



L U O S I F E N

螺蛳粉

人群研究

柳州正宗

2021螺蛳粉行业 发展白皮书

CBN'DATA

第一财经商业数据中心



© 2021 CBNDdata. All rights reserved.



目录

CONTENTS



第一部分

整体消费趋势概览
线上螺蛳粉市场

第二部分

“嗦粉一族” 人群洞察

第三部分

螺蛳粉消费趋势分析

3.1

产品深耕 越正宗越上头

3.2

促进新消费
多元化的消费场景



01

线上螺蛳粉市场 整体消费趋势概览

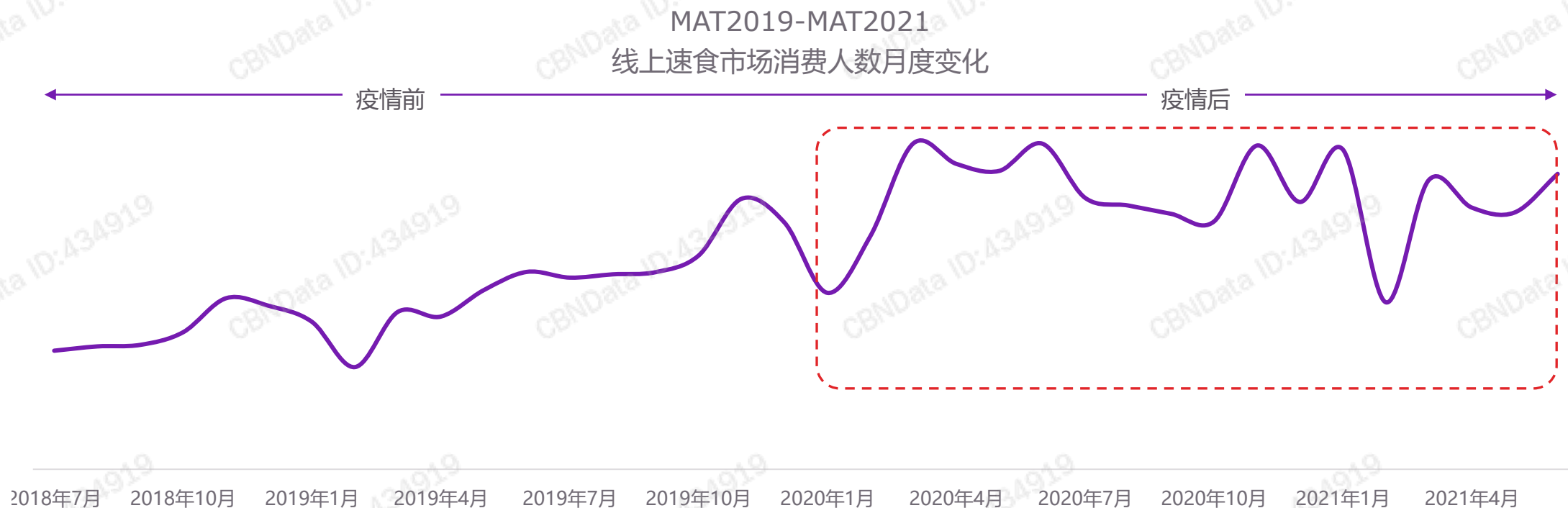


L U O S I F E N

L U O S I F E N

后疫情时代，方便快捷的速食品成为消费热门

疫情影响下的“宅经济”促使消费需求发生改变，自2020年以来速食品消费人数呈现显著增长态势，方便快捷的速食品成为消费热门，或将引领未来食品市场消费趋势。



数据来源：CBNData消费大数据

螺蛳粉吸引“臭味相投”的人，成为线上最热速食

线上速食品细分品类中，螺蛳粉成为仅次于方便面的第二大速食品。相较于整体速食市场享受疫情红利后增速趋缓，螺蛳粉仍有较高的增长势头。

MAT2021线上速食品类消费榜

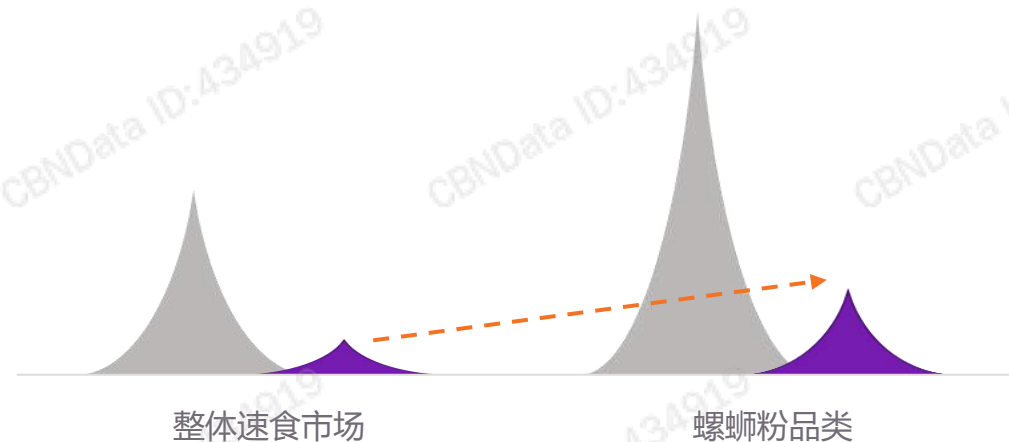


数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021

线上整体速食市场vs螺蛳粉品类销量增速

▲ MAT2020 vs. MAT2019 ▲ MAT2021 vs. MAT2020

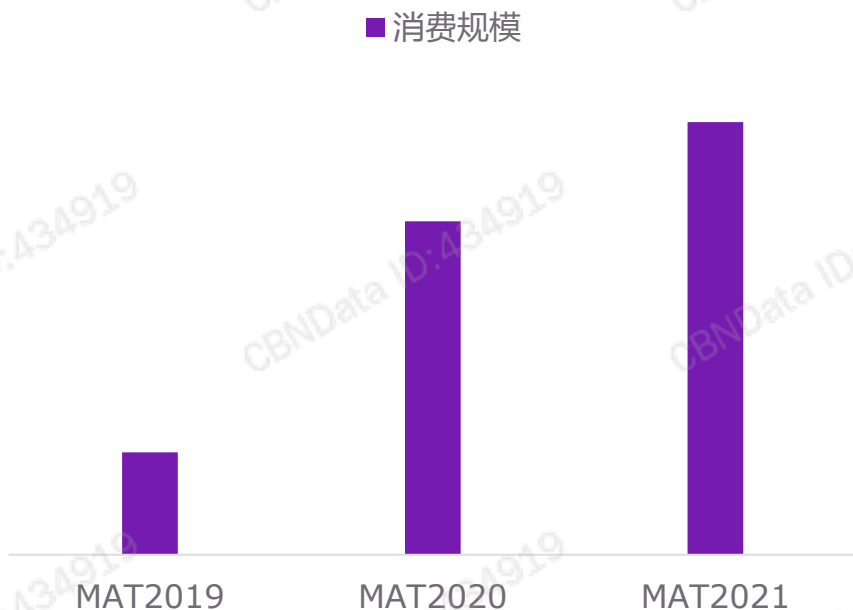


数据来源：CBNData消费大数据

市场规模不断扩大，螺蛳粉消费习惯正在养成

线上螺蛳粉品类消费规模呈稳定增长态势，消费人数的增加，客单价的增长以及消费频次的增加成为螺蛳粉品类增长的核心驱动因素。同时，人均消费频次的逐年增长表明消费者正在逐步养成螺蛳粉的消费习惯。

