

CBN DATA × 聚划算·卖空  
第一财经商业数据中心

# 2019年 线上休闲食品口味 趋势微报告

© 2019 CBNData. All rights reserved.





# 目录 Content

1

## Part1：休闲食品口味编年史

- 1.1 休闲食品行业趋势概览
- 1.2 休闲食品口味消费大事件盘点

2

## Part2：休闲食品口味消费洞察

- 2.1 休闲食品口味人群偏好
- 2.2 压力职业解压新口味

3

## Part3：坚果品类口味消费洞察

- 3.1 坚果品类口味人群偏好
- 3.2 浙江、山东 坚果消费趣味数据

4

## Part4：休闲食品潜力口味预测

- 4.1 发现高增速小体量品类







# 休闲食品口味编年史

1.1 休闲食品行业趋势概览

1.2 休闲食品口味消费大事件盘点

## 休闲食品行业概览

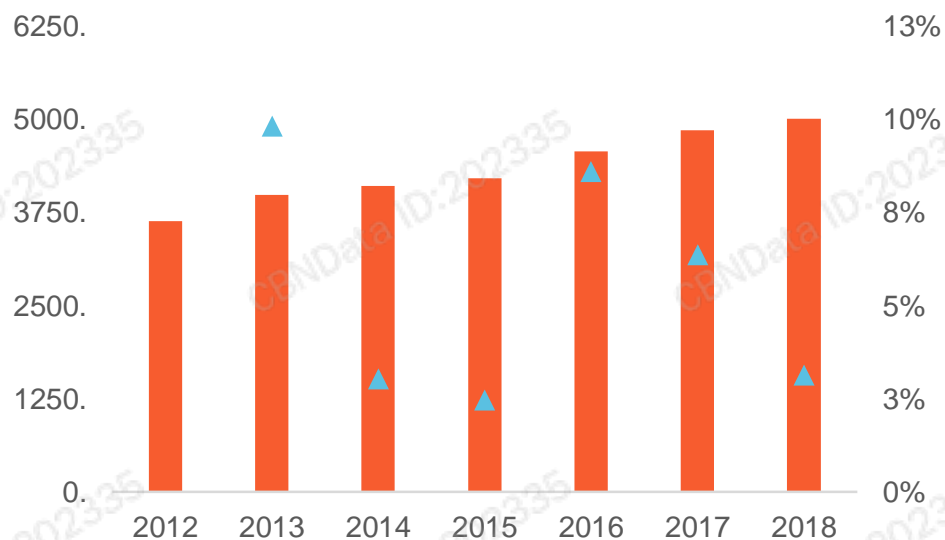
## 中国休闲食品行业近五年整体市场规模增长平稳，全渠道融合成行业新的增长突破点

- 2012-2018年，中国休闲食品行业市场规模增长平稳，维持2%-6%浮动增速，2018年中国休闲食品行业市场规模全年市场规模突破5000亿元；
- 纵观中国休闲食品渠道发展，线上渠道在2015年及2020年预计增速都远超100%，线上击穿赋能全渠道运营，成为行业新增长突破点

