

聚划算·卖空 × CBNDATA
第一财经商业数据中心

2019线上牛油果品类消费洞察

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.



目录 Content

- 1 线上进口生鲜销售概况
- 2 线上进口牛油果销售概况
- 3 墨西哥牛油果消费者画像
- 4 附录

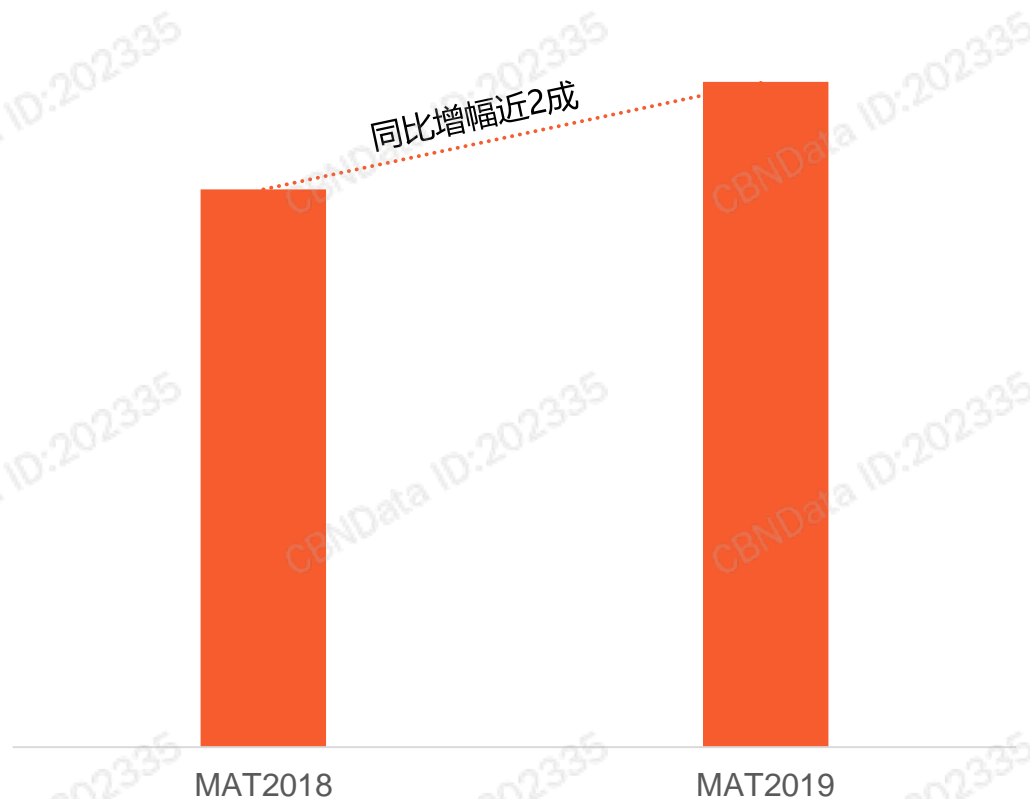




线上进口生鲜销售概况

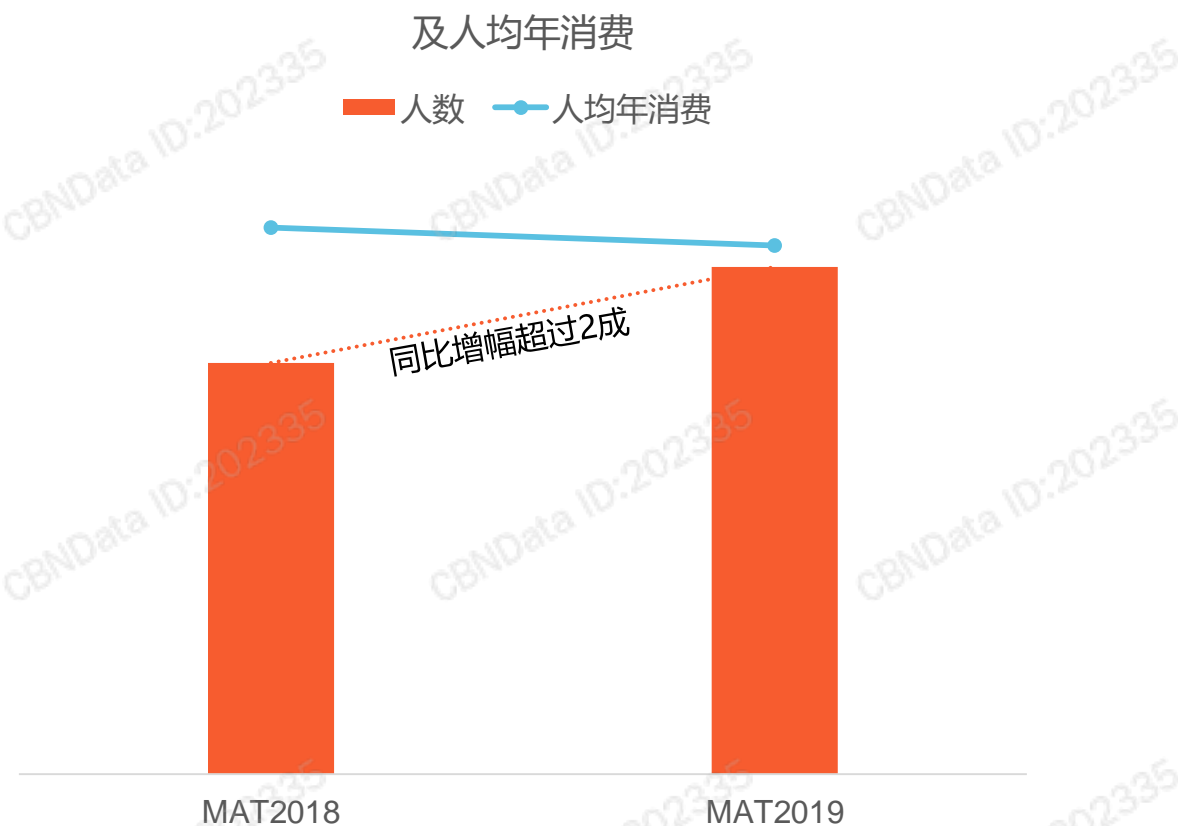
客群的扩大推动线上进口生鲜稳定增长