MAT2019-MAT2021线上螺蛳粉品类消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021线上螺蛳粉品类消费增长因素拆解



数据来源：CBNData消费大数据

螺蛳粉品类高热度高增长，吸引大量商家入局

“嗦粉自由”时代来临，螺蛳粉自带的“热搜体质”以及明星&KOL的强力加持，使其热度不断攀升，并吸引大量商家进入赛道，尤其以2020年疫情后期企业增量达到新高。

2020年上半年
中国螺蛳粉热搜话题及排名

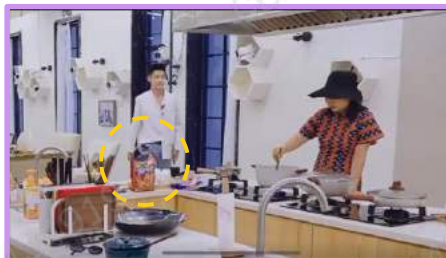
时间	话题内容	热搜榜排名
2月5日	#广西3.1万盒螺蛳粉支援湖北#	20
2月20日	#螺蛳粉还不发货#	4
2月22日	#中国人到底多爱吃螺蛳粉#	4
2月23日	#广西3万盒螺蛳粉驰援湖北#	16
2月25日	#宋祖儿吃螺蛳粉#	3
2月26日		35
2月29日	#晒出你已到货的螺蛳粉#	20
3月3日	#妈妈眼中的你吃螺蛳粉#	16
	#为了吃螺蛳粉你有多拼#	5
3月6日	#螺蛳粉的英文名#	18

