

FOODAILY
每日食品

FOODAILY FBIC 2024 全球食品饮料创新大会

以数焕新，点燃品质零食创新之火

曹力

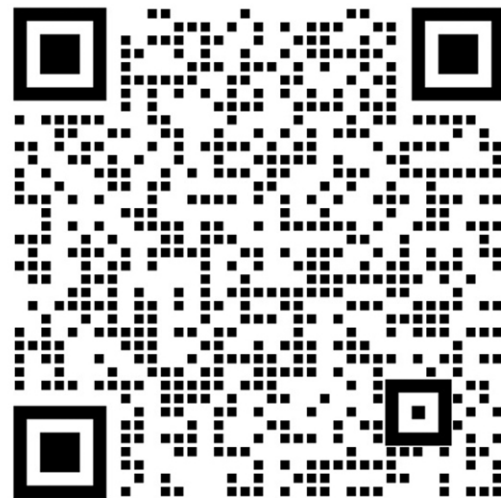
Nint任拓集团 CMO



立即扫码加入报告群

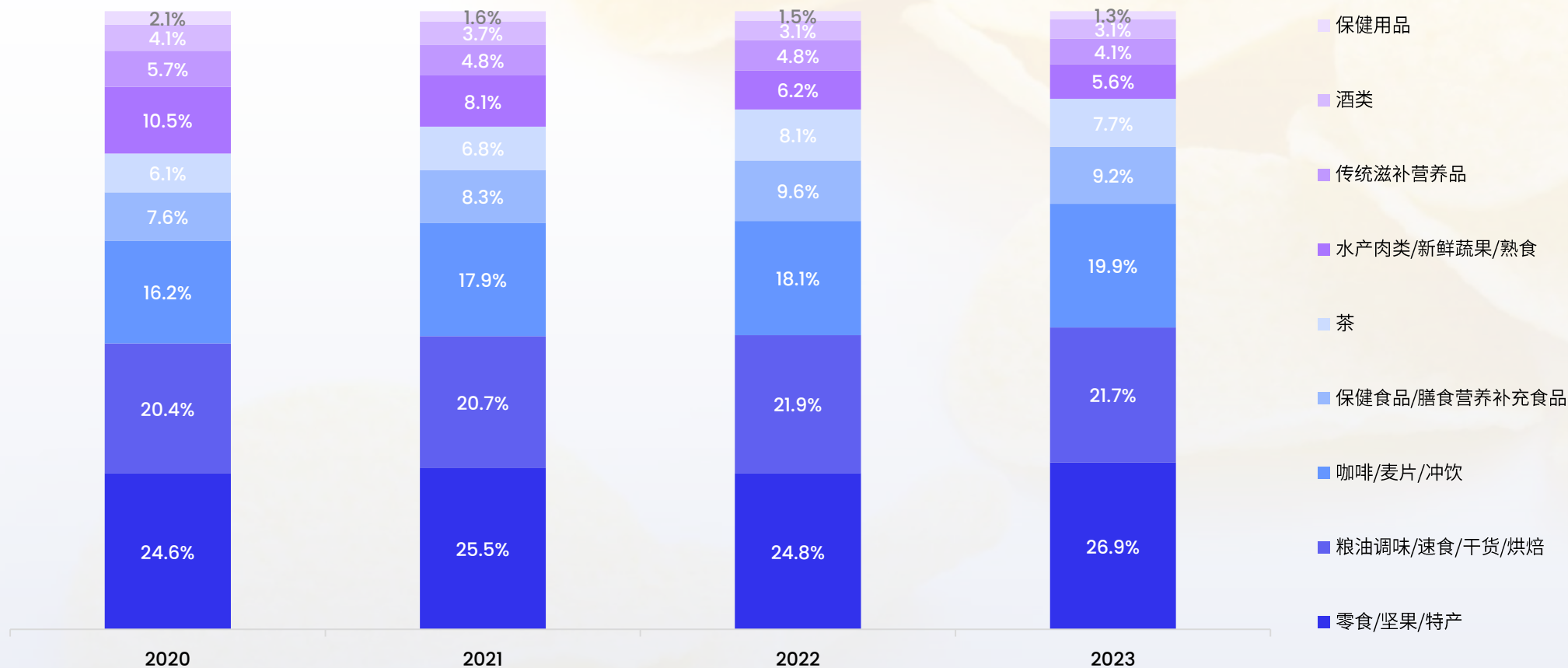
- 每日免费报告
- 自动查询报告&图表
- 热门行业垂直情报群
- 互联网、金融、地产行业交流群

