方便速食　人群研究

2021 速食青年消费趋势报告

CBNDATA 第一财经商业数据中心 × 淘宝直播 ONMAP 消费者和行业趋势探索器

© 2021 CBNData. All rights reserved.

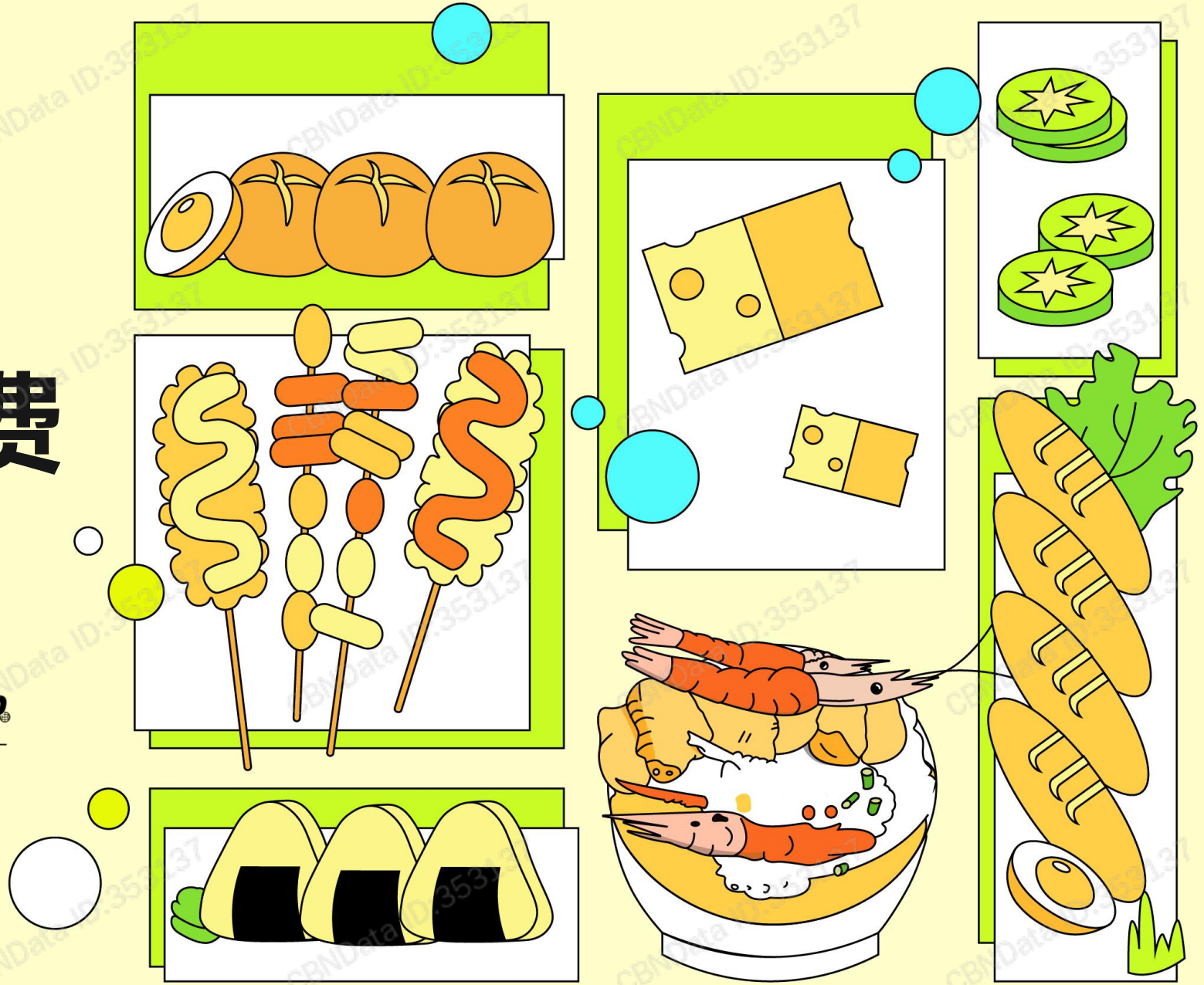


TABLE OF CONTENTS 目录

第一部分：

速食市场消费概述

1

第二部分：

速食青年人群画像

2

第三部分：

速食青年五大消费特点

3

CBNData ID:353137

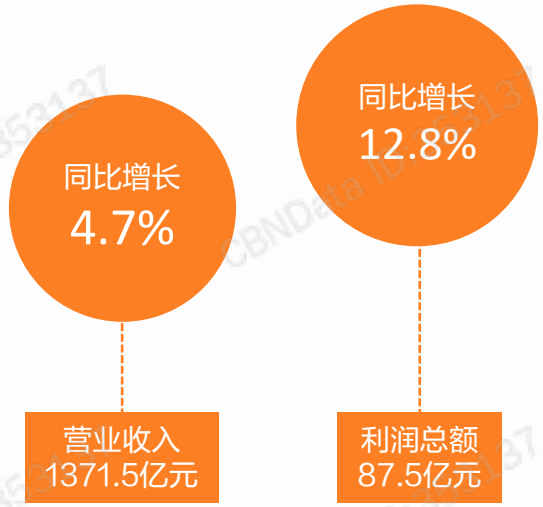
01 速食市场消费概述

CBNData ID:353137

速食市场规模稳步扩大，线上渠道成为有力增长引擎

