

2021

坚果

新趋势

# 2021天猫坚果 消费趋势报告

CBNDATA × 天猫TMALL.COM

第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.





# 目录

CONTENTS



## 第一部分

坚果品类市场总览

3

## 第二部分

坚果品类新趋势

- ◆ 多元口味
- ◆ 功能添加
- ◆ 品质升级
- ◆ 餐佐创新

7



A top-down view of a dark wooden table covered with various nuts and seeds. The nuts are arranged in several wooden bowls, a glass bowl, and a small blue bowl. The nuts include almonds, cashews, walnuts, pistachios, and pine nuts. The background is a dark, textured wooden surface.

# CHAPTER ONE

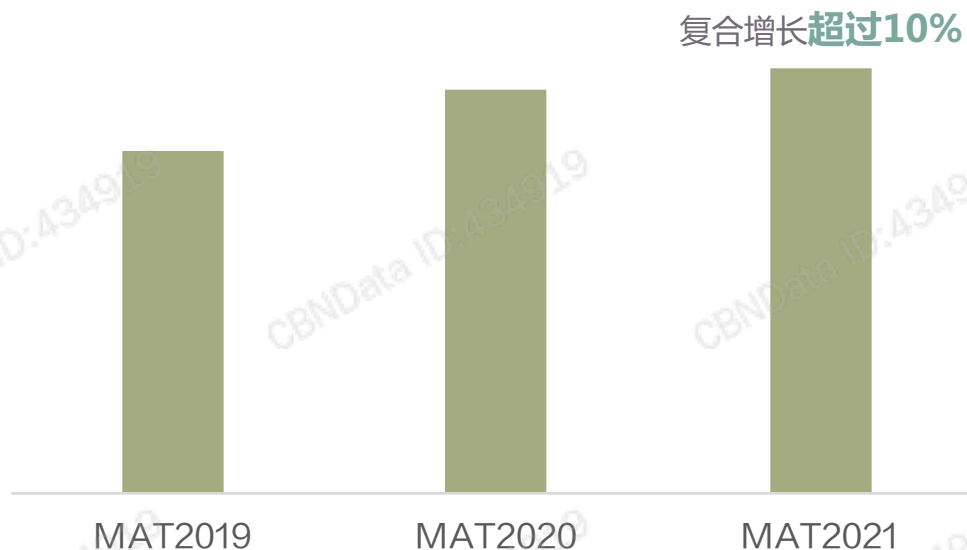
## 坚果品类市场总览



## 零食消费稳健成长，糕点、坚果、饼干合占半壁江山

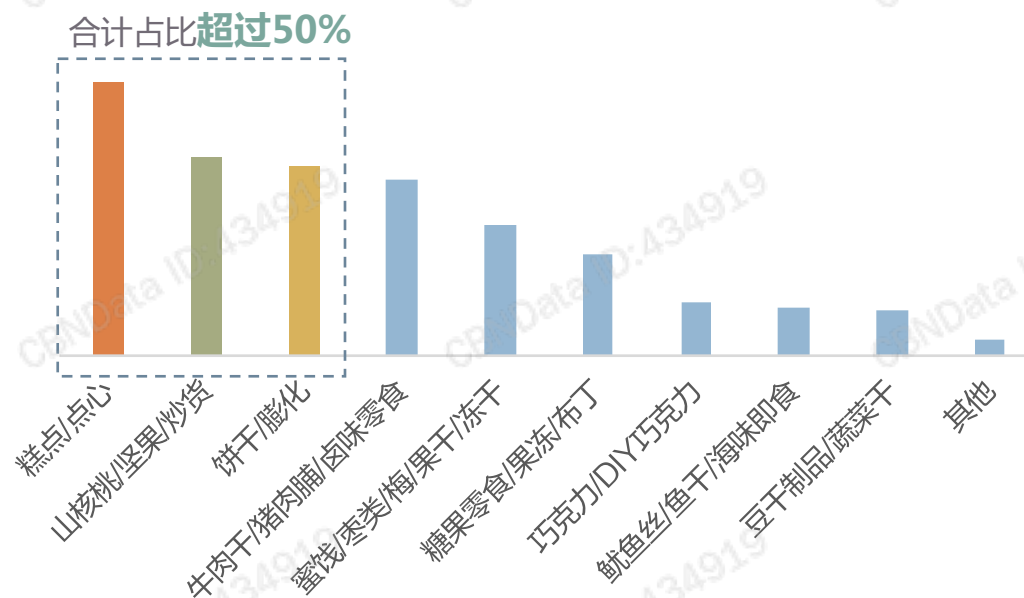
线上零食消费规模稳步增长，MAT2021复合增长率超10%。糕点、坚果和饼干领军零食消费，合计市场贡献率超50%。其中，坚果炒货的市场规模仅次于糕点点心，在零食消费中位居第二。

MAT2019-MAT2021线上零食消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021线上零食二级类目消费规模

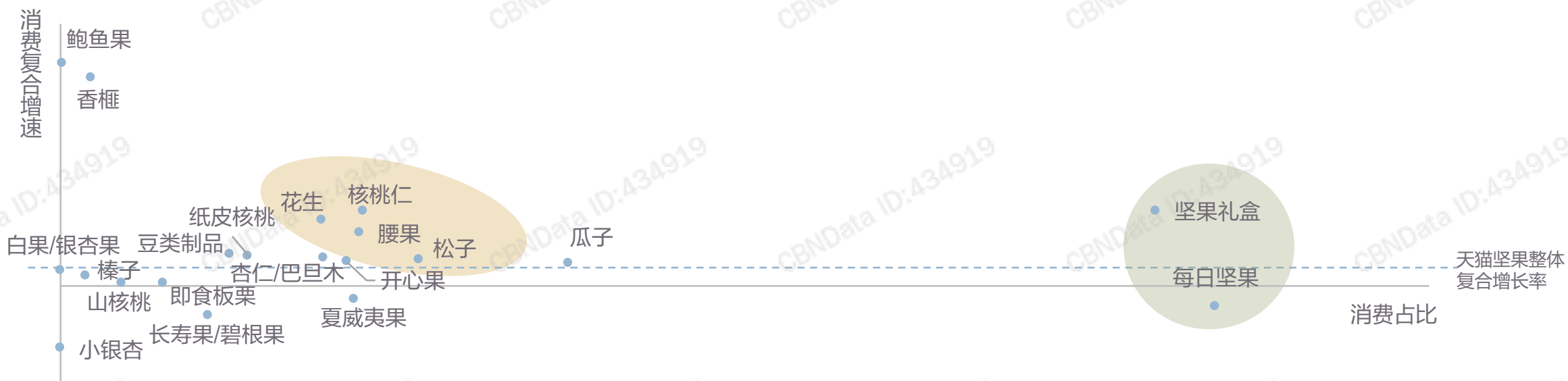


数据来源：CBNData消费大数据

## 坚果细分品类多元，多品类稳健成长

核桃仁、花生、腰果、松子稳步发展，消费占比和复合增速均保持在较高水平。每日坚果和坚果礼盒占据坚果消费的头两把交椅，消费占比合计约四成。

MAT2021天猫细分坚果品类消费占比及消费复合增速

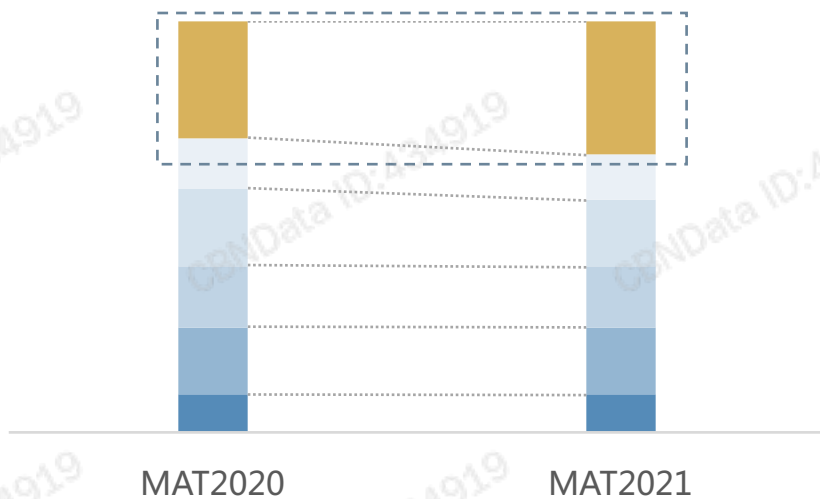


数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：消费复合增速为MAT2021相对MAT2019的复合增长率

