

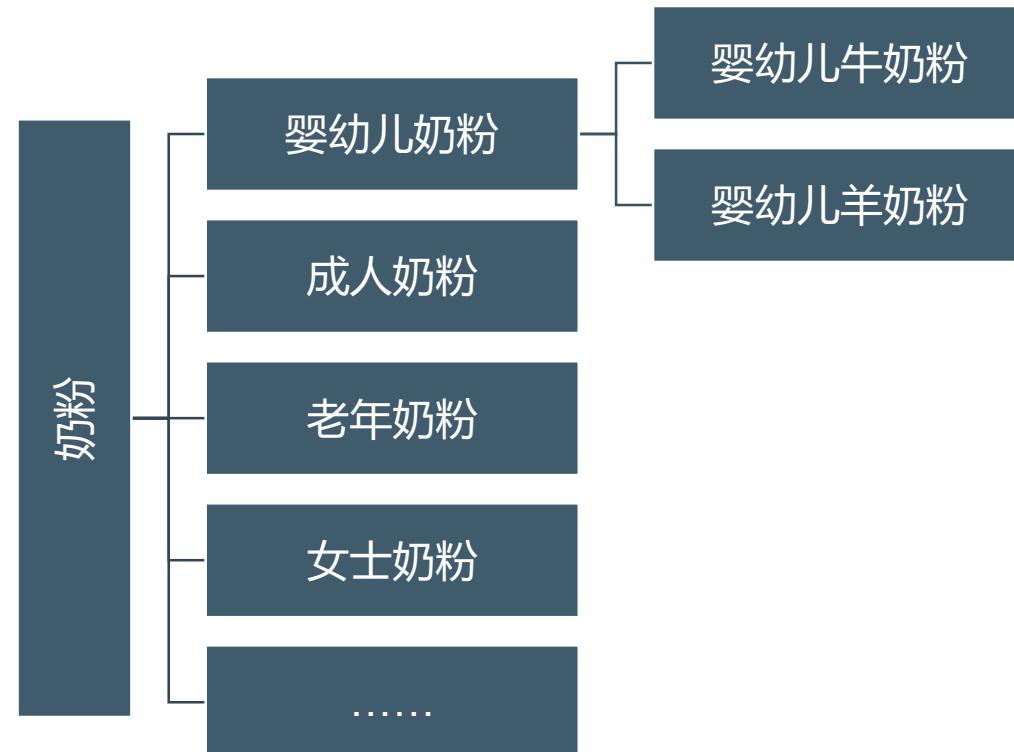
# 婴幼儿奶粉 行业研究报告



**CBNData**  
第一财经商业数据中心

# 婴幼儿奶粉定义及研究范围

- 奶粉是以新鲜牛奶或羊奶为原料，用冷冻或加热的方法，除去乳中几乎全部的水分，干燥后添加适量的维生素、矿物质等加工而成的冲调食品。本报告定义的婴幼儿奶粉又称母乳化奶粉，为了满足婴幼儿的营养需要，在普通奶粉的基础上加以调配，使其接近母乳成分，再加入各种维生素和微量元素，适宜于喂哺婴儿。