数据来源：云合数据，艾媒数据中心

多位明星、KOL达人推荐

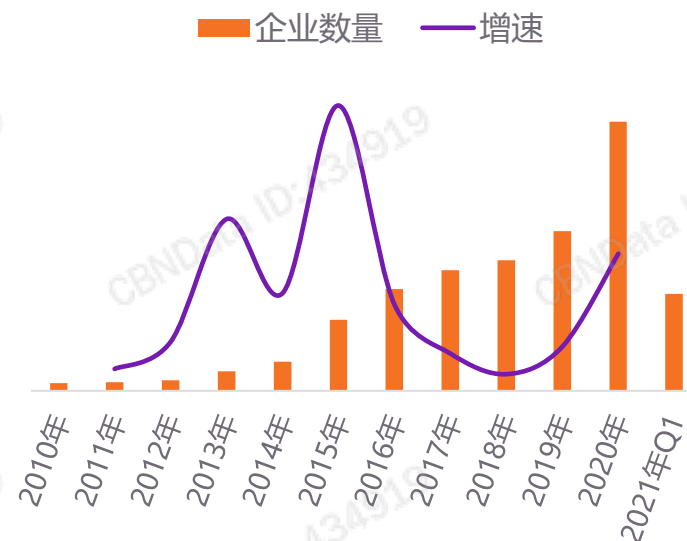


综艺《五十公里桃花坞》螺蛳粉露出



数据来源：公开数据整理

2010-2021.Q1
螺蛳粉相关企业增量（家）



数据来源：天眼查

数据说明：数据统计截止时间为2021年4月15日

柳州正宗 vs 非柳州，构成目前螺蛳粉品牌的竞争格局

大量品牌的入局使得如今的螺蛳粉市场竞争激烈，且以是否满足“发源柳州、柳州生产”两大标准划分成了由柳州正宗品牌和非柳州本土品牌构成的竞争格局。

柳州正宗螺蛳粉品牌

定义：品牌发源地，原产地等坐落在柳州的螺蛳粉品牌

代表品牌



好欢螺



螺湘百味



螺霸王



董阿姨



嘻螺会



肖叔叔



柳江人家



家柳

数据来源：公开数据整理

非柳州本土螺蛳粉品牌

定义：非发源自柳州，使用柳州或其他区域代工厂生产的品牌

代表品牌



李子柒



食族人



三只松鼠



饭爷



百草味



良品铺子



白象



来伊份

数据来源：公开数据整理

L
U
O
S
I
F
E
N



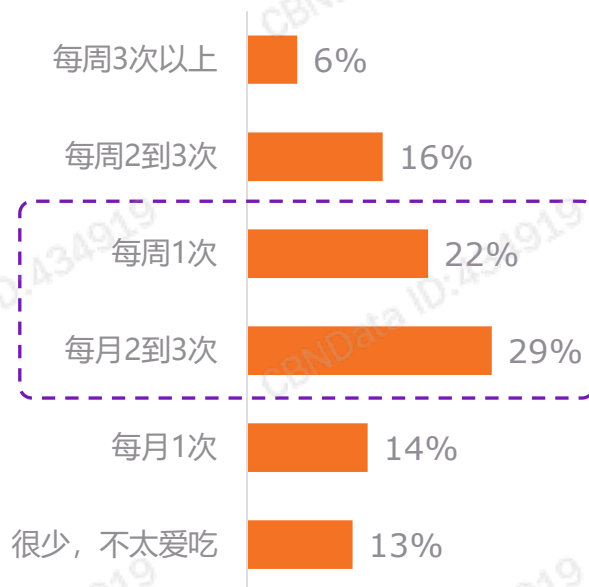
02

suo fen
“嗦粉一族”
人群洞察

“绝命臭粉”为何令人如此魂牵梦萦

高频率的“嗦粉”使得螺蛳粉逐渐成为消费者魂牵梦萦的美食，吃“重口味”不再只是追求味蕾的刺激，更成为一种取悦自己、缓解压力的方式。

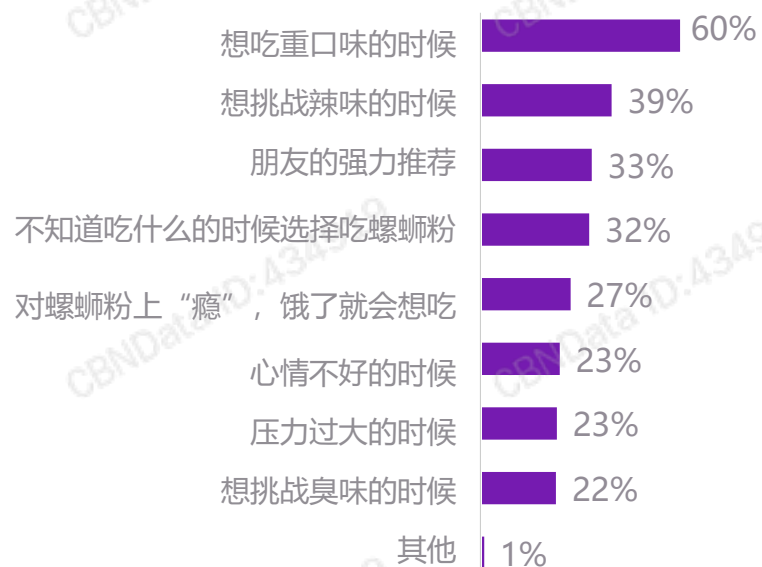
消费者“嗦粉”频率



数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：您平时吃螺蛳粉的频率是？ N=1,000

消费者“嗦粉”驱动因素

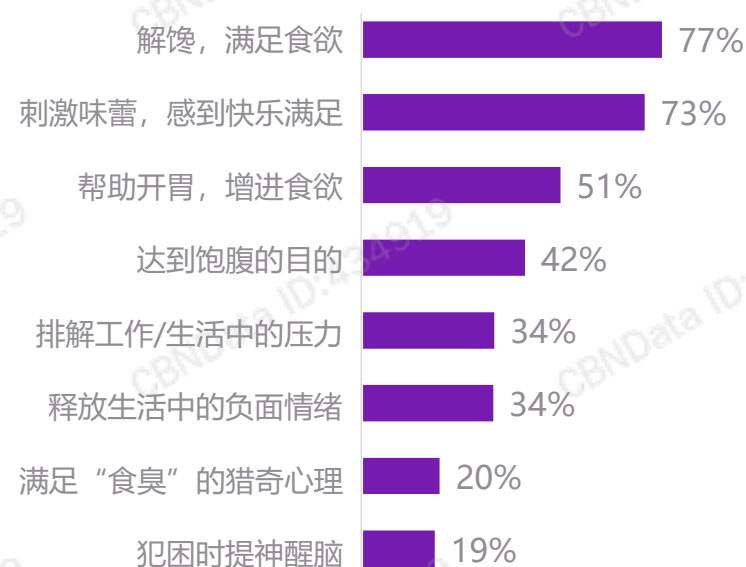


数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：通常在什么情况下您会想吃螺蛳粉？ N=1,000

大数据·全洞察

消费者“嗦粉”目的



数据来源：2021年8月CBNData调研数据

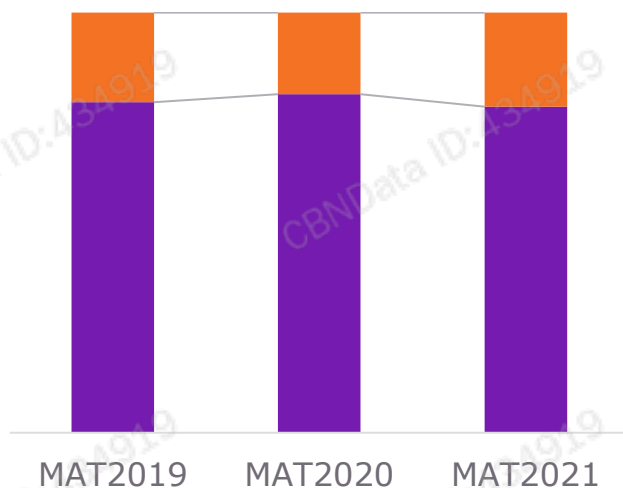
数据说明：通常吃完螺蛳粉，您会得到哪些满足？ N=1,000

女性成螺蛳粉消费主力军，下沉市场增长势头显露

数据显示，线上螺蛳粉消费人群仍以女性及年轻一代消费者为主，二线城市及下沉地区是主要的消费市场。随着螺蛳粉的热度攀升，男性消费者及85后人群逐渐加入“嗦粉”一族。

MAT2019-2021线上螺蛳粉品类不同性别消费规模占比趋势

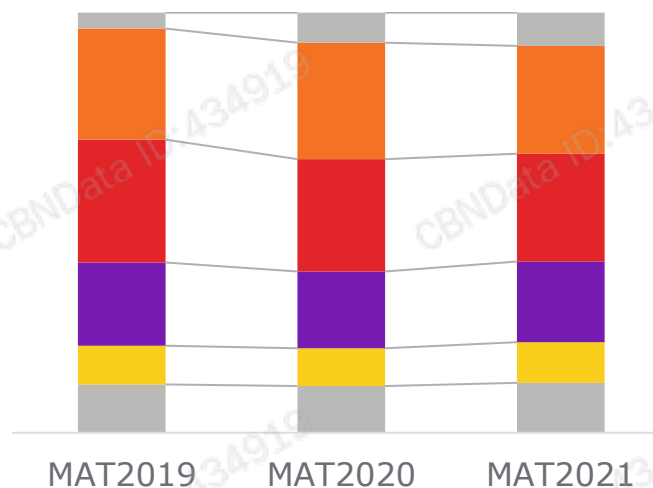
■ 女性 ■ 男性



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021线上螺蛳粉品类不同代际消费规模占比趋势

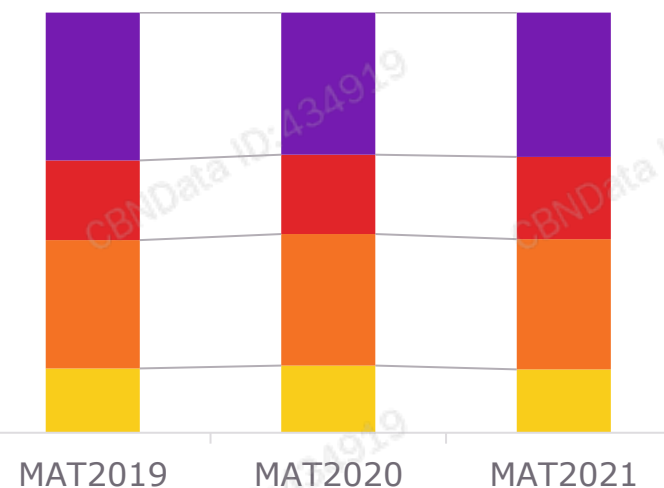
■ 80前 ■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ 95后 ■ 00后