## 坚果消费价格升级，中高端价位段颇具发展空间

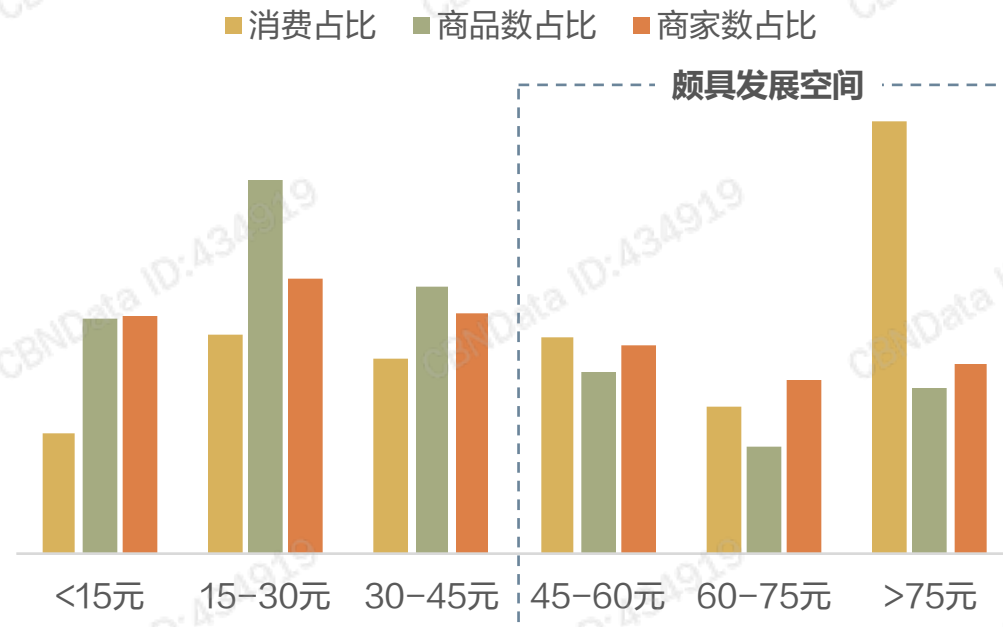
坚果价格呈现高端化趋势，件单价高于75元的贵价坚果消费占比最大，且占比上升。从供给侧来看，坚果商家的布局集中于件单价45元以下的低端市场，45元及以上的中高端市场发展潜力大。

MAT2020-MAT2021天猫坚果各价格段消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：该分布为件单价的价格段分布

MAT2021天猫坚果品类各价格段供需情况



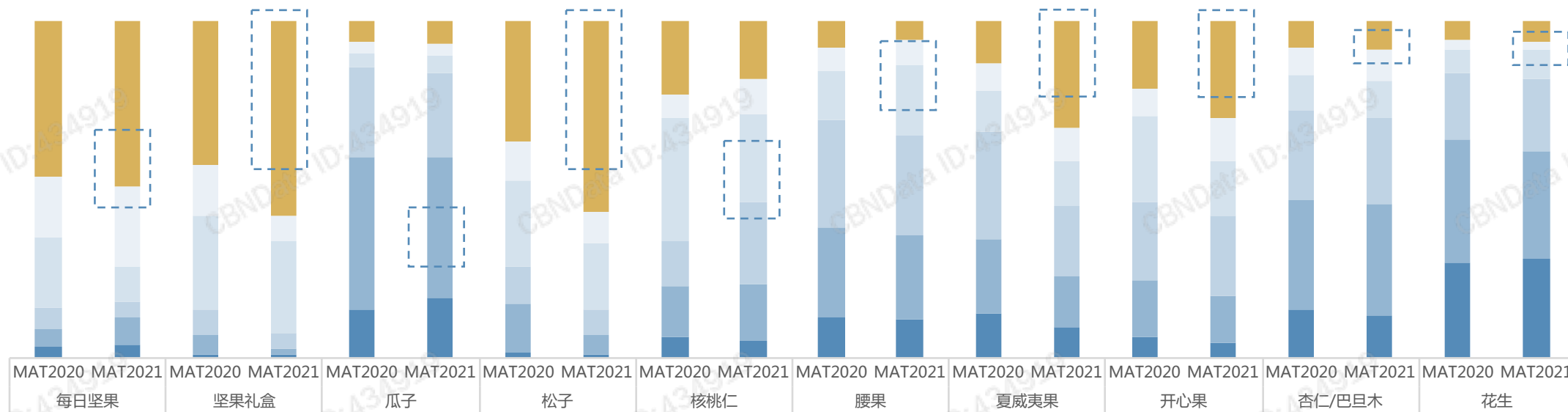
数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：该分布为件单价的价格段分布

## 不同品类潜力价格段各异，礼盒、松子、开心果、腰果、巴旦木和花生中高端需求增加显著

在75元以上的高端市场上，坚果礼盒、松子、夏威夷果和开心果的消费需求提升较快。在45-75元的中高价位段，每日坚果、腰果、杏仁/巴旦木和花生的消费占比提升亮眼。

MAT2020-MAT2021天猫坚果头部类目各价格段消费占比

■ <15元 ■ 15-30元 ■ 30-45元 ■ 45-60元 ■ 60-75元 ■ >75元



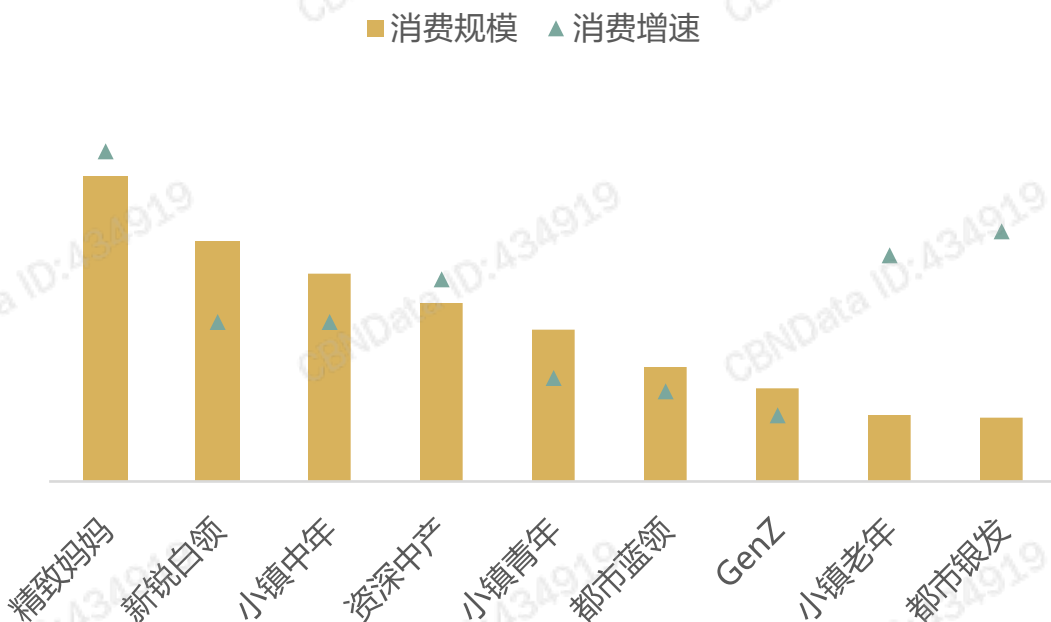
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：虚线框出各品类占比提升度最快的价格段

## 精致妈妈和新锐白领是坚果消费的核心人群，消费人数多且客单价高

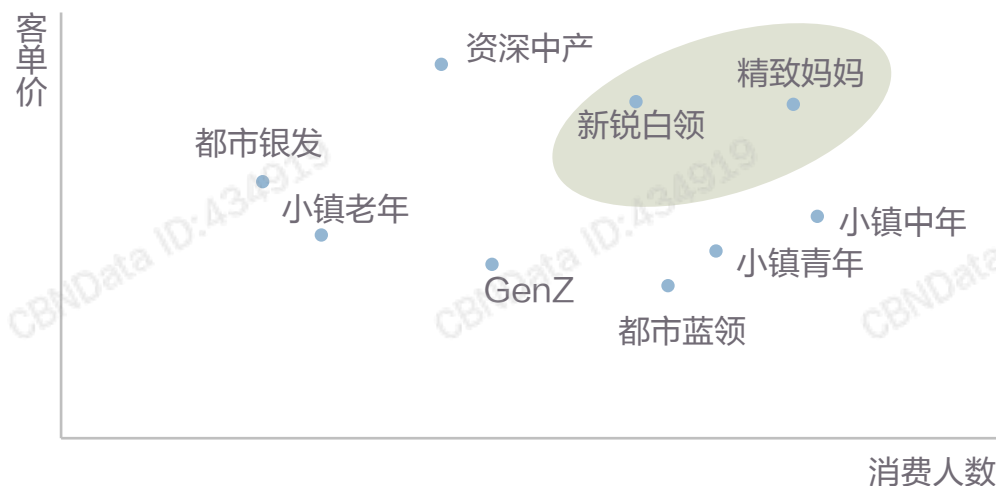
精致妈妈是坚果的主力消费人群，MAT2021消费占比超25%，且消费规模快速增长。新锐白领的坚果消费实力也不容小觑，其消费规模仅次于精致妈妈并领先其他人群，高消费人数和高客单价表现亮眼。