2012-2018年 休闲食品市场规模（亿元）

及增速

■ 市场规模 ▲ 市场规模增速

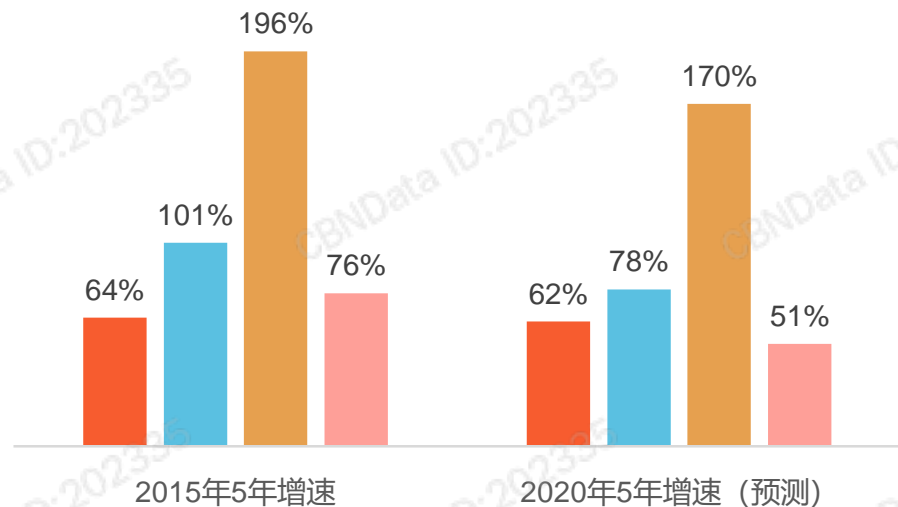


数据来源：中国产业研究院整理

2015年及2020年 休闲食品各渠道（预测）

增速

■ 食品店及食品市场 ■ 超市及便利店 ■ 线上渠道 ■ 其他

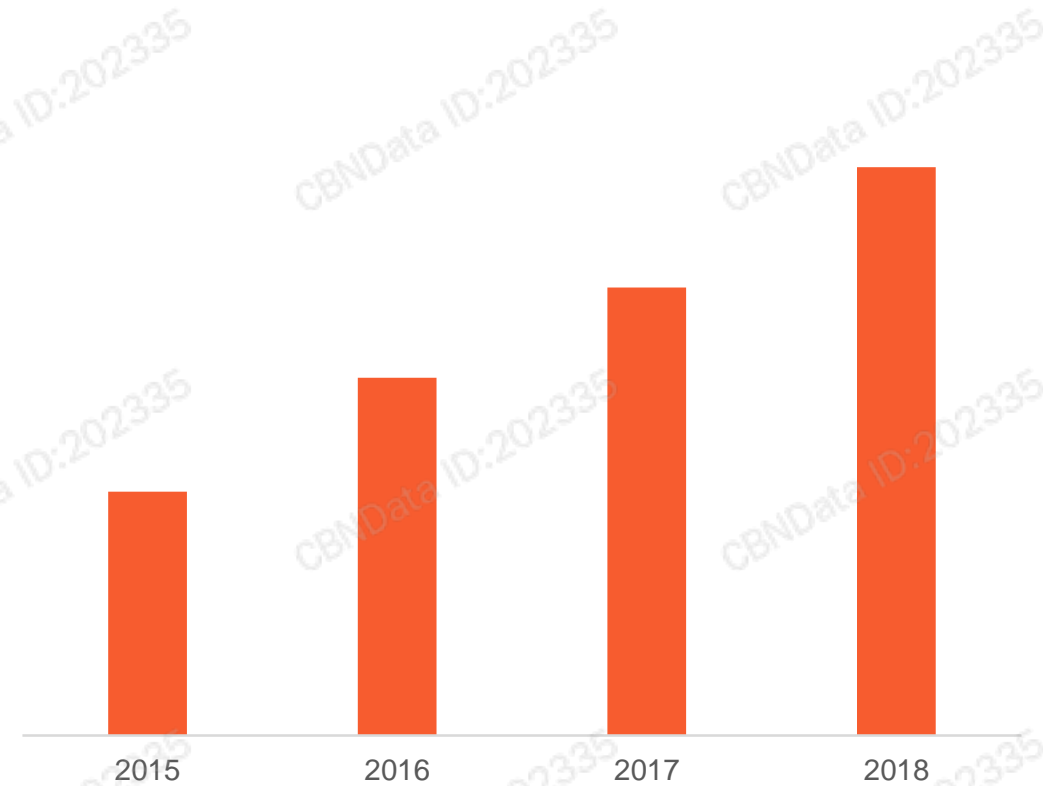


数据来源：中国产业研究院整理

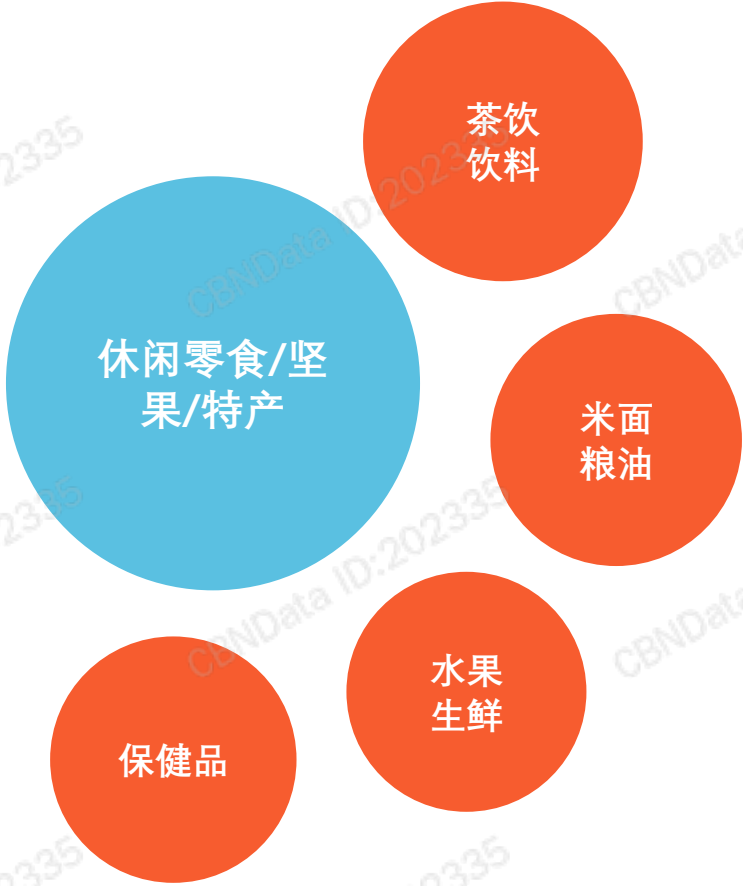
线上高端零食市场概览

线上食品市场销售额保持高速增长，其中休闲零食仍是核心支柱

2015-2018年 线上食品市场销售额走势

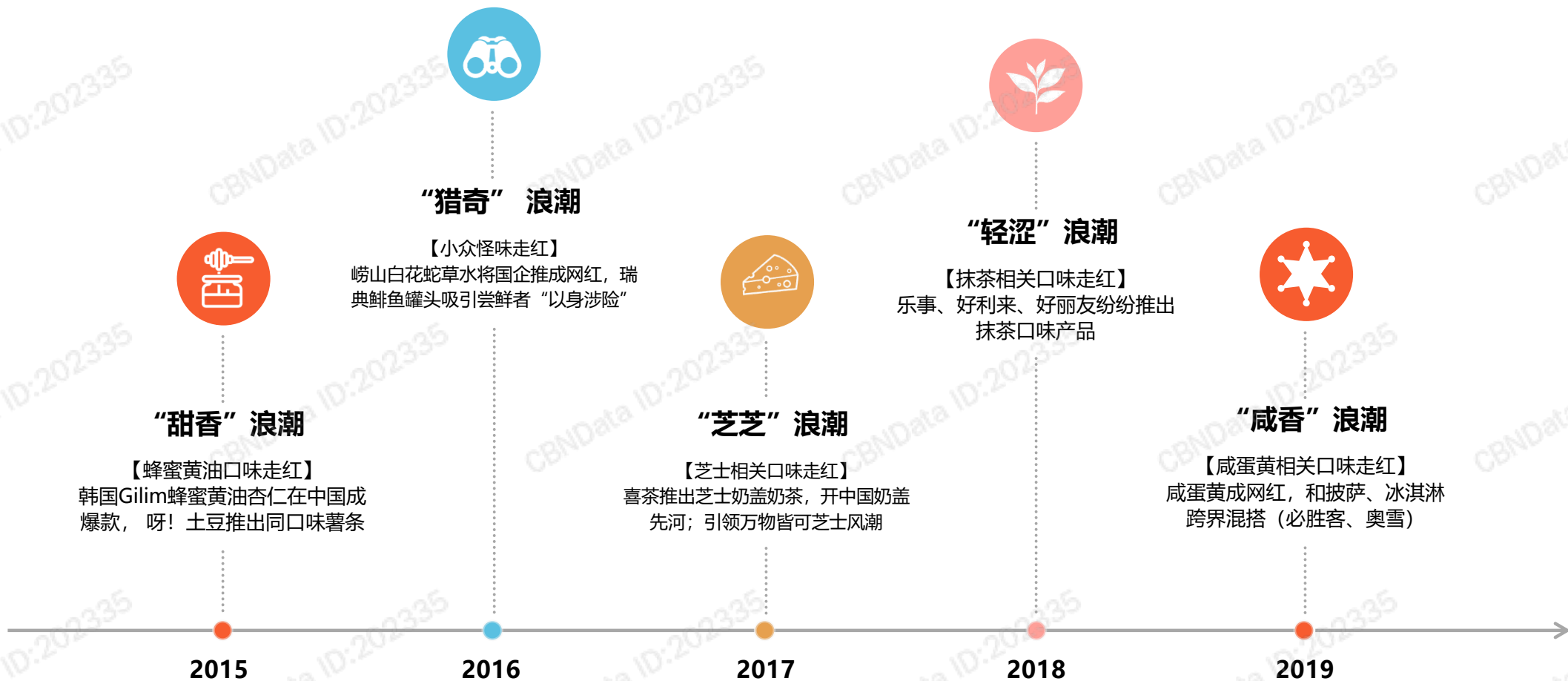


数据来源：CBNDATA消费大数据



数据来源：CBNDATA消费大数据

## 休闲食品口味消费大事件盘点 消费者始终寻找新口味，细分类口味概念轮流走红







## 休闲食品口味消费洞察

2.1 休闲食品口味人群偏好

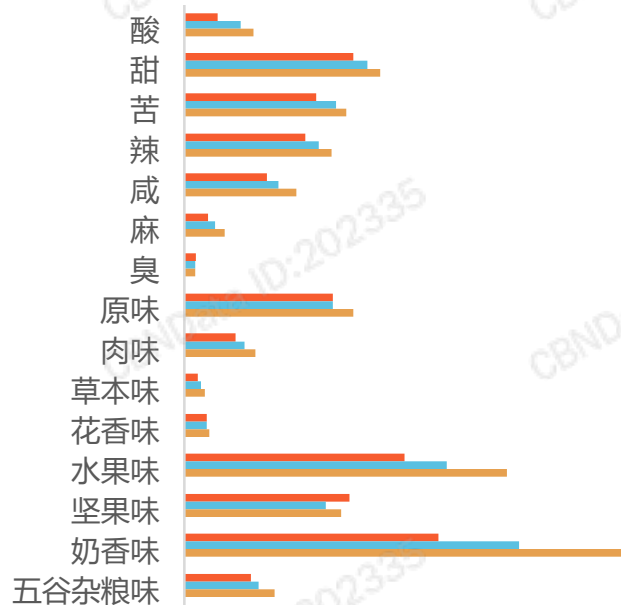
2.2 压力职业解压新口味

整体线上休闲食品近三年在水果、奶香等新型口味呈现高速增长；而传统口味，如酸甜苦辣等味道市场增速相对较低；细分来看，水果及牛乳类口味仍占据较大份额，酸辣等新兴品类增速迅猛

### ● 细分口味



■ 2017   ■ 2018   ■ 2019

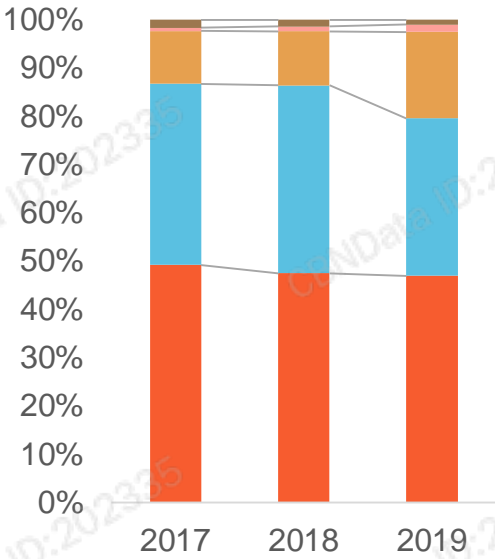




休闲食品口味人群偏好  
观察辣味、水果味、酸辣味、咸味可发现消费者对于新型细分口味的偏好持续上升

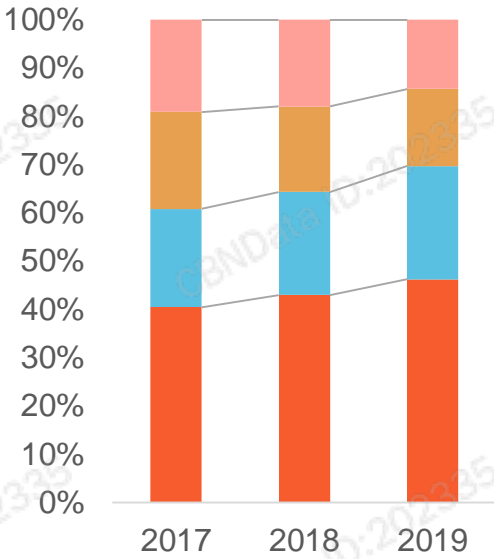
MAT2017-MAT2019 线上  
休闲食品市场 辣味类 细  
分口味 销售额对比

■ 香辣 ■ 辣 ■ 酸辣 ■ 麻辣 ■ 苦辣



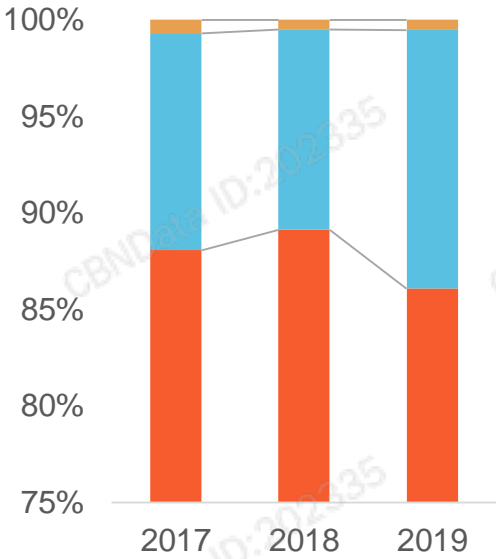
MAT2017-MAT2019 线上  
休闲食品市场 水果味类  
细分口味 销售额对比

■ 清爽 ■ 甜 ■ 酸 ■ 其他



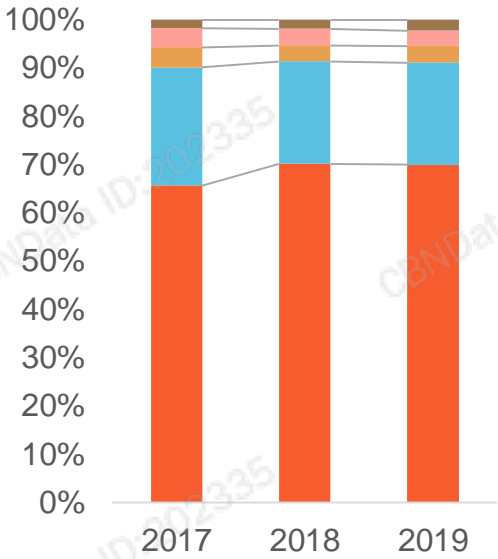
MAT2017-MAT2019 线上  
休闲食品市场 酸味类 细  
分口味 销售额对比