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021线上螺蛳粉品类不同线级城市消费规模占比趋势

■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线及以下

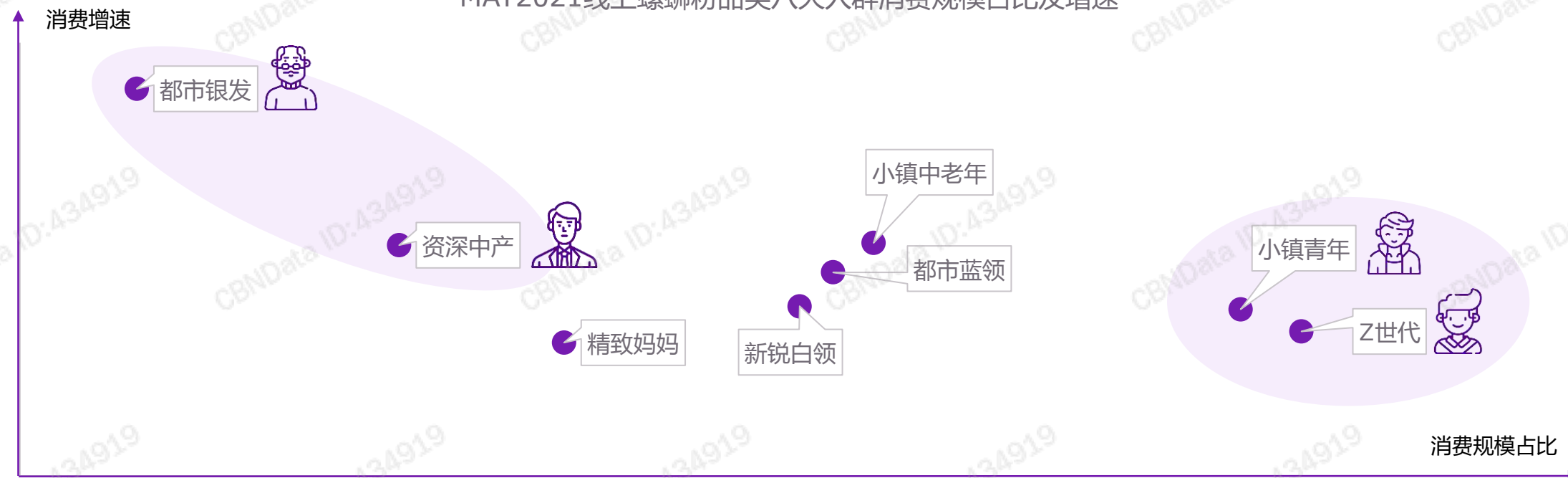


数据来源：CBNData消费大数据

Z世代、小镇青年成线上螺蛳粉核心消费人群

Z世代、小镇青年在线上螺蛳粉品类的消费上表现出强大的购买力，是线上螺蛳粉的核心消费人群；都市银发、资深中产消费增速较快，在螺蛳粉消费上有较大的潜力。

MAT2021线上螺蛳粉品类八大人群消费规模占比及增速



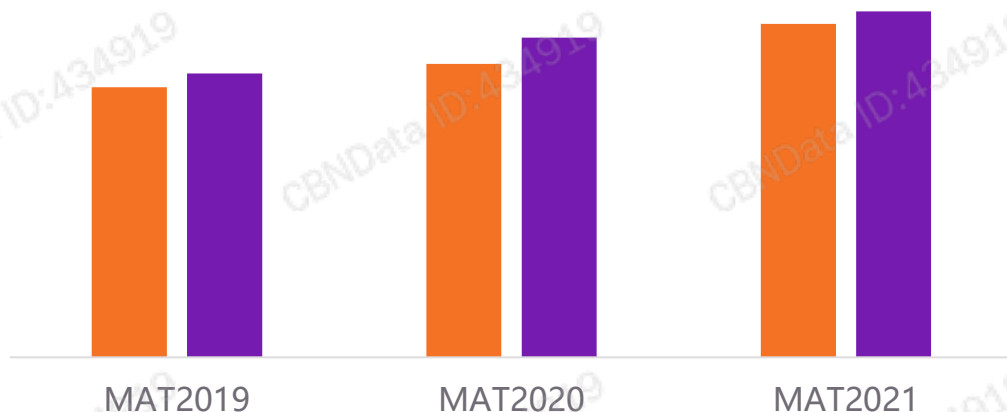
数据来源：CBNData消费大数据

核心人群展现高消费黏性，柳州正宗品牌更受青睐

相较于整体人群，核心消费人群在线上螺蛳粉消费上频次更高，有更强的消费黏性。而在品牌偏好方面，好欢螺，嘻螺会等柳州正宗品牌更受核心消费者青睐。

MAT2019-MAT2021
线上螺蛳粉核心消费人群消费频次对比

■ 整体人群 ■ 核心消费人群



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：核心消费人群指代Z世代及小镇青年

MAT2021线上螺蛳粉
核心消费人群高偏高度品牌



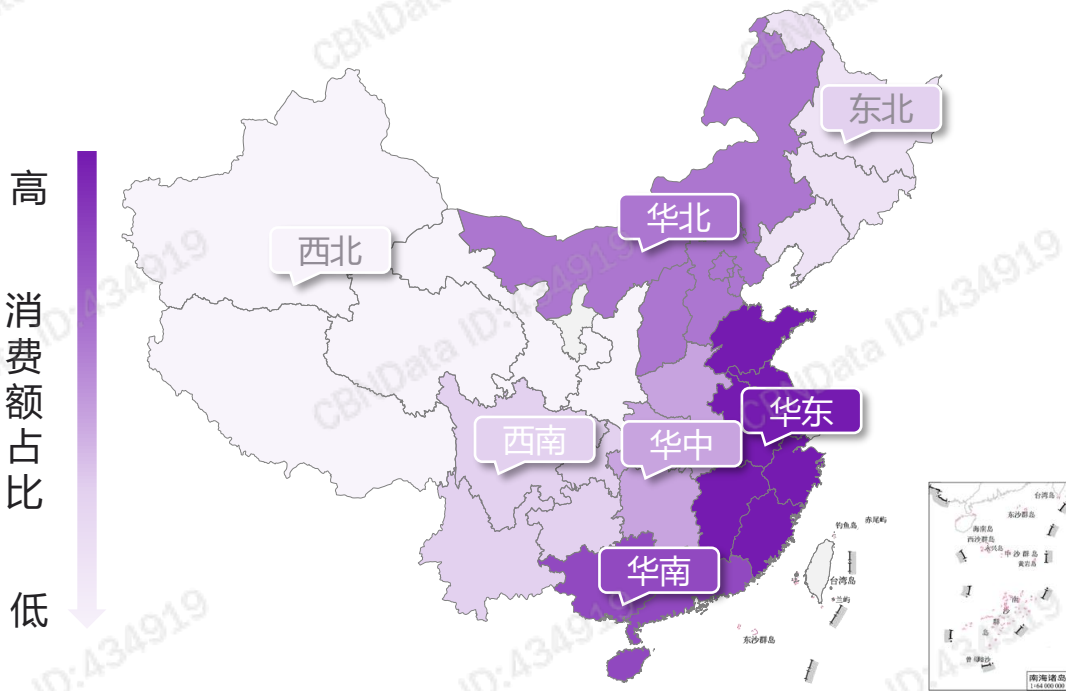
数据来源：CBNData消费大数据（排名不分先后）

数据说明：核心消费人群指代Z世代及小镇青年

沿海一带消费力强劲，重口味螺蛳粉让各地消费者欲罢不能

整体线上螺蛳粉消费额占比中，华东地区消费额占比高于其他，其次为华南地区、华北地区。从各地区螺蛳粉品牌消费榜单来看，重臭重辣的好欢螺普遍受到绝大部分地区消费者喜爱，而华东、华中地区消费者则更偏好口味较淡的李子柒。

MAT2021线上螺蛳粉市场各地区消费额占比



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明，地区颜色越深，消费额占比越高，地区颜色越浅，消费额占比越低

MAT2021线上螺蛳粉市场各地区品牌消费榜

华东地区	华南地区	华北地区
李子柒	好欢螺	好欢螺
好欢螺	李子柒	李子柒
嘻螺会	嘻螺会	嘻螺会
螺霸王	螺满地	螺霸王
螺满地	螺霸王	螺满地

华中地区	西南地区	东北地区	西北地区
李子柒	好欢螺	好欢螺	好欢螺
好欢螺	李子柒	李子柒	李子柒
嘻螺会	嘻螺会	螺状元	嘻螺会
螺满地	螺满地	嘻螺会	螺霸王
螺霸王	只投螺碗	柳江人家	螺满地

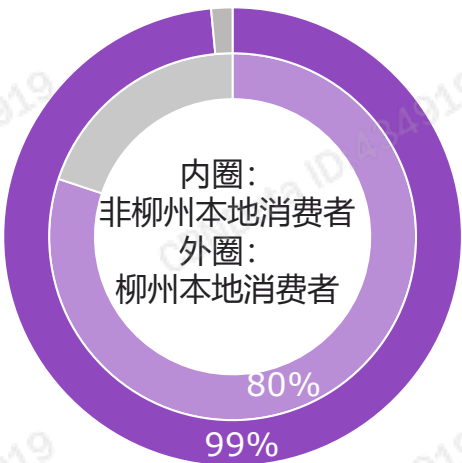
数据来源：CBNData消费大数据

实力认证，好欢螺成柳州消费者最爱的本土正宗品牌

调研数据显示，柳州本地消费者对发源自柳州、柳州生产的正宗螺蛳粉品牌更为青睐，超过九成的柳州消费者表示更愿意购买本土正宗品牌的螺蛳粉。同时，线上数据表明，好欢螺成为更多柳州消费者的螺蛳粉消费首选。

