

Z时代休闲食品消费可持续行为研究

阳 欢 Jaime T. Ballena IV

圣路易斯大学, 菲律宾·碧瑶市 2600

【摘要】休闲食物正逐渐转变为人们寻求安全、情绪交流以及归宿的主要来源,并且会因消费水平提高的速度而有所增长。我们针对休闲食品行业的创新发展情况和走向,进行了深入地研究,并对其未来的发展方向做出了详细的分析。这些研究结果为产业的优质发展提供了宝贵的参考,同时也为政府和企业提供了一个了解行业最新动态、制定相应决策的重要依据。

【关键词】Z时代; 休闲食品; 消费; 可持续行为

前言

Z世代是指在全球范围内被官方定义为1996年至2010年间出生的人群,约占中国人口的15%,代表着国内消费增长的下一个引擎。这些年轻人从诞生之日起便和互联网信息的世界紧密相连,并且在数码科技、实时通讯工具、智能手机等方面的影响力相当强烈。

1 Z时代消费理念的多元特质

根据2018年中国国家统计局的数据,1995年至2009年间中国大陆出生的人口大约为2.6亿,这大约占到了2018年总人口的19%。95后的人口大约是9945万,00后的人口大约是8312万,而05后的人口大约是7995万。Z一代人不只是个性鲜明、眼界宽广、理智实事求是、自主包容,更是一个极其庞大的消费者群体,他们的消费能力无法被预测。他们拥有独一无二的购物习惯、购物选项以及购物方法,并塑造了自身的购物风格、购物模式以及购物特征。

1.1 看重消费体验

Z时代的人格格外注重购买、浏览、场地、测试、手势、图片、影像、感官、气氛和服务的体验。他们热衷于模拟、实地制作,对于智能手机的组装有着浓厚的兴趣,并且偏爱在线与现场的完全融合的服务、独一无二的商品、个性化的品牌,还有体验型的环境。他们非常关注商品的质地、外形、视觉效果、色彩、价格、图案、线条、结构,以及其耐久性、舒适性、清晰度等方面。对于那些可以让人得到精神安抚和内在提升的产品,他们更倾向于追求“眼缘”和“瞬息即逝”。

1.2 拒绝奢靡消费

根据2021年3月中国社会科学院及其他相关组织共同公开的Z族群的价值取向调查结果,Z族在购物决策中,更加重视性能与经济效益,并且对产品的独特之处和使用体验给予了高度的重视。78%的被调查者养成了定期存钱的生活方式,而只有11%的被调查者正在思考购置住宅或汽车的可能。“宝贝青年”们也可能会“为8元的邮寄费用和15元的

会员费感到心痛”。

1.3 在乎消费品位

在物质丰富的时代,Z世代已经远离了贫困、饥饿和艰难的旧时代,他们拥有更多的选择空间、更广阔的视野和更多的趣味。他们需要在复杂多变的消费环境中展示自己独特的消费观念、消费角度和消费品位,体现出个人的消费理念、消费感受和消费风格。

1.4 接纳消费符号

Z一代人在进行消费文化的象征性转移与象征性创造的过程中,寻找的并非只有一种“可见的生活”,还涵盖了许多由互联网媒体以及流行象征体现的生活。

2 休闲食品行业现状

2.1 休闲食品行业定义及现状介绍

事实上,休闲食品也属于快速消费品的范畴,它们通常被用于人们的空余和休息时间。食品的消费方式可以被理解为娱乐性质的食品,其中包括:干果、膨化食品、糖果和肉刺食品等。随着消费者对休闲食品种类和质量的需求持续上升,休闲食品行业被定义为专门生产和提供休闲食品相关服务的机构或个人的组织架构的总体。对于休闲食品行业的定义有深入理解,对于预测并指引该行业的未来发展,以及指引行业投资的方向,具有极其重要的意义。