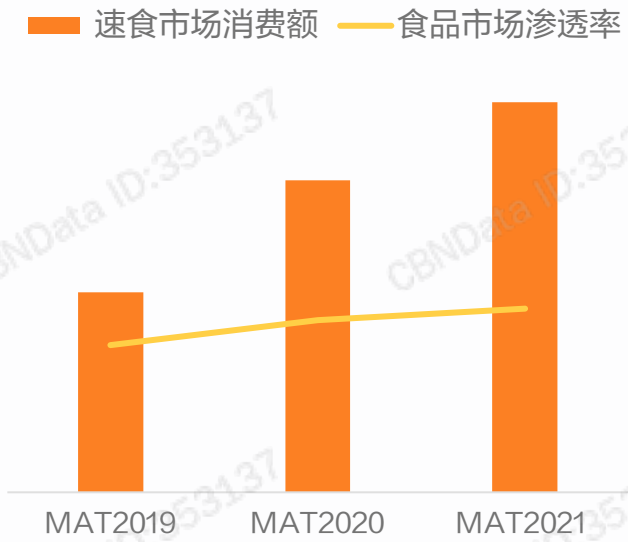
2020年上半年，我国方便食品制造企业营业收入、利润总额双双增长。线上速食市场的消费额、渗透率稳步提升，线上渠道成为方便食品行业增长的有力引擎。对比线上食品市场，线上速食市场的消费额、消费人群、客单价、消费频次增速更高，速食市场空间广阔。

2020年1月-6月全国方便食品制造企业营业收入、利润总额及增速



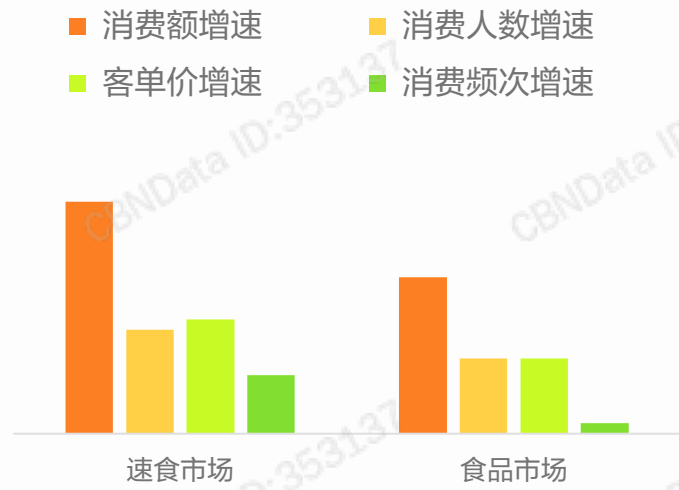
数据来源：第二十届中国方便食品大会

MAT2019-2021线上速食市场消费额及市场渗透率变化



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：食品市场渗透率=速食市场消费额/食品市场消费额*100%