不同地区人群螺蛳粉品牌偏好

■ 是，柳州品牌味道更正宗 ■ 不是，没有倾向



数据来源：2021年8月CBNDATA调研数据

数据说明：您会更青睐购买“发源柳州，柳州生产”的螺蛳粉品牌吗？N=1,000

MAT2021线上螺蛳粉品牌柳州地区消费额占比

■ 柳州正宗螺蛳粉品牌 ■ 非柳州本土品牌

- | | |
|--------|---------|
| 1. 好欢螺 | 6. 螺富婆 |
| 2. 螺霸王 | 7. 柳江人家 |
| 3. 李子柒 | 8. 只投螺碗 |
| 4. 螺满地 | 9. 小7婶 |
| 5. 嘻螺会 | 10. 董阿姨 |

数据来源：CBNDATA消费大数据

03

螺蛳粉

xiao fei qu shi

消费趋势分析



L U O S I F E N

L U O S I F E N





3.1 产品深耕 越正宗越上头

L
U
O

S
I

F
E
N

L U O S I F E N

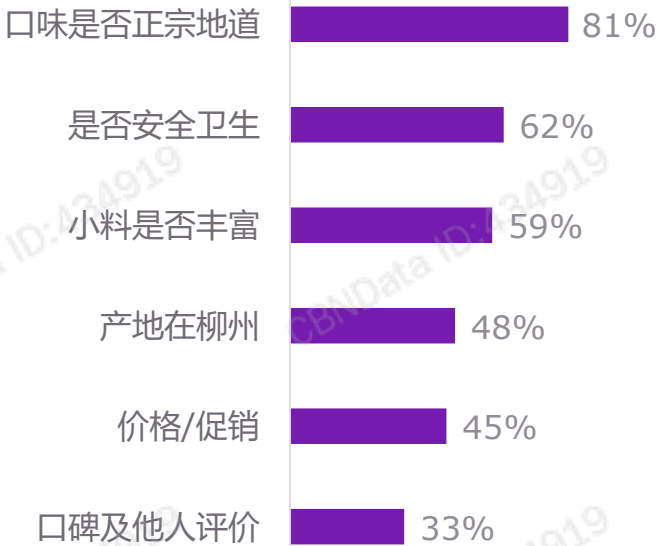
L U O S I F E N

柳州正宗 | 口味地道，正宗柳州品牌好欢螺更受欢迎

口味是否地道正宗是影响消费者购买决策的主要因素，调研数据显示，在柳州正宗螺蛳粉品牌中，好欢螺凭借其地道的口味备受消费青睐。

柳州正宗
口味升级

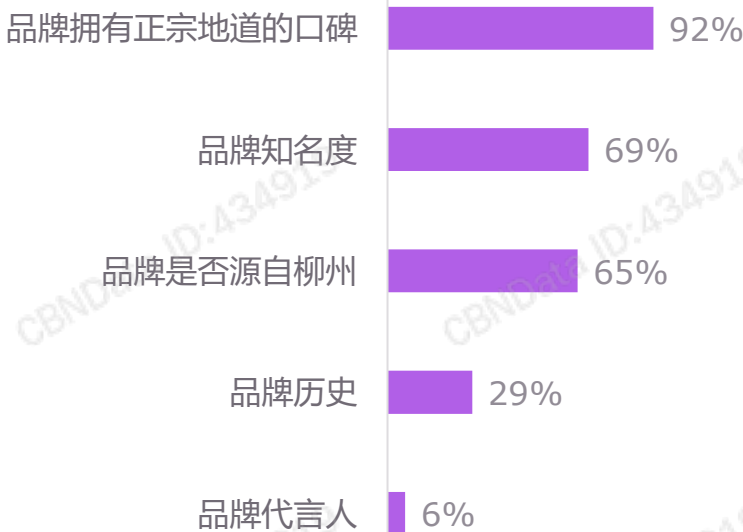
消费者购买螺蛳粉主要考虑因素



数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：您在选择购买螺蛳粉时，会考虑哪些因素？N=1,000

消费者挑选品牌的主要考虑因素



数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：在挑选螺蛳粉品牌时，您更在意哪些因素？N=1,000
大数据·全洞察

消费者青睐柳州正宗螺蛳粉品 TOP10



数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：您更青睐的螺蛳粉品牌有哪些？N=1,000

柳州正宗 | “柳州” 标签强力加持，好欢螺连续三年线上销售稳居第一

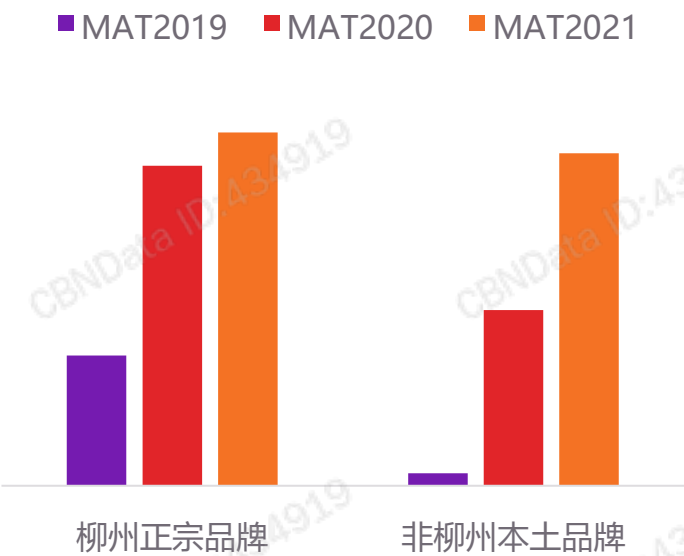
在线上螺蛳粉销售中，TOP20的品牌占据了超过60%的市场份额。其中“柳州” 标签加持的正宗螺蛳粉品牌拥有更为深厚的消费者基础。在近三年的品牌销售榜单中，源自柳州的正宗螺蛳粉品牌好欢螺连续三年蝉联第一，深受消费者喜爱。

MAT2021线上螺蛳粉
TOP20品牌销售额占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021线上螺蛳粉
市场销量TOP20品牌销售额对比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021
线上螺蛳粉品牌销售额榜单

品牌	MAT2019	MAT2020	MAT2021
好欢螺	1	1	1
李子柒	-	2	2
嘻螺会	2	3	3
螺满地	6	6	4
螺霸王	3	5	5
只投螺碗	10	7	6
柳江人家	4	4	7
螺状元	13	10	8
嗨吃家	24	13	9
肖叔叔	17	19	10

