

中国线上生鲜食品消费研究报告

2017年

运营技能提升学院、产品

研究发现



水果为最受欢迎的消费品类。



101-200元为生鲜食品网购最主要的单均消费集中段。



食品安全为消费者网购生鲜食品时最看重的因素。



食品安全观念深入人心，但**价格敏感度依然很高**。



家庭收入越高，消费者对食品重视程度越高，购买有机生鲜产品的频次也更高。



消费者对网购生鲜整体的**食品安全满意度比较高**。

研究说明

生鲜食品网购用户研究

研究内容

生鲜食品购买行为、用户评价及食品安全满意度

研究方法

iClick社区在线定量问卷调查

调研时间

2017年5-6月

样本数量

1459

样本条件

近一年内网购过生鲜食品的用户

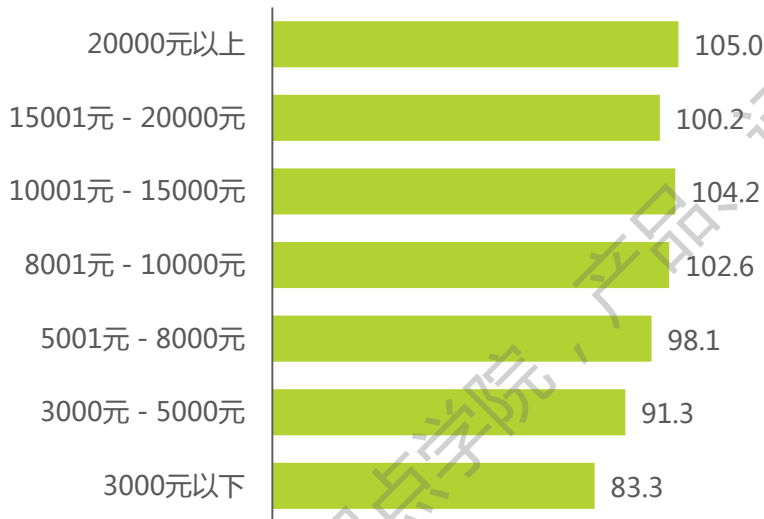
中国生鲜食品网购用户属性	1
中国生鲜食品用户网购行为	2
用户满意度及安全性评价	3

中国网购生鲜食品用户基础属性

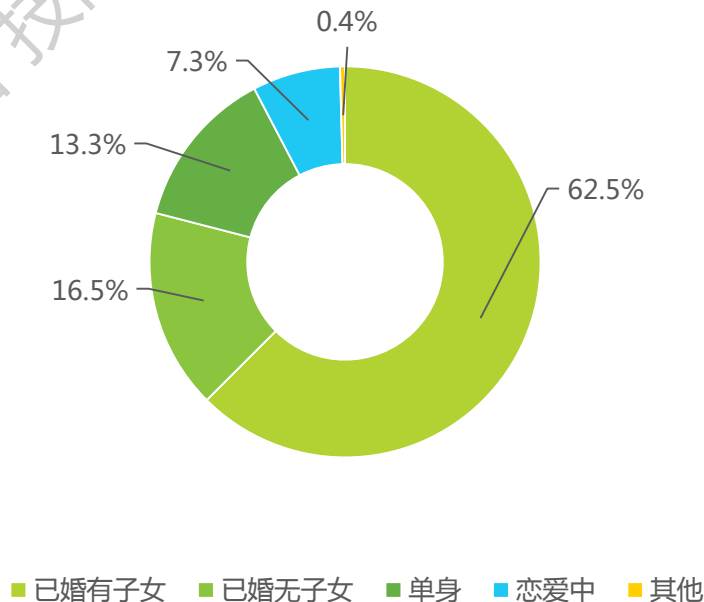
中产阶级家庭用户为线上生鲜食品消费的主力

调研数据显示，个人月收入在8000元以上的人群线上购买生鲜食品的TGI较高，为生鲜网购的主要人群来源。同时，在婚姻状况划分中，62.5%来自于已婚有子女人群，16.5%来自于已婚无子女人群，由此可见，中产阶级家庭用户已经成为线上生鲜食品消费的主力。

2017年中国不同收入人群线上购买食品TGI



2017年中国网购生鲜食品用户婚姻状况



注释：TGI即目标群体指数，反映目标群体在特定研究范围内的强弱势。

TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100。TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该类用户对某类问题的关注程度高于整体水平。

S1. 请问你最近一次线上购买生鲜食品是什么时候？-----近一个月内。

Y6. 请选择您目前的个人月平均收入？

样本：生鲜食品网购用户，2017年5-6月通过iResearch平台调研，共回收有效样本1000人。

注释：艾瑞将“中产阶级”定义为个人年收入20万元及以上的人群。

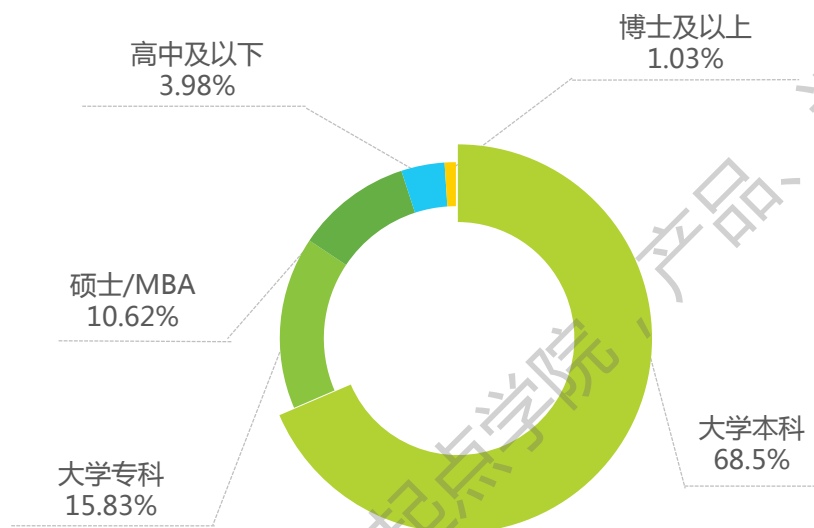
Y3. 请问您的恋爱或婚姻状态是？

中国网购生鲜食品用户基础属性

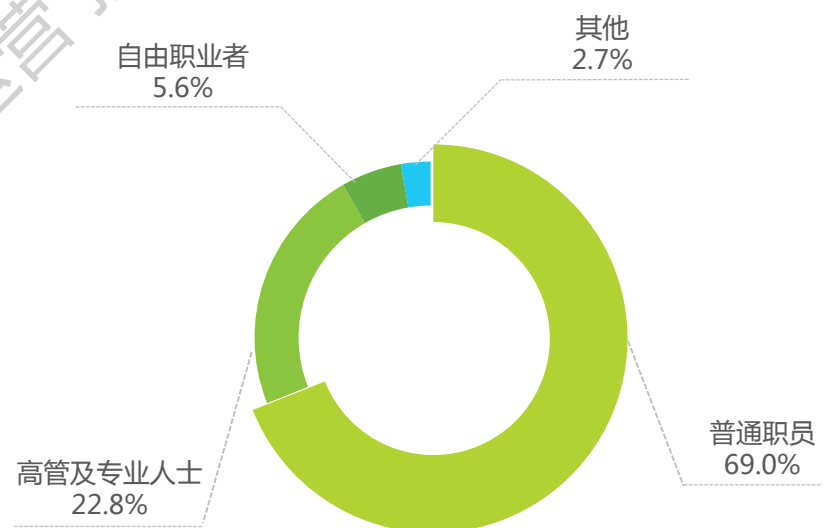
本科毕业的普通职员为线上生鲜食品的主要消费人群

调研数据显示，在以学历划分的人群中，大学本科学历的生鲜网购用户占比超过一半，为68.5%，硕士博士占比11.65%；大学专科15.83%，线上购买生鲜食品的消费人群普遍学历较高；在以职业划分的人群中，普通职员占比69.0%，高管及专业人士占比22.8%，自由职业者5.6%，从职业划分来看普通职员为购买生鲜食品的主要人群。