# 目录



## 行业概况



## 跨境电商



## 消费者画像



## 移动趋势



## 经营建议



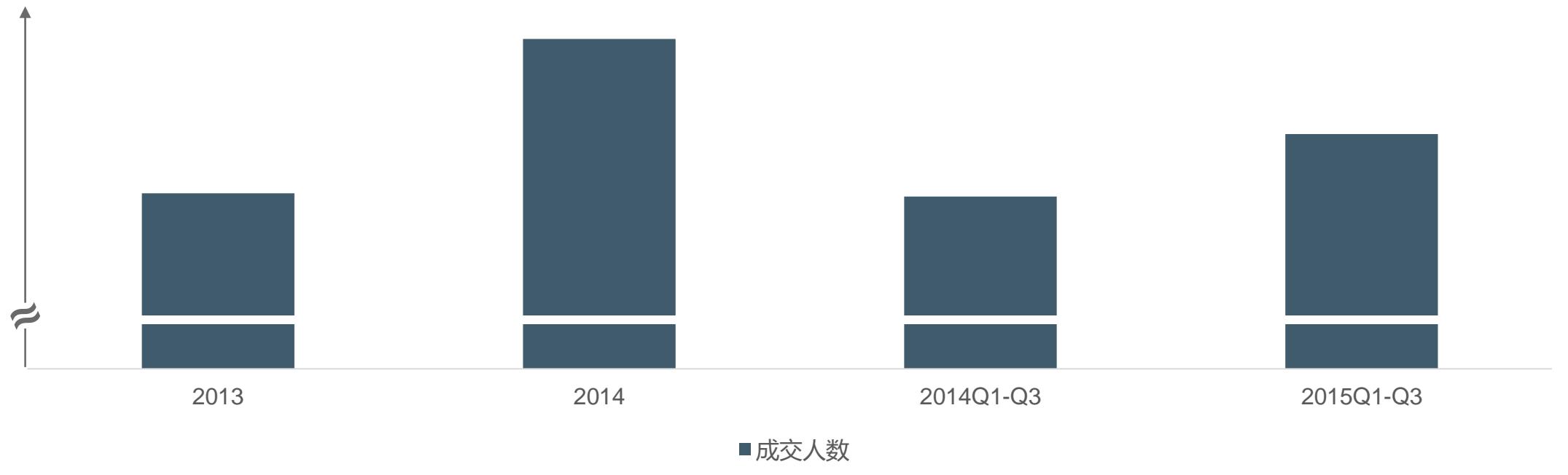
## 附录



## 行业概况

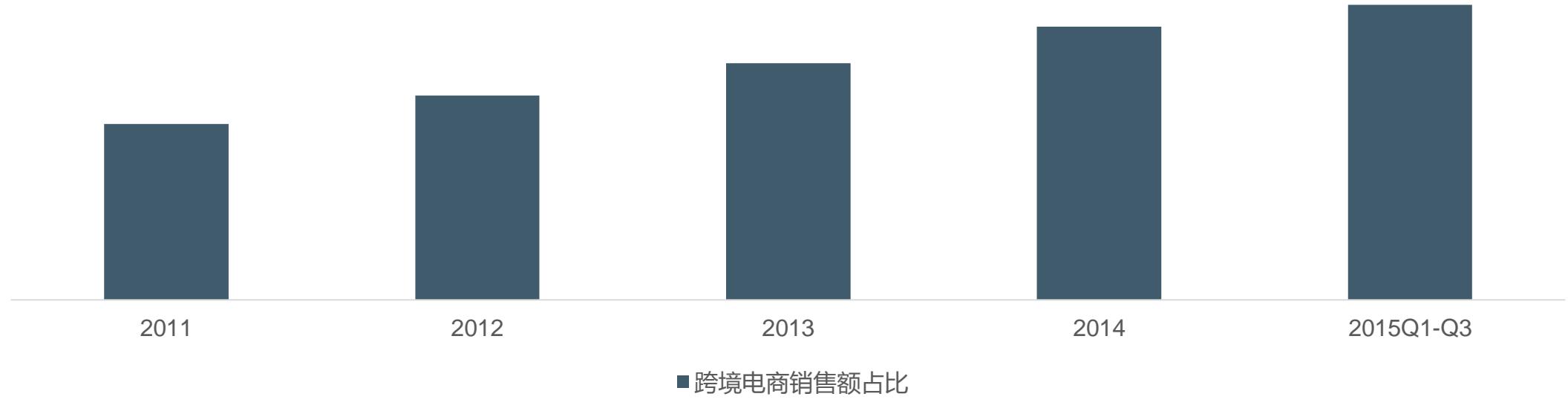
- 婴幼儿奶粉上线较早，经历了早期的快速增长后，目前进入稳定期
- 随着“全面二孩”政策的落实，母婴行业迎来黄金时代，线上购买婴幼儿奶粉的人数还将持续增加

2013-2015Q3 婴幼儿奶粉成交人数



- 出于食品安全的考虑，许多消费者倾向于购买昂贵的进口奶粉，“海淘”因而成为重要的奶粉电商形态
- 2011-2015Q3，**婴幼儿奶粉跨境电商的比例有了很大的提高**