行业报告均为公开发行人版本，
一切权利归原作者所有，
仅做内部学习使用！



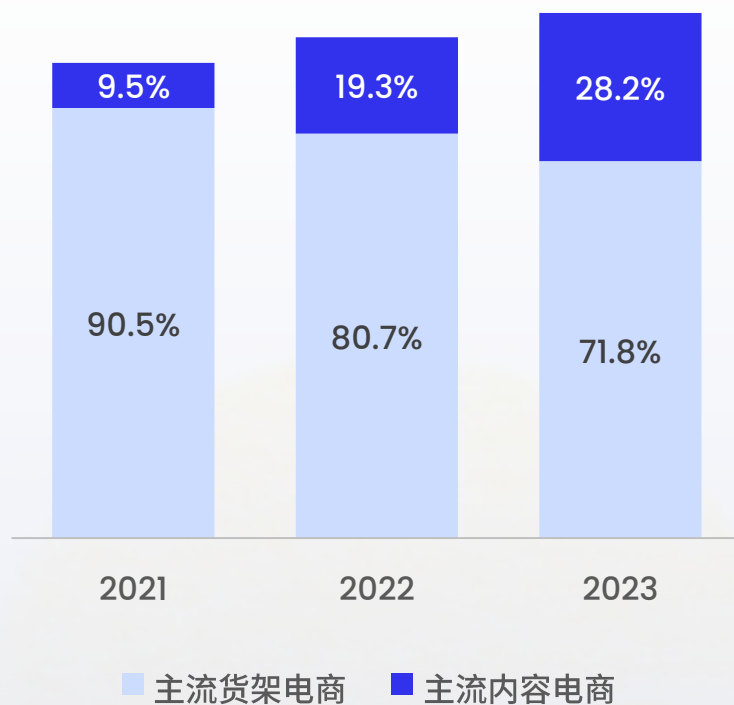
零食占比1/4，稳坐食品行业电商渠道第一支柱

追踪2020-2023年 电商渠道食品类目市占率



零食线上规模逼近5000亿，内容电商拉动全域增长

追踪2021-2023年 主流货架电商&内容电商
市场份额变化



2023主流内容电商
↑ 53%+

2023全域电商
↑ 11%+

受益于短视频、直播及短剧的飞速发展，
内容电商市场规模快速扩张，2023年零食行业增长
超53%，拉动全域增长超11%