■ 酸甜 ■ 酸辣 ■ 酸



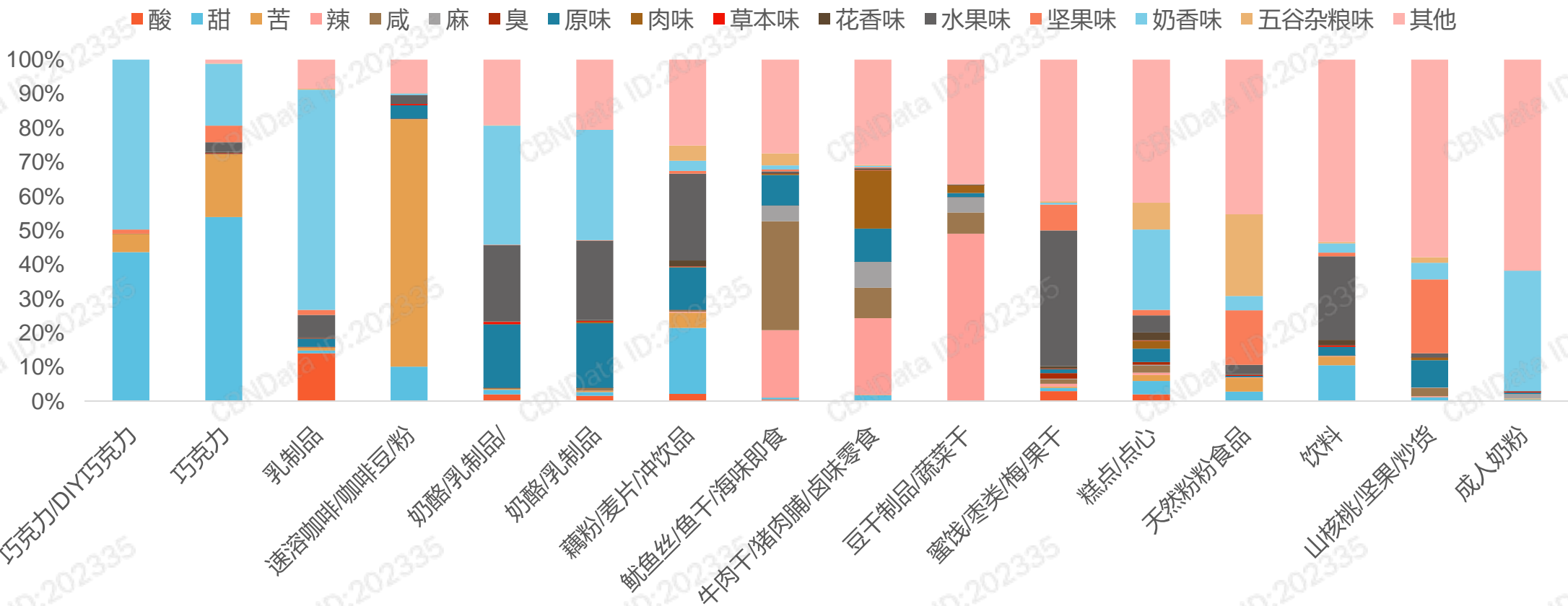
MAT2017-MAT2019 线上  
休闲食品市场 咸味类 细  
分口味 销售额对比

■ 咸鲜 ■ 咸香 ■ 咸 ■ 咸辣 ■ 咸甜



休闲食品口味人群偏好  
以饼干/膨化、坚果炒货为代表的传统零食品类持续创新，口味跳出传统类型，覆盖多种核心口味

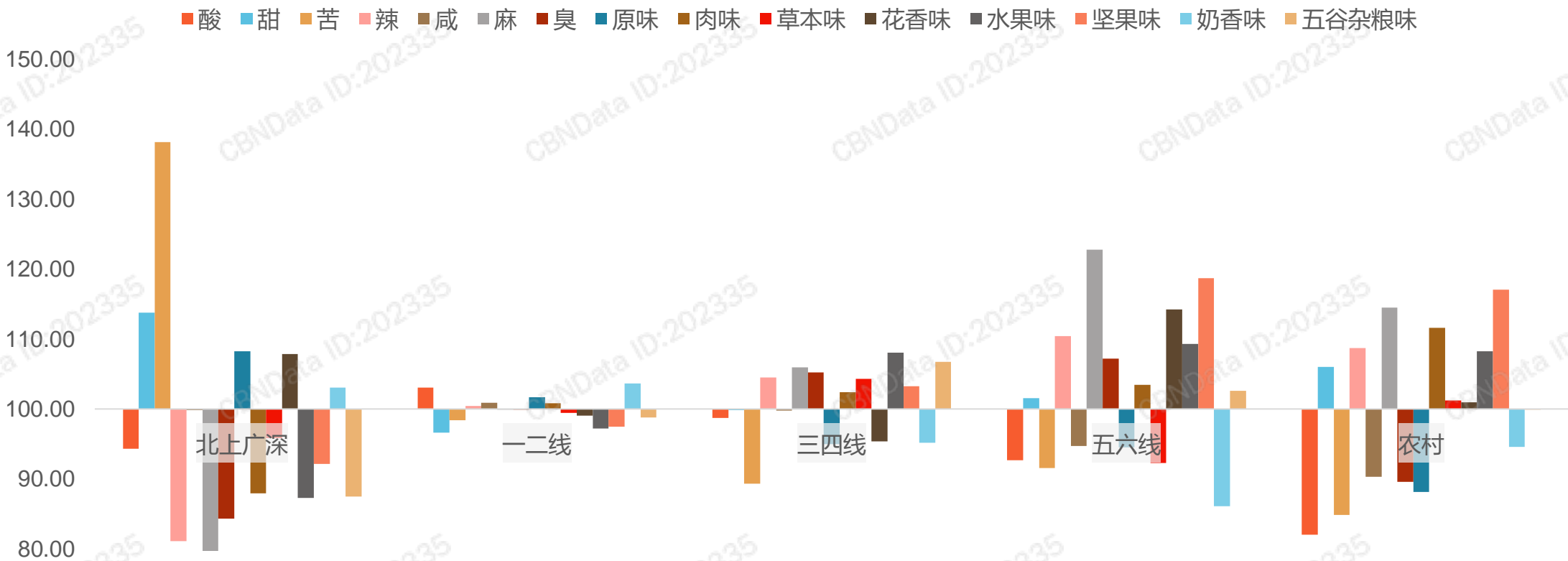
MAT2019 线上休闲食品市场核心品类口味类别销售额分布





休闲食品口味人群偏好  
北上广深及一二线城市口味偏好原味及苦味等清新健康类食品；低线级地区及农村酷爱辣味等重口类型食品

MAT2019 各地区线级 线上休闲食品市场 核心品类口味偏好TGI



• TGI大于100说明该群体在该口味上存在明显偏好，小于100则说明偏好低于整体

休闲食品口味人群偏好  
各城市级别人群口味品类交叉榜单top10

MAT2019 线上休闲食品市场北上广深细分口味食品消费额Top10



MAT2019 线上休闲食品市场一二线城市细分口味食品消费额Top10



MAT2019 线上休闲食品市场三四线城市细分口味食品消费额Top10



MAT2019 线上休闲食品市场五六线城市细分口味食品消费额Top10



MAT2019 线上休闲食品市场农村地区细分口味食品消费额Top10





休闲食品口味人群偏好  
华中口味佛系，吃啥随缘；东北口味臭味忍者/香臭不忌，专注浓郁气味不动摇；华东口味重口味屏蔽体质，最爱吃“苦”