数据来源：CBNData消费大数据

柳州正宗

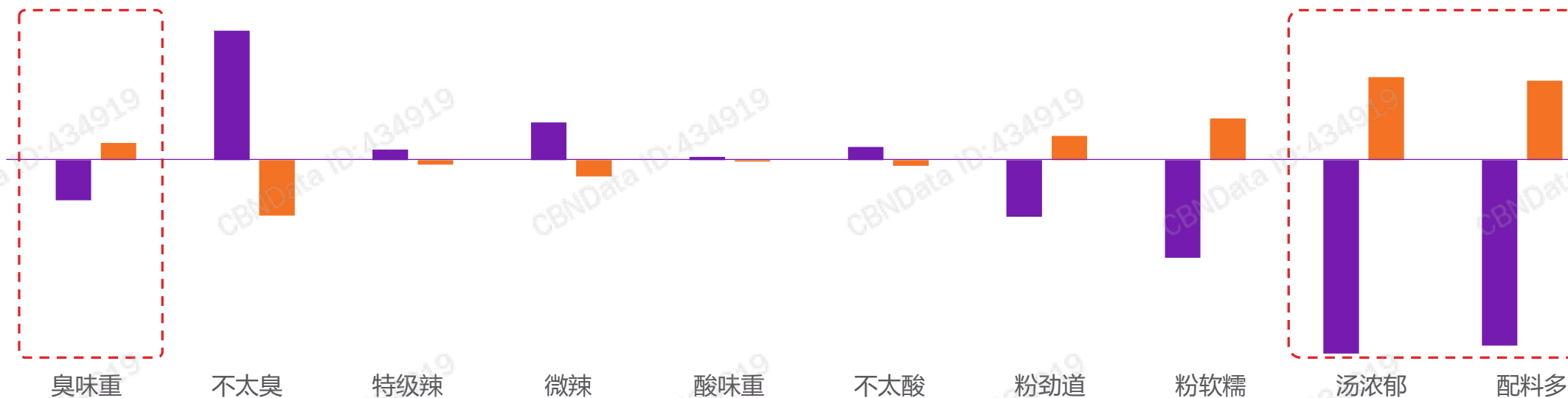
口味升级

口味升级 | 汤浓郁、多配料更受女性偏爱

女性消费者在螺蛳粉消费上有更强的口味偏好性，汤浓郁、多配料更受女性群体青睐，在臭味接受程度上，女性消费者比男性消费者更能“食臭”。

不同性别消费者螺蛳粉口味偏好

■ 男性 ■ 女性



数据来源：2021年8月CBNData调研数据，口味偏好度 = (不同性别人群各口味偏好占比 - 整体各口味偏好占比) * 100，偏好度 > 0 为偏好，偏好度 < 0 为不偏好

数据说明：您更喜欢什么口味的螺蛳粉？N=1,000

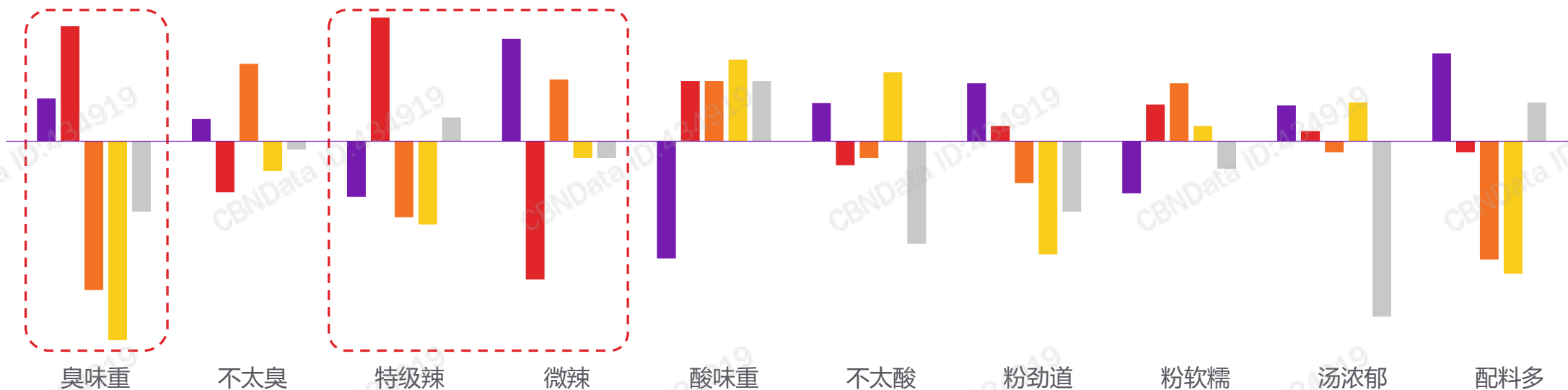
大数据·全洞察

口味升级 | 年轻一代成“食臭”主力军

从代际分布来看，年轻一代对于螺蛳粉的臭度和辣度有着较高的要求，粉劲道、配料多同样成为吸引点。

不同代际消费者螺蛳粉口味偏好

■ Z世代 ■ 90后 ■ 85后 ■ 80后 ■ 80前



数据来源：2021年8月CBNData调研数据，Z世代指代95后、00后消费群体，口味偏好度 = (不同代际人群各口味偏好占比 - 整体各口味偏好占比) * 100，偏好度 > 0 为偏好，偏好度 < 0 为不偏好