MAT2018-MAT2019线上进口生鲜品类销售规模



数据来源：CBNData消费大数据

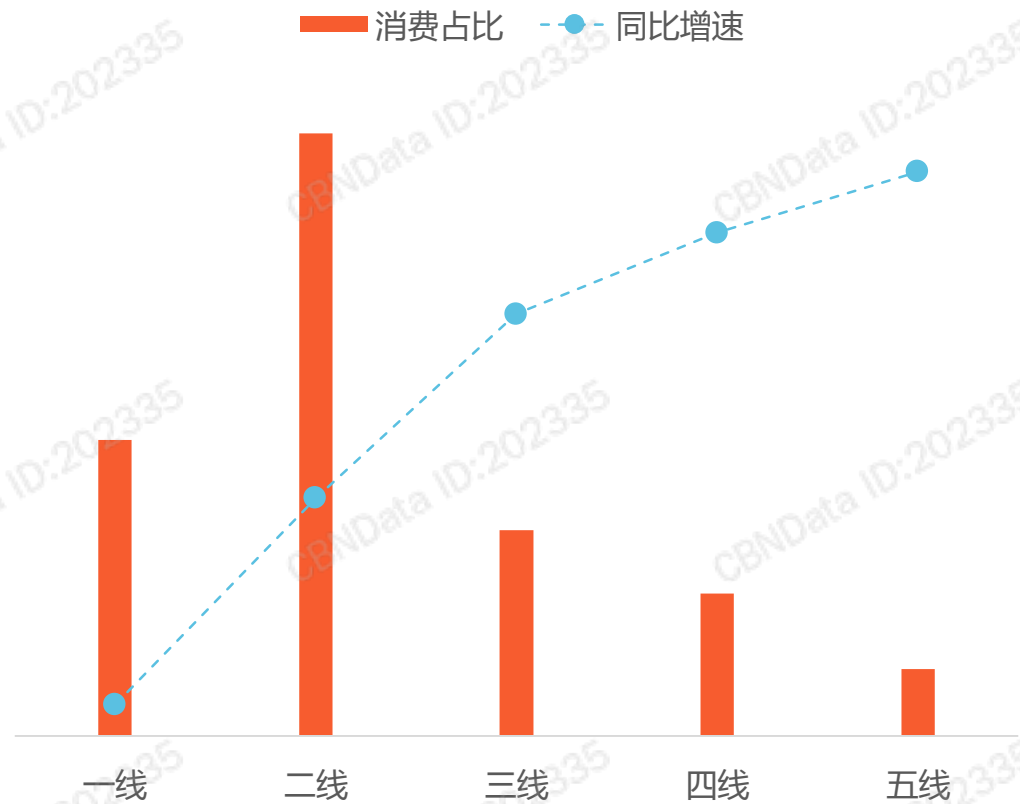
MAT2018-MAT2019线上进口生鲜品类消费者人数及人均年消费



数据来源：CBNData消费大数据

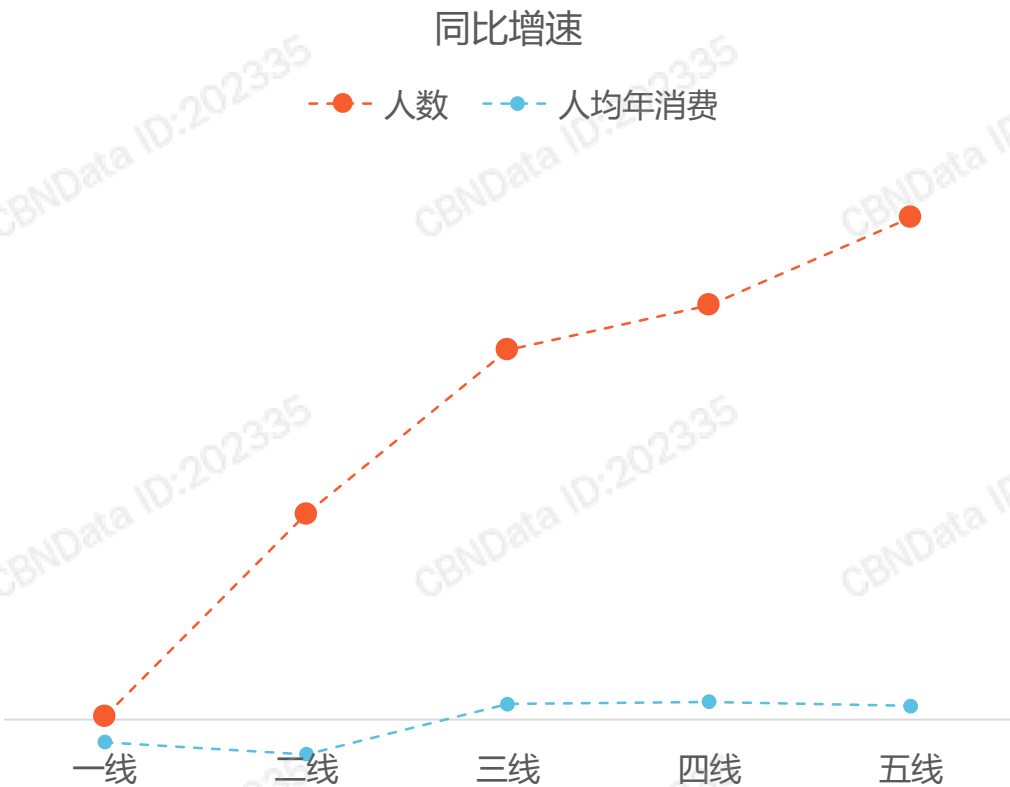
进口生鲜逐渐向下线市场渗透

MAT2019各城市线级进口生鲜消费占比及同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：五线城市，包含五线和六线，下同