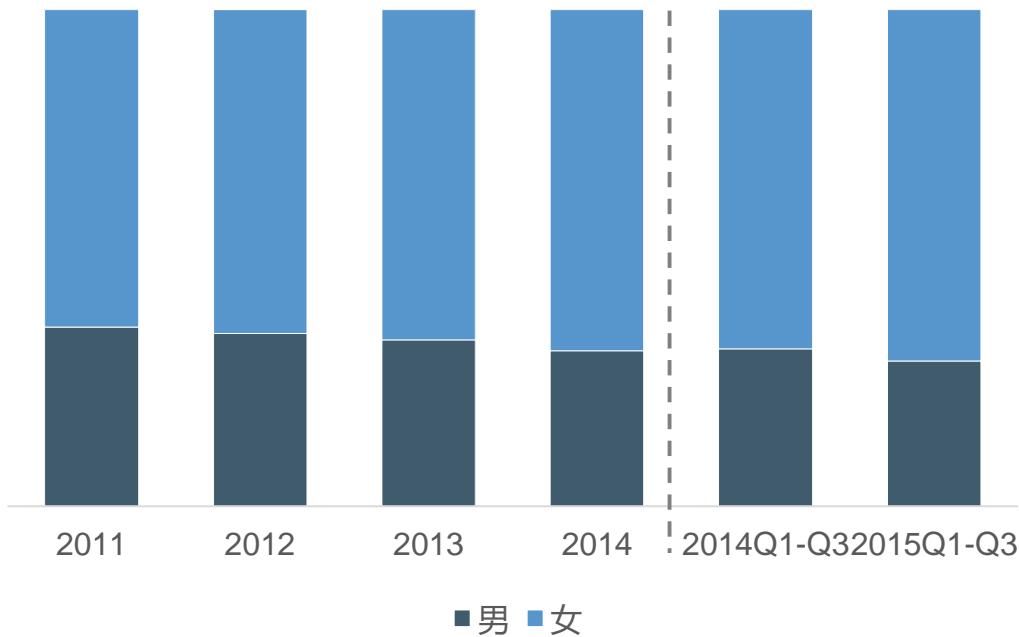
2011-2015Q3 婴幼儿奶粉跨境电商销售额占比



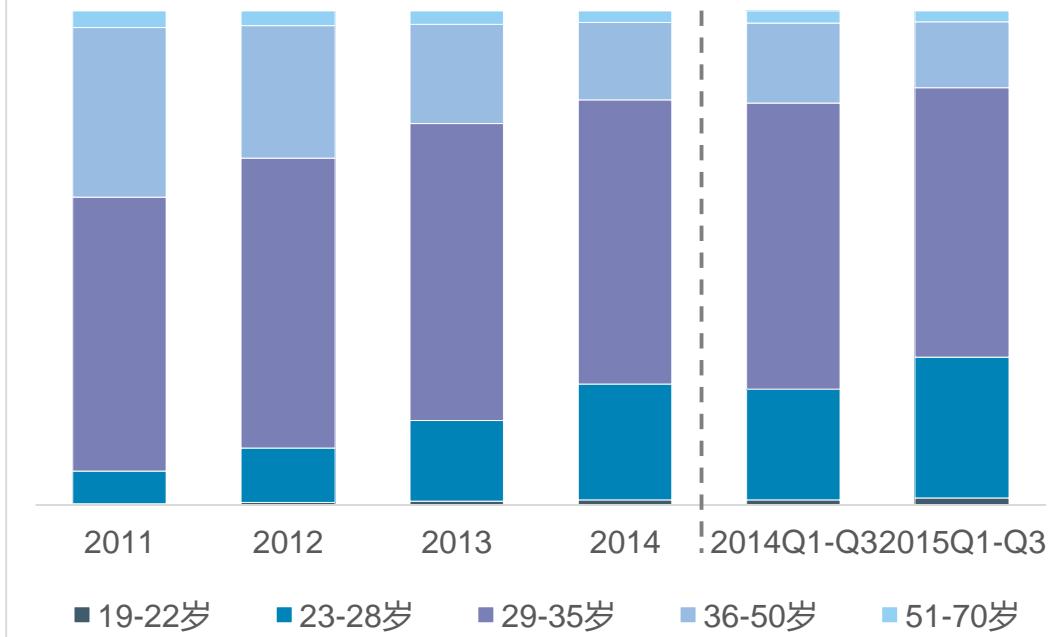
## 消费者画像 - 性别和年龄

- 消费者方面，和母婴行业整体情况一样，购买婴幼儿奶粉的消费者也是**女性居多**，并且仍在逐年增加
- 购买婴幼儿奶粉的主力是**29-35岁**年龄人群，并且这个人群的比例远高于整个母婴行业；23-28岁年轻人群的比例逐年增加