MAT2021天猫九大人群坚果消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫九大人群坚果消费人数及客单价



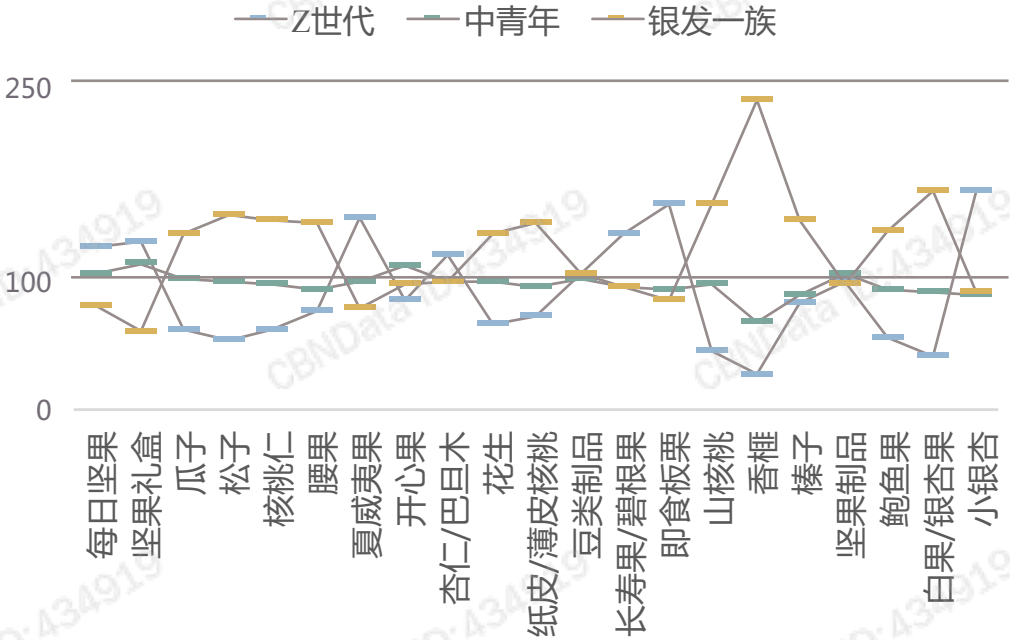
数据来源：CBNData消费大数据



## Z世代、中青年和银发一族的坚果偏好大不同

各代际人群对细分坚果品类有着各自的偏好，小银杏、即食板栗、夏威夷果最能博得Z世代的芳心，中青年则是坚果礼盒的忠实拥趸，而银发一族消费者更加喜爱香榧、银杏果和山核桃。

MAT2021天猫各代际人群细分坚果品类消费TGI



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：TGI=（某一代际各叶子类目消费占比/整体人群各叶子类目消费占比）\*100  
Z世代指出生在1995年及之后的消费者，中青年指出生在1975年至1994年之间的消费者，银发一族指出生在1974年及之前的消费者

MAT2021天猫各代际人群偏好TOP3坚果品类

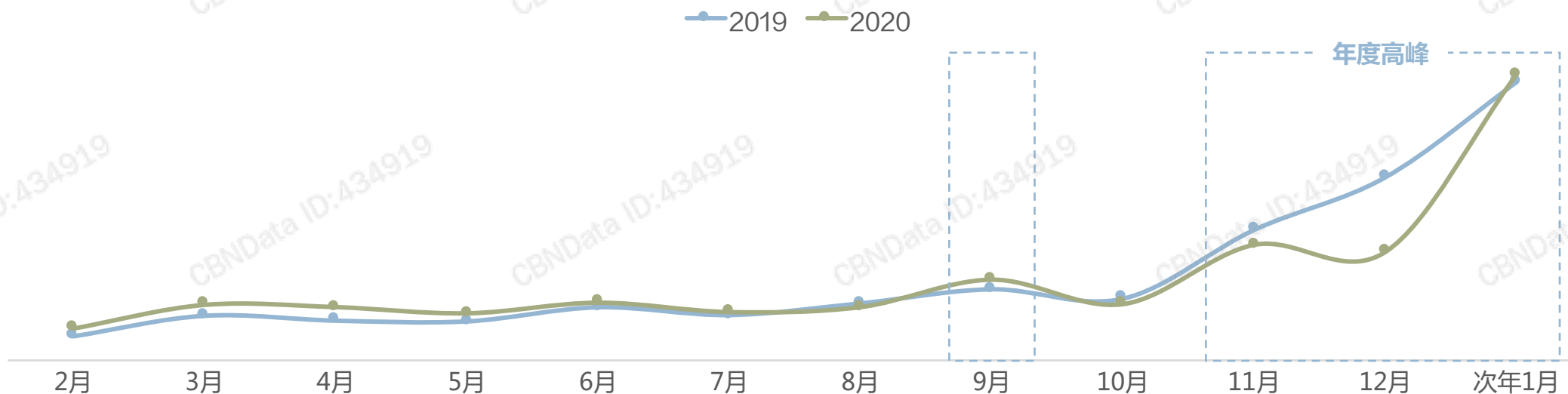
	Z世代	中青年	银发一族
1	小银杏	坚果礼盒	香榧
2	即食板栗	开心果	白果/银杏果
3	夏威夷果	坚果制品	山核桃

数据来源：CBNData消费大数据

## 坚果消费有“时节”，佳节礼赠是坚果消费的关键场景

坚果消费具有一定的季节性，传统佳节是消费者购买坚果的主要场景，9月中秋节迎来消费小高峰，11月至次年1月春节前后呈爆发式增长。

2019年2月-2021年1月天猫坚果每月消费规模分布



数据来源：CBNData消费大数据



## 坚果诉求多维发展，口味、功能、品质、餐佐诉求涌现

MAT2021 天猫坚果产品特性相关头部搜索词



数据来源：CBNDATA消费大数据

## 新诉求激发新趋势，新坚果满足新诉求



多元口味

多元口味带来多重乐趣



功能添加

追求美味同时不忘健康



品质升级


品质坚果需求持续提升



餐佐创新

线下餐佐场景创新上翻



A top-down view of a dark wooden table covered with various nuts and seeds. The nuts are arranged in several wooden bowls, a glass bowl, and a small blue bowl. The nuts include almonds, cashews, walnuts, pistachios, and pine nuts. The text "CHAPTER TWO" is overlaid in the center of the image.

