

資訊快報: 零食消費趨勢



在大多數已開發國家和開發中國家，由於日益繁忙的生活方式，促使消費市場對於快速且方便的點心產品需求升高。以全球宏觀數據來看，年輕的消費族群帶動零食需求蓬勃發展，他們認為健康的零食能夠幫助身體保持能量平衡，對於體重管理也有所助益。

零食產品市場規模



2016 預估市場價值單位: 十億美金(1)

零食產品朝向更天然健康的趨勢前進⁴

63%



新鮮蔬果

42%



乳製品類

40%



堅果類

吃零食的時間⁴



73%



94%



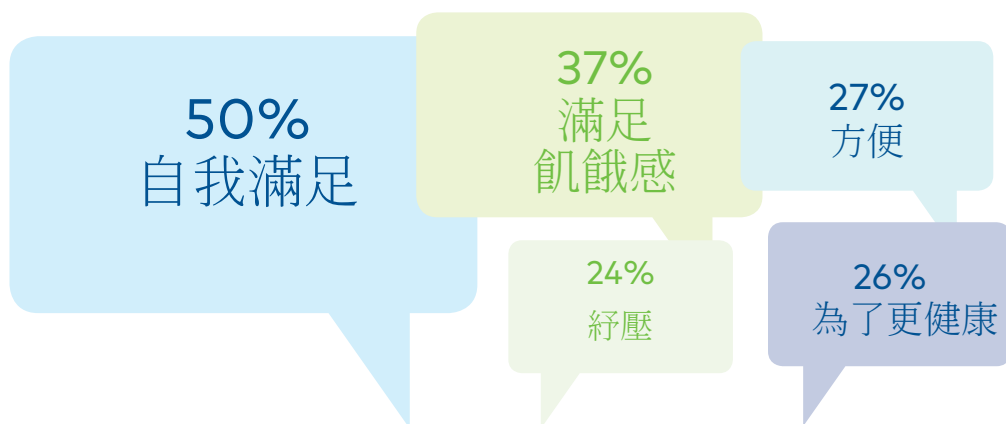
88%

每天吃零食的次數⁵



*Based on the snacking frequency a day

吃零食的動機



大多數的消費者吃零食是為了自我滿足。健康取向的零食應以“好吃”為目標，才能讓消費者享受零食。³

機會



易於保存的乳製品
能夠保存於常溫乳製品零食是市場上較少開發的產品類別。



點心代餐
以零食、點心取代餐食的需求增加。¹



高蛋白點心
消費者期待零食能夠幫助保持能量平衡，富含高蛋白營養的零食有很大的銷售機會。⁶



攜帶方便的包裝
單份或可以重複封口的包裝，增加攜帶的便利性且幫助減少浪費。⁴

資料來源:

1. Euromonitor | Packaged food 2017
2. Mintel | Food & Beverages
3. Mintel | 'Snacking Motivations and Attitudes' May 2017
4. Mintel | 'Consumer Snacking Trends' January 2017

5. New Nutrition Business | '10 Key Trends In Food, Nutrition & Health 2016' December 2016
6. Mintel | 'Dairy Snacking' August 2017