2011-2015Q3 婴幼儿奶粉消费者性别分布

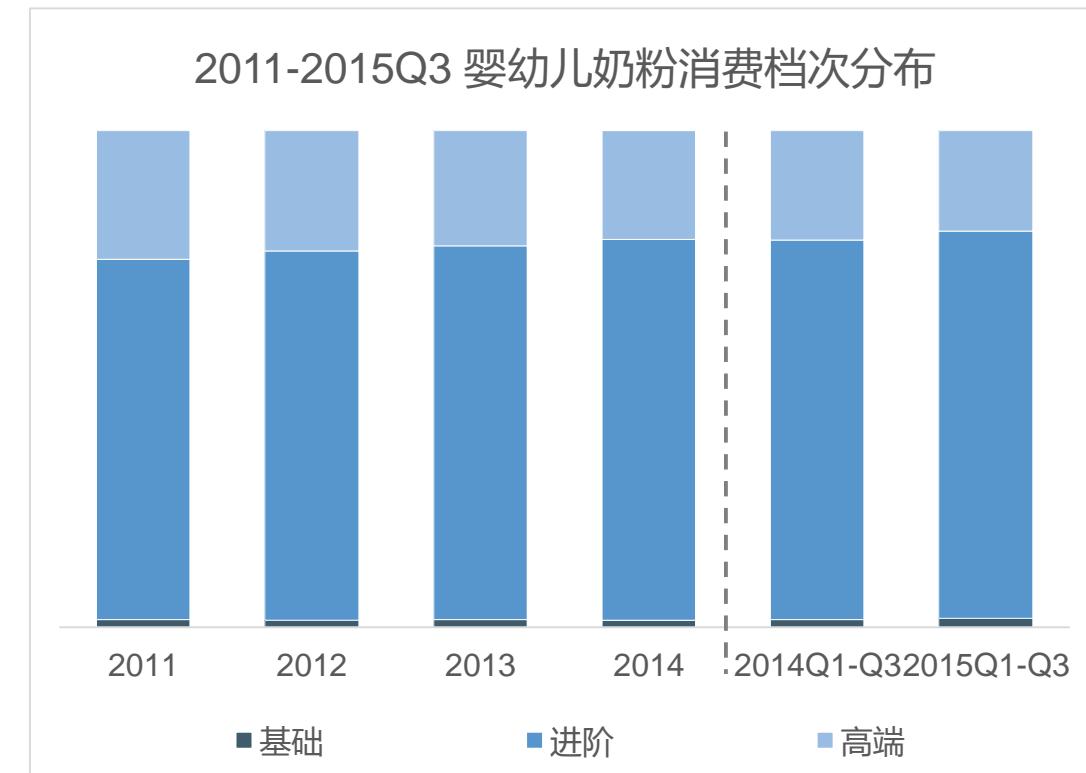
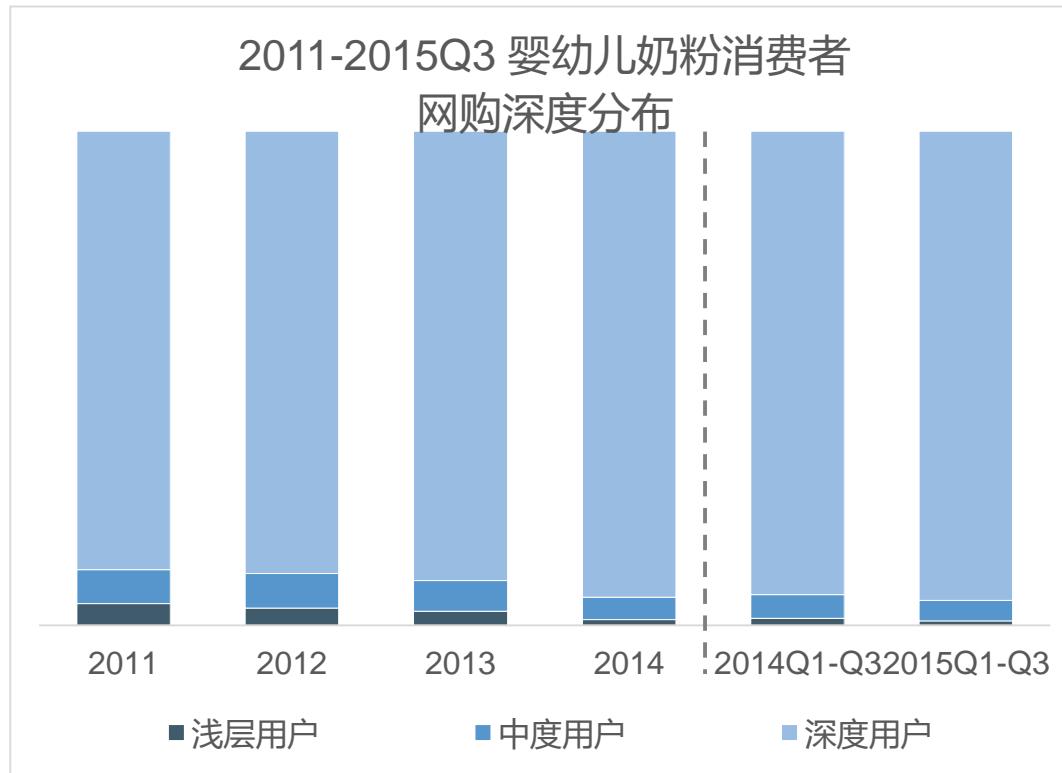