MAT2019各城市线级进口生鲜消费者及人均年消费

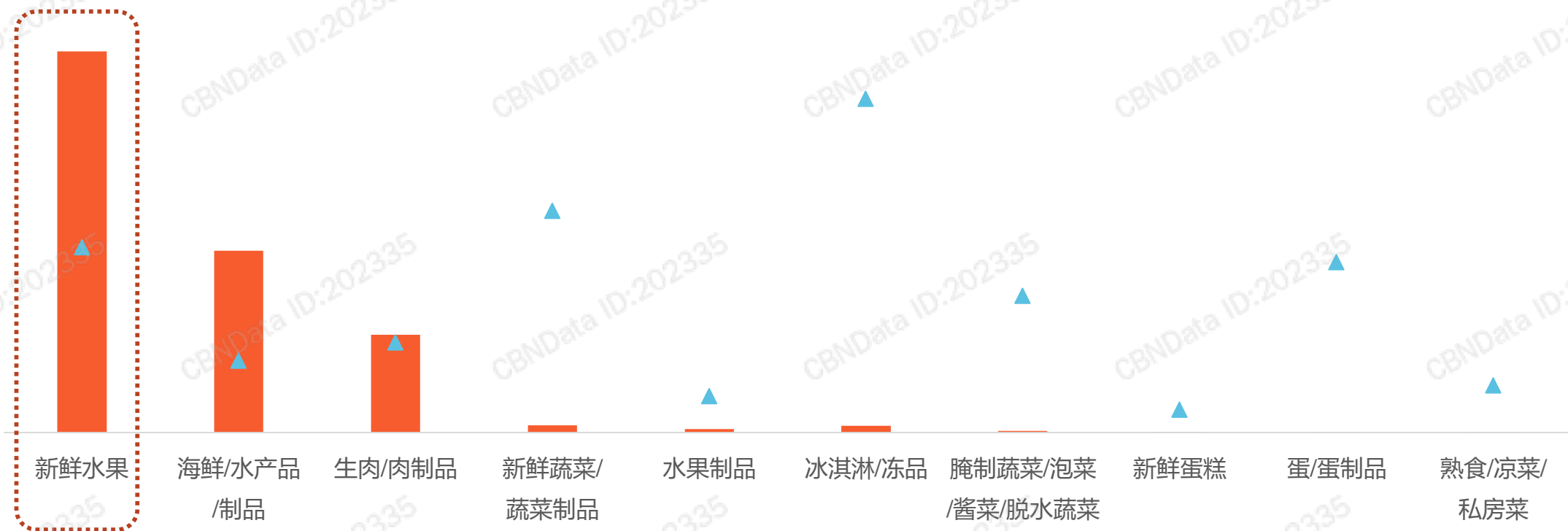


数据来源：CBNDATA消费大数据

进口生鲜各品类中，水果增速较快，最近一年贡献一半以上销售份额

MAT2019各生鲜品类消费占比及同比增幅

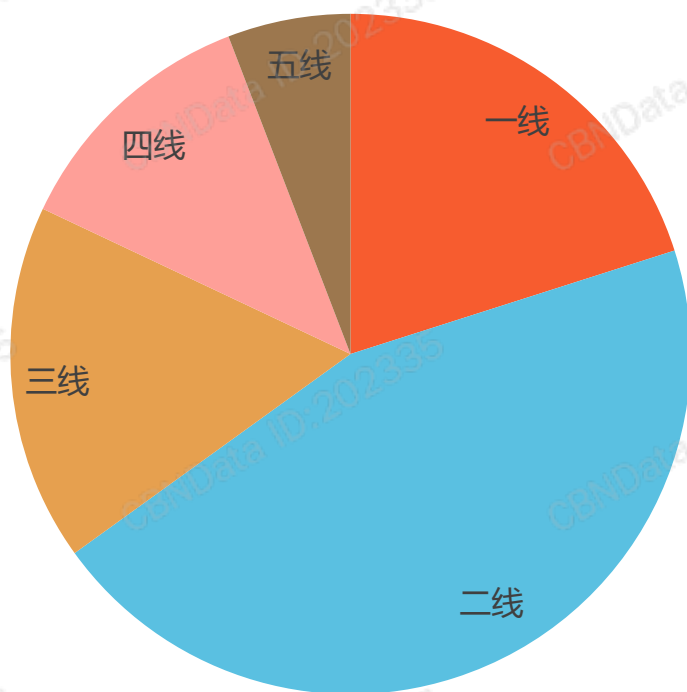
■ 消费占比 ▲ 同比增幅



数据来源：CBNDATA消费大数据