MAT2019 线上休闲食品市场核心华中地区 核心品类口味偏好TGI



MAT2019 线上休闲食品市场核心东北地区 核心品类口味偏好TGI



MAT2019 线上休闲食品市场核心华东地区 核心品类口味偏好TGI



休闲食品口味人群偏好  
西北不仅口味清新，口气也很清新；西南钟爱重口味，硬核不养生；华南嗜臭如命

MAT2019 线上休闲食品市场核心西北地区 核心品类口味偏好TGI



MAT2019 线上休闲食品市场核心西南地区 核心品类口味偏好TGI



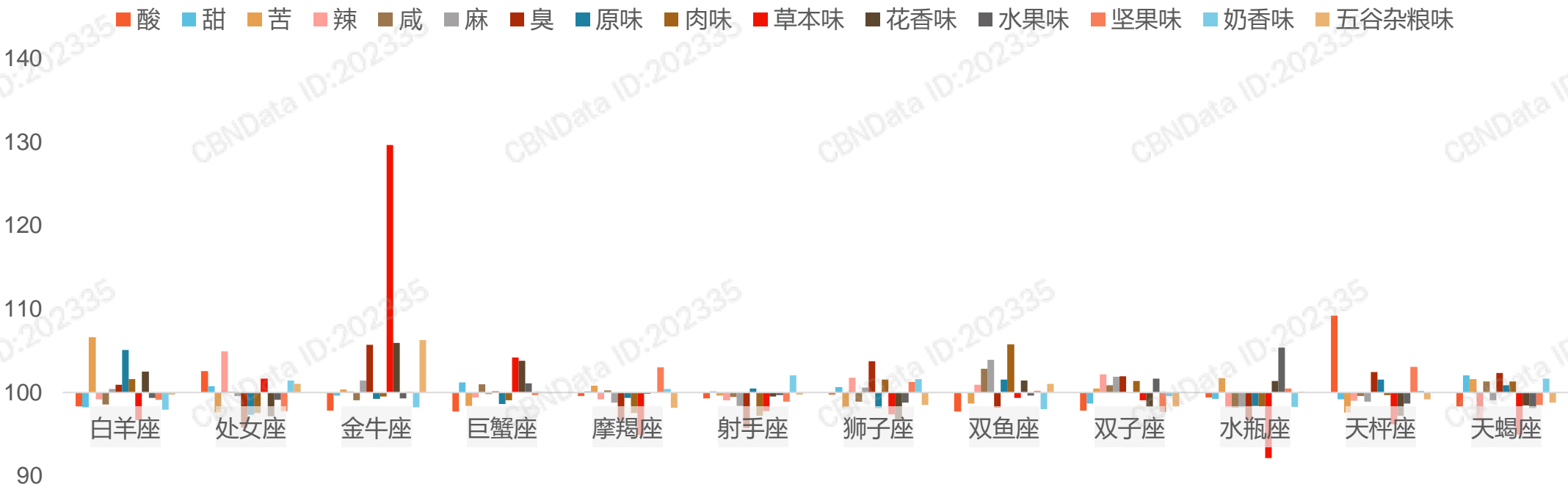
MAT2019 线上休闲食品市场核心华南地区 核心品类口味偏好TGI





休闲食品口味人群偏好  
天秤座最能吃酸；处女座最能吃辣；金牛钟情草本口味；天蝎巨蟹偏爱轻口味

MAT2019 各星座人群 线上休闲食品市场 核心品类口味偏好TGI



休闲食品口味人群偏好  
巨蟹金牛或是最佳饭友；射手魔羯意外口味相近

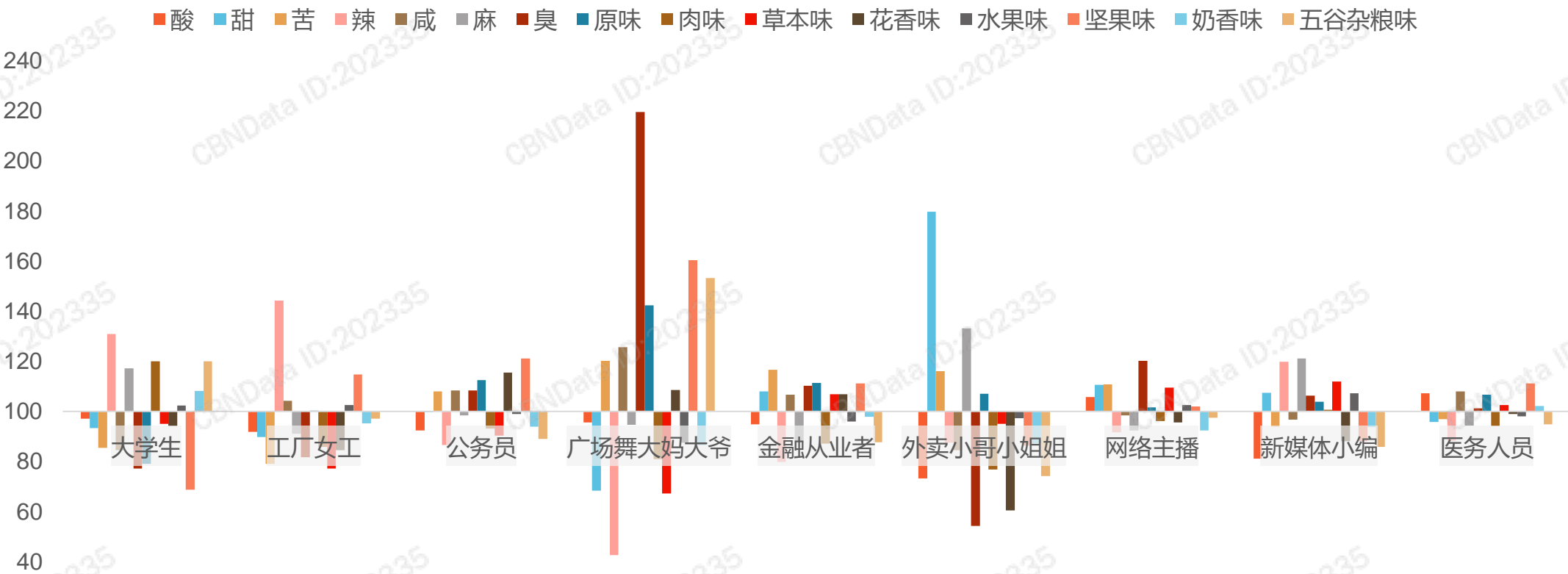
	白羊座	处女座	金牛座	巨蟹座	摩羯座	射手座	狮子座	双鱼座	双子座	水瓶座	天秤座	天蝎座
白羊座	100%	-62%	-28%	-36%	17%	0%	-24%	16%	19%	34%	-14%	40%
处女座	-62%	100%	9%	-2%	-8%	34%	2%	-17%	-8%	-23%	6%	-51%
金牛座	-28%	9%	100%	69%	-71%	-37%	-36%	-13%	-17%	-64%	-43%	-57%
巨蟹座	-36%	-2%	69%	100%	-33%	-9%	-42%	1%	-17%	-24%	-62%	-39%
摩羯座	17%	-8%	-71%	-33%	100%	59%	1%	-10%	-28%	67%	23%	25%
射手座	0%	34%	-37%	-9%	59%	100%	-36%	-21%	-36%	37%	-4%	10%
狮子座	-24%	2%	-36%	-42%	1%	-36%	100%	-4%	39%	-16%	37%	36%
双鱼座	16%	-17%	-13%	1%	-10%	-21%	-4%	100%	33%	-4%	-31%	6%
双子座	19%	-8%	-17%	-17%	-28%	-36%	39%	33%	100%	-1%	-29%	17%
水瓶座	34%	-23%	-64%	-24%	67%	37%	-16%	-4%	-1%	100%	6%	17%
天秤座	-14%	6%	-43%	-62%	23%	-4%	37%	-31%	-29%	6%	100%	14%
天蝎座	40%	-51%	-57%	-39%	25%	10%	36%	6%	17%	17%	14%	100%

口味匹配指数：根据不同人群在各核心口味的偏好度分布，计算得到两两人群的口味近似度；  
越接近100%的人群口味约合得来，越接近-100%的人群口味差异越大



休闲食品口味人群偏好  
新媒体小编、大学生、工厂女工是重口味解压主力军；广场舞艺术家、金融从业者以及医务人员偏好坚果和杂粮口味

MAT2019 各职业人群 线上休闲食品市场 核心品类口味偏好TGI

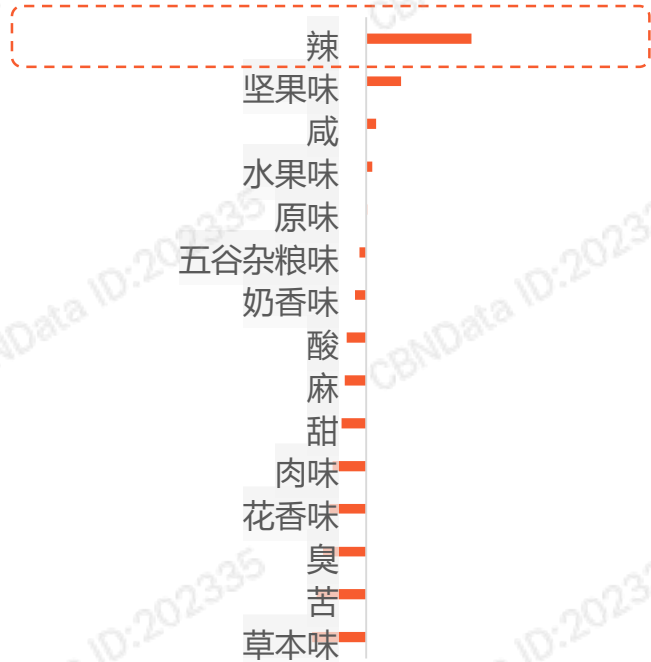


压力职业解压新口味  
下沉线级城市工厂女工—— 偏爱辣味，辣味肉干豆干是犒赏自己的第一选择

MAT2019 工厂女工

线上休闲食品市场

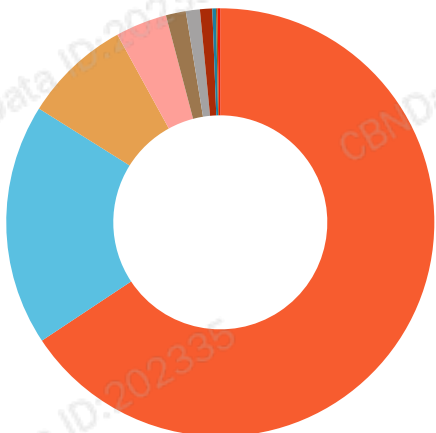
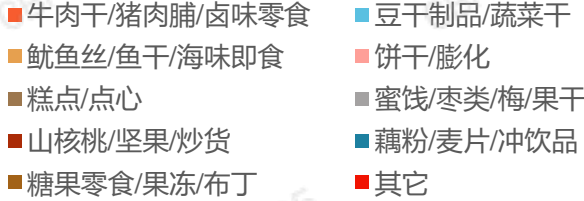
核心品类口味偏好TGI



MAT2019 工厂女工

线上休闲食品市场

辣味类 品类分布



MAT2019 工厂女工  
线上休闲食品市场 辣味类  
口味细分组合 Top10

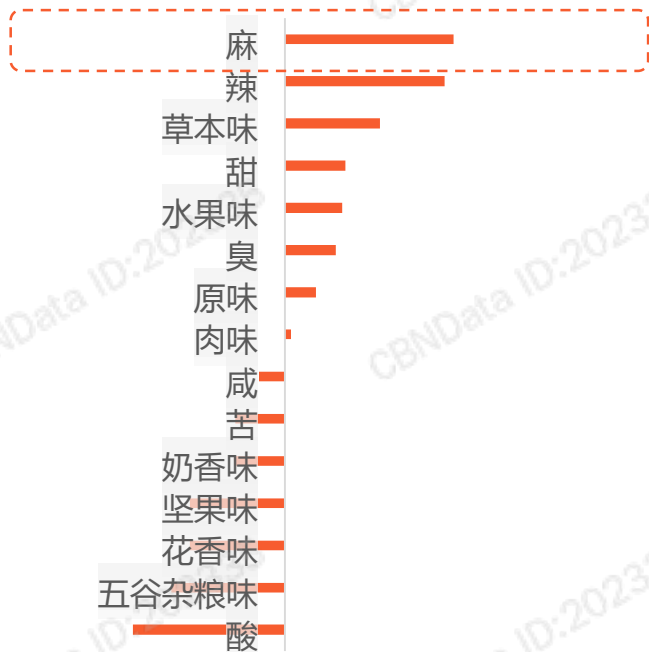
1	特辣味牛肉干/猪肉脯/卤味零食
2	香辣味牛肉干/猪肉脯/卤味零食
3	辣味牛肉干/猪肉脯/卤味零食
4	辣条味豆干制品/蔬菜干
5	辣味豆干制品/蔬菜干
6	辣味鱿鱼丝/鱼干/海味即食
7	香辣味鱿鱼丝/鱼干/海味即食
8	辣味饼干/膨化
9	泡椒味牛肉干/猪肉脯/卤味零食
10	香辣味豆干制品/蔬菜干