2011-2015Q3 婴幼儿奶粉消费者年龄分布



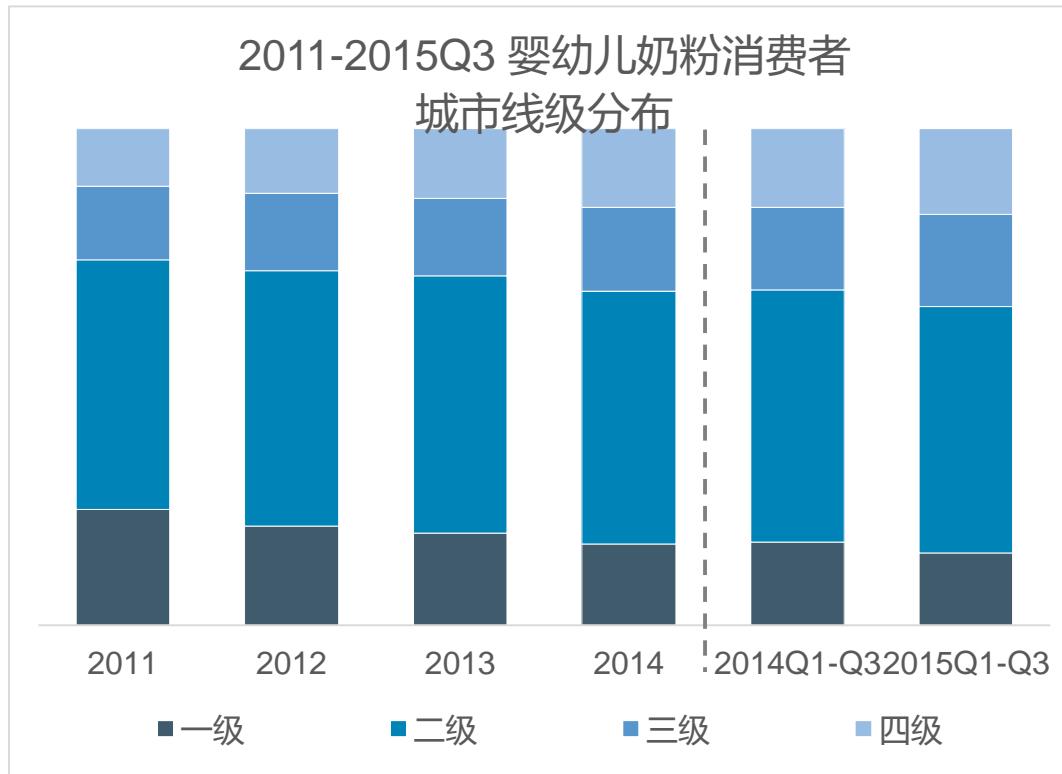
## 消费者画像 - 网购深度和消费档次

- 绝大多数婴幼儿奶粉消费者为**深度网购用户、进阶及高端**消费者，且占比都高于母婴行业整体水平；随着时间的推移，网购频次深度化，消费档次则出现了一定程度的下沉趋势
- 出于食品安全的考虑，具有深度网购习惯和更高网购档次的用户更可能选择线上购买婴幼儿奶粉



## 消费者画像 - 城市线级和地域分布

- 婴幼儿奶粉消费者大多居于**一二级城市**；2011-2015Q3，城市下沉趋势明显
- 婴幼儿奶粉消费者主要分布在**东部地区**，在中西部的比例略高于母婴行业整体水平

