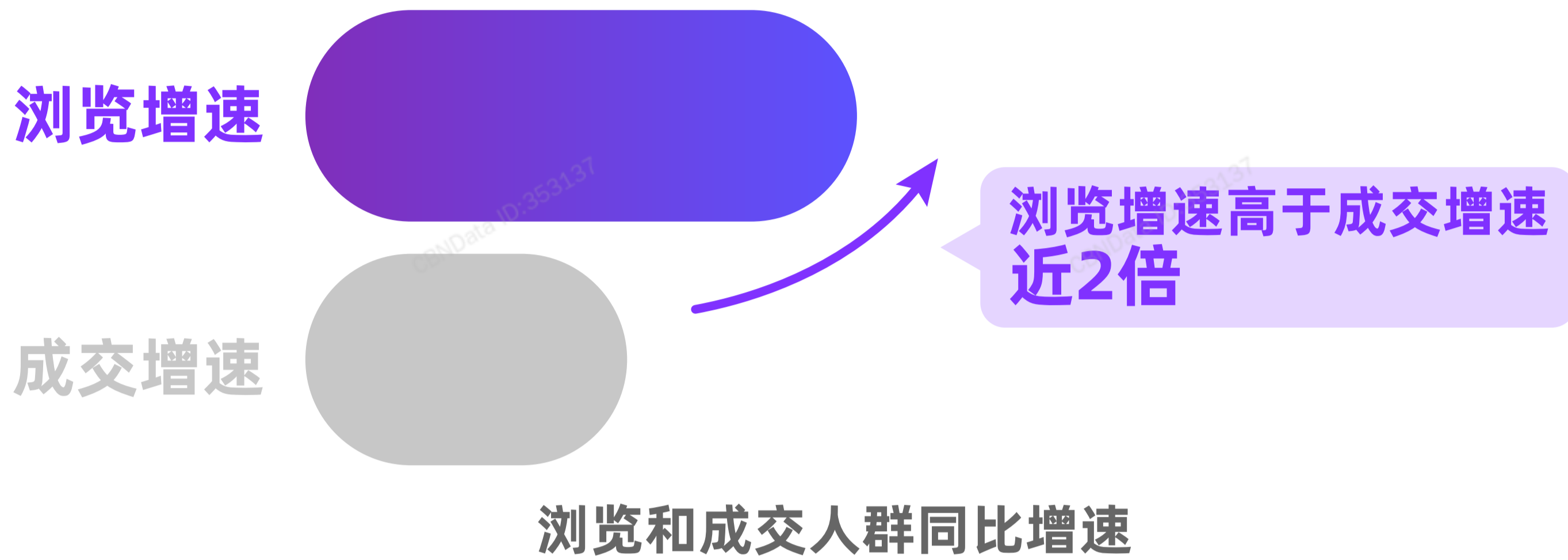
11

PART 4

食品行业新趋势下的启示与机会

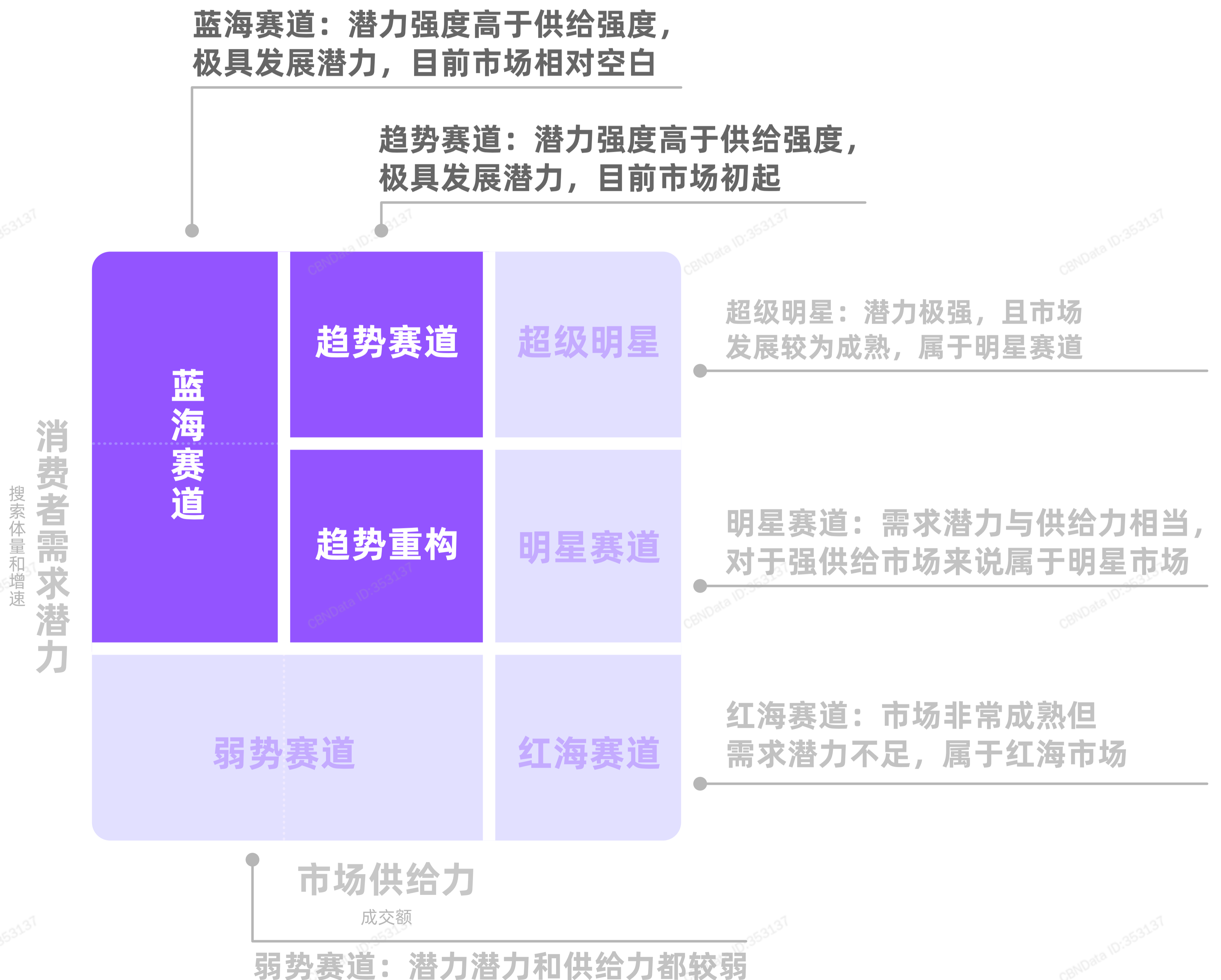
18

在食品行业中，有近一半的消费者诉求尚未被满足

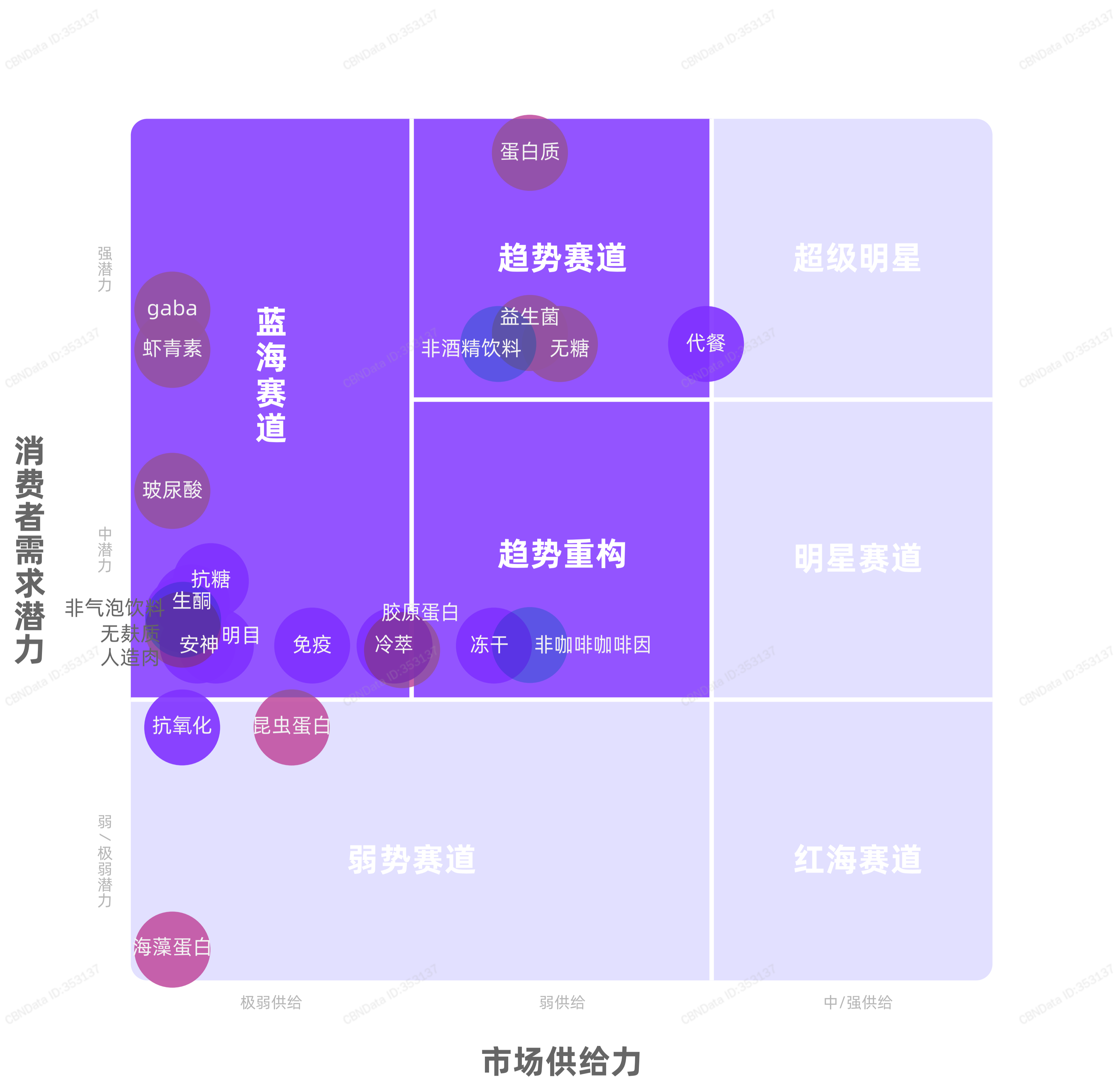


*数据来源：2020年淘宝天猫