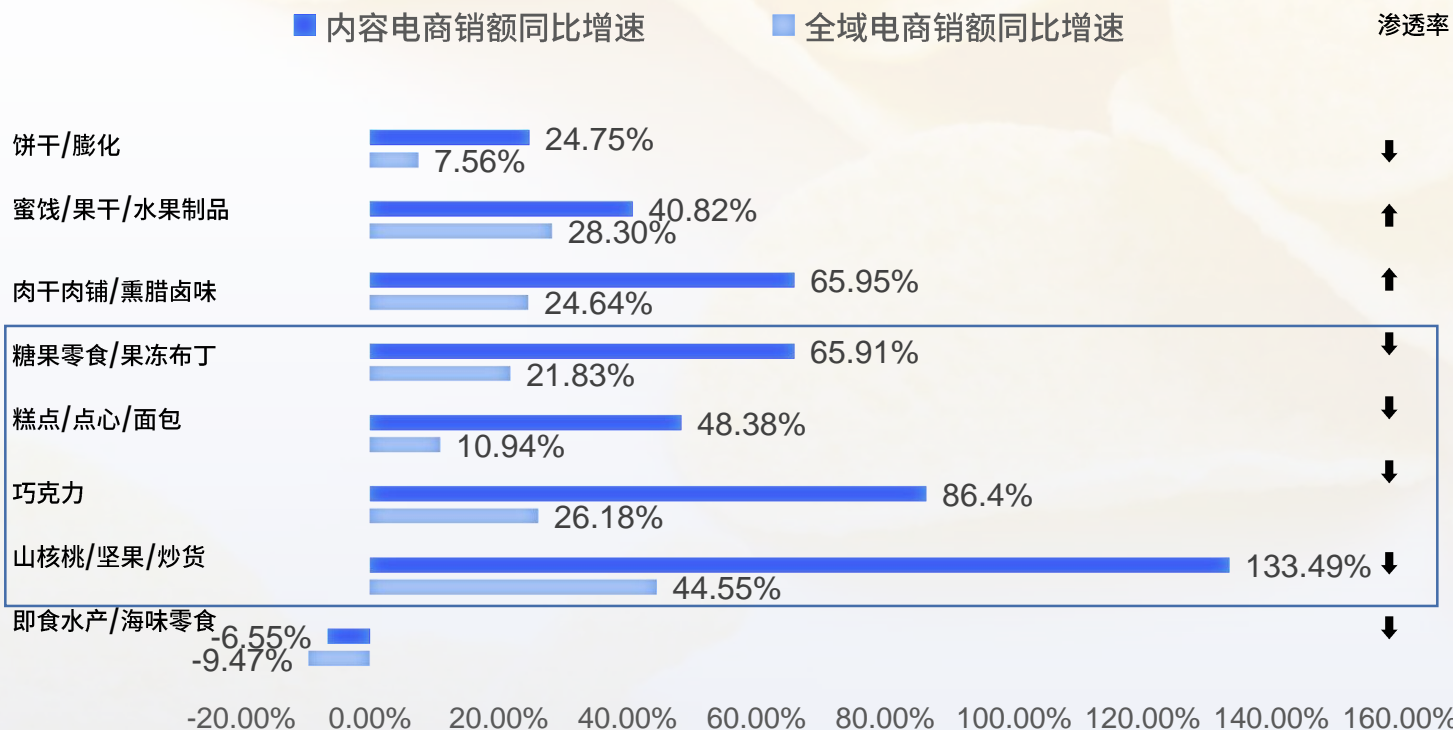
2024Q1开门红，内容电商零食类目高增超50%



内容电商

- 增长: **+50%**
- 规模: 近**1800亿**

追踪2024年1-3月 零食子类目消费趋势



低渗透
高增长
可考虑进入

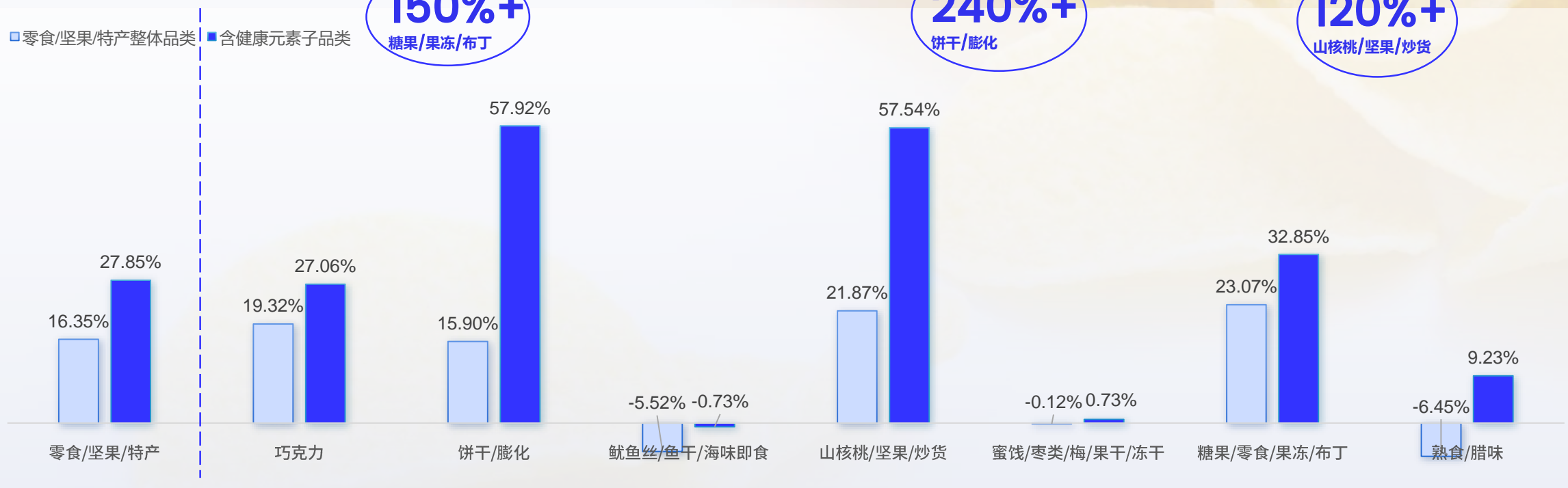
高增健康元素，带动行业涨势喜人

追踪 MAT202303 vs MAT202403

主流内容电商&货架电商零食/坚果/特产整体品类与含健康概念品类增长对比

附加健康概念 (部分)