2017年中国生鲜网购用户学历分布



2017年中国生鲜网购用户职业分布



Y4. 请问您的最高学历是？

Y5. 请问您的职业是？

样本：生鲜食品网购用户，N=1456，2017年5-6月通过iResearch调研平台调研获得。

中国生鲜食品网购用户属性	1
中国生鲜食品用户网购行为	2
用户满意度及安全性评价	3

本章重点

主要数据

1. **购买品类**：近80%用户表示经常购买水果，**水果**为最受欢迎的购买品类
2. **购买单价**：**101-200元**为生鲜网购单均消费集中段

主要发现

品类偏好

- 水果为最受欢迎的生鲜网购品类，其次为牛奶和粮油
- 蔬菜的线上购买比例不高
- 单身、宅一代更爱购买零食

频次金额品质

- 生鲜网购频次较高，多在一周1次及以上
- 101-200元为生鲜网购最集中的单均消费金额段
- 用户品质需求增加，超七成用户近一年购买过有机生鲜食品

网站偏好

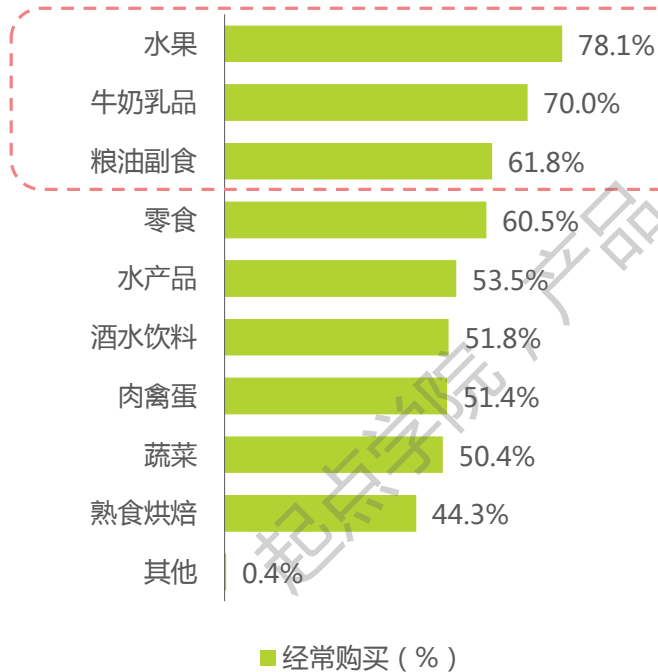
- 综合网站的购买率和购买频次高于垂直网站
- 京东、天猫、中粮我买网是用户购买率较高的网站

生鲜食品网购用户爱网购水果

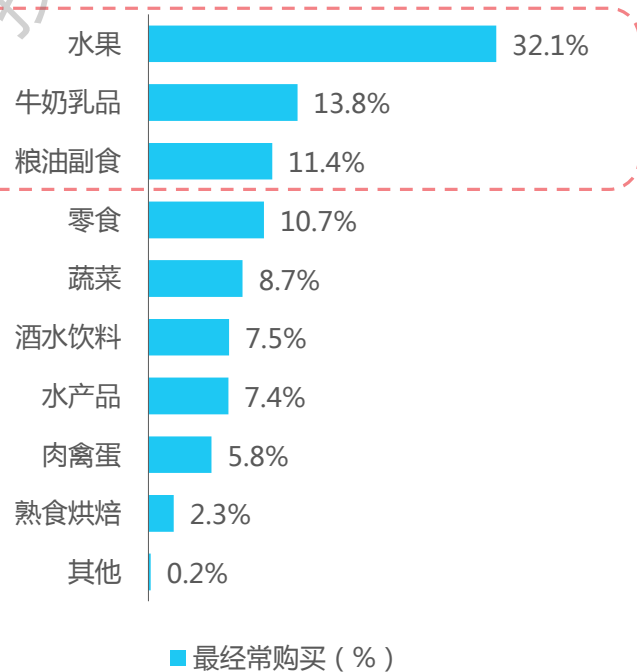
水果、牛奶、粮油为购买率最高的生鲜类型

艾瑞调研数据显示，在一线城市生鲜用户网购行为中，水果为最受欢迎的品类。78.1%的用户表示经常购买水果，32.1%的用户最常购买水果。牛奶和粮油分别为第二和第三受欢迎品类，经常购买的人群占到了总体的70.0%和61.8%。

2017年中国生鲜网购用户经常购买的品类



2017年中国生鲜网购用户最常购买的品类



A4. 请问您经常网购以下哪些生鲜食品？最常购买的品类是？---经常购买

样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

A4. 请问您经常网购以下哪些生鲜食品？最常购买的品类是？---最常购买

样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

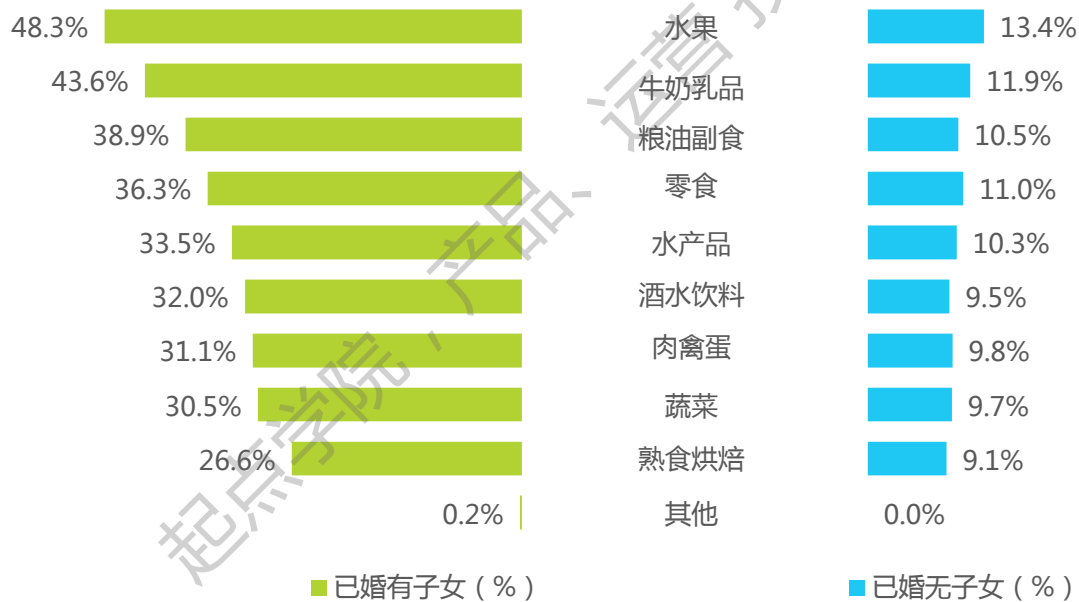
起点学院www.qidiania.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