压力职业解压新口味  
新媒体小编--偏爱麻味，写稿需要麻辣类零食激发灵感

MAT2019 新媒体小编

线上休闲食品市场

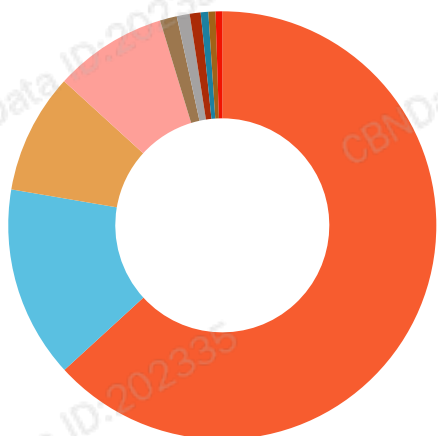
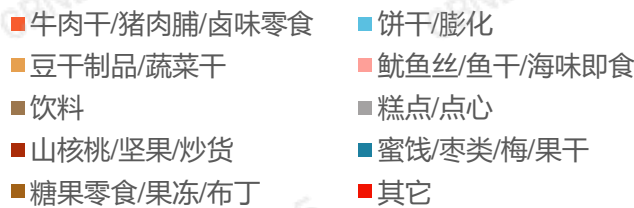
核心品类口味偏好TGI



MAT2019 新媒体小编

线上休闲食品市场

麻味类 品类分布



MAT2019 新媒体小编  
线上休闲食品市场 麻味类  
口味细分组合 Top10

1	麻辣味牛肉干/猪肉脯/卤味零食
2	麻辣味饼干/膨化
3	麻辣味豆干制品/蔬菜干
4	麻辣味鱿鱼丝/鱼干/海味即食
5	麻味饼干/膨化
6	麻味牛肉干/猪肉脯/卤味零食
7	麻辣味饮料
8	麻味糕点/点心
9	麻辣味山核桃/坚果/炒货
10	麻辣味蜜饯/枣类/梅/果干



压力职业解压新口味  
金融从业者—偏爱苦味，咖啡、抹茶、可可味零食饮料清淡提神

MAT2019 金融从业者

线上休闲食品市场

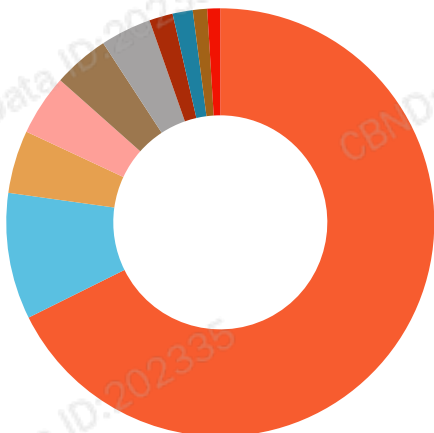
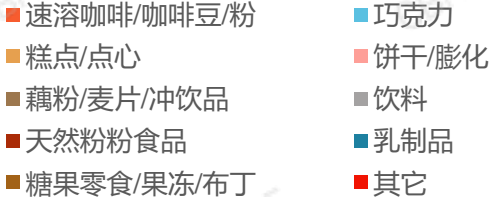
核心品类口味偏好TGI



MAT2019 金融从业者

线上休闲食品市场

苦味类 品类分布



MAT2019 金融从业者  
线上休闲食品市场 咸味类  
口味细分组合 Top10

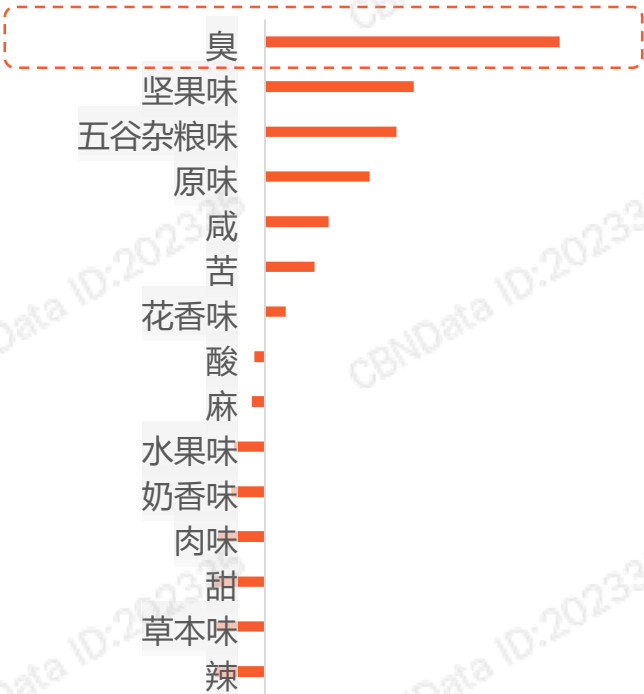
1	咖啡味速溶咖啡/咖啡豆/粉
2	可可味巧克力
3	抹茶味糕点/点心
4	咖啡味饮料
5	可可味藕粉/麦片/冲饮品
6	抹茶味饼干/膨化
7	咖啡味饼干/膨化
8	抹茶味巧克力
9	抹茶味天然粉粉食品
10	咖啡味乳制品

压力职业解压新口味  
广场舞大爷大妈--偏爱臭味，榴莲类的食品偏好度极高

MAT2019 广场舞大爷

大妈 线上休闲食品市场

核心品类口味偏好TGI



MAT2019 广场舞大爷

线上休闲食品市场

臭味类 品类分布

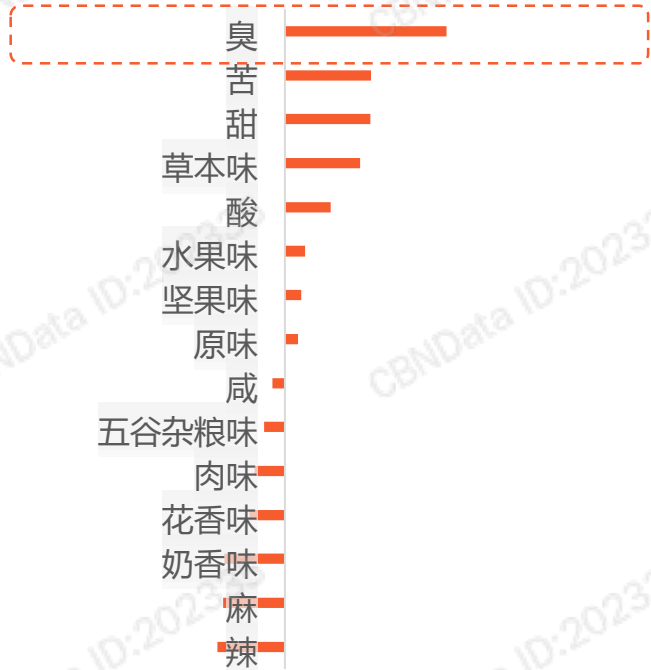


MAT2019 广场舞大爷大妈  
线上休闲食品市场 臭味类  
口味细分组合 Top10

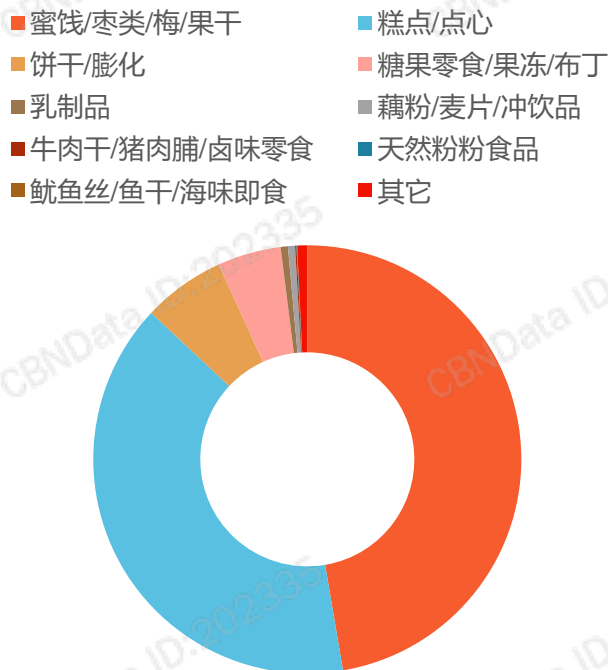
1	榴莲味蜜饯/枣类/梅/果干
2	榴莲味糕点/点心
3	榴莲味饼干/膨化
4	榴莲味糖果零食/果冻/布丁
5	-
6	-
7	-
8	-
9	-
10	-

压力职业解压新口味  
网络主播--偏爱臭味，敢为人先，重口食物不在话下

MAT2019 网络主播  
线上休闲食品市场 核心  
品类口味偏好TGI



MAT2019 网络主播  
线上休闲食品市场  
臭味类 品类分布



MAT2019 网络主播  
线上休闲食品市场 臭味类  
口味细分组合 Top10

1	榴莲味蜜饯/枣类/梅/果干
2	榴莲味糕点/点心
3	榴莲味饼干/膨化
4	榴莲味糖果零食/果冻/布丁
5	螺蛳粉味蜜饯/枣类/梅/果干
6	榴莲味乳制品
7	榴莲味藕粉/麦片/冲饮品
8	榴莲味巧克力
9	榴莲味牛肉干/猪肉脯/卤味零食
10	螺蛳粉味糕点/点心