在短期的结构性改革之后,我国的休闲食品行业已经淘汰了过时的生产能力,并筛选出了不符合标准的公司。同时,随着人们对于消费的理解和需求的增加,我国的休闲食品行业仍然会保持稳定的增长态势,未来的发展趋势将是向更高的品质和质量进步,表现为产品种类的扩大、消费的多样化等新的趋势。

2.2 休闲食品市场规模分析

随着我们的国家政策持续改善,我们预计更多的消费需求即将得到满足。休闲食品产业将紧密融合产业链的各个环节,全面把握用户需求的变化,极大地拓宽行业应用的范围。经过持续提高和改进产品和服务的质量,我们能够促进

休闲食品行业的快速发展。目前,中国的休闲食品产业还在初级阶段。伴随着中国的经济稳定且迅猛的扩张,中国的城市化程度还在不断上升,城市居民的数目也在逐渐上升,而且,每个人的平均国家收益以及每个家庭的可用财富也呈现出积极的上升趋势。所有这一切,都为中国的休闲食品连锁业的持久进步创造了宽广的商机。随着产业的提升,休闲零食行业的各个环节逐渐完善,包括冷藏、运输和制造技术的不断发展。同时,标准化和数码化的制造管理体系和灵活的供货链的完善,也促使了休闲零食行业的创新发展。据资料显示,2022年我国休闲食品行业市场规模约为15291.6亿元,同比增长6.4%。其中烘焙食品是最主要的细分种类,市场占比约为42.42%,其次为坚果炒货及糖果、巧克力,是常规占比分别为13.75%和10.93%。

2.3 休闲食品市场运营情况分析

(1) 市场需求分析:休闲食品行业的市场需求是指在特定的时间和条件下,在特定的市场区域内能够向消费者提供的商品或服务的总数。对于休闲食品的供需情况进行评估,我们还需要将其纳入整体的项目周期中。市场覆盖了国内外的各个领域,而对于市场供应的评估也可以被划分为现有的供应数量与未来的供应数量,其中,后一种则代表了在进行预期的过程中,市场的真正供应能力。

(2) 市场的需要分析。我国的休闲食品领域的产品和服务架构的改革并非只针对产品,同时也涉及休闲食品公司的布局。对区域布局进行优化,未来一段时间内,行业融合、区域布局优化以及企业布局优化都将是行业布局优化的关键环节。由于各项政府推动并规定的休闲食品产业的发展措施的陆续实施,这个产业正在逐渐走向标准化。同时,由于公众对于消费的认识度持续增强,大量的组织和社会投资也在积极涌向这个产品的市场,这极大地推动了产品的迅猛增长,使得休闲食品产业的未来发展潜力巨大。

(3) 市场定价:随着全球经济一体化的推进,休闲食品产业的经济渗透到全球市场的范围和程度日益扩大。相对于休闲食品行业的扩大,用户需求也在稳步上升。以真实情况为基础,我们应该设立适当的休闲食品产业价格,这将推动产业的持续壮大与消费的持续拓宽,同时也能确保产业的健康稳健地成长。观察长期走势,休闲食品行业的市场价格应保持在一个较高的合理水平。价格的增长和下降主要受到人力资源、产品和服务的改进、市场竞争以及交通运输等各种因素的影响,这会导致休闲食品行业的价格出现一些波动。然而,供需关系长期保持稳定增长,总体趋势是向好的。

(4) 市场的供需均衡:这个均衡意味着消除供需之间的不匹配和失衡,让供应和需求能够相互配合,达到一致性,减少供需的差距,以达到供需的平衡。事实上,休闲食品领域的市场供求关系有所不平衡。对于需求方面的市