已婚无子女家庭购买零食更多

已婚有子女家庭更爱买粮油

艾瑞调研数据显示，水果和牛奶为家庭用户最常购买品类。整体上看，有子女的家庭在各生鲜品类的购买比例均高于无子女家庭。此外，已婚家庭中，无子女家庭购买零食更多，有子女家庭则更关注自家厨房，更爱购买粮油副食等正餐食材原料。

2017年中国生鲜网购家庭用户经常购买的品类



A4. 请问您经常网购以下哪些生鲜食品？最经常购买的品类是？——经常购买

Y3. 请问您的恋爱或婚姻状态是？

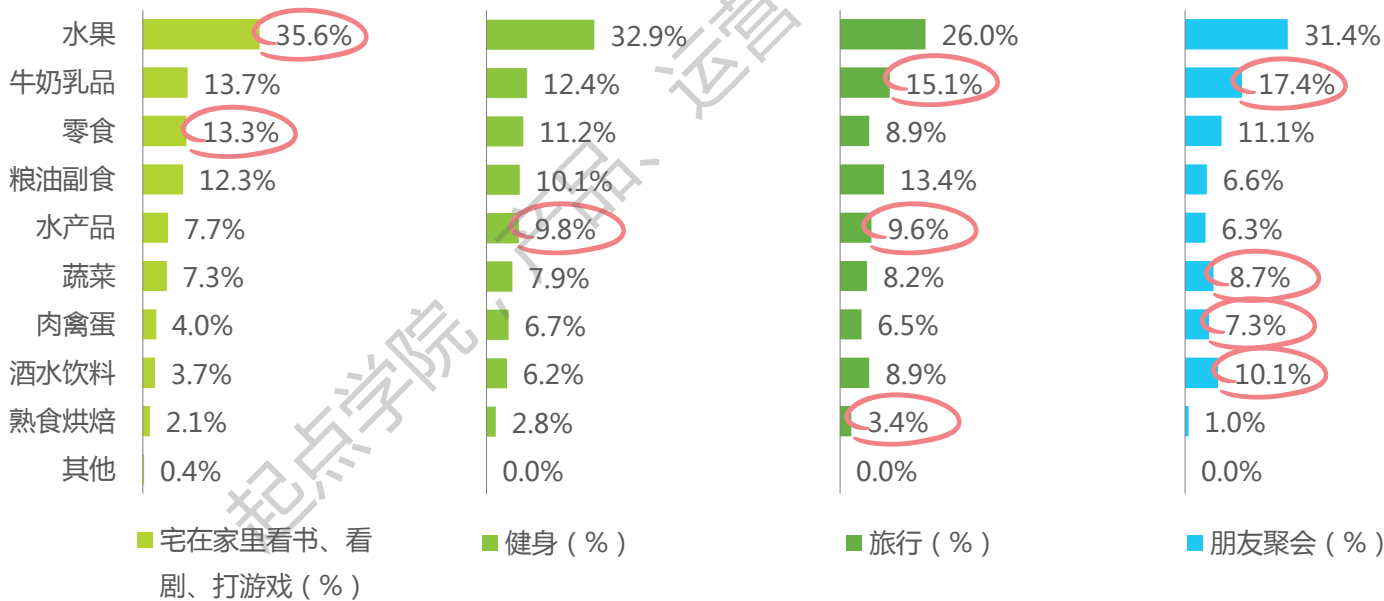
样本：生鲜食品网购用户。起点学院 www.qidianla.com 通过人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

宅一代最爱买水果、零食

健身族爱买水产品，背包客买熟食蛋糕更多

艾瑞调研数据显示，除水果之外，具有“宅人”属性的用户更愿意购买牛奶和零食，最经常购买的比例分别为13.7%和13.3%；休闲时间选择健身的用户更多购买粮油和蔬菜，占比分别为12.4%和11.2%，其中健身更多的用户购买零食的比例仅为7.9%，低于宅一代5.4个百分点。艾瑞分析认为，这与不同性格用户的生活习惯相关，宅友在家追剧打游戏，对零食的需求较大，而健身用户更加注重身体健康、形体塑造等，在吃的方面选择蔬菜更多。

2017年中国不同类型生鲜网购用户网购品类偏好



Y8.请问您平时经常选择哪些休闲娱乐活动？最经常选择哪些？——最经常
A4.请问您经常网购以下哪些生鲜食品？最经常购买的品类是？——最经常购买
样本：生鲜食品网购用户，N=1450，2017年6月通过iResearch调研

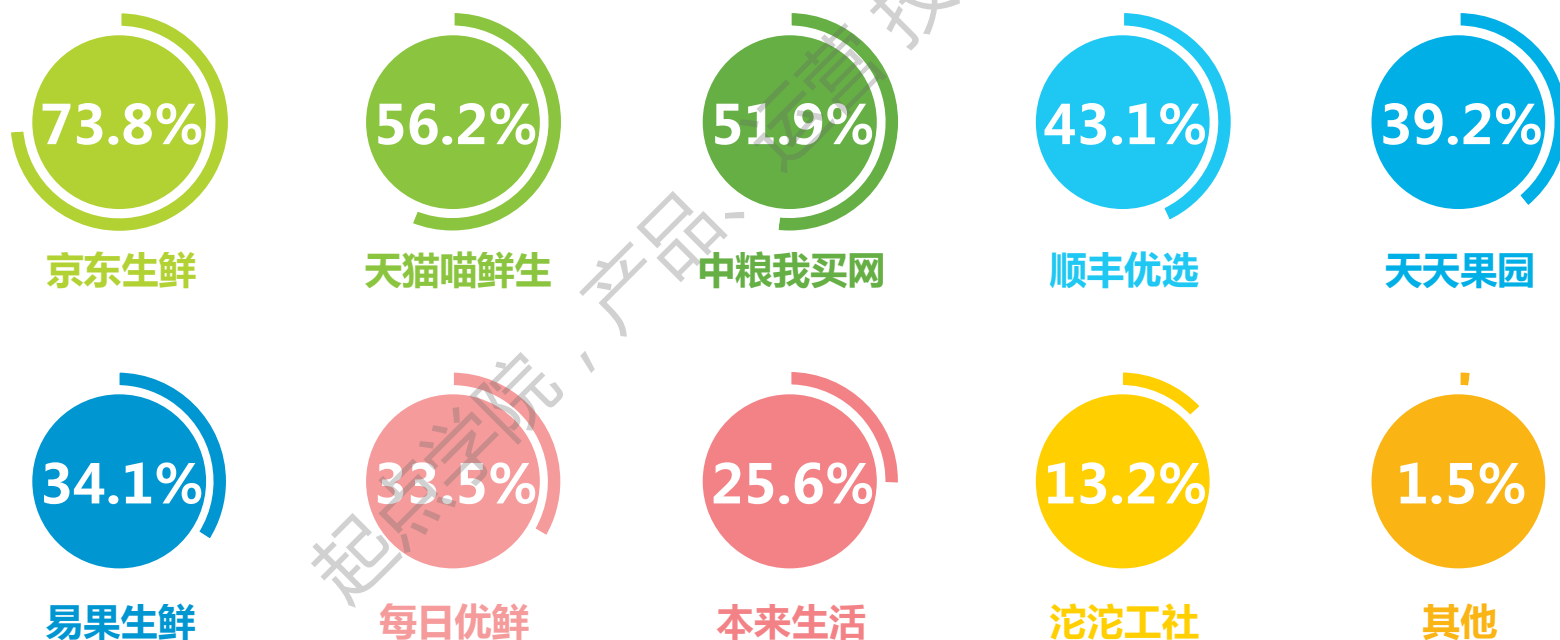
起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