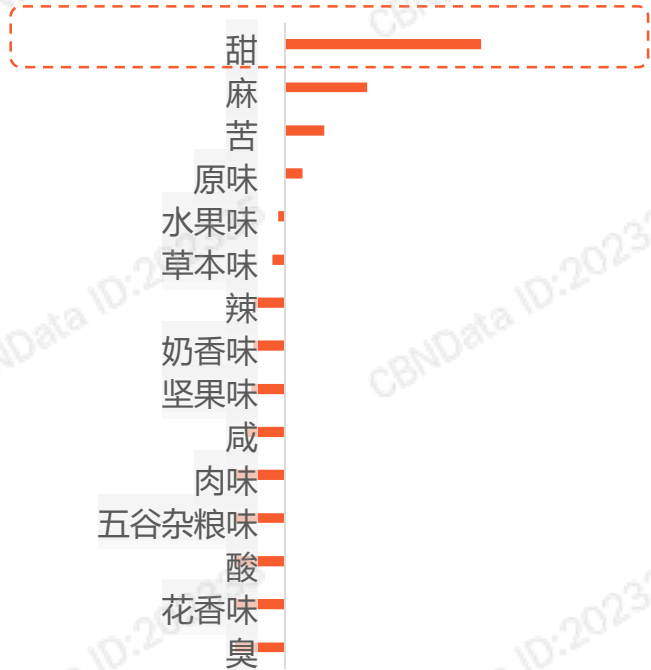


压力职业解压新口味  
外卖骑士--偏爱甜味，休息的时候冲一杯又暖又甜的饮品是最好的放松

MAT2019 外卖骑士

线上休闲食品市场

核心品类口味偏好TGI

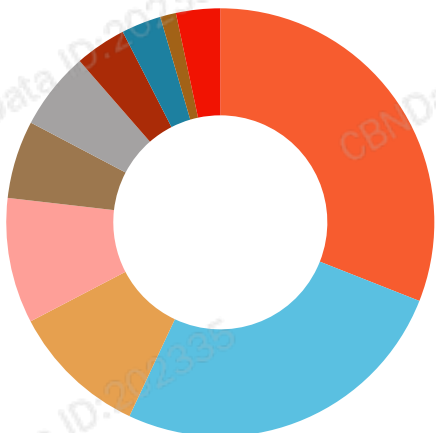


MAT2019 外卖骑士

线上休闲食品市场

甜味 品类分布

- 速溶咖啡/咖啡豆/粉
- 巧克力
- 糕点/点心
- 糖果零食/果冻/布丁
- 蜜饯/枣类/梅/果干
- 藕粉/麦片/冲饮品
- 饮料
- 饼干/膨化
- 乳制品
- 其它



MAT2019 外卖骑士  
线上休闲食品市场 甜味类  
口味细分组合 Top10

1	奶茶味速溶咖啡/咖啡豆/粉
2	奶茶味藕粉/麦片/冲饮品
3	蜂蜜味藕粉/麦片/冲饮品
4	奶茶味饮料
5	红糖味糕点/点心
6	奶茶味乳制品
7	巧克力味饼干/膨化
8	红糖味藕粉/麦片/冲饮品
9	焦糖味藕粉/麦片/冲饮品
10	甜味饼干/膨化



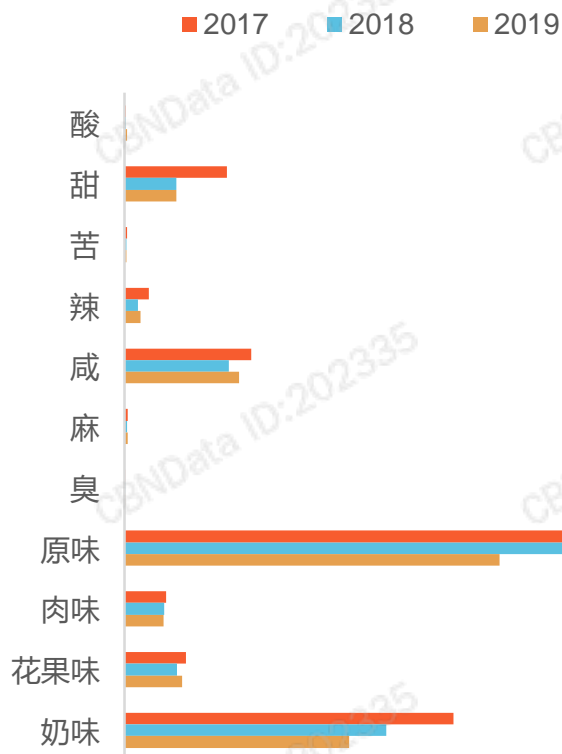
## 坚果品类口味消费洞察

3.1 坚果品类口味人群偏好

3.2 省份坚果消费趣味数据

整体线上坚果品类口味近年来在原味、奶味等传统坚果口味市呈负增长，消费者转向花果、肉味等新型口味

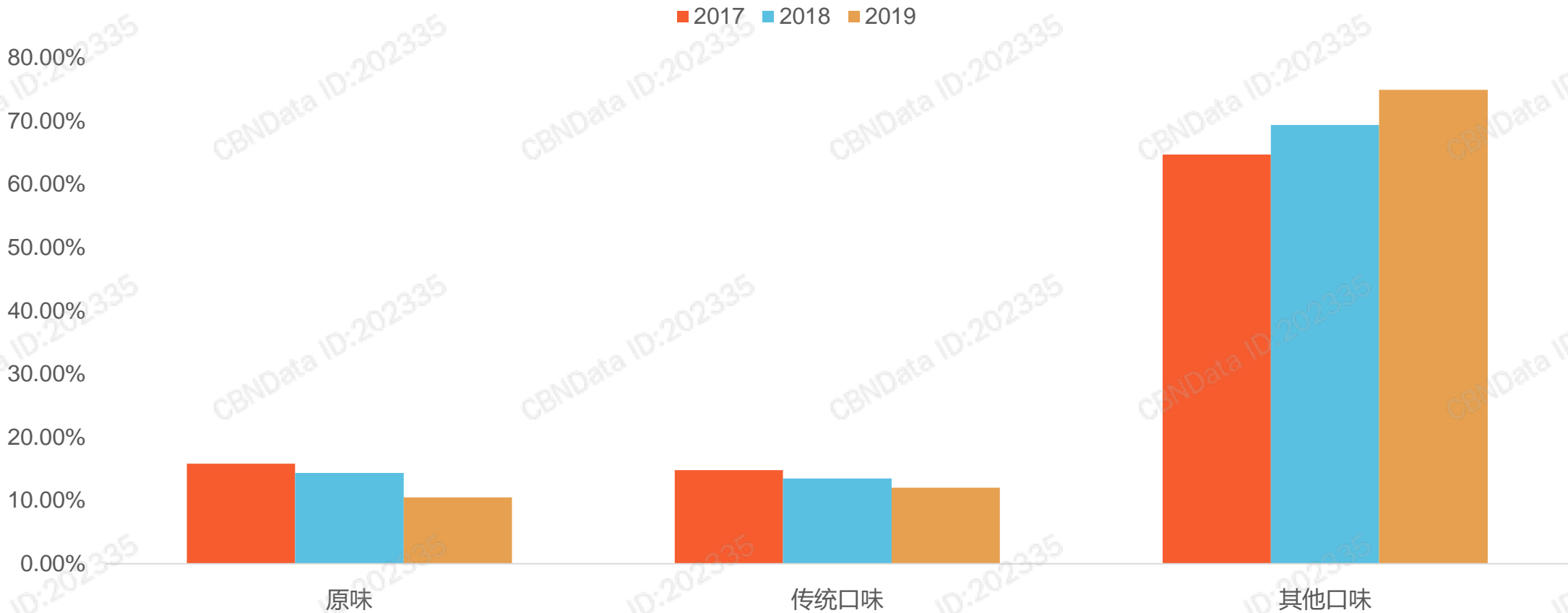
### MAT2017-MAT2019 线上坚果市 场核心口味类别销售额对比





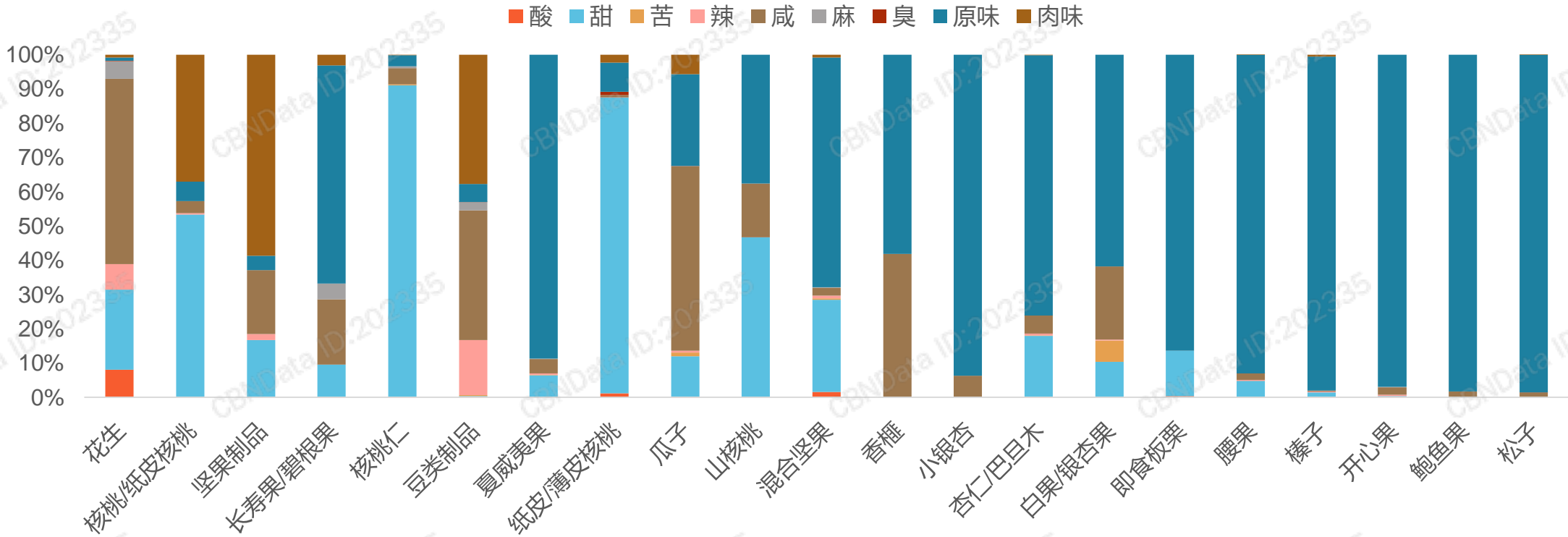
坚果品类口味人群偏好  
整体线上坚果品类口味近年来在传统口味市场持续缩减，口味细分持续上升