# CHAPTER TWO

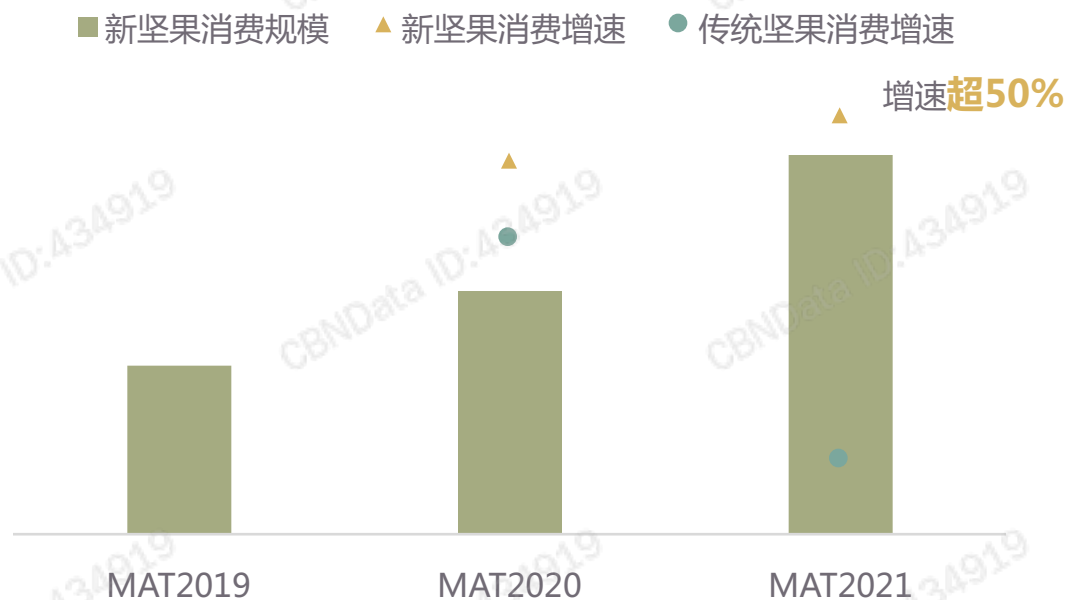
## 坚果品类新趋势



## 新坚果消费持续走高，购买人数大幅增加是首要拉动力

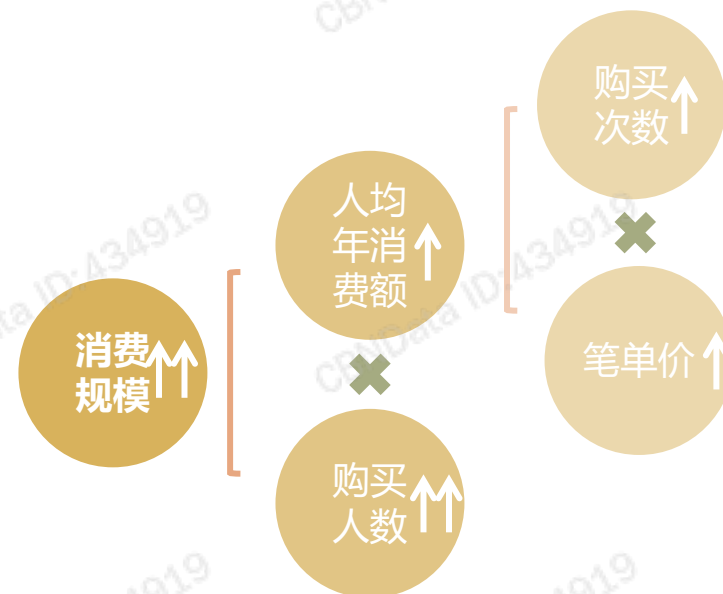
在口味、功能、品质、餐佐方面有所创新的新坚果消费规模稳步攀升，MAT2021消费增速超50%，增速远超传统坚果。MAT2021新坚果的购买人数、人均年消费额等指标均稳步增长，其中购买人数增速超35%，是新坚果消费增长的首要驱动因素。

MAT2019-MAT2021天猫新坚果消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：新坚果定义为具有多元口味/功能添加/品质升级/餐佐创新特点的坚果

MAT2021天猫新坚果消费增长驱动因素拆解



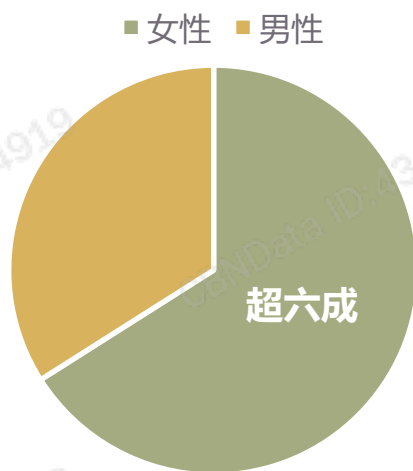
数据来源：CBNData消费大数据



## 女性、青年人、二线消费者是新坚果的消费主力军

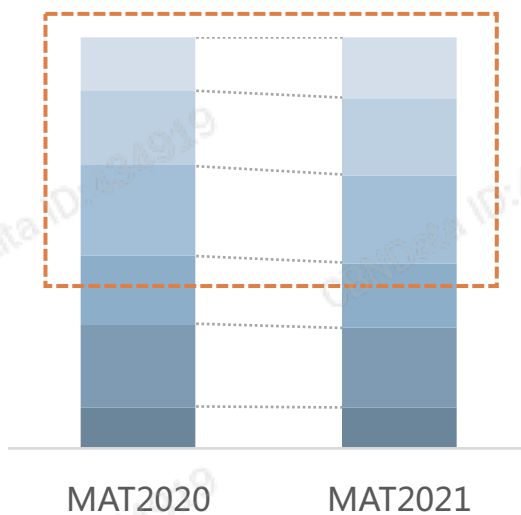
女性是新坚果的主力消费者，消费规模占比超六成。85后、90后、95后的新坚果消费占比较高，且有所扩大。二线城市的消费者最青睐新坚果，消费规模和消费增速均领先其他线级城市。

MAT2021天猫新坚果不同性别  
消费者消费规模占比



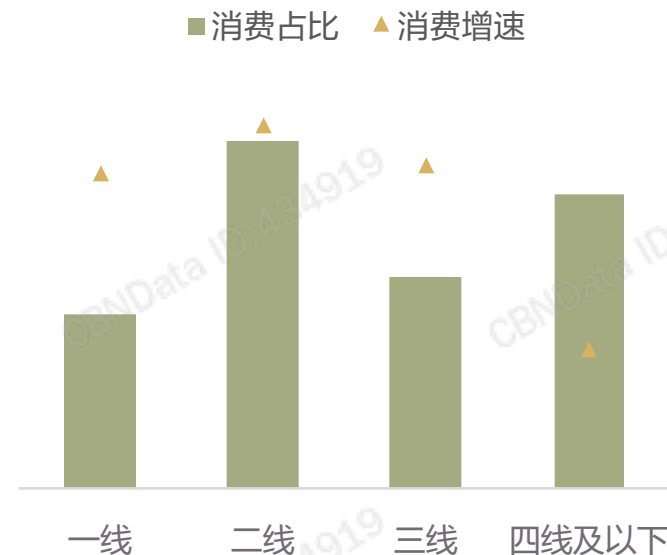
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020-MAT2021天猫新坚果  
不同代际消费者消费规模分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫新坚果不同城市  
线级消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

A still life composition of various food items arranged on a wooden surface. The items include a variety of vegetables like bell peppers, tomatoes, carrots, and artichokes; fruits like pears and apples; grains like rice and quinoa; and packaged goods like a carton of milk, a jar of jam, and a can of soup. The lighting is dramatic, highlighting the textures and colors of the food against a dark background.

# ▮趋势一：多元口味



## 坚果口味推陈出新，各式新口味花式夺芳心

传统的原味、五香、奶味、香辣味的坚果愈加无法满足消费者多样化的口味需求，丰富多彩的新口味坚果应运而生。

### 料理口味



炭烧腰果

从基础调料到豪华中西菜肴，料理口味坚果将各式料理元素一网打尽

### 网红口味



芝麻海苔巴旦木

酸、甜、苦、辣、怪皆可网红，花样口味与坚果碰撞出无尽可能

### 经典果味



蔓越莓核桃

“果味+坚果”的组合可网红亦可经典，部分搭配已形成较强的消费心智

### 植物口味



草本核桃

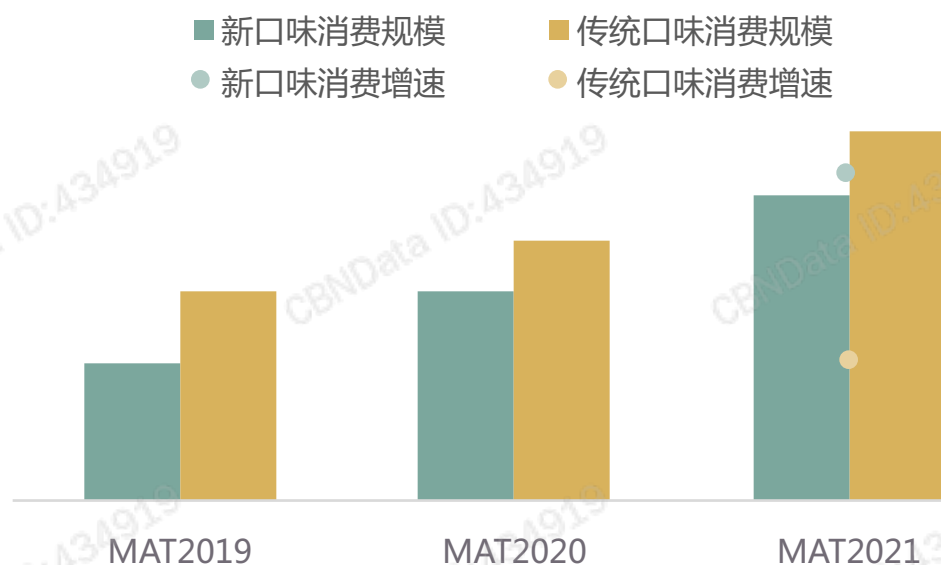
草本、薄荷、绿茶等植物口味和坚果相融合，焕新坚果口感

资料说明：图片和资料来自网络

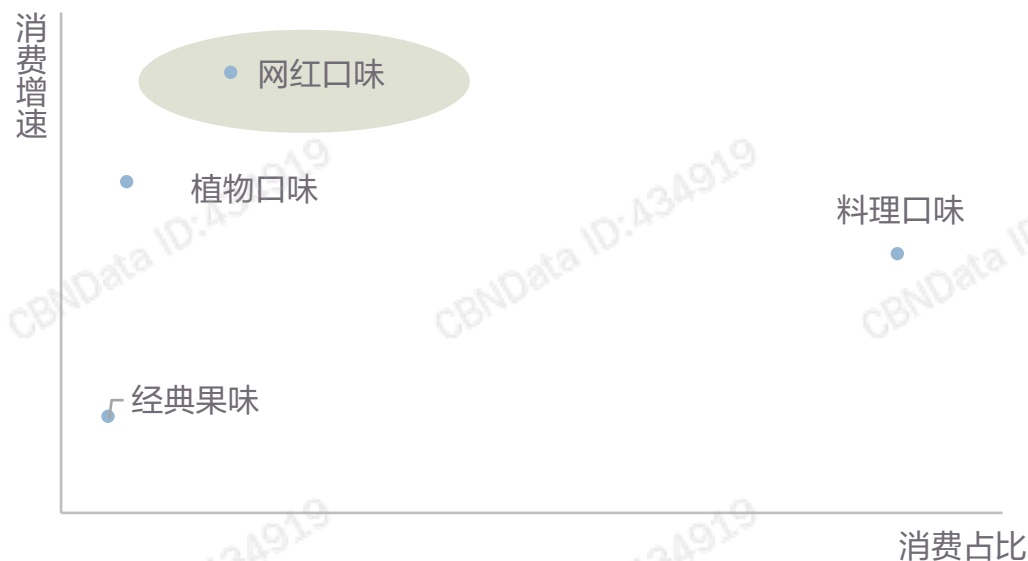
## 新口味坚果市场高速成长，网红口味增速亮眼

新口味坚果的市场规模不断扩大，且新口味坚果的消费增速遥遥领先于传统口味坚果，新口味坚果正在高速追赶传统口味。在各类新口味中，网红口味增速最快，最吸引消费者“尝鲜”。