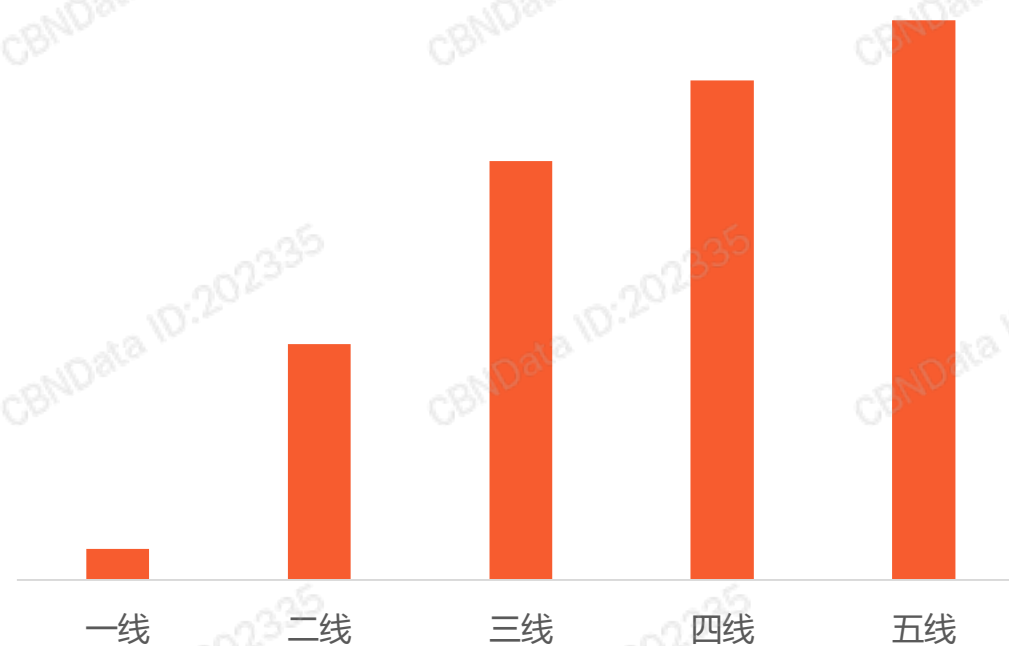
一二线城市贡献进口水果6成以上销售份额，三线及以下城市增速较快

MAT2019各线级城市进口水果消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

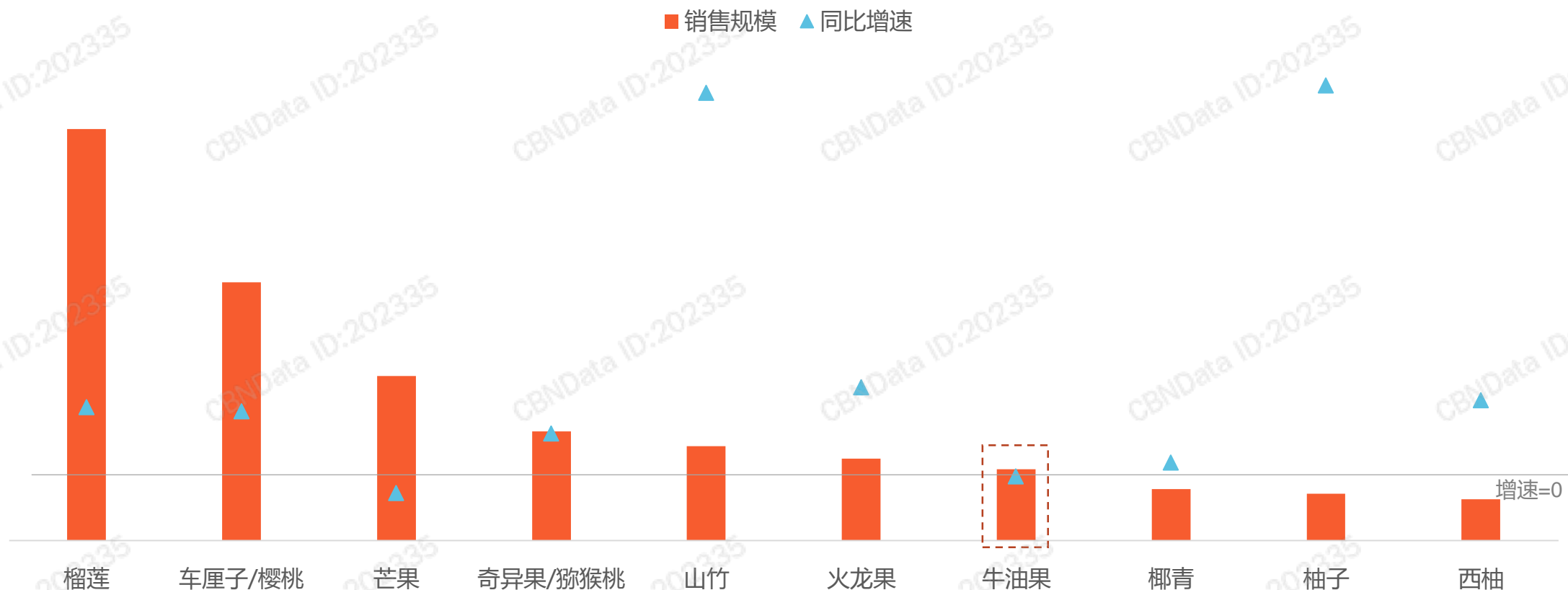
MAT2019各线级城市进口水果消费同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