用户网购生鲜食品使用的网站较为分散

京东、天猫、中粮我买网是用户购买率较高的网站

艾瑞调研数据显示，用户最近半年内使用过的生鲜电商网站中综合网站使用率高于垂直网站。其中，京东生鲜使用率最高，为73.8%，天猫喵鲜生56.2%，中粮我买网在垂直网站中的使用率最高，为51.9%。

2017年中国生鲜网购用户最近半年内使用过的生鲜网站/APP



A1. 请问您最近半年内使用过以下哪些生鲜食品网站/APP？

样本：生鲜食品品牌，N=1450，2017年5-6月通过Clicktale调研

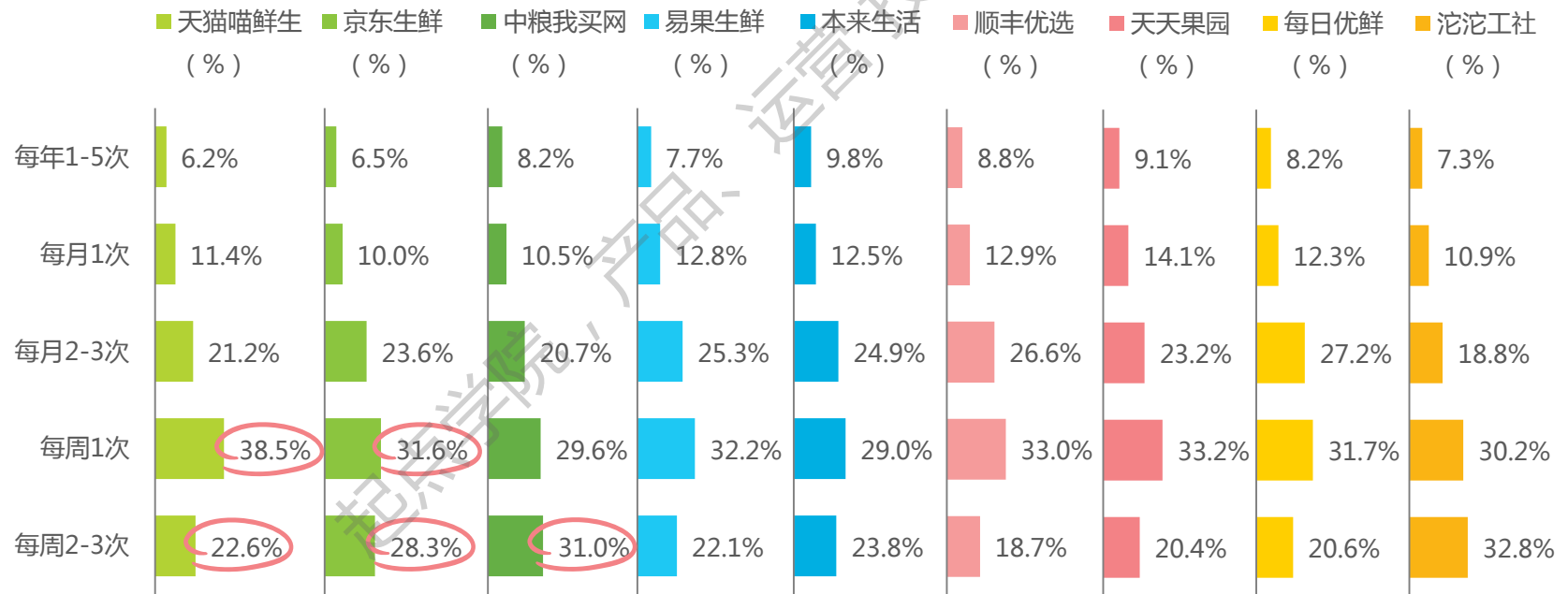
起点学院 www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

各平台的用户购买频次差距不大

超过半数的用户每周购买一次以上

艾瑞调研数据显示，总体来看，各平台的用户购买频次相差不大，综合网站用户的购买频次略高于垂直网站。每周1次以上的频次中，天猫用户达到61.1%，中粮我买网用户达60.6%，京东用户达到59.9%。

2017年中国生鲜网购用户在各生鲜网站/APP的购买频次



A3.您在以下各生鲜食品网站/APP的使用频次分别是？

样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得

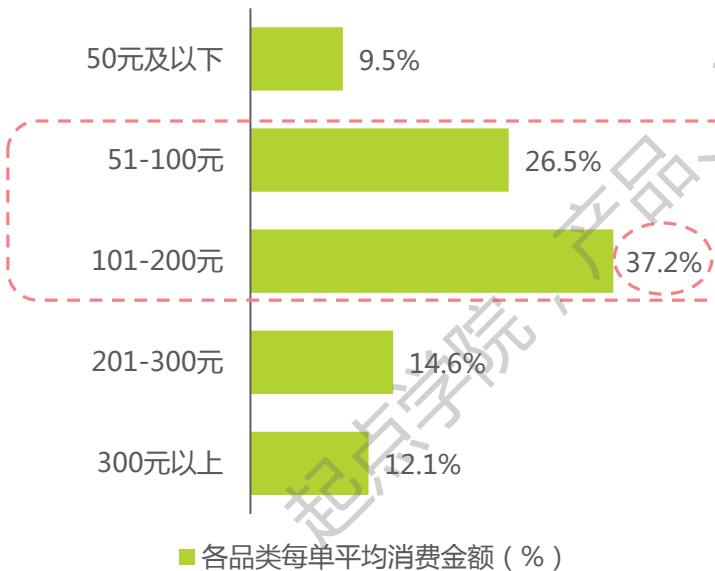
起点学院www.qidiania.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

101-200元为生鲜网购单均消费集中段

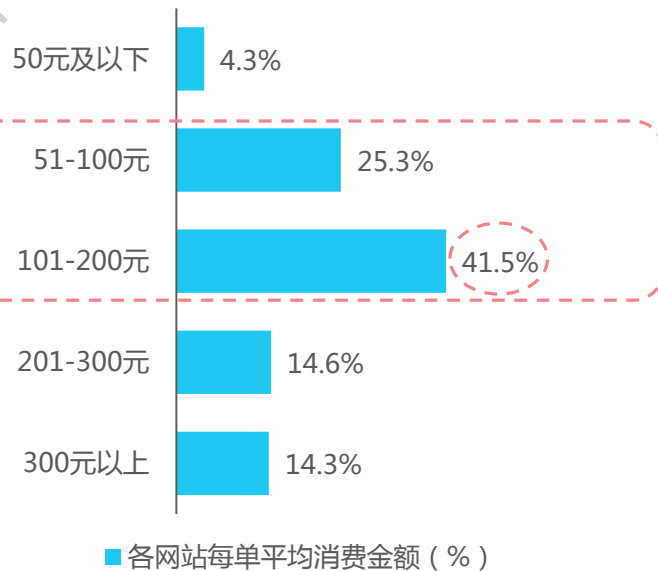
51-100元为第二单均消费段

艾瑞调研数据显示，无论从不同品类表现还是不同平台表现来看，用户网购生鲜食品的金额大多落在了51-200元的区间范围。从各品类平均每单消费金额来看，101-200元区间内的人群占37.2%，51-100元区间内的人群占26.5%，而从不同平台分析看，这两个指标分别为41.5%和25.3%。