MAT2019-MAT2021天猫新口味坚果消费规模及增速



MAT2021天猫新口味坚果消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：传统口味坚果包括原味、五香、奶味、香辣口味的坚果，其他口味的坚果定义为新口味坚果

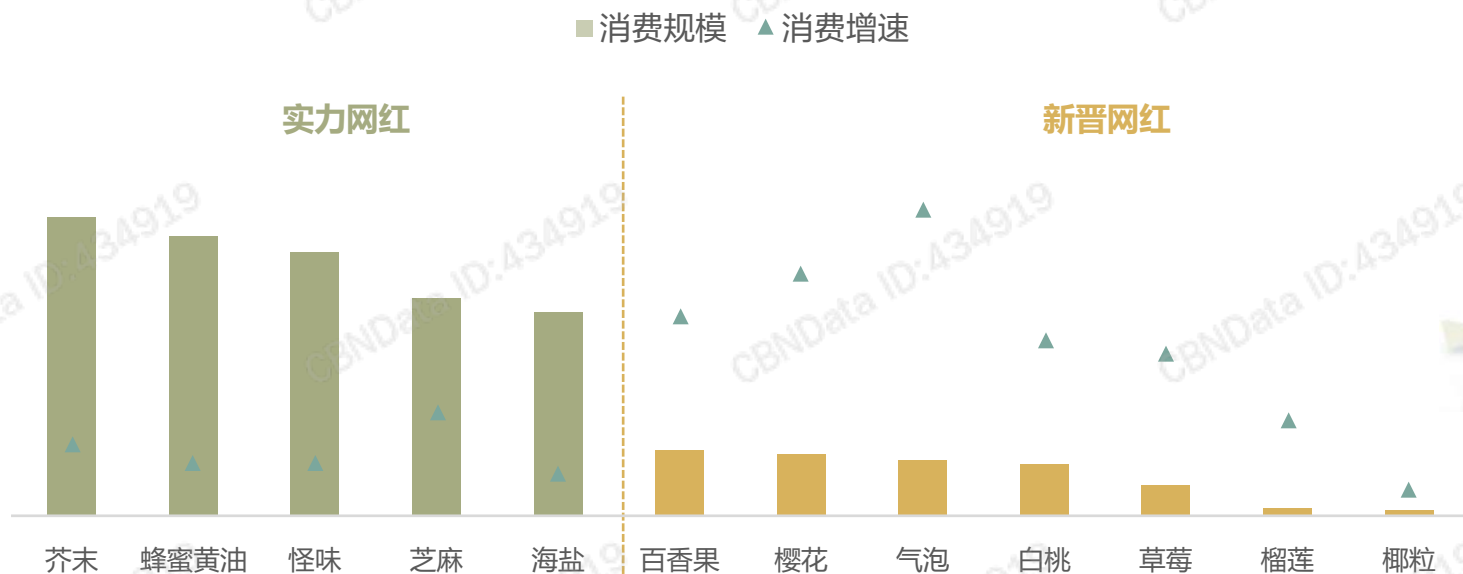
数据来源：CBNData消费大数据



## 网红口味百花齐放，“清新”口味成新晋网红

酸、甜、苦、辣、怪各类网红口味皆有人爱，芥末、蜂蜜黄油、怪味等口味凭借高消费规模成为实力网红口味。而清新的百香果、气泡、草莓等口味凭借着高增速成为新晋网红口味的代表。

MAT2021天猫网红口味坚果主要细分口味消费规模及增速



品牌案例



### 四季宝丝滑椰粒口味巴旦木

**层次升级：**三层新奇口感层次丰富，先进热杀菌技术TSP验证



### 缤善草莓口味儿童坚果棒棒糖

**营养升级：**蛋白质含量9.8g/100g，超三倍牛奶的蛋白质含量和媲美牛奶的盖含量



### 美荻斯榴莲恋上腰果

**口感升级：**冰冰凉凉口感，水果味冻干粉与坚果的结合



资料来源：品牌

数据来源：CBNData消费大数据

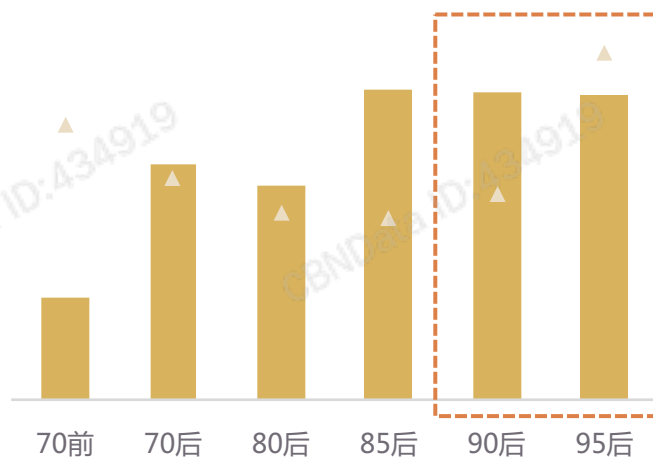
数据说明：百香果、樱花、气泡消费增速视觉比例变为原来的五十分之一，白桃消费增速视觉比例变为原来的十分之一，草莓消费增速视觉比例变为原来的三分之一

大数据·全洞察

## 年轻人是网红口味坚果的消费主力军，中高端网红口味巴旦木受偏爱

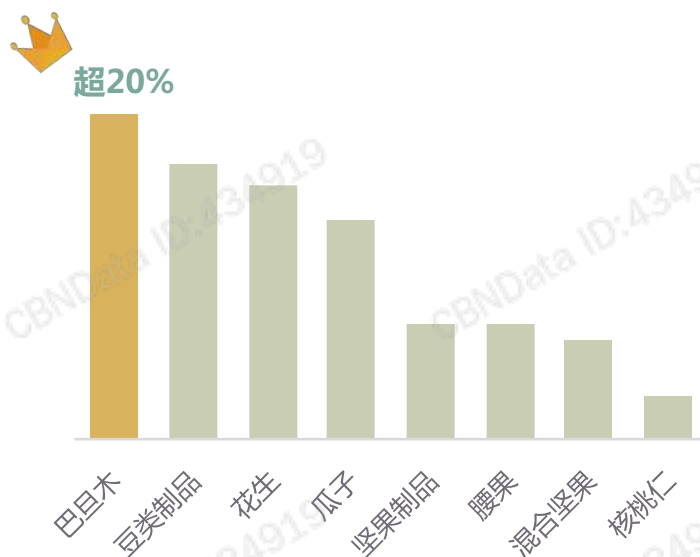
网红口味坚果中90后、95后的年轻人消费占比高且增速快，是网红口味坚果的消费主力军，网红口味的巴旦木最受他们喜爱。超半数的消费者偏好件单价50元及以上的中高端网红口味巴旦木。