MAT2021线上速食市场VS食品市场消费额、消费人数、客单价、消费频次增速

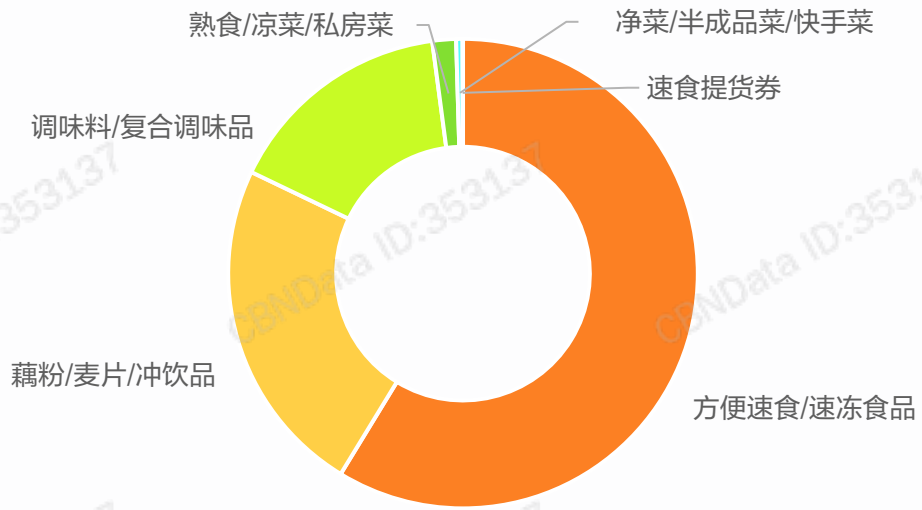


数据来源：CBNData消费大数据

新兴速食品类涌现，新品牌加速入局

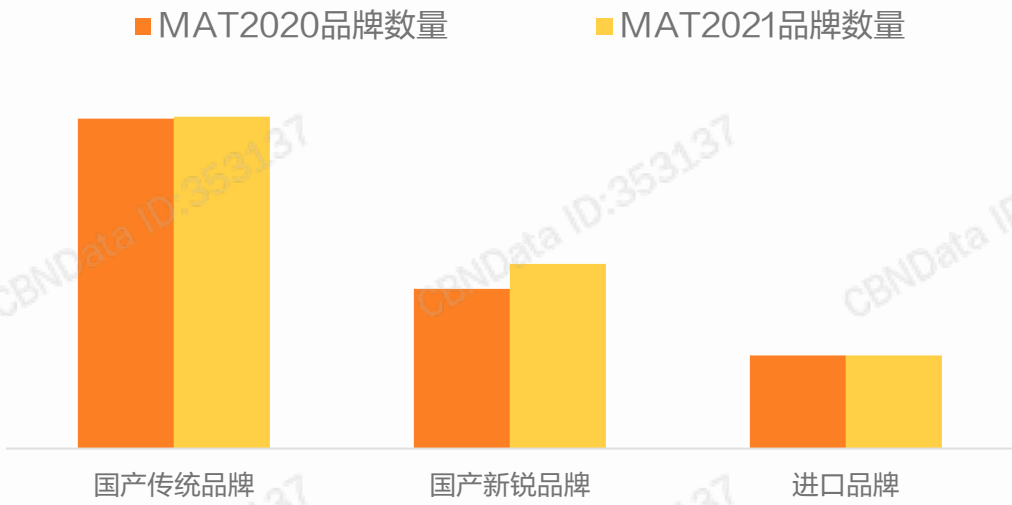
在线上速食市场中，传统品类如方便速食/速冻食品仍占据主流，但麦片冲饮、复合调料、熟食、半成品菜、速食提货券等新兴品类的出现，大大丰富速食市场格局。近一年间，新锐品牌数量提升，为速食市场注入新的活力。

MAT2021线上速食市场品类构成及消费额占比



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：调味料/复合调味品包含火锅调料、咖喱、冬阴功汤料等速食调料

MAT2020-2021线上速食市场不同类型品牌数量变化



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：国产传统品牌为成立时间5年以上的国产品牌，国产新锐品牌为成立时间5年内的国产品牌