2017年中国生鲜网购用户平均
每单消费金额-品类



2017年中国生鲜网购用户平均
每单消费金额-网站



A4.请问您经常网购以下哪些生鲜食品？最经常购买的品类是？——经常购买

A6.请问您每单平均消费金额是多少？

样本：生鲜食品网购用户，N=1450，2017年5-6月通过iResearch调研获得。

A1.请问您最近半年内使用过以下哪些生鲜食品网站/APP？

A6.请问您每单平均消费金额是多少？

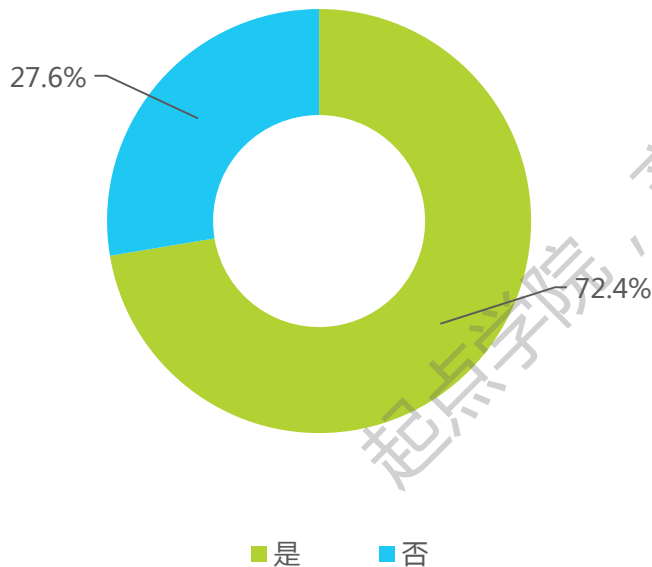
样本：生鲜食品网购用户，N=1450，2017年5-6月通过iResearch调研获得。

超七成用户近一年内购买过有机生鲜

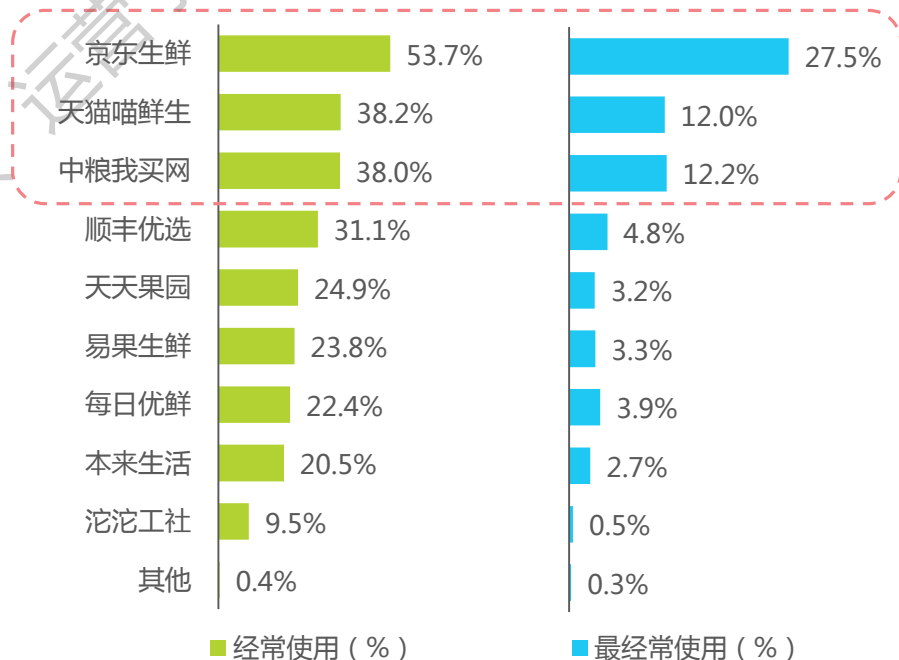
京东、天猫、中粮我买网为三大高频有机生鲜购买网站

近年来，消费者对生鲜品质的追求在逐步提高。艾瑞调研数据显示，近一年内有72.4%的用户表示购买过有机生鲜食品。在用户网购有机生鲜食品时，京东、天猫、中粮我买网为三大高频购买平台，经常使用占比分别为53.7%，38.2%和38.0%。

2017年中国生鲜网购用户最近一年购买有机生鲜食品的比例



2017年中国生鲜网购用户购买有机食品经常使用的网站/APP



A7. 请问您最近一年内是否网购过有机生鲜食品？

样本：生鲜食品网购用户14,500人，2017年5-6月通过iResearch调研平台调查获得。

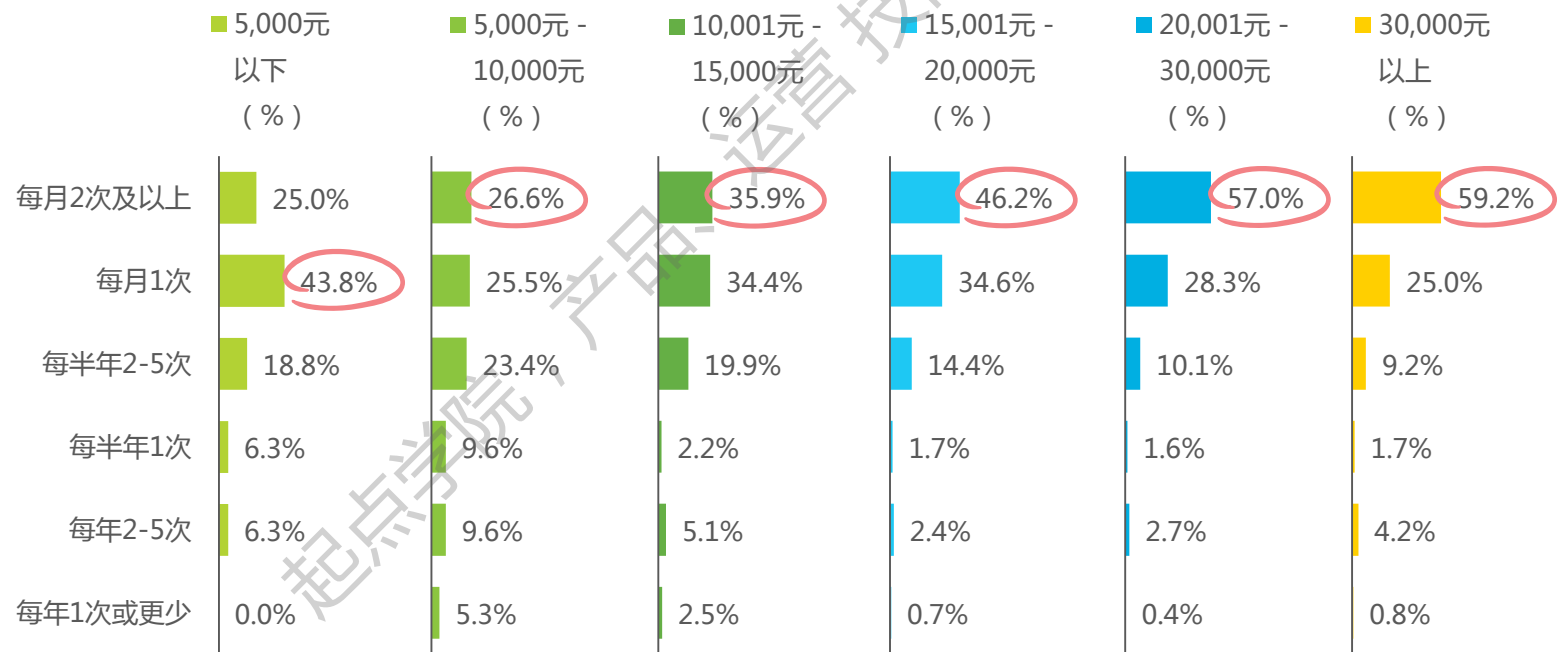
A8. 请问您网购有机生鲜食品时经常使用以下哪些网站/App？

有机食品购买频次与家庭收入成正相关 iResearch 艾瑞咨询

家庭月收入越高，购买有机食品的频次越高

艾瑞调研数据显示，有机食品购买频次与家庭收入呈正相关。随着家庭月收入的增高，购买频次占比最高的区间从每月1次过渡到每月2次及以上，且每月2次及以上的占比也不断提高。月收入在30000元以上的家庭，每月购买2次及以上有机食品的频次将近六成，为59.2%。