成分				蔬菜&谷物元素				技术		功能性成分												
无糖	养生	代餐	草药	高蛋白	坚果	低卡	有机	燕麦	姜黄	青稞	奇亚籽	藜麦	草本	大豆	非油炸	非转基因	维生素	锌	硒	植物	植物甾醇	核糖



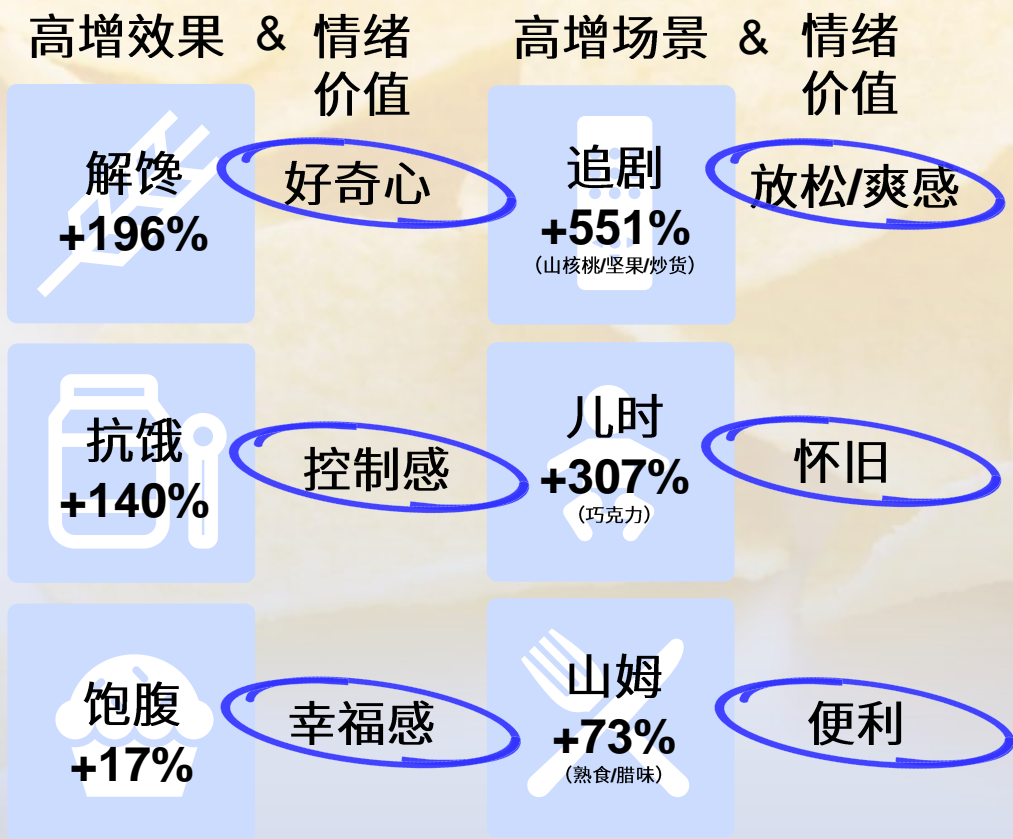
可衡量的情绪价值，助力品牌好评销额齐升

追踪 2024年1-3月

主流货架电商零食/坚果/特产-产品-使用效果好评热词



MAT202403 销售额增长



品质零食创新先行的3大痛点

产品卷

渠道卷

消费者
多变

创新的配方关键词：“准”

标签体系打通全域电商

内容种草 引导转化



反哺产品创新及内容策略

标签体系打通人、货、场、内容



AI标签赋能的创新公式

场景标签
Occasion Tag



痛点标签
Pain Point Tag



卖点标签
Selling Point Tag



产品创新机会
Product Innovation Opportunities

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/336040003153010211>