场还有很大的潜力,而对于供给方面的产品质量则存在较大的差异。

3 传统休闲食品行业发展趋势预测

3.1 传统休闲食品行业当下面临的机会和挑战

当今的市场竞争压力巨大,国内的传统休闲食品公司,如分销商,正遭受着空前的考验与可能性。从一个角度来看,由于传统的休闲食品领域的激烈竞争,各公司都进入了激烈的内部对抗,其中的价格战已经达到了顶峰,这导致许多传统的休闲食品公司无法维持运营。同时,那些具备强势地位的领军公司也正在逐渐撤离其市场。从另一个角度看,我国的传统休闲食品行业的飞速发展为其提供了广阔的市场发展潜力。在同样的市场环境下,能够抓住机遇的企业发展迅速,传统休闲食品行业的一些企业经不起市场的考验,必然会出现整合或发展困难,经营难以持续。

一些传统休闲食品领域的领军企业的优势在于,他们能够通过缩减单店的规模来接触社区和消费者。从另一个角度来看,借助于各个分支机构的联合运营,可以增加公司的规模,并且提升公司的整体形象。利用集中采购和共享的方式,如技术、管理和客户等多元化的资源,能够显著减少单独分散的终端销售的运营开支。因此,他们面临着巨大的进步潜力。随着产品质量的不断提升,其发展趋势也日益明确,为其创造了更多的发展机会。但是,目前,我们看到的国内模式并不常见。大部分的松散型产品销售联盟都来自传统的休闲食品制造商,目的在于宣传他们的产品。这些专营商仅限于简洁地达到形象的整合以及某些商品的大规模采购。

3.2 传统休闲食品行业经营理念快速转变的意义

一个成功的传统休闲食品业商业模式,首先要有明确的定位和思路。市场定位必须准确,我们应该冷静地分析自己的优势和劣势、机会和威胁。要有明确的发展思路和成熟的战略战术。在市场成熟之前,我们应该先发制人,迅速改变经营思路,抓住第一个机会。

对于传统的休闲食品领域的商业运作,我们的商业策略需要具备弹性。采取独特的经营策略,实施差异化的经营方式。为了维持不断地创新,我们必须在商业领域与竞争者产生鲜明的区别,这种区别恰恰满足了消费者的需求。我们应该习惯于学习如何更好地满足最终用户的需求,同时满足网络单元用户的需求。

3.3 整合传统休闲食品行业的技术服务

转变经营理念是走传统休闲食品业经营之路的前提。然而,只有将概念转化为行动,它才能最具说服力。在这方面,我们需要在技术和服务方面做出更多努力,以迎接传统休闲食品行业新时代的到来。首要任务是构筑一个全面的信息管理架构,这对于技术与服务来说尤为重要。这些信息涵盖了新的产品、技术、竞争者、顾客以及市场等各

个方面,我们会对这些收集到的数据进行实时的分析、处理以及交流。

4 可持续食品生产与加工技术

食品企业对可持续发展目标的重要性和影响覆盖了经济、社会和环境三个方面。**经济方面**,可持续发展是企业的长期经营战略。在实现可持续发展的过程中,食品企业需要采用更环保的生产方式,减少能源和资源的消耗,从而降低生产成本,提高利润率。同时,通过投资和研发,优化生产、产品和技术,提高市场竞争力和创新能力,实现企业的可持续增长。可持续发展还可以促进整个食品产业的发展,吸引更多的投资和资源,推动行业的升级和转型。

社会方面,食品企业对可持续发展目标的重要性体现在社会责任上。食品企业需要关注消费者和员工的权益,在保障食品安全和提供优质服务的前提下,提供公平的工作机会和良好的工作环境。通过推动社会公正和公平的发展,增加就业机会,提高人们的生活质量,促进社会的和谐稳定。

环境方面,食品企业对可持续发展目标的重要性体现在资源和环境保护上。食品企业需要采用更环保的生产方式,减少污染和资源浪费。通过控制化学和生物污染,加强废物和能源的回收利用,减少二氧化碳和其他温室气体的排放,降低对大气、水源和土地等自然资源的压力,保护生态平衡和自然环境。