MAT2019 线上坚果市场口味类型销售额占比趋势



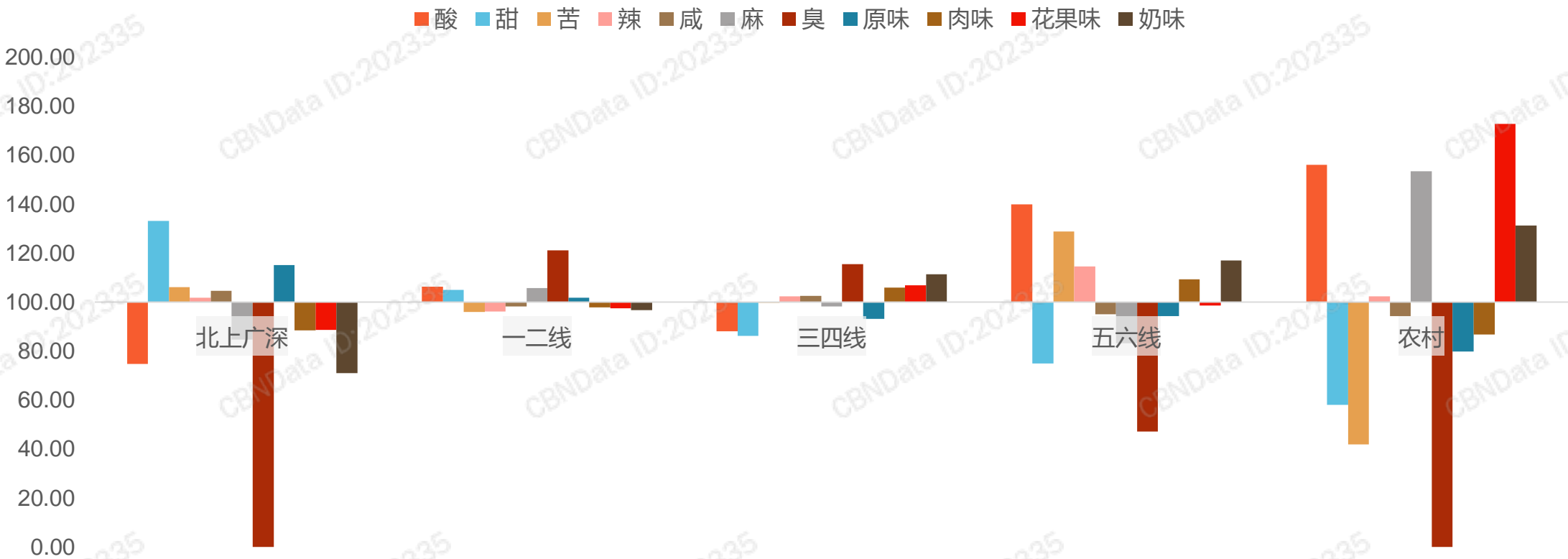
坚果品类口味人群偏好  
各品类线上坚果品类核心品类口味销售额分布

MAT2019 线上坚果市场核心品类口味类别销售额分布



坚果品类口味人群偏好  
北上广深及一二线城市口味偏好基础口味，但对于不同口味接受度更高；低线级地区及农村偏好口味型坚果，且不同口味偏好差异更为明显

MAT2019 各地区线级 线上坚果市场 核心品类口味偏好TGI



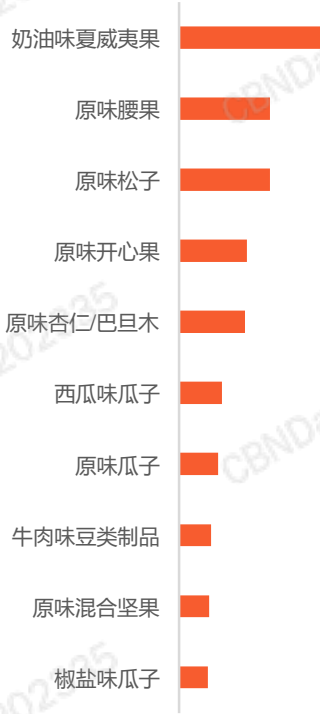


坚果品类口味人群偏好  
各城市级别人群口味品类交叉榜单top10

MAT2019 线上坚果市  
场**北上广深**细分口味食  
品消费额Top10



MAT2019 线上坚果市  
场**一二线**细分口味食品  
消费额Top10



MAT2019 线上休闲食  
品市场**三四线**细分口味  
食品消费额Top10



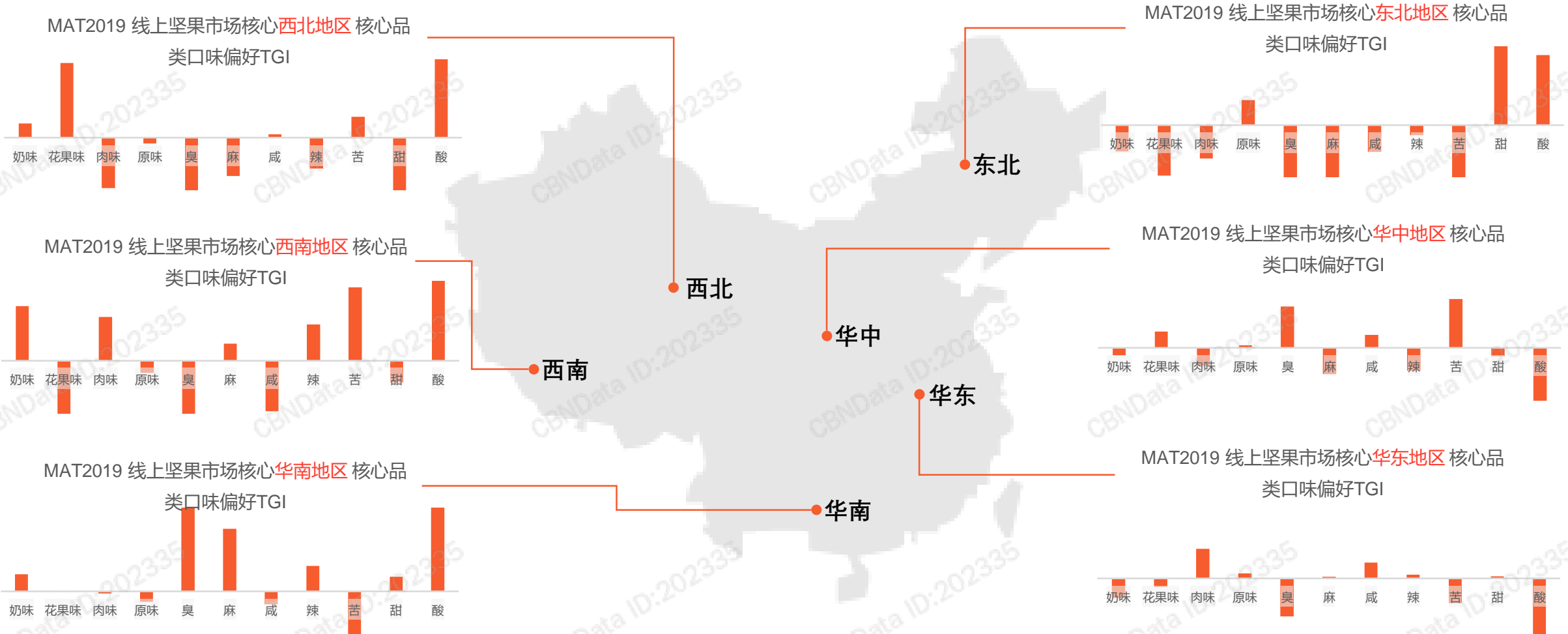
MAT2019 线上休闲食  
品市场**五六线**细分口味  
食品消费额Top10