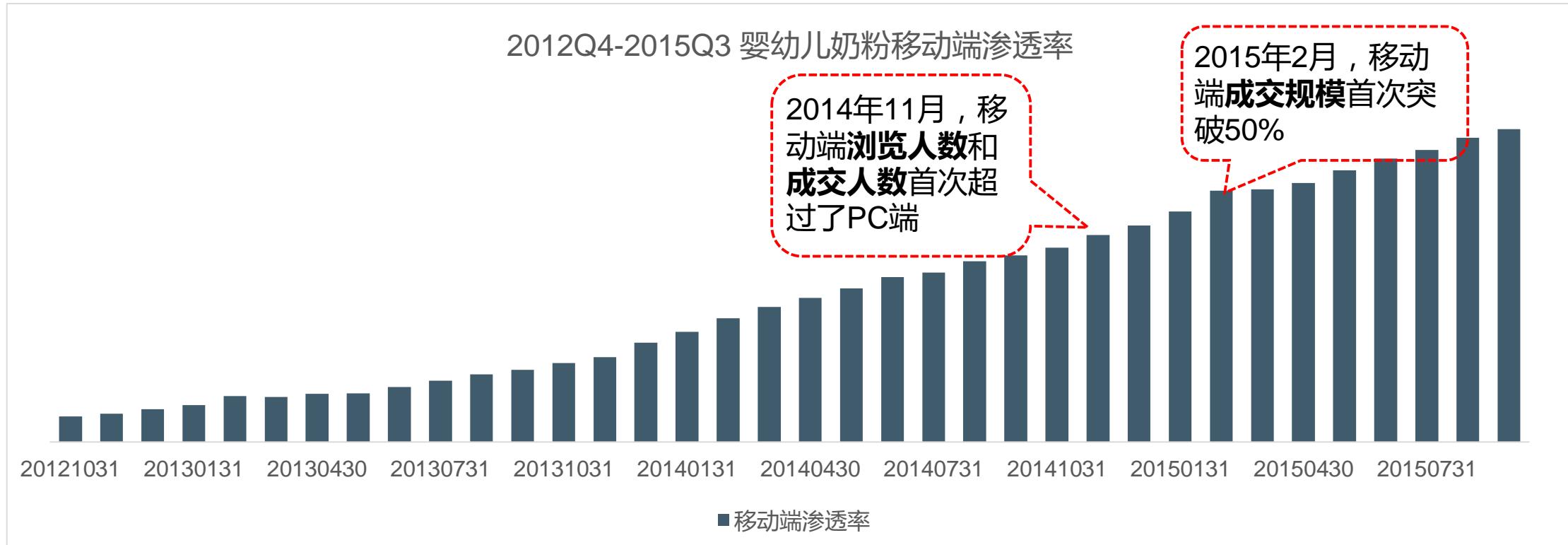


注：地图颜色越深代表数值越高



## 移动趋势 - 发展概况

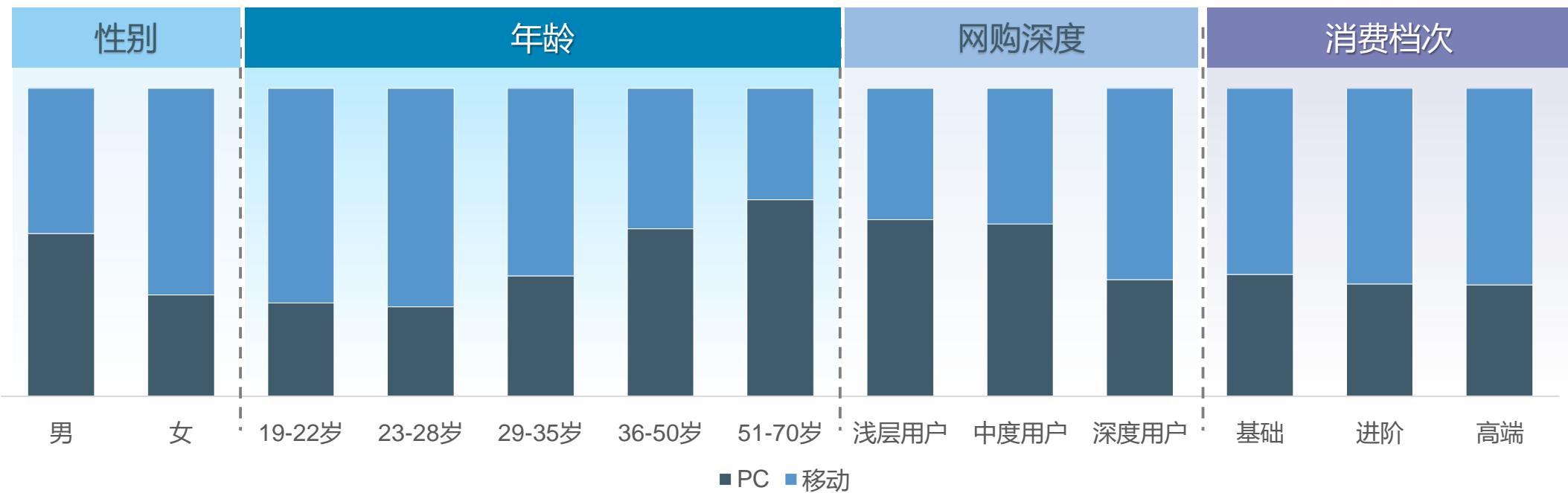
- 婴幼儿奶粉线上市场已进入移动电商时代，但时间略晚于母婴行业
- 2014年中上旬，其他品类已经为母婴行业移动端市场培养了消费者，因此婴幼儿奶粉的移动电商发展跳过了最初用户培养的时期，11月浏览人数与成交人数同时首次超过PC端；2015年2月，移动渗透率突破50%