2017年中国不同家庭收入人群网购有机生鲜食品的频次



Y7.请选择您目前的家庭月平均收入？

A9.请问您网购有机生鲜食品的频次是？

样本：生鲜食品 起点学院 www.qidianla.com 人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

中国生鲜食品网购用户属性	1
中国生鲜食品用户网购行为	2
用户满意度及食品安全性评价	3

本章重点

主要数据

- 1. 食品安全评价：**食品安全满意度总体评分较高，为**7.99分**。
中粮我买网食品安全满意度最高，为**8.19分**。

主要观点

看重因素

- 用户网购生鲜食品最看重食品安全、价格和物流配送
- 在购买决策时，价格优势是首要看重因素

满意度

- 用户网购生鲜食品，对物流配送满意度最高
- 用户对网购生鲜食品的安全满意度高于预期，对价格满意度最低

食品安全评价

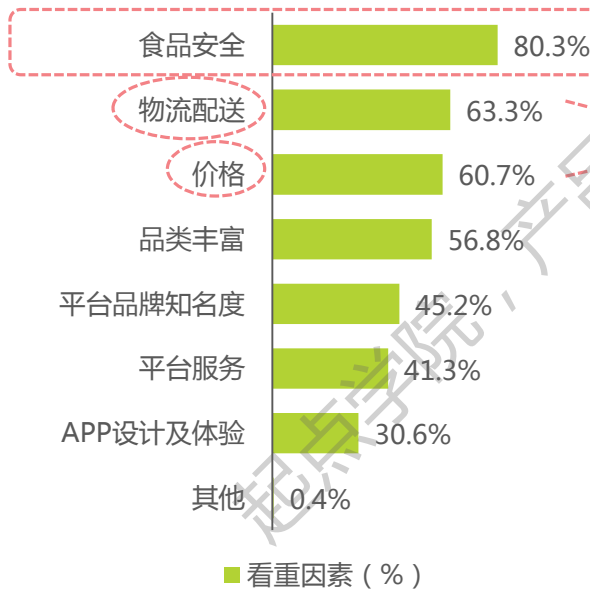
- 家庭用户更关注食品安全
- 中粮我买网的食品安全满意度最高
- 食品安全要素中，用户对包装最满意，对平台管理最不放心

生鲜网购用户表示最看重食品安全

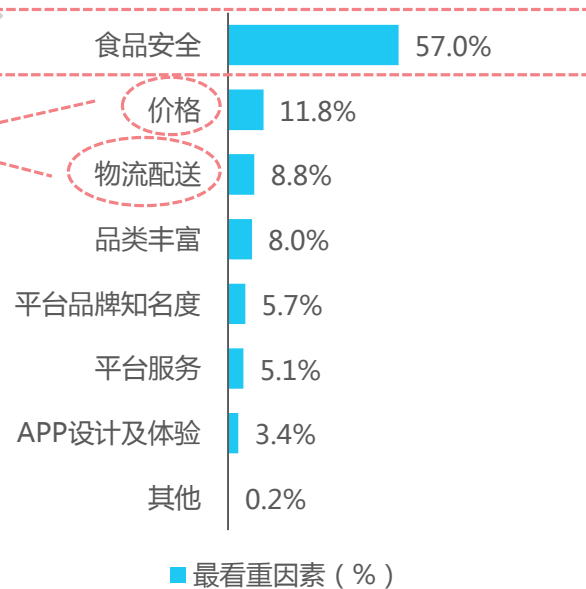
价格和物流配送为重要看重因素

艾瑞调研数据显示，消费者线上购买生鲜时最看重因素为食品安全，在“看重因素”和“最看重因素”中的占比分别为80.3%和57.0%。第二第三看重因素为价格和物流配送，在“看重因素”中，物流配送为第二，选择比例为63.3%，在“最看重因素”中，价格为第二看重点，选择比例为11.8%。

2017年中国生鲜网购用户
选择购买平台时的看重因素



2017年中国生鲜网购用户选
择购买平台时的最看重因素



B1. 您选择生鲜食品购买平台时的看重因素有哪些？最看重的是哪个？

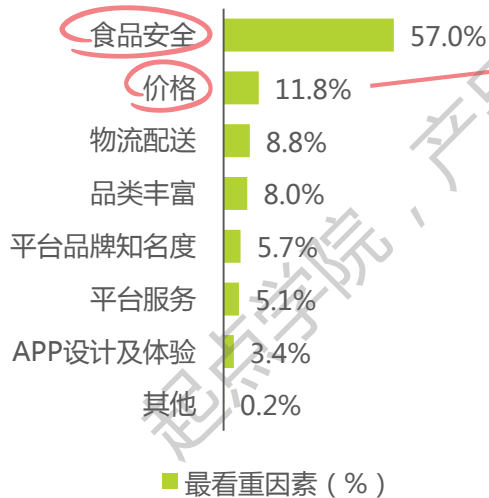
样本：生鲜食品购买平台用户。起点学院www.qidiania.com 人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

生鲜网购用户在购买时最关心价格

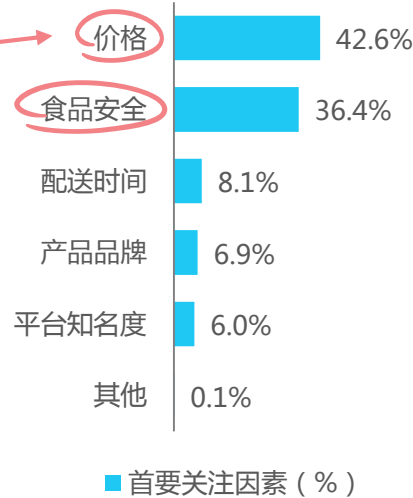
食品安全观念深入人心，但价格敏感度依然很高

艾瑞调研数据显示，线上食品消费者最看重食品安全，在购买时却更多关注价格。在生鲜网购用户选购商品最看重因素中，食品安全以57.0%的比例位列第一，价格为第二看重因素；而在影响决策的因素中，价格却成为首要的关注要素，关注比例为42.6%，食品安全为第二关注要素，比例为36.4%。用户最看重食品安全，但在决策时受价格等影响更多。艾瑞分析认为，由于生鲜品类众多，且同一品类下的产品由于品牌、产地等不同，差异较大，但用户在购买过程中并不能有效区分不同产品的差异，所以在购买决策时会选择参考更直白的价格因素。

2017年中国生鲜网购用户选择购买平台时的最看重因素



2017年中国生鲜食品用户网购生鲜食品时首要关注因素



B1. 您选择生鲜食品购买平台时的看重因素有哪些？最看重的是哪个？-----最看重因素
样本：生鲜食品用户，N=1450，2017年5-6月通过iResearch调查获得。