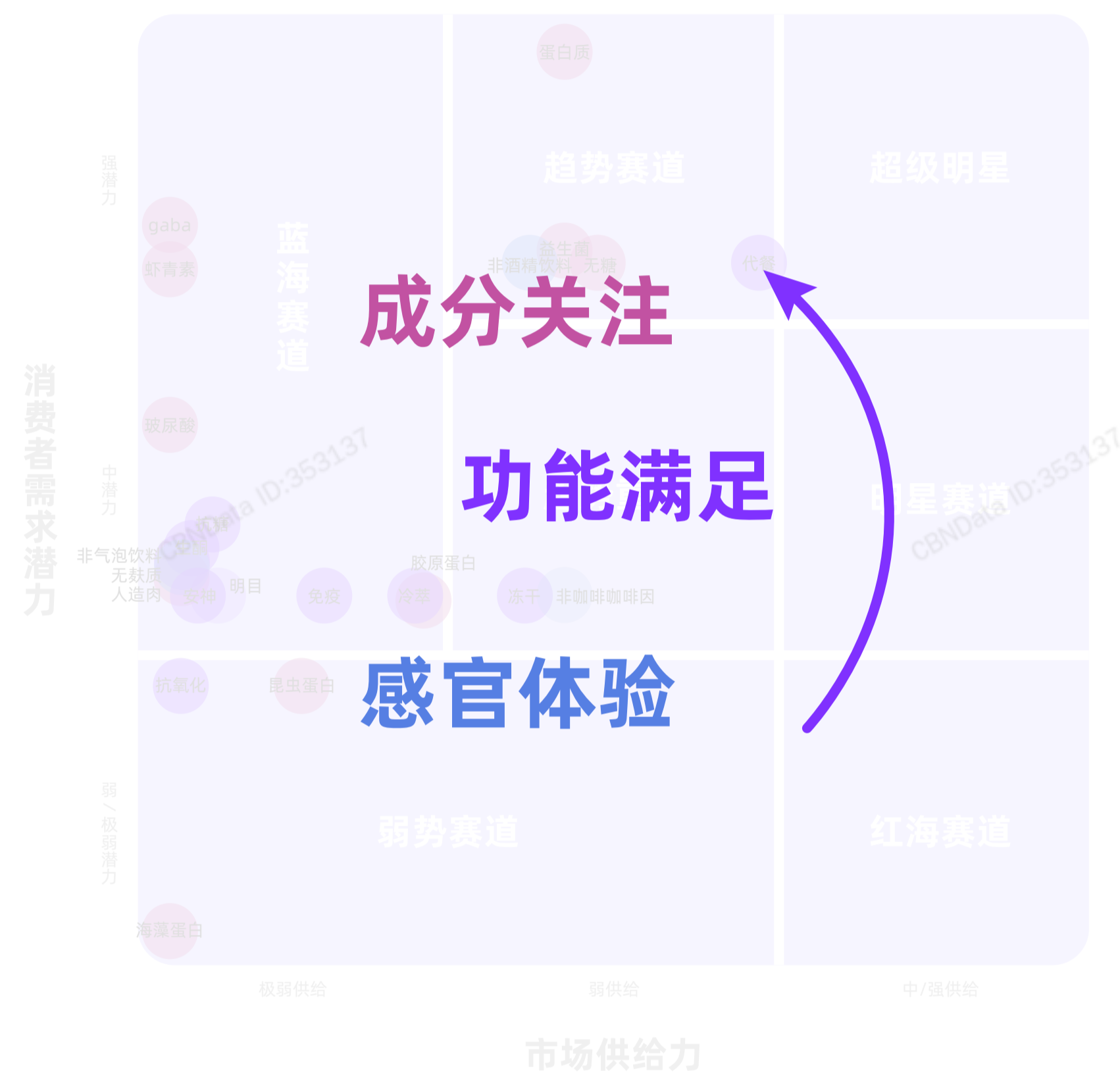
通过消费者需求和市场供给情况，挖掘市场上的空白/新兴机会点



食品行业消费新趋势



食品行业需求类属三大层级，呈“精细化”趋势发展



感官体验

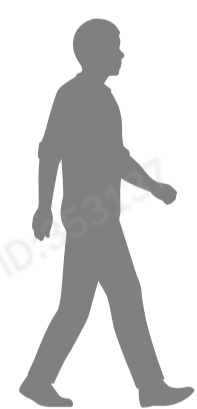
饮食最先满足的就是味蕾上的诉求

功能满足

追求功能性的满足，品质化的生活

成分关注

开始关注成分，追求更极致的体验



成分关注
功能供给

不同层级的发展依赖于消费者对不同产品认知所处的阶段；消费者在功能需求满足之后，就会追求更极致的成分体验，所以**成分党**在食品行业中出现

1. 感官体验：追求味蕾上的新奇特体验

食品消费的基础层级，就是满足味蕾的诉求
食品行业边界逐渐模糊，口味在出圈，与他品类跨界融合

非饮品

气泡

非酒饮

酒精

非咖啡

咖啡因

唤醒多重感官体验，捕猎消费者对新奇事物的好奇探索欲

非饮品 气泡

酒心巧克力走向品质化，曾经小时候的烈酒口味转向更为丰富的果酒口感

非酒饮 酒精



* 气泡元素覆盖品类排除“酒饮”和“饮料”



* 酒精元素覆盖品类排除“酒饮”



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16750



云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn

云报告
https://www.yunbaogao.cn