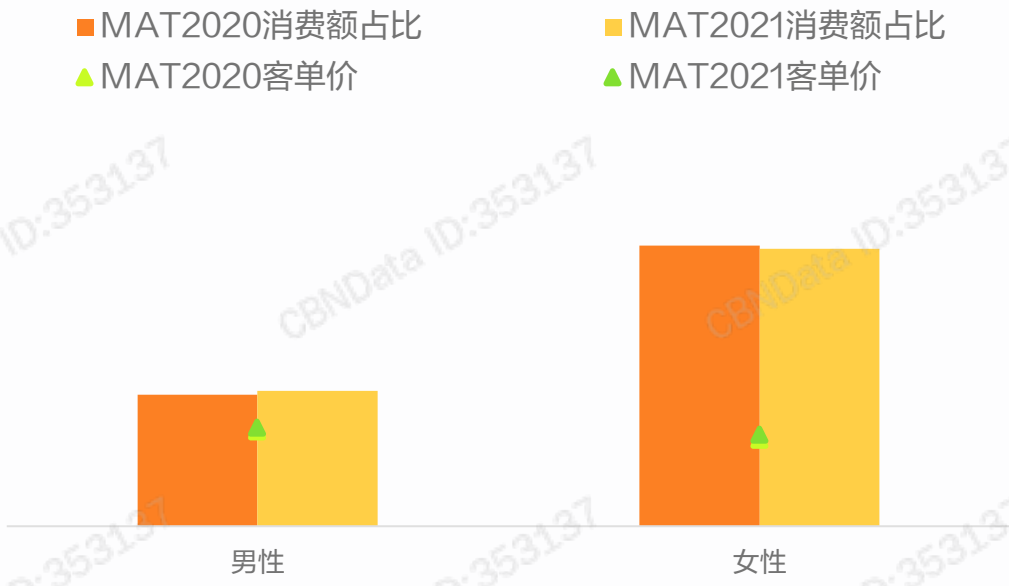
02 速食青年人群画像

CBNData ID:353137

速食市场女性消费占主导，年轻人群成为速食消费核心力量

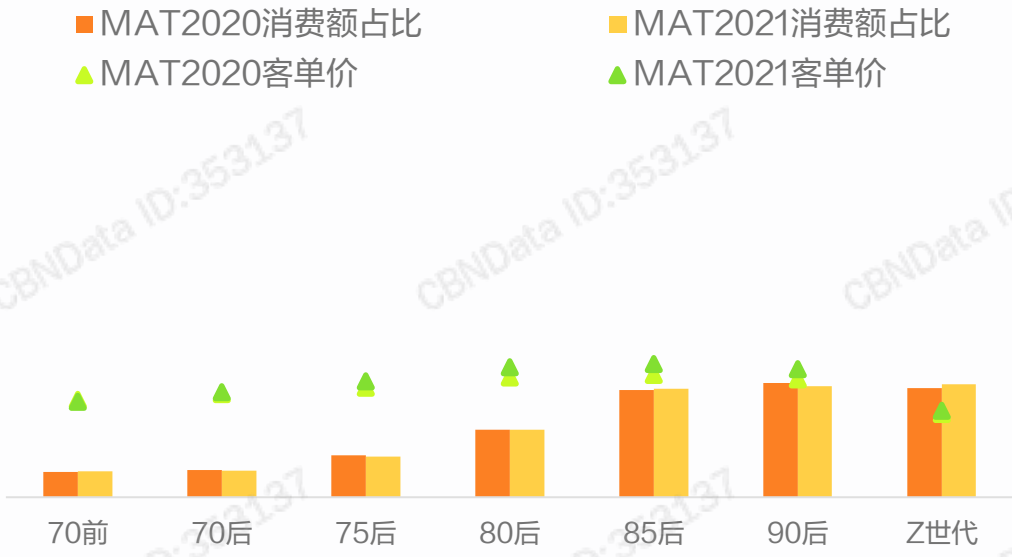
女性是速食市场当前的主要消费人群，男性客单价略高于女性，且消费额占比有所提升。85后、90后、Z世代消费额占比高于其他人群，构成速食市场的核心消费力量。对比其他代际，Z世代的客单价仍有提升空间，未来消费升级前景下消费潜力还可以进一步挖掘。

MAT2020-2021线上速食市场不同性别消费者消费额占比及客单价变化



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-2021线上速食市场不同代际消费者消费额占比及客单价变化

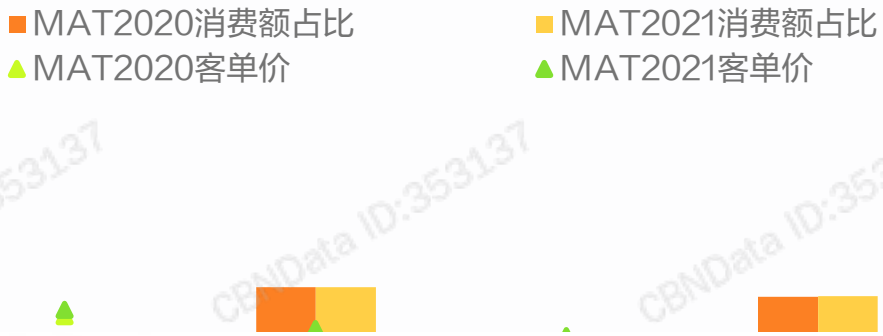


数据来源：CBNData消费大数据

一、二线市场速食需求越加细分，呈现低脂/低糖/低卡偏好

对比去年，全部城市线的速食消费客单价均有提升，一线城市客单价领跑其他城市线；二线城市消费额占比最高。不同城市线消费者对速食的需求存在差异，一、二线城市消费者表现出对低脂/低糖/低卡速食的偏好，低卡是一线市场消费者目前最大诉求。

MAT2020-2021线上速食市场不同城市线消费者消费额占比及客单价变化



MAT2021线上速食市场不同城市线消费者对低脂、低糖、低卡速食的偏好度

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_24887