销售规模|进口水果以榴莲、车厘子、芒果为主，牛油果位列前十

MAT2019进口水果TOP10品类销售规模及同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：品类按照销售额排名



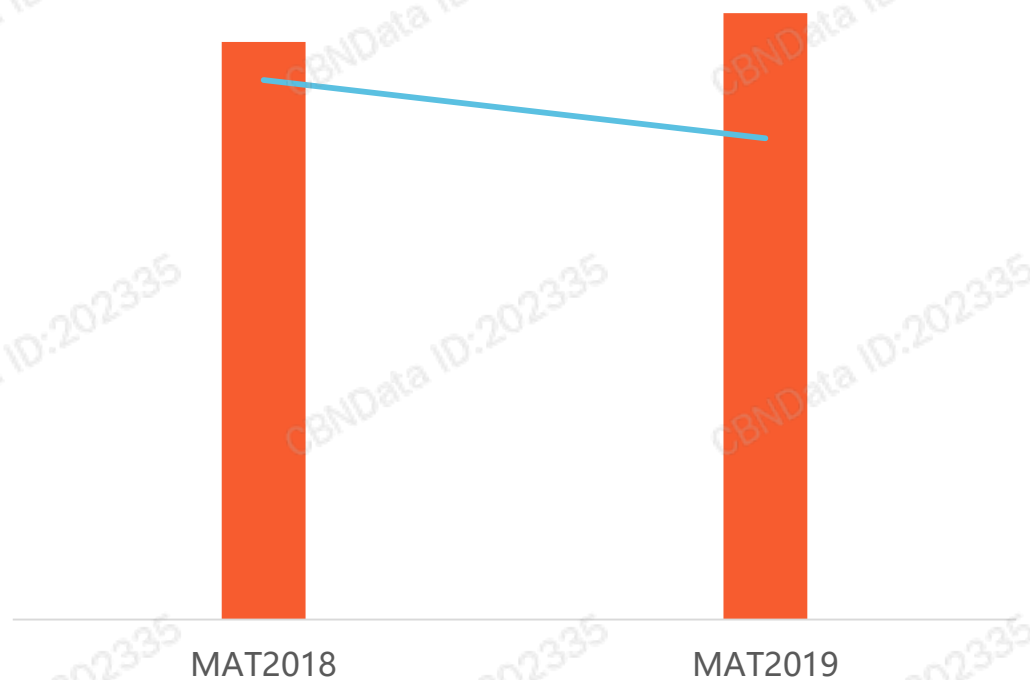
线上进口牛油果销售概况

最近一年线上牛油果客群扩大，销售规模略有下降

MAT2018-MAT2019线上牛油果消费者人数及人

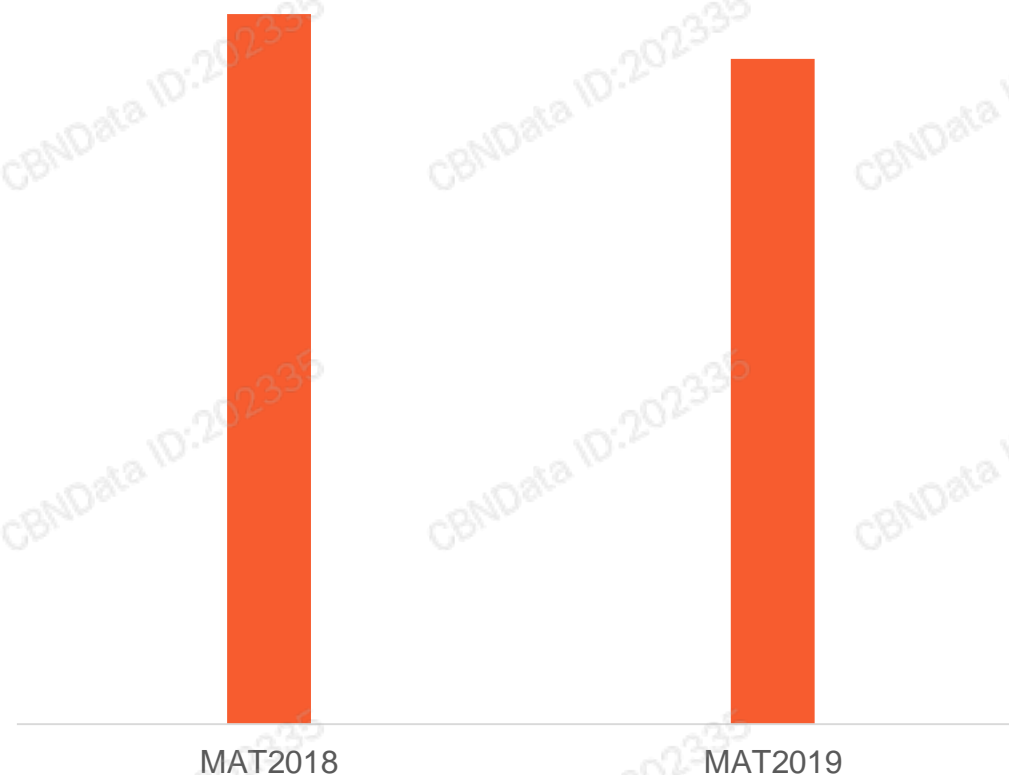
均年消费

人数 人均年消费



数据来源：CBNData消费大数据