## 移动趋势 - 分人群发展概况

- 分人群来看，移动端从**女性、年轻人群和深度网购用户**开始发力
- 不同消费档次的消费者对于移动端的接受程度差异不大，**高端消费者**移动端渗透率略高于其他人群

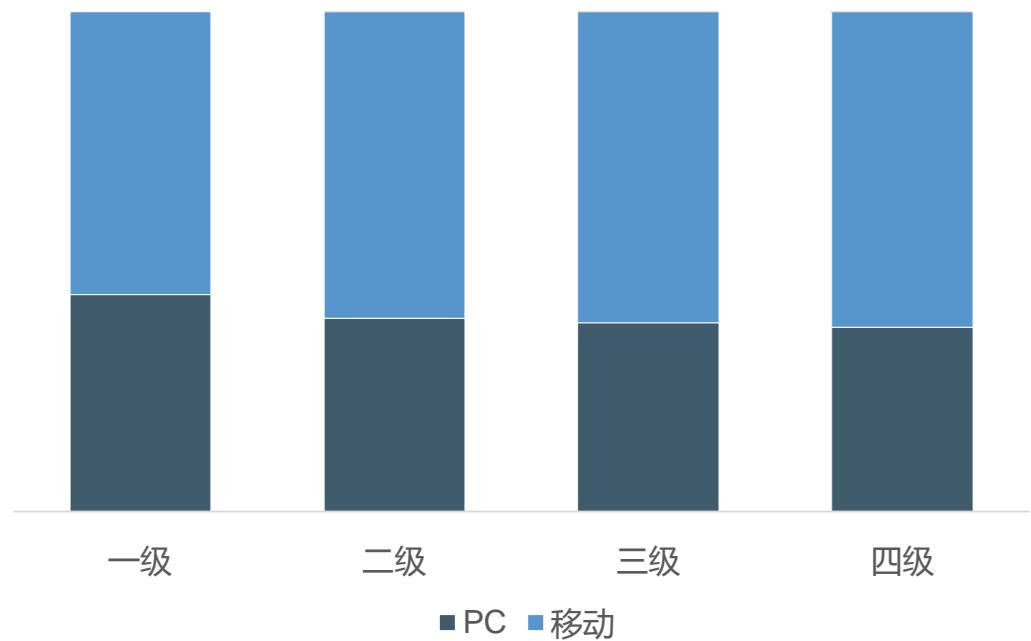
2015Q1-Q3 婴幼儿奶粉分人群移动端渗透率



## 移动趋势 - 分地区发展概况

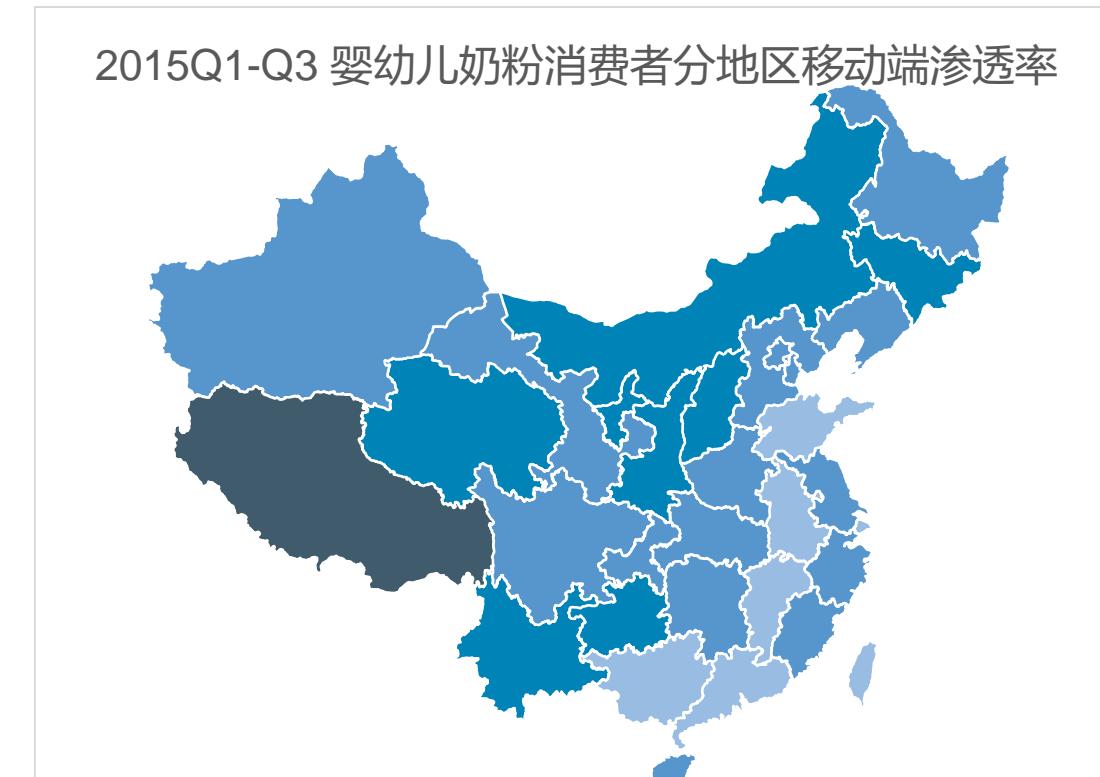
- 分地区来看，移动端在低线级城市和中西部地区的渗透率更高
- 电商的未来在移动端，而**经济落后地区有望通过移动电商实现跨越式发展**

2015Q1-Q3 婴幼儿奶粉分城市移动端渗透率



注：地图颜色越深代表数值越高

2015Q1-Q3 婴幼儿奶粉消费者分地区移动端渗透率



- 婴幼儿奶粉上线早，发展成熟，商家应做好精细化营销，特别是奶粉的持续性消费强，重复购买率高，做好老客户的维护至关重要。
- 出于食品安全的考虑，婴幼儿奶粉的消费者更多关注商品品牌和质量，而不是价格，商家应注重商品品质的把关，加强相关宣传。
- 母婴行业正在迎来移动电商时代，商家应积极拥抱并促成这一变化，在移动端为消费者**推荐更容易让他们接受的商品**，利用移动专享价等促销方式在移动端吸引新用户。

## 数据来源及指标说明

- 数据来源：阿里巴巴大数据，汇集**3.86亿**消费者、超过**1000万**商家、**10亿**件商品的基本信息和行为数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。
- 指标说明：
  - 消费档次**：基于消费者在平台上购买商品的价格分布区间确定。
  - 网购深度**：基于消费者在平台上的消费频次确定。
  - 城市线级**：基于消费者最近半年的常用收货地址确定。
  - 成交人数**：以天为单位汇总。
  - 移动成交**：以支付发生平台为准。
- 如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市。  
消费者分类的维度基于其最近一年的信息判定。
- 为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

## 第一财经商业数据中心

借力阿里巴巴大数据，整合中国最大财经媒体集团优势资源，打造数据可视化新闻、商业分析报告、数据自动化终端，以媒体加数据的倍增效应，全面提升中国商业世界运行效率，实现DT时代的产业变革。

报告作者：祝晓莹

商务合作：[wangyang@yicai.com](mailto:wangyang@yicai.com)

加入我们：[zhangbaoyuan@yicai.com](mailto:zhangbaoyuan@yicai.com)



微信号：DT财经



DT·一财APP

# 大数据 全洞察



**CBNData**  
第一财经商业数据中心