MAT2021天猫网红口味坚果不同代际消费者消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

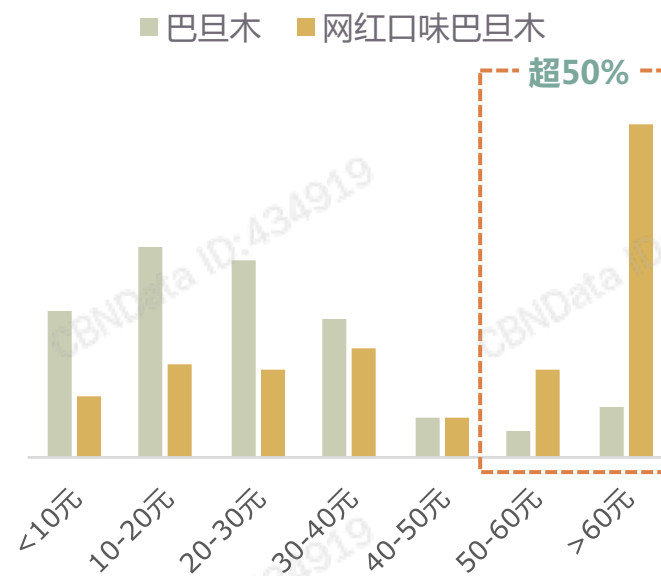
MAT2021天猫网红口味坚果90后/95后头部类目消费规模



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：仅展示了消费规模TOP8类目，合计消费占比约98%

大数据·全洞察

MAT2021天猫巴旦木和网红口味巴旦木各价格段消费人数分布



数据来源：CBNData消费大数据



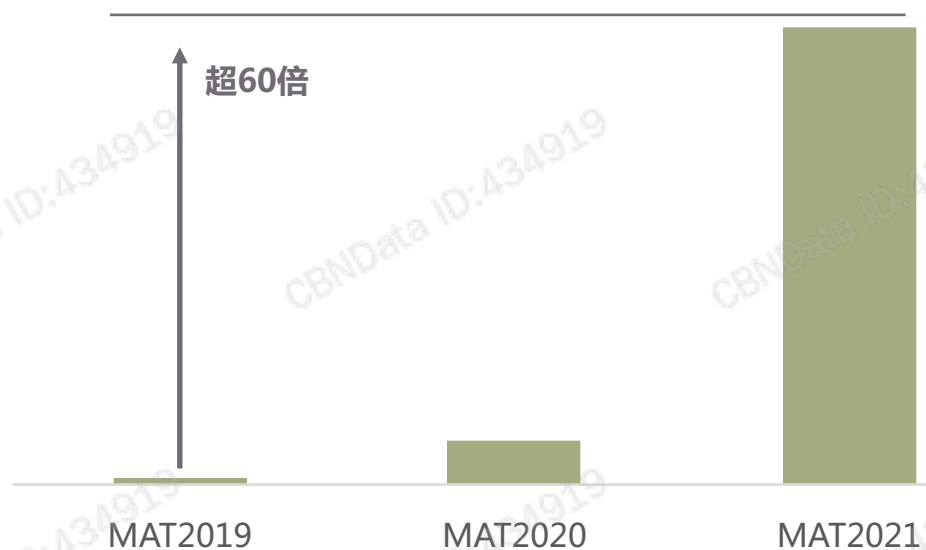


## ▮ 趋势二：功能添加

## 功能添加坚果市场飞速发展，肠胃管理意识最深入人心

随着消费者健康意识的觉醒，健康管理观念已渗入消费者生活的方方面面。添加健康管理功能的坚果应运而生，且市场规模快速扩大，三年间增长超60倍。其中，呵护肠胃健康的坚果最受消费者欢迎，并维持高速增长。

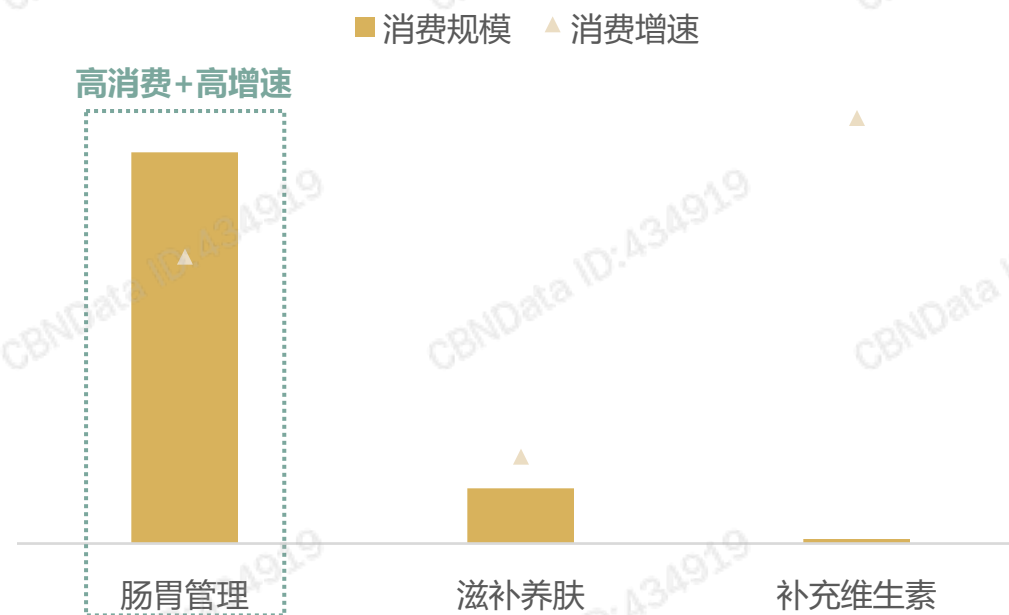
MAT2019-MAT2021天猫功能添加坚果消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：功能添加坚果指添加了益生菌、奇亚籽、阿胶等具有健康管理功能元素的坚果

MAT2019-MAT2021天猫新坚果消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：为方便展示，肠胃管理的消费规模视觉比例缩小到原来的二十分之一，补充维生素的消费增速视觉比例缩小到原来的二分之一



## 益生菌添加领跑肠胃管理坚果赛道

在添加不同细分功能的坚果中，添加益生菌的坚果消费规模大幅领先其他功能坚果，MAT2021其市场规模约是添加奇亚籽的坚果的50倍。

MAT2021天猫功能添加坚果各细分功能消费规模及增速

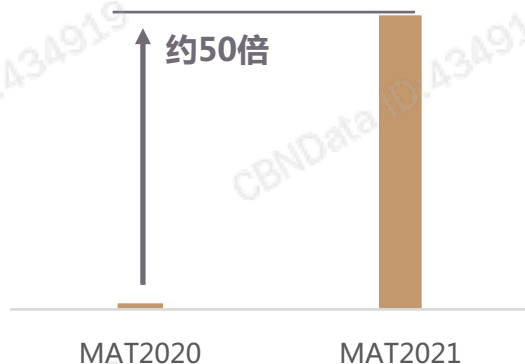


数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：益生菌消费规模视觉比例变为原来的三十分之一

## 混合坚果+益生菌的组合最“吸金”

添加益生菌的混合坚果消费规模快速扩大，两年间约翻50倍。相较于普通的混合坚果，消费者愿意为添加益生菌的混合坚果支付更高的价格，有超八成的消费者分布在75元-100元及以上的中高价位段。

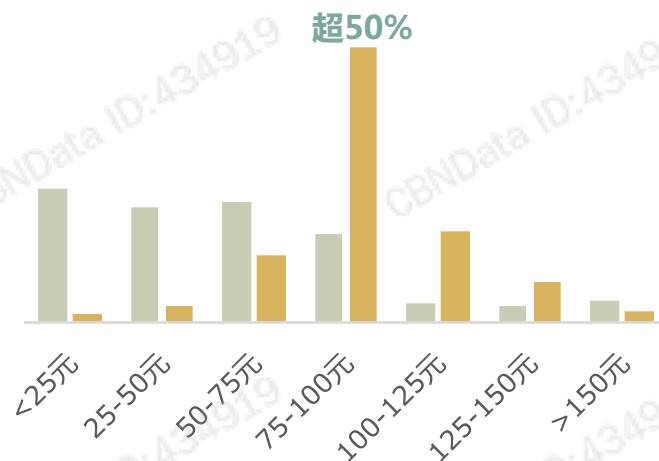
MAT2020-MAT2021天猫添加  
益生菌的混合坚果消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫混合坚果和添加  
益生菌的混合坚果各价格段消费  
人数分布