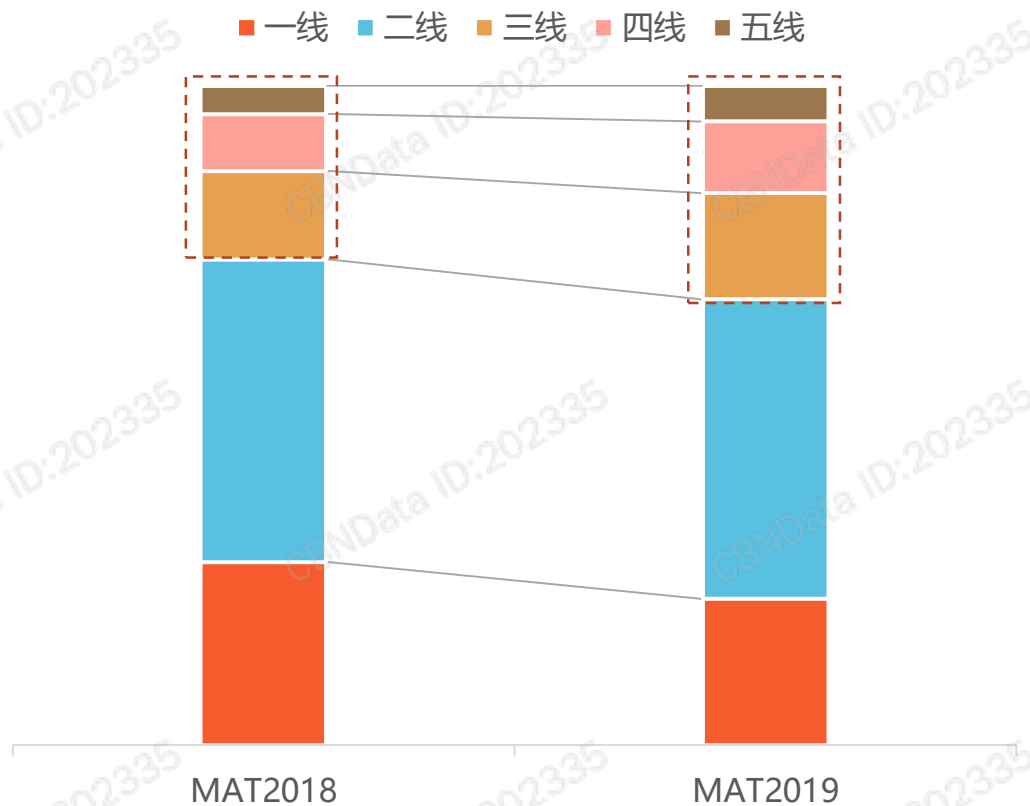
MAT2018-MAT2019线上牛油果销售规模



数据来源：CBNData消费大数据

三线及以下城市牛油果销售份额增加，消费者增速较快

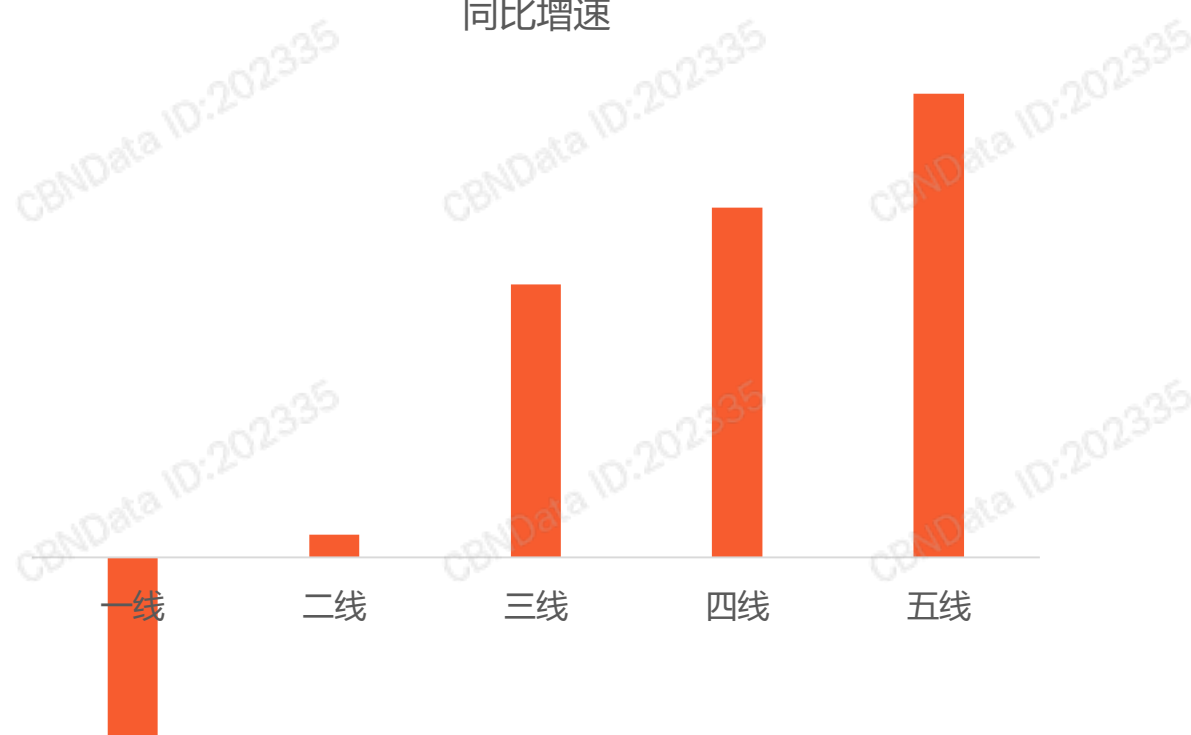
MAT2018-MAT2019各线城市牛油果销售份额



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：内圈为MAT2018，外圈为MAT2019

MAT2018-MAT2019各线城市牛油果消费人数