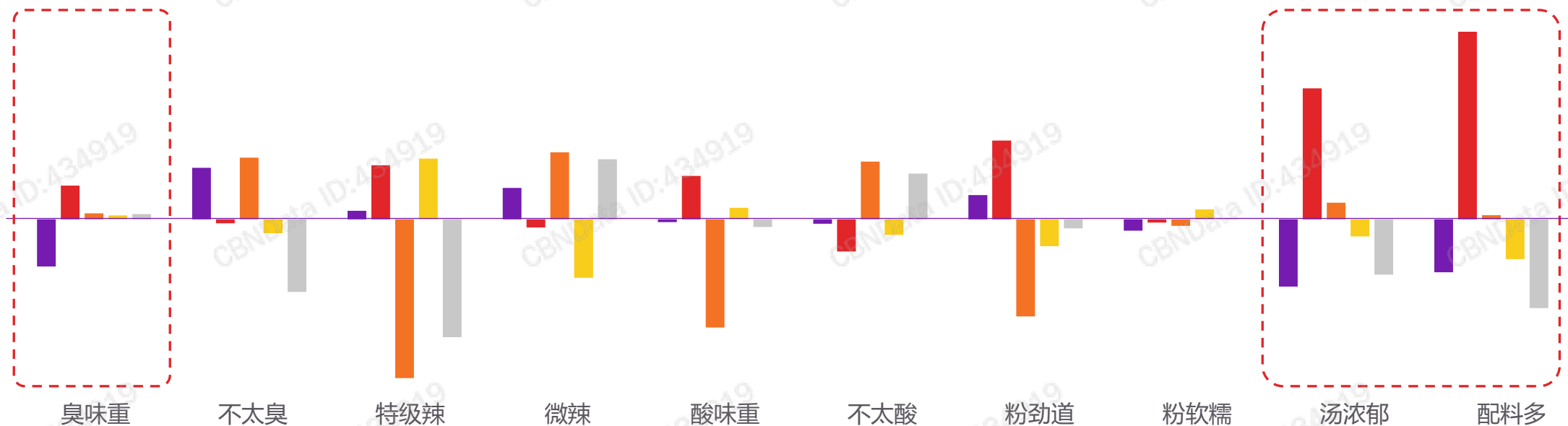
数据说明：您更喜欢什么口味的螺蛳粉？N=1,000
大数据·全洞察

口味升级 | 不同城市口味差异明显，新一线更爱重口味

从城市线级来看，新一线城市口味偏向性明显，多配料、汤浓郁、臭味重、特级辣尤其受到他们的青睐。一线城市口味偏淡，不太臭、微辣口味更受偏爱。

不同城市线级消费者螺蛳粉口味偏好

■ 一线 ■ 新一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线及以下



数据来源：2021年8月CBNData调研数据，口味偏好度=（不同城市线级人群各口味偏好占比-整体各口味偏好占比）*100，偏好度>0为偏好，偏好度<0为不偏好

数据说明：您更喜欢什么口味的螺蛳粉？N=1,000

大数据·全洞察

口味升级 | 爽点进阶，越刺激越上头

瞄准重口味带给消费者的上头体验，品牌接连推出升级版螺蛳粉，如好欢螺推出的加臭加辣升级装及小龙虾口味限量螺蛳粉，不断满足消费者进阶的口味诉求。



嘻螺会推出双倍辣螺蛳粉

资料来源：图片源自于网络



好欢螺推出加臭加辣螺蛳粉

资料来源：图片源自于网络



好欢螺推出小龙虾限量螺蛳粉

资料来源：图片源自于网络



L
U
O

S
I

F
E
N

3.2 多元化的消费场景促进新消费

L U O S I F E N

L U O S I F E N

新吃法 | 玩味不停歇，猎奇心理解锁新吃法

当简单冲泡螺蛳粉已不能满足消费者的玩味心态时，各类猎奇吃法随之被解锁。近九成的消费者表示愿意尝试猎奇吃法，其中女性群体及中青年代际对猎奇吃法有更高的接受度。

螺蛳粉猎奇吃法
消费者意愿调查

愿意尝试 不愿意尝试

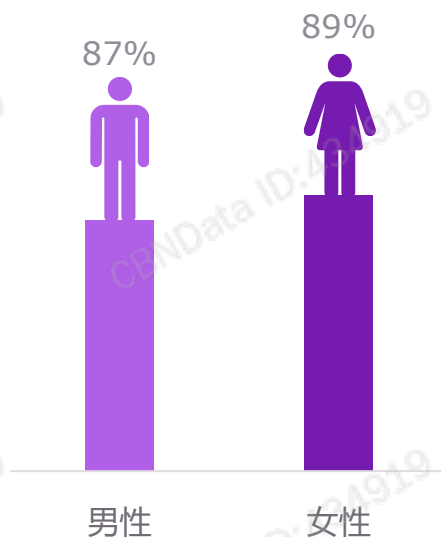
89%



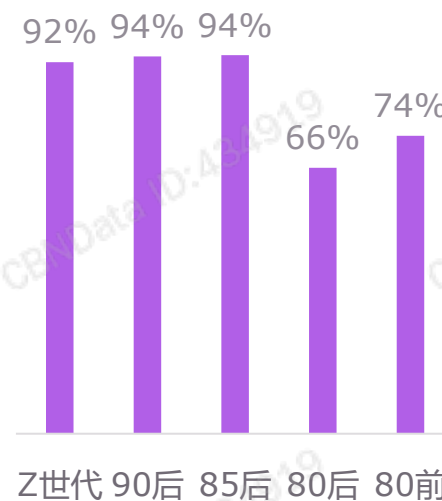
11%



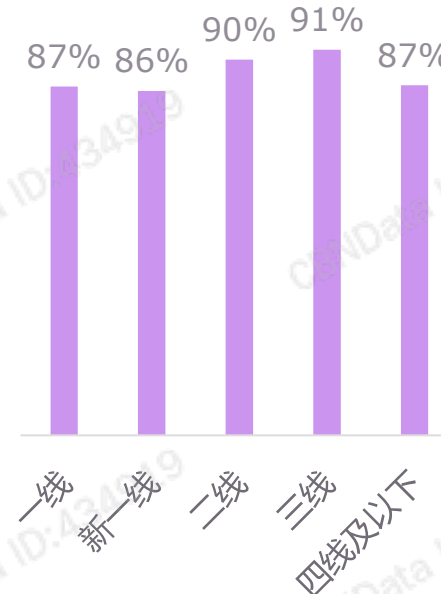
不同性别猎奇
螺蛳粉接受度



不同代际猎奇
螺蛳粉接受度



不同城市线级猎奇
螺蛳粉接受度



数据来源：2021年8月CBNData调研数据，Z世代指代95后、00后消费群体

数据说明：您愿意尝试猎奇的螺蛳粉吃法吗？N=1,000

大数据·全洞察

新吃法 | 脑洞大开，解锁螺蛳粉的一万种吃法

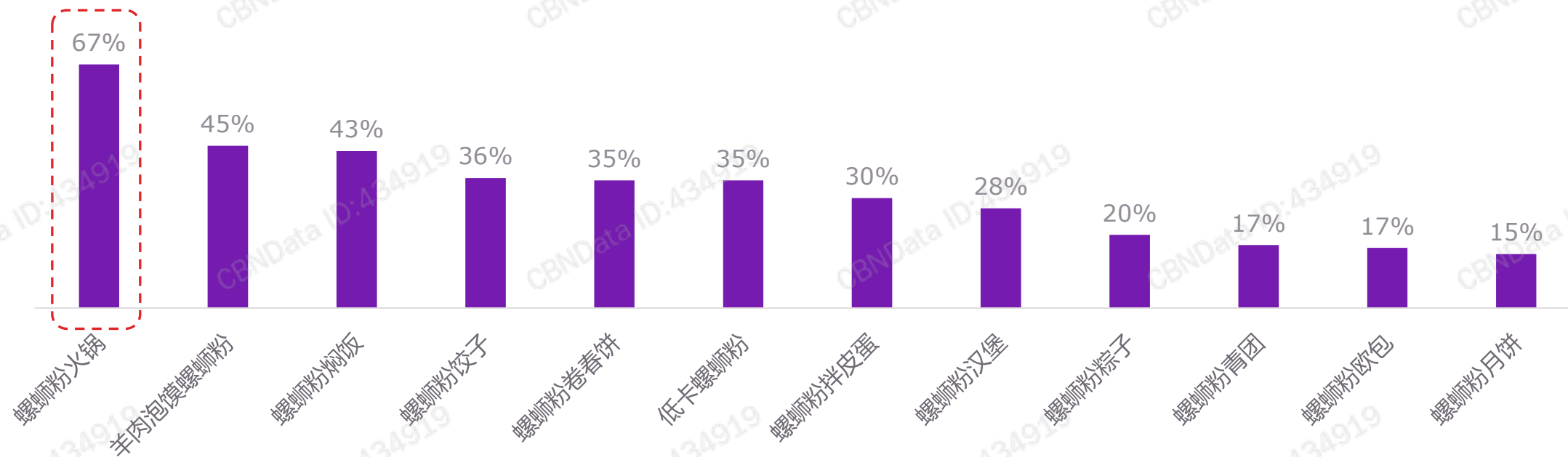
盘点“万物皆可螺蛳粉”的一万种吃法，其中螺蛳粉火锅备受青睐，一站式解锁火锅+嗦粉的双重快乐。