B1-1. 您在线上购买生鲜食品时，关注过的因素有哪些？首要关注因素是哪个？-----首要关注因素

起点学院www.qidiania.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

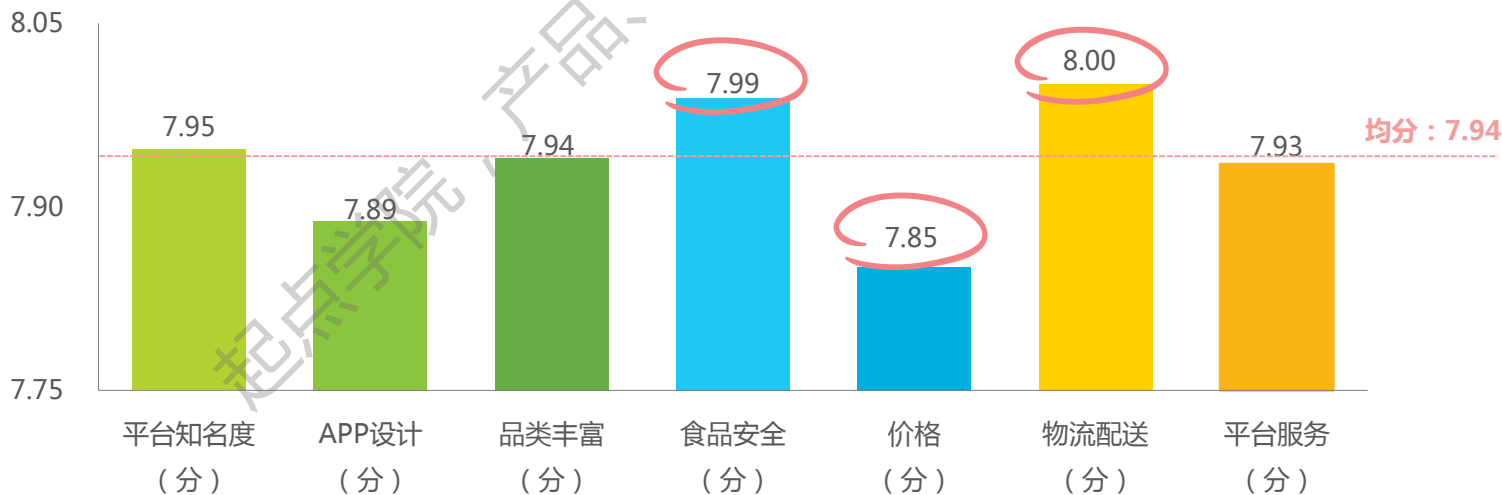
生鲜网购消费者对食品安全满意度较高

物流配送满意度最高，价格满意度最低

艾瑞调研数据显示，消费者网购生鲜食品最关注食品安全，在满意度评价中对食品安全的满意度相对较高，总体评分7.99仅次于物流的8.00。艾瑞分析认为，生鲜食品具有即时的特点，缩短配送时间，满足消费者的即时需求是各大生鲜平台的基本设计之一，目前很多平台可以实现次日达、当日达、两小时达，甚至30分钟达，物流的及时性以及冷链配送对新鲜度的保证共同推动了用户对物流和食品安全的高满意度。

此外，用户对价格的满意度最低，平均评分仅为7.85。一方面，生鲜电商的仓储及冷链配送成本等较高，可能没有达到消费者对网购的价格预期；另一方面，一部分定位于中高端食品或主打进口、精选的生鲜电商平台，由于产品的品牌或产地等不同，客单价较高，也造成了部分消费者对网购生鲜食品价格偏高的印象。

2017年中国生鲜食品网购用户对生鲜平台各要素的满意度



C1-2.根据您的实际体验，请您对生鲜食品平台各因素进行满意度打分？1分表示非常不满意，10分表示非常满意。

样本：生鲜食品网购用户，N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

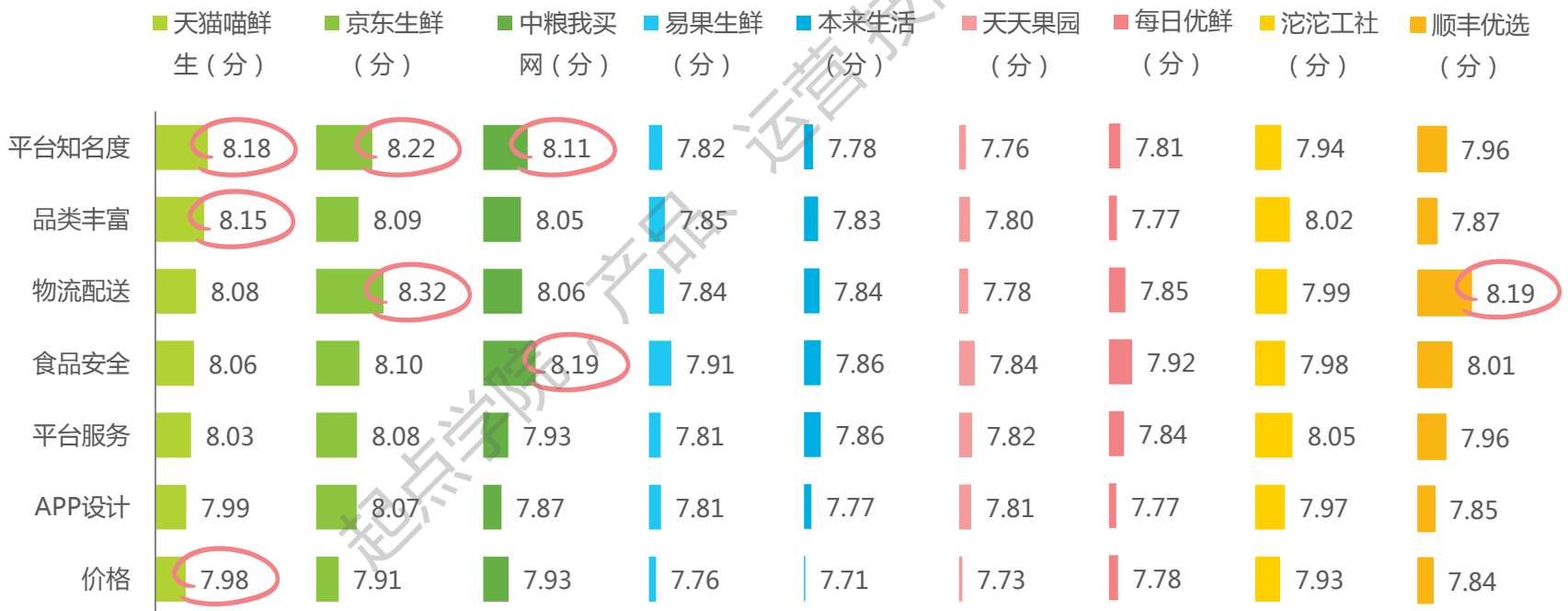
起点学院www.qidianfa.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

京东、天猫、中粮我买网知名度较高

中粮我买网食品安全满意度最高

艾瑞调研数据显示，从细分品类和指标来看，生鲜食品平台各有优势。京东生鲜、天猫喵鲜生和中粮我买网的平台知名度较高，评分都在8分以上；从消费者最关注的食品安全要素来看，中粮我买网的满意度最高，为8.19分。