同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019牛油果消费城市榜单

MAT2019销售规模TOP10城市	
排名	城市
1	上海市
2	北京市
3	广州市
4	深圳市
5	杭州市
6	成都市
7	苏州市
8	东莞市
9	南京市
10	武汉市

数据来源：CBNDATA消费大数据

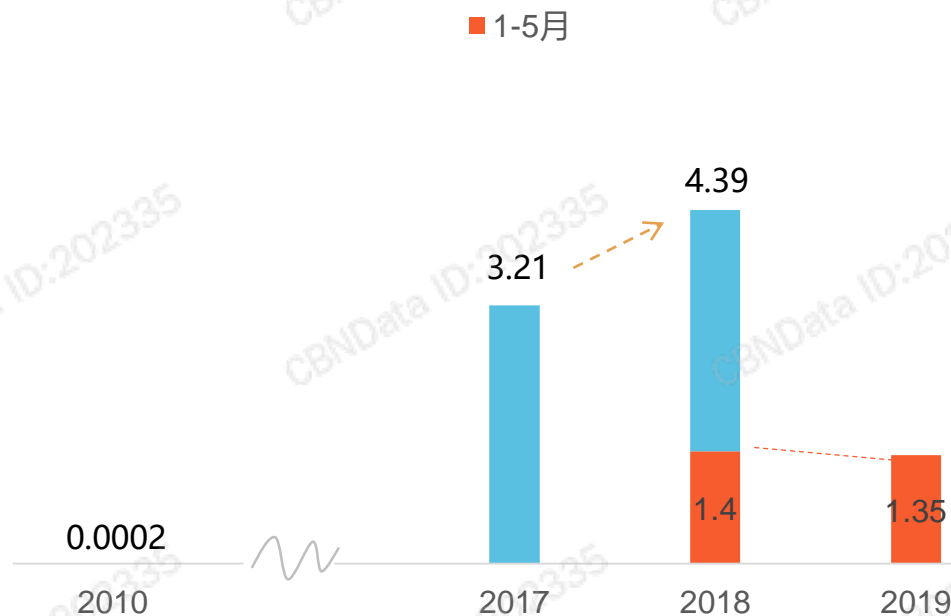
MAT2019同比增速TOP10城市	
排名	城市
1	惠州市
2	哈尔滨市
3	长春市
4	烟台市
5	大连市
6	南宁市
7	郑州市
8	贵阳市
9	汕头市
10	青岛市