■ 混合坚果整体 ■ 添加益生菌的混合坚果



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：该分布为件单价的价格段分布

大数据·全洞察

高端益生菌混合坚果案例



**沃隆益生菌每日坚果**  
每箱添加300亿活性益生菌，浓郁酸奶口感的每日坚果



**洽洽益生菌每日坚果礼盒**  
100%当季采摘坚果，添加BC2000活性益生菌，自然含有omega-3营养素



**来伊份80亿活性益生菌坚果**  
坚果果脆，添加80亿活性益生菌，每日「益」袋，三重美味畅快享

资料来源：品牌



## 趋势三：品质升级



## 小坚果有大讲究，品质坚果消费规模持续走高

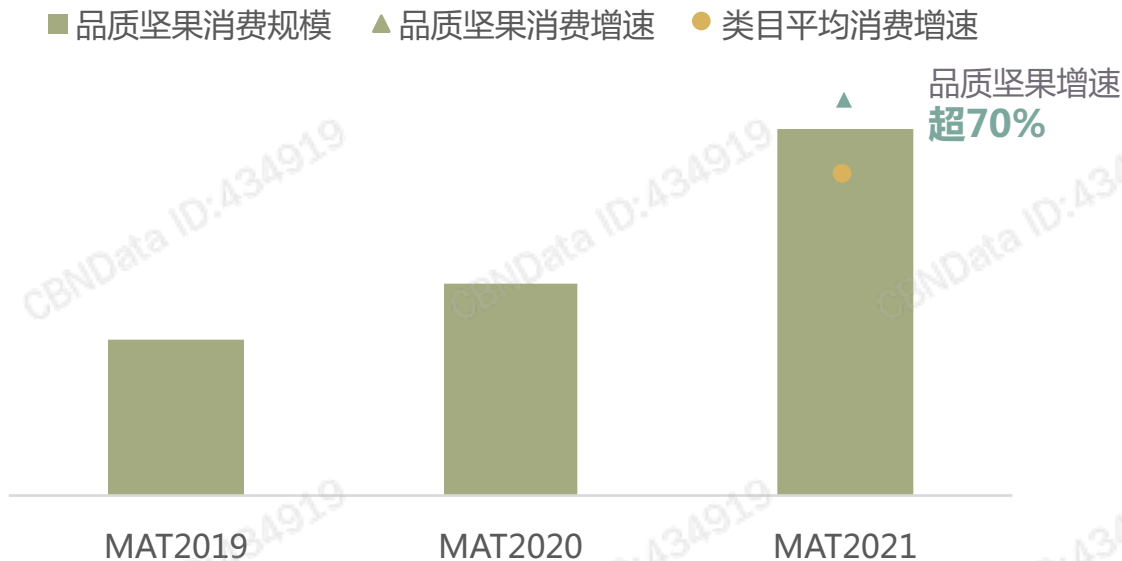
产地和颗粒大小是衡量坚果品质的核心量尺，甄选全球坚果优质产区原料，为消费者提供产地溯源的品质保证，以更大颗粒果径为外显特征的坚果成为品质坚果新标杆。品质坚果的市场规模逐年扩大，MAT2021消费增速超70%，领先类目平均消费增速。

MAT2021天猫品质坚果头部搜索词



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021天猫品质坚果消费规模及增速



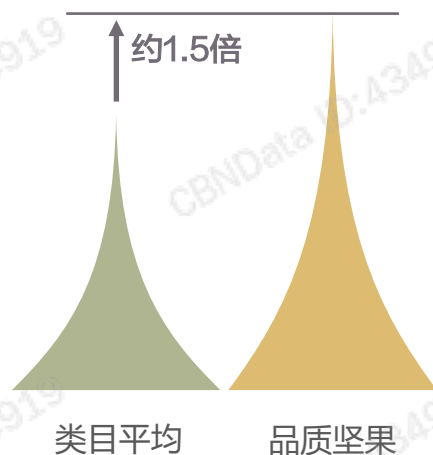
数据来源：CBNData消费大数据



## 高品质坚果享有高溢价，同时可获得更高频的消费

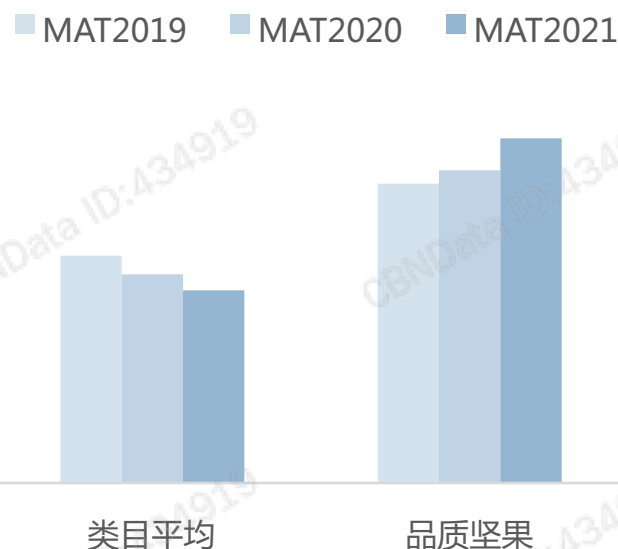
消费者愿意为高品质坚果支付更高的价格，MAT2021高品质坚果的平均成交价格约是类目平均水平的1.5倍。高品质也带来更高的消费频次，品质坚果的消费频次高于类目平均，且逐年稳步上升。

MAT2021天猫高品质坚果和类目平均成交价格



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021天猫高品质坚果和类目平均消费频次



数据来源：CBNData消费大数据

品质坚果案例

挑选全球黄金产地，CMA权威认证0添加剂，根据不同孕期定制配方，科学补充孕期营养，150万+孕妈咪的品质选择



孕味食足孕妇定制每日坚果

资料来源：品牌

## 高品质松子发展前景明朗，开心果、腰果溢价空间大

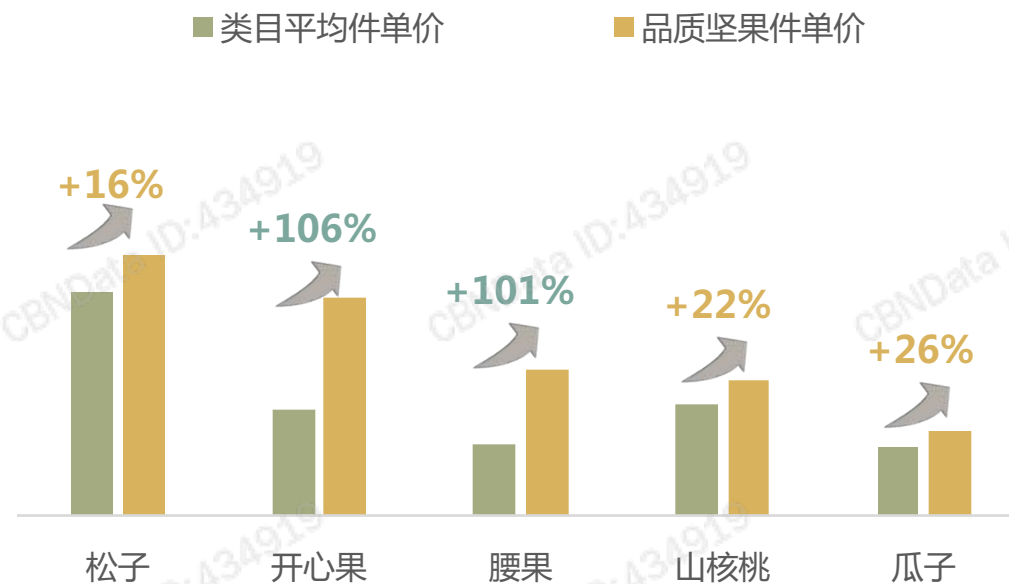
在高品质坚果的不同细分类目中，高品质松子的消费人数增速和消费规模增速均领先于其他高品质坚果，且已形成一定的消费规模，发展潜力较大。而高品质的开心果和腰果溢价超100%，溢价空间较大。

MAT2021天猫品质坚果各细分类目消费概览  
(气泡大小表示消费规模)