MAT2019 线上休闲食  
品市场**农村地区**细分口  
味食品消费额Top10

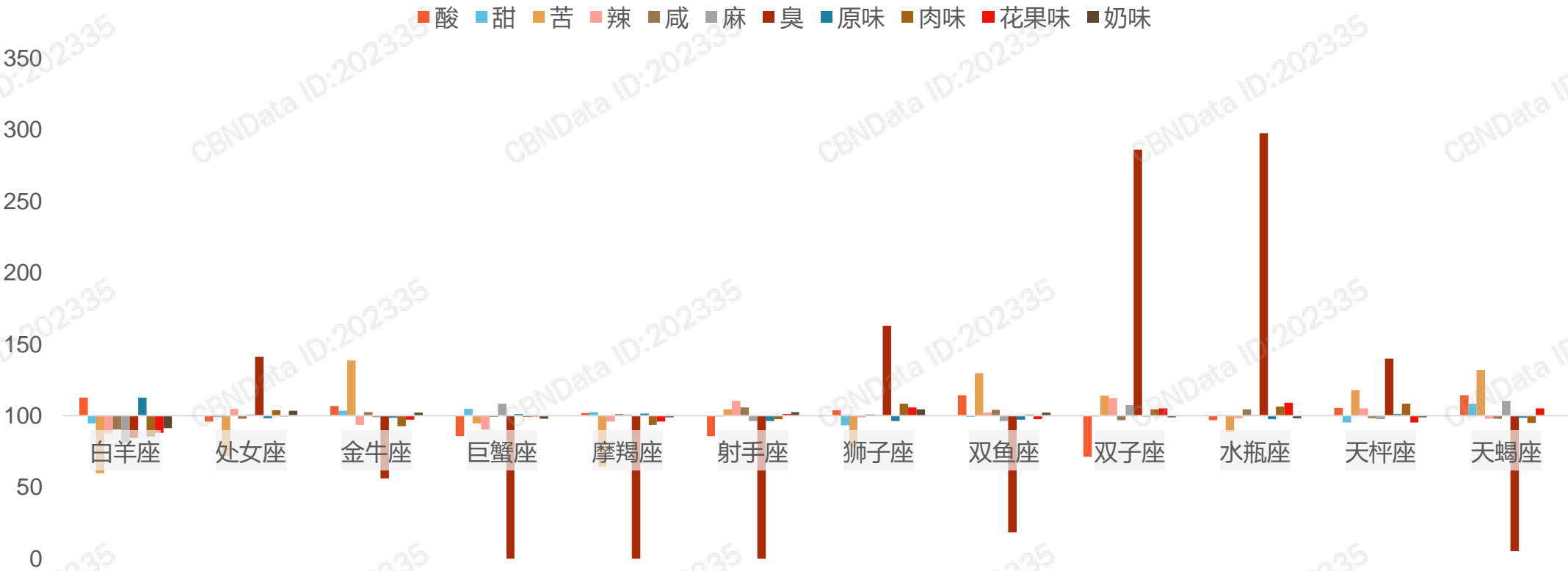


坚果品类口味人群偏好  
各省份人群坚果品类口味差异：华南西南最重口；西北东北偏传统口味；华东最能吃“苦”；  
华中口味最广泛



坚果品类口味人群偏好  
狮子座独爱酸味系坚果零食；双子水瓶独爱臭味系坚果，巨蟹/射手除了臭味系都还能接受；  
处女/摩羯不爱苦味零食

MAT2019 各星座人群 线上坚果市场 核心品类口味偏好TGI



坚果品类口味人群偏好  
最能坐在一起嗑瓜子的组合是 处女/双子/水瓶 以及 双鱼/金牛/巨蟹/射手/摩羯

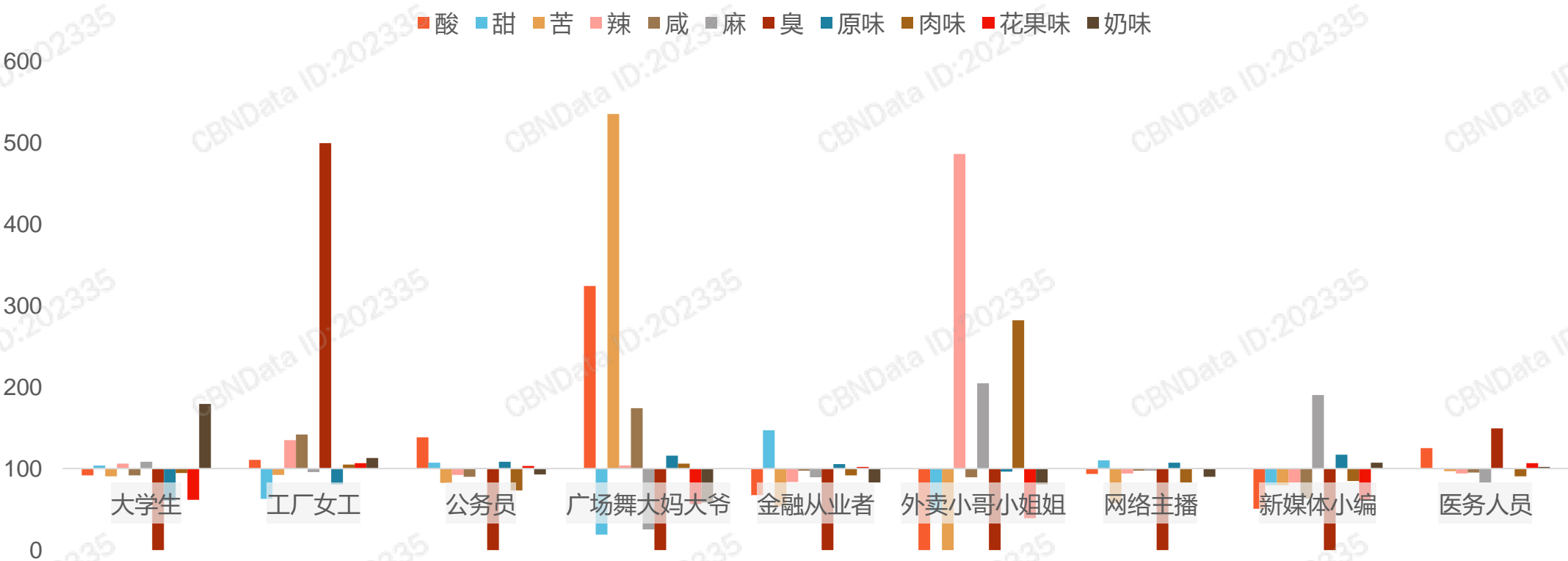
	白羊座	处女座	金牛座	巨蟹座	摩羯座	射手座	狮子座	双鱼座	双子座	水瓶座	天秤座	天蝎座
白羊座	100%	20%	-26%	8%	38%	0%	8%	-4%	-27%	-10%	-33%	-4%
处女座	20%	100%	-98%	-78%	-60%	-81%	95%	-95%	79%	86%	51%	-94%
金牛座	-26%	-98%	100%	71%	51%	75%	-91%	92%	-72%	-79%	-43%	90%
巨蟹座	8%	-78%	71%	100%	93%	96%	-90%	87%	-94%	-97%	-90%	91%
摩羯座	38%	-60%	51%	93%	100%	89%	-76%	78%	-95%	-91%	-95%	80%
射手座	0%	-81%	75%	96%	89%	100%	-92%	92%	-93%	-97%	-84%	91%
狮子座	8%	95%	-91%	-90%	-76%	-92%	100%	-95%	87%	94%	69%	-97%
双鱼座	-4%	-95%	92%	87%	78%	92%	-95%	100%	-92%	-95%	-66%	98%
双子座	-27%	79%	-72%	-94%	-95%	-93%	87%	-92%	100%	98%	86%	-92%
水瓶座	-10%	86%	-79%	-97%	-91%	-97%	94%	-95%	98%	100%	83%	-96%
天秤座	-33%	51%	-43%	-90%	-95%	-84%	69%	-66%	86%	83%	100%	-73%
天蝎座	-4%	-94%	90%	91%	80%	91%	-97%	98%	-92%	-96%	-73%	100%

口味匹配指数：根据不同人群在各核心口味的偏好度分布，计算得到两两人群的口味近似度；  
越接近100%的人群口味约合得来，越接近-100%的人群口味差异越大



坚果品类口味人群偏好  
各职业人群坚果品类口味差异：新媒体小编/广场舞艺术家/公务员/网络主播撑起原味坚果党；  
外卖骑士偏爱咸辣味，工厂女工及医务人员偏爱臭味系坚果

MAT2019 各职业人群 线上休闲食品市场 核心品类口味偏好TGI





# 休闲食品潜力口味前瞻

## 4.1 发现高增速小体量品类

休闲食品口味前瞻

辣味及水果味仍是线上休闲零食主要增长点，藤椒味和老干妈味为代表的【细分味】以及荔枝百香果为代表的【新型味】将会继续成为下一个走红口味的基本逻辑

MAT2019 底层口味正增长增速 Top 15

底层口味	2019年销售额增速
藤椒味	704.82%
老干妈味	409.33%
草本味	354.12%
拿铁味	265.02%
白桃味	203.45%
酸辣味	158.03%
荔枝味	140.77%
百香果味	121.54%
芥辣味	112.46%
南乳味	110.13%
特辣味	107%
廿四味	104%
橘子味	103%
蜜桃味	101%
味噌味	73%

MAT2019 底层口味负增长增速 Top 15

底层口味	2019年销售额增速
五味	-60%
香橙味	-59%
乳酪味	-55%
百果味	-47%
腊味	-43%
黑椒味	-31%
跳跳糖味	-31%
咖喱味	-26%
火腿味	-26%
蜜汁味	-26%
麻辣锅味	-25%
樱花味	-23%
酱味	-20%
山竹味	-16%
奶油味	-14%





# 附录



# 附录1：数据定义

## • 休闲食品品类定义

本报告中，线上休闲食品包含品类为：饼干/膨化、成人奶粉、豆干制品/蔬菜干、糕点/点心、咖啡/麦片/冲饮提货券、零食提货券、蜜饯/枣类/梅/果干、奶酪/乳制品、奶酪/乳制品/、牛肉干/猪肉脯/卤味零食、藕粉/麦片/冲饮品、巧克力、乳制品、山核桃/坚果/炒货、食补粉粉、速溶咖啡/咖啡豆/粉、糖果零食/果冻/布丁、天然粉粉食品、饮料、鱿鱼丝/鱼干/海味即食

## • 口味划分定义

- 【坚果味】杏仁味、核桃味、榛子味、花生味
- 【苦】可可味、绿茶味、拿铁味、咖啡味、巧克力、抹茶味
- 【辣】特辣味、黑胡椒味、黑椒味、姜味、芥辣味、辣条味、辣味、泡椒味、山椒味、烧烤味、香辣味、孜然味、老干妈味、芥末味、泡菜味、藤椒味、酸辣味、咖喱味
- 【麻】麻油味、麻辣锅味、麻辣味、麻味
- 【奶香味】奶酪味、乳酪味、椰蓉味、椰香味、炼乳味、奶香味、奶油味、牛奶味、牛乳味、椰奶味、芝士味、蛋黄味
- 【其他】魔芋味、怪味、比萨味、古早味
- 【肉味】火鸡味、腊味、卤味、肉松味、火腿味、鸡肉味、牛肉味
- 【水果味】菠萝味、草莓味、凤梨味、柑橘味、哈密瓜味、黑加仑味、红枣味、浆果味、橘子味、荔枝味、蜜桃味、木瓜味、苹果味、水蜜桃味、桃子味、西瓜味、鲜橙味、香橙味、香蕉味、白桃味、百果味、百香果味、果味、黄瓜味、什果味、水果味、樱桃味、杂果味、橙味、蓝莓味、蔓越莓味、芒果味、葡萄味、青柠味、山竹味、西柚味、柠檬味、番茄味
- 【酸】陈皮味、酸奶味、酸味、糖醋味、酸菜味、梅粉味
- 【甜】蜜汁味、蜂蜜味、红糖味、焦糖味、可乐味、奶茶味、巧克力味、甜味、珍珠奶茶味
- 【五谷杂粮味】黑芝麻味、芝麻味、绿豆味、香芋味、玉米味、南瓜味、全麦味、红豆味
- 【咸】蒜香味、海苔味、海鲜味、海盐味、酱味、酱香味、椒盐味、奶盐味、沙嗲味、沙律味、味噌味、五味、五香味、鲜虾味、咸蛋黄味、咸味、咸香味、香葱味、香菇味、蟹黄味、蟹味、洋葱味、南乳味、葱香味、蒜味
- 【原味】原味、原乡味、本然味

# 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：

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

数据时间段：MAT2017年对应2016年9月-2017年8月；

MAT2018年对应2017年9月-2018年8月；

MAT2019年对应2018年9月-2019年8月；

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：夏志成

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com



## 第一财经商业数据中心介绍：

**第一财经商业数据中心（CBNData）**是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；

「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。



FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察