综上所述,食品企业对可持续发展目标的重要性和影响在经济、社会和环境方面都十分显著。因此,食品企业在实践过程中需要统筹考虑这些方面,将可持续发展理念落实到企业的各个层面,为人类的可持续发展作出积极贡献。

5 休闲食品可持续消费的原则

5.1 环境保护优先原则

在制造和享受休闲食品的时候,我们应该首要关注环境保护的需求,以确保资源的适当使用和废弃物的高效处理。

5.2 社会责任原则

公司应当承担社会责任,保障产品的质量和安全,确保消费者的健康,同时也要注意注重员工福利和供应链的持续发展。

5.3 市场导向原则

执行休闲食品的长期购买战略时,必须将市场的需要作为指引,并依照顾客的需要来修改商品的战术,从而增强其在市场上的竞争优势。

6 休闲食品可持续消费的措施

6.1 优化生产和供应链管理

公司需要改进制造与供应链的运营,以削减对资源的依赖与能量的使用,并尽量避免产出废品。此外,也需要重视在供应链上的员工利益,以保障其长期稳定地运营。

6.2 研发可持续产品

公司应该提升对可持续产品的开发能力,研发出满足健康、环保和社会责任标准的产品。比如,可以开发出低糖、

低脂、高纤维等健康休闲食品,并使用环保包装材料等。

6.3 提升消费者意识

利用多样化的途径,将休闲食品的可持续性理念灌输给顾客,增强他们对于环境保护与社会义务的重视。比如,进行网络与现场的广告宣传,并且推行围绕可持续性的包装设计。此外,也要为顾客提供有关环境保护与社会义务的相关资讯,比如产品的制造流程、公司的可持续性发展经验等。另外,我们也倡导消费者加入公司的长期行动。比如,我们可以制定一个消费者激励方案,以此来激励消费者避免购买超出预算或过度包装的休闲食品。这不仅有助于公司更加注重可持续发展,同时也让消费者体验到我们的实力和影响。我们仍有大量的工作需要进行,比如,定期举办环保知识的培训或讲座,向员工传播可持续发展的观念和实施策略;或者在学校进行相关的教育活动,从小就培养孩子们的环保观念和社会责任心。唯有在更多的公众认清其购物习惯对环境及社区的作用后,可持续购物方式才能被广泛接受。所以,对公司与政府而言,增进推广与教导是至关重要的一步。唯有如此,我们才能达成休闲食物的长期购买。

7 结语

时代的年轻人在消费观念和行为上呈现出新的特点。他们注重产品的品质,愿意为优质的商品付出更多;同时,他们追求个性化消费,选择与众不同的产品来塑造自己的个性形象;此外,他们还注重社会责任,选择支持可持续发展和社会进步的品牌和产品。随着Z时代的年轻人的消费力逐渐增强,他们对市场的影响力也在不断加大。在这个消费观念不断演变的时代,企业需要更好地理解并满足年轻人的需求,提供高品质、个性化和具有社会责任感的产品和服务。只有这样,才能赢得年轻人的青睐和长期支持。

参考文献:

- [1] 韩家寅. 大成食品: 践行可持续发展农业[J]. 农经, 2016: 58-59.
- [2] 全世文. 食品可持续消费行为: 动力机制与引导策略[J]. 世界农业, 2020: 13.
- [3] 柳海云, 孙侨伟, Essam Abdelmawla, 李雪凤, 于浩男. 基于消费者行为的食品可追溯保障体系研究[J]. 物流科技, 2020: 4.
- [4] 食品企业可持续发展绩效评价研究[D]. 河南工业大学, 2020.
- [5] 消费者行为视角下M休闲食品公司的营销策略研究[D]. 河南大学, 2022.

作者简介:

阳欢(1984.8-),女,博士在读,研究方向:企业管理、市场营销;

Jaime T. Ballena IV (1974.2-),男,博士,教授,研究方向:管理与统计学。