2017年中国生鲜食品网购用户对各网站/APP的满意度---分要素



C1-2.根据您的实际体验，请您对生鲜食品平台各因素进行满意度打分？1分表示非常不满意，10分表示非常满意。

样本：生鲜食品网购用户 N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

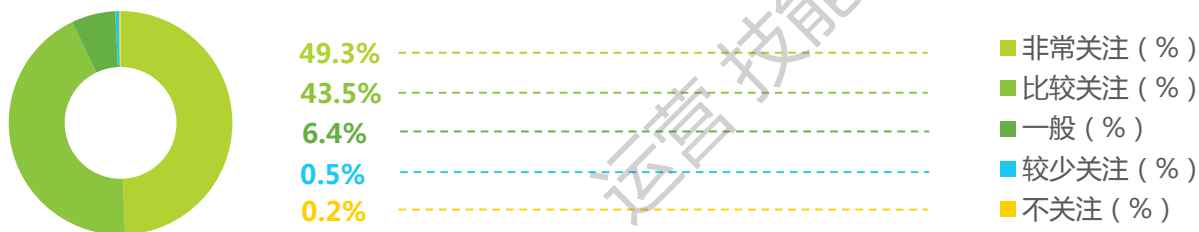
起点学院 www.qidiania.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

超九成用户关注食品安全

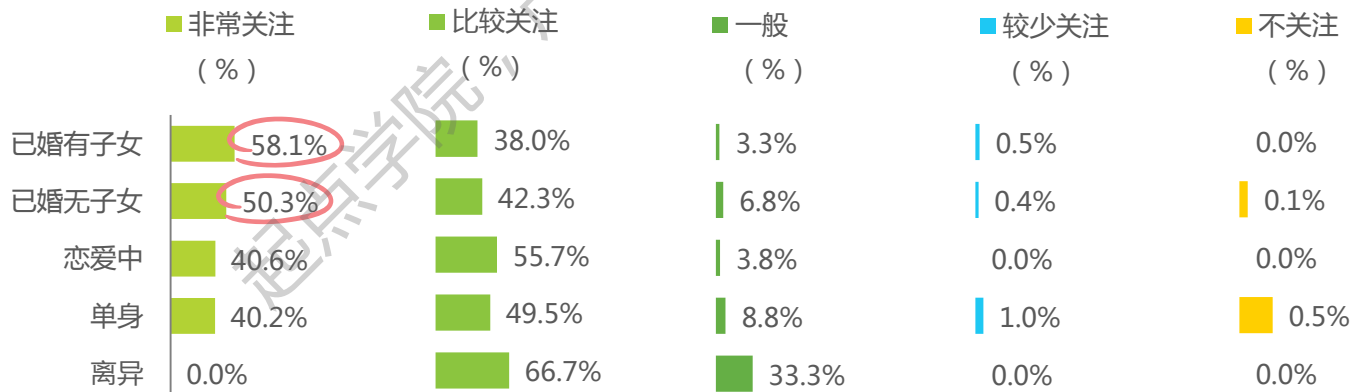
家庭用户对食品安全关注度更高

艾瑞调研数据显示，表示非常关注和比较关注食品安全的用户占比高达92.8%，消费者的食品安全认知意识较高。此外，在生鲜食品网购用户中，家庭用户对食品安全关注度高于非家庭用户。

2017年中国生鲜食品网购用户对食品安全的关注度



2017年中国不同恋爱婚姻状态用户对食品安全的关注度



D1.请问您网购生鲜食品时对食品安全的关注度是怎样的？Y3.请问您的恋爱或婚姻状态是？

样本：生鲜食品网购用户 样本量：1000人 通过艾瑞数据平台采集

食品安全各要素中，用户对包装最满意

对平台管理最不放心

艾瑞将影响网购生鲜食品安全的要素分为以下指标：食品干净卫生、食品新鲜、有绿色安全认证、包装干净无毒、配送安全卫生、平台管理严格。其中，用户对包装满意度最高，评分平均为8.08，对平台的管理最不放心，评分最低，为7.99分。其余评分从高到低依次为食品干净卫生，8.07分；配送安全卫生，8.04分；有绿色安全认证，8.03分；食品新鲜，8.02分。

2017年中国生鲜食品网购用户对食品安全细分要素的满意度评价



D2.根据您的实际体验，请你对各生鲜电商平台的食品安全满意度进行打分，1分表示非常不满意，10分表示非常满意。

样本：生鲜食品网购用户N=1450，2017年5-6月通过iClick数据平台。

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营课程

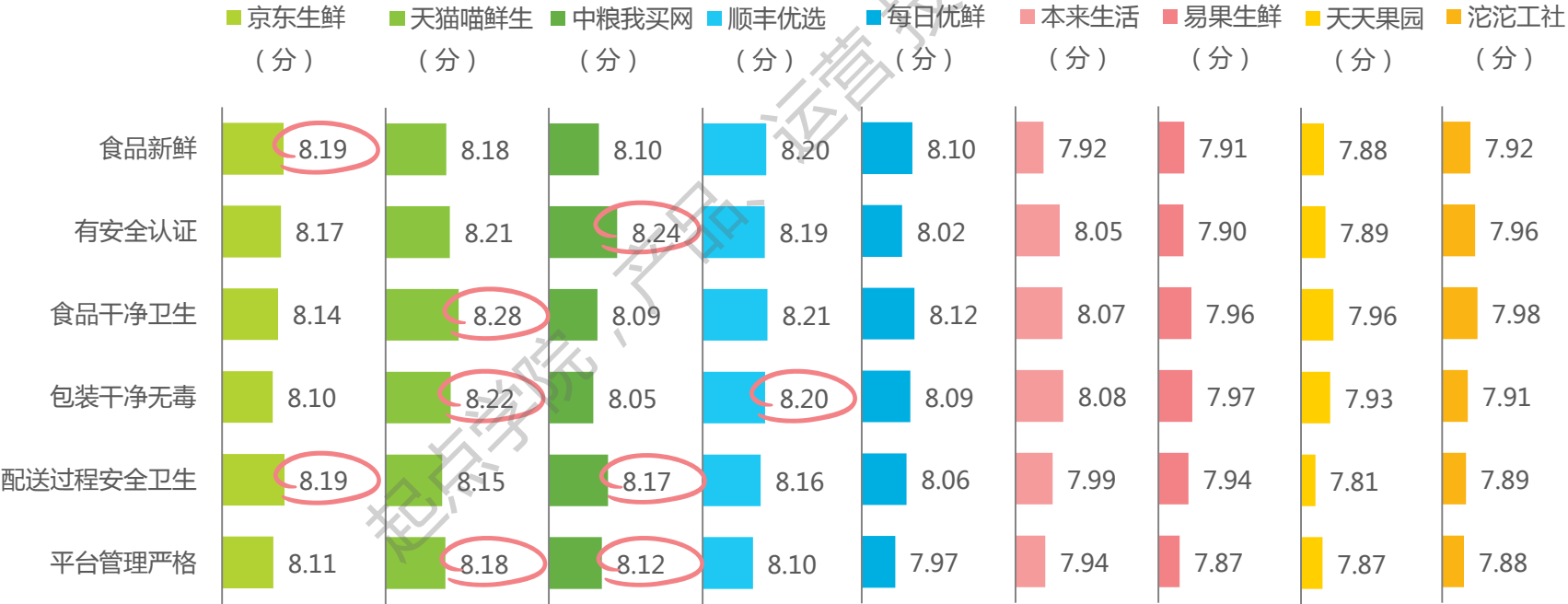
天猫和中粮我买网平台管理更为严格

消费者更加信赖信誉资深的平台和品牌



艾瑞调研数据显示，在总体满意度中，“平台管理”为满意度较低的要素，从这个要素来看，天猫和中粮我买网的管理更为严格，为食品安全做出了重要的保障。从食品安全的其他细分指标来看，各生鲜电商平台相差不多，但也各有优势。

2017年中国生鲜网购用户对各网站/APP的食品安全满意度



公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

备注：起点学院 学员收集资料于网络，版权为原作者所有。

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询

起点学院www.qidianla.com，人人都是产品经理旗下品牌，打造最专业最系统的产品、运营 课程