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫品质坚果各细分类目及类目平均成交价格



数据来源：CBNData消费大数据





## ▮ 趋势四：餐佐创新

## 坚果“渗入”餐佐场景，餐佐坚果消费规模加速扩大

坚果的食用场景从零食延伸至佐餐，多样佐餐场景均有坚果“陪伴”。由餐佐花生和鹰嘴豆组成的餐佐坚果消费规模快速扩大，消费增速近100%，且增速高于各自所属品类。

### 坚果佐餐场景举例



#### 早餐

坚果营养价值高且全面，富含蛋白质和多种微量元素，适合在早餐食用提升早餐质量。



#### 下午茶

鹰嘴豆等坚果热量较低且饱腹感强，适合在下午茶时间“轻负担”地补充能量。

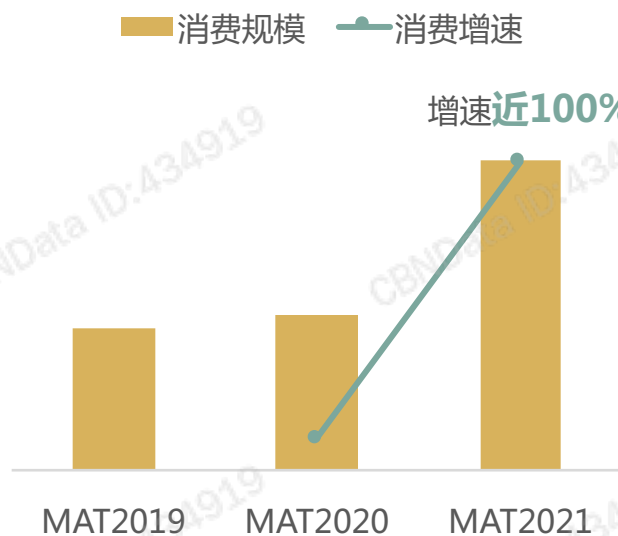


#### 夜宵

卤汁花生、小虾花生等餐佐花生咸鲜有味，适在合夜宵时刻作为佐酒伴侣。

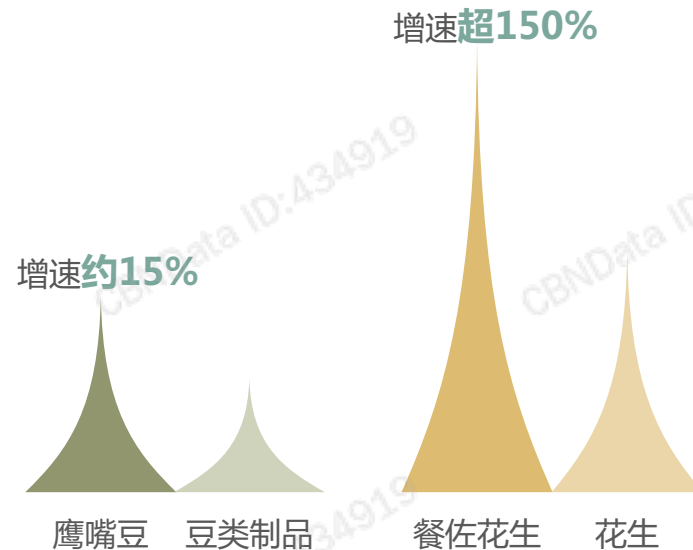
资料来源：公开资料整理

### MAT2019-MAT2021天猫餐佐坚果消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：餐佐坚果指鹰嘴豆和卤花生、小鱼花生、鸭屎香花生等餐佐花生  
大数据·全洞察

### MAT2021餐佐坚果及所属类目消费增速



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：为方便展示，餐佐花生的消费增速视觉比例缩小到原来的五分之一



## 小虾花生和卤花生发展潜力大，消费者支付意愿高

各类餐佐花生中，鸭屎香花生借力直播获得亮眼的消费表现。除此之外，小虾花生和卤花生的消费占比和增速均处在较高水平，发展空间较大。对比花生整体价格段分布来看，消费者更加偏好高价位段的小虾花生和中高价位段的卤花生，件单价50-60元是两类花生最受欢迎的价格区间。

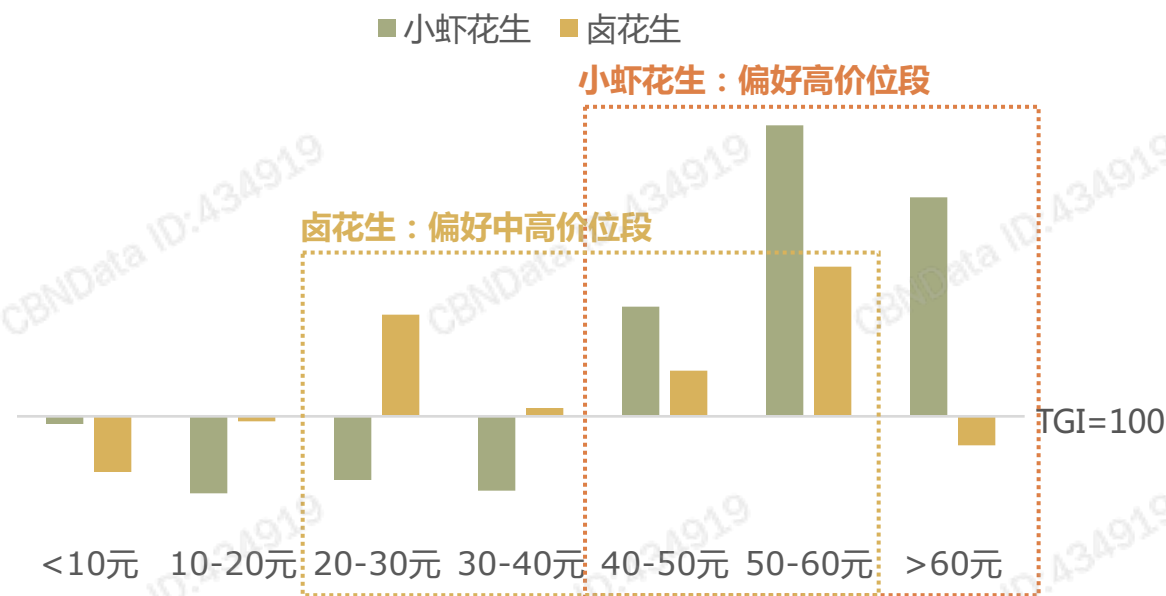
MAT2021天猫餐佐花生不同细分类目消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：为方便展示，鸭屎香的消费增速视觉比例缩小到原来的一百分之一

MAT2021天猫小虾花生和小鱼花生相对花生整体各价格段消费人数占比TGI分布



数据来源：CBNData消费大数据

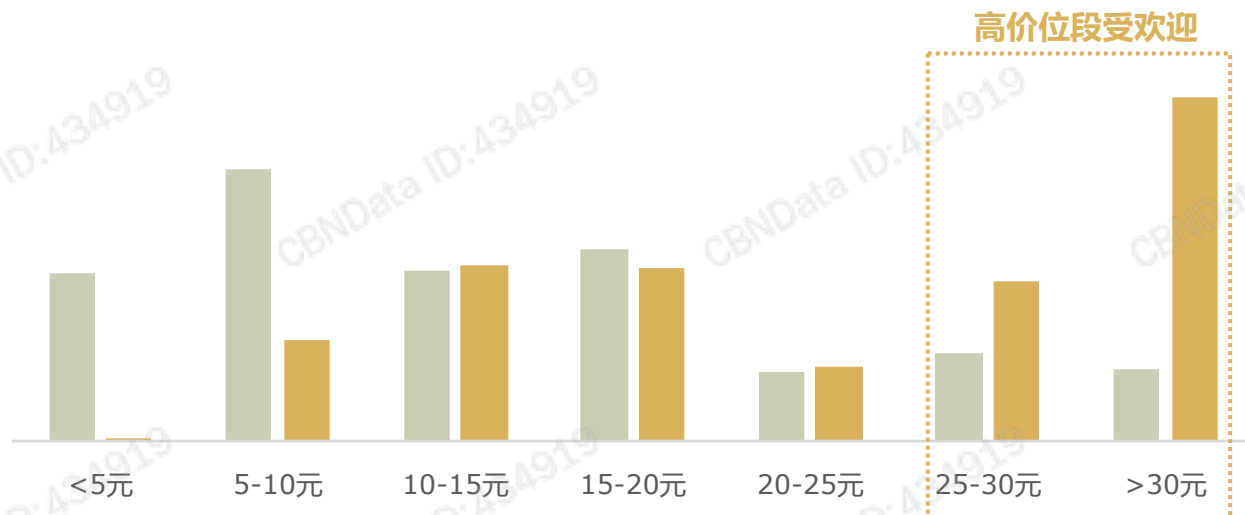
数据说明：该分布为件单价的价格段分布；TGI=某餐佐花生在该价格段的消费人数占比/花生整体在该价格段的消费人数占比\*100，TGI越高表示偏好度越高；为方便展示，小虾花生50-60元、>60元的TGI视觉比例缩小到原来的四分之一

## 鹰嘴豆消费呈高端化趋势，高价位段的鹰嘴豆受青睐

相较于豆类制品整体，消费者更加偏爱高价位段的鹰嘴豆，25元-30元和高于30元的价格区间颇受喜爱。

MAT2021天猫鹰嘴豆和豆类制品各价格段消费人数分布

■ 豆类制品 ■ 鹰嘴豆



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：该分布为件单价的价格段分布

### 品牌案例

通过低温蒸煮工艺，完美锁住食材营养成分，完成超级食物的消费场景升级。



原豆复兴纯蒸鹰嘴豆

资料来源：品牌



## 新坚果品类趋势总结



### 多元口味

- 新口味坚果市场规模加速赶超传统口味坚果
- 新口味中，网红口味最具机会点，主要由年轻人拉动消费增长
- 聚焦至品类层面，网红口味的巴旦木受到年轻消费者偏爱，件单价50元及以上的商品更受欢迎



### 功能添加

- 消费者通过功能添加坚果来呵护肠胃健康的意识最为成熟，添加益生菌的坚果领跑功能添加坚果赛道
- 益生菌+混合坚果的组合最“吸金”，件单价75-100元的区间消费人数最多



### 品质升级

- 可溯优质产地和大颗粒果径是衡量品质坚果的标杆
- 消费者愿意为品质升级支付更高的价格，优秀的坚果品质也吸引着消费者进行多次回购
- 在各细分品质坚果中，品质松子消费增速最快，品质开心果和品质腰果溢价空间更大



### 餐佐创新

- 坚果走入佐餐场景，餐佐坚果消费增速亮眼，餐佐花生和鹰嘴豆增速均高于所属品类增速
- 餐佐坚果消费集中于高价位段，件单价50-60元的小虾花生和卤花生、件单价高于30元的鹰嘴豆倍受青睐

# 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。

具体指标说明：

数据时间段: 2018.7.1-2021.06.30

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：贺琳哲

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），是由第一财经与阿里巴巴于2015年共同发起成立的，面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商。

依托SMG、第一财经及阿里巴巴的优势资源，CBNData以全域消费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