新吃法

新场景

新零售

热门猎奇螺蛳粉吃法



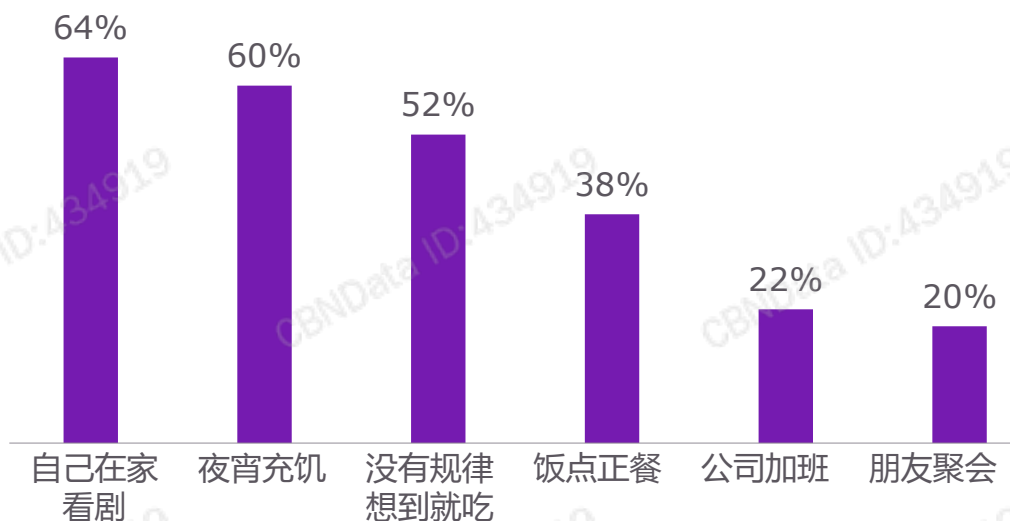
数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：以下哪种猎奇吃法您会愿意尝试？N=885
大数据·全洞察

新场景 | 生活方式的改变刺激新的消费场景

生活方式的改变促使消费场景多元化发展，自己在家看剧、夜宵充饥成了被提及最多的螺蛳粉食用场景，其中Z世代及90后人群这一食用特征更为明显。而85后、80后中青年人群食用场景则更加随性。

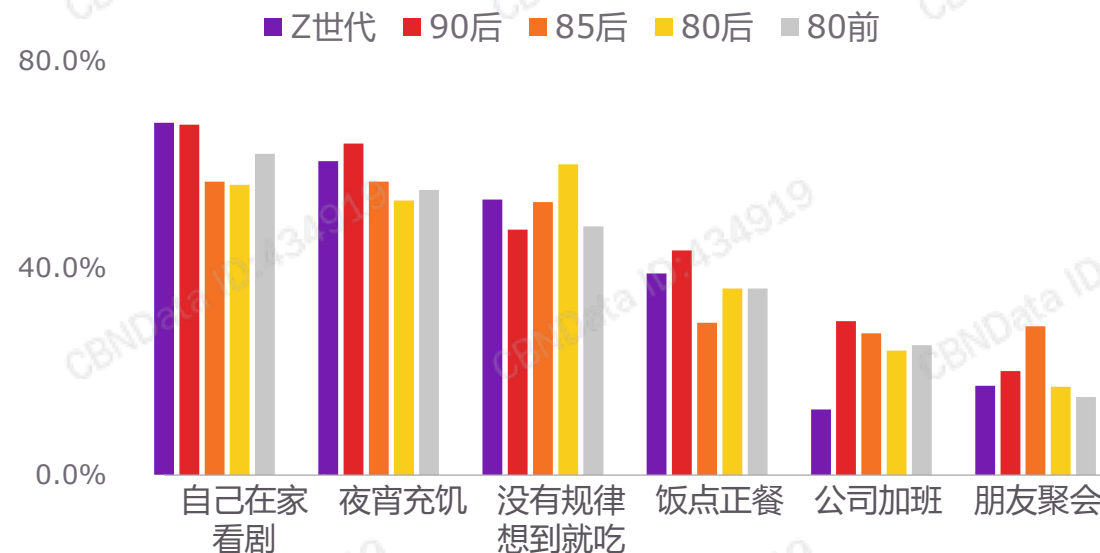
消费者螺蛳粉食用场景调查



数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：您一般会在什么场景下吃螺蛳粉？N=1,000

不同代际消费者螺蛳粉食用场景调查



数据来源：2021年8月CBNData调研数据，Z世代指代95后、00后消费群体

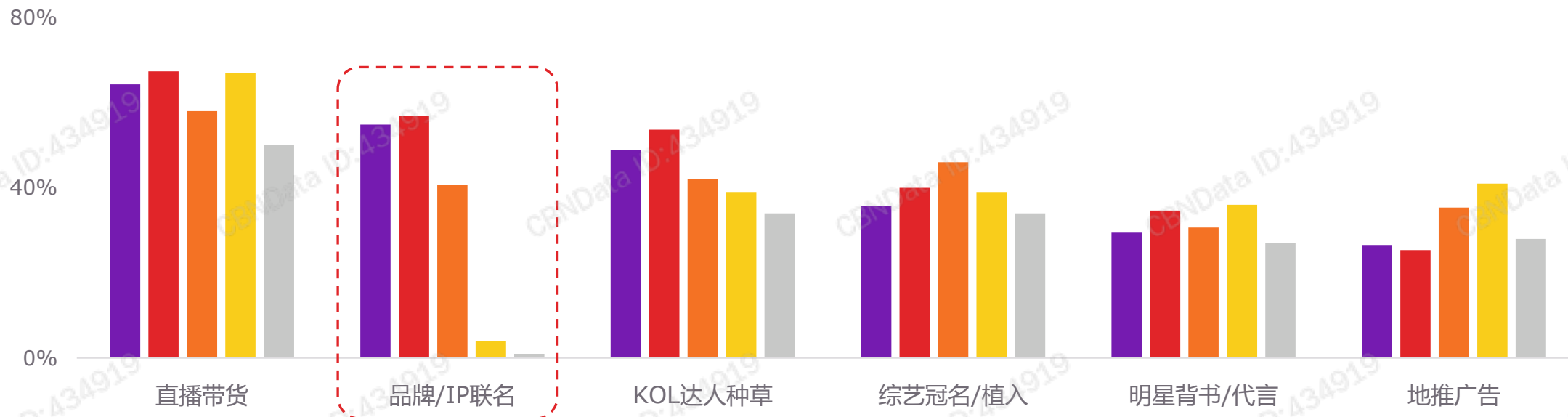
数据说明：您一般会在什么场景下吃螺蛳粉？N=1,000

新零售 | 吃下这波安利，年轻人愿意为尝鲜买单

消费者的尝鲜心理推动品牌营销活动的迭代，直播带货、品牌/IP联名、KOL达人种草成热门的营销手段。从代际分布来看，年轻一代的消费者对于品牌/IP联名有着更浓厚的兴趣。

不同代际消费者螺蛳粉营销活动偏好

■ Z世代 ■ 90后 ■ 85后 ■ 80后 ■ 80前



数据来源：2021年8月CBNData调研数据

数据说明：您在购买螺蛳粉时，会被哪些营销活动吸引？N=1,000
大数据·全洞察

新零售 | 布局新零售，与年轻消费者对话

直播带货

李佳琦、薇娅等头部直播达人带货
拓宽零售渠道，提升品牌认知度



资料来源：图片源自于网络

品牌联名

品牌之间的跨界元素联结，为产品
赋予了新的价值，强化产品辨识度



资料来源：图片源自于网络

IP联名

IP联动帮助品牌重塑刻板印象
通过趣味的方式与年轻消费者对话



资料来源：图片源自于网络

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

数据时间段:

MAT2019: 2018.07.01-2019.06.30

MAT2020: 2019.07.01-2020.06.30

MAT2021: 2020.07.01-2021.06.30

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

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。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：胡文静、魏宇彤

视觉设计：孙雯宇

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。

CBNData以跨领域数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察