数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：选取消费份额0.5%以上城市

十年来，我国牛油果进口量迅速增加，墨西哥成为主要来源国

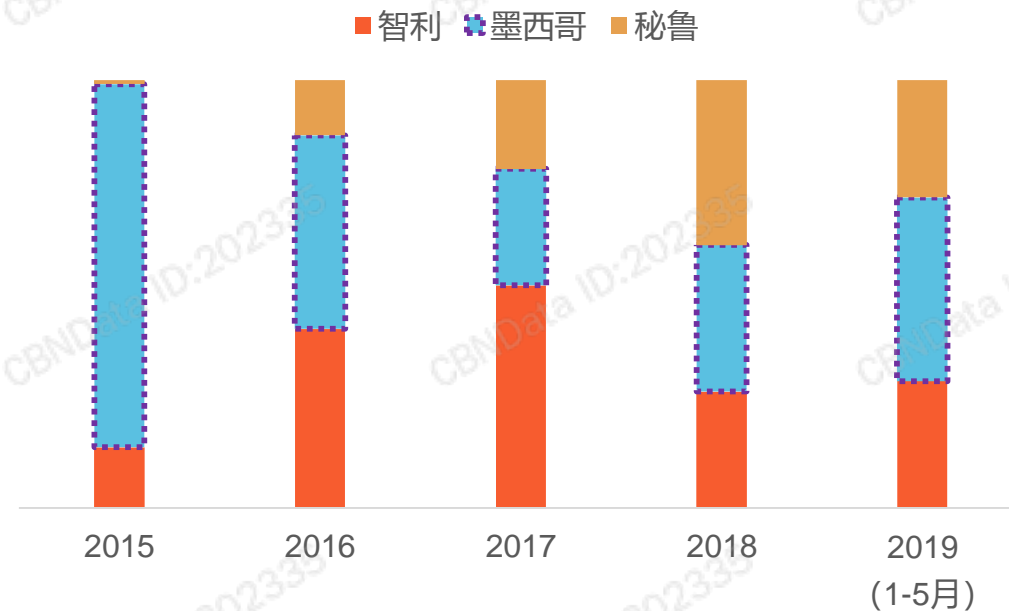
2010年中国进口2吨牛油果，到2018年进口量升至4.39万吨，8年间进口量翻了2万多倍；三大产地中，墨西哥已逐渐超过智利和秘鲁，成为我国进口牛油果的主要来源国

2017-2019年中国牛油果进口量（万吨）



资料来源：艾瑞咨询《2019中国进口食品消费白皮书》

2015-2019年三大产地牛油果进口量占比

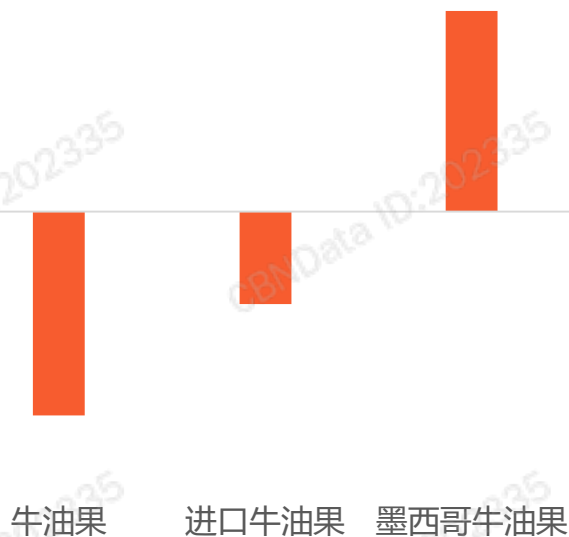


资料来源：根据网络资料整理

墨西哥牛油果维持增长，近9成消费者购买牛油果时选择墨西哥牛油果

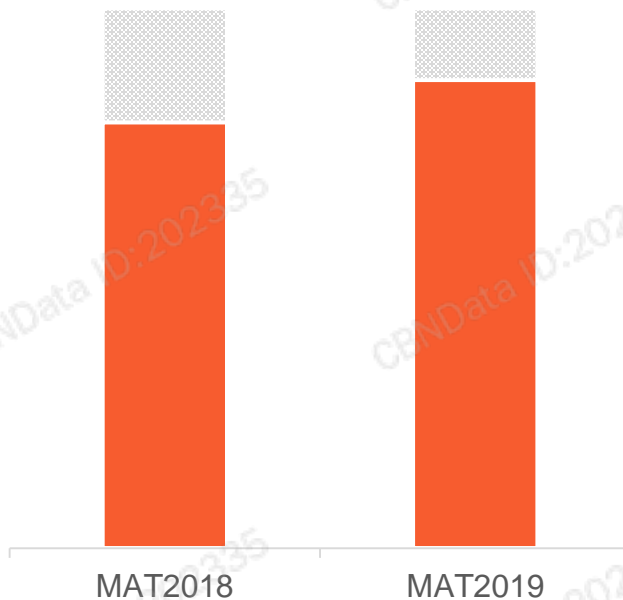
在牛油果和进口牛油果销售规模下降的情况下，墨西哥牛油果维持增长，客群基础进一步扩大，最近一年，墨西哥牛油果贡献品类近9成销售份额

MAT2018-MAT2019牛油果销售规模同比增速



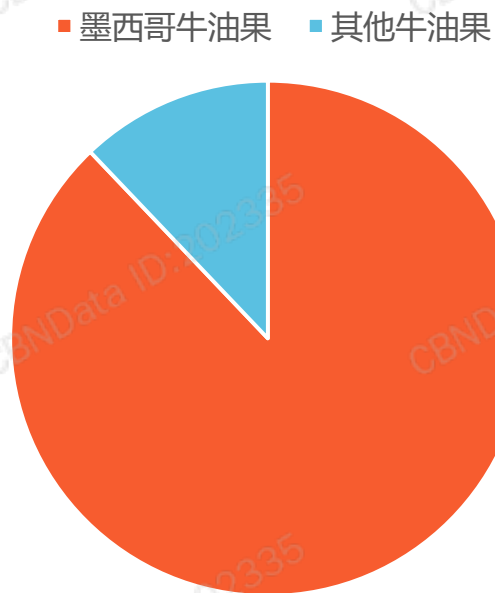
数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2018-MAT2019墨西哥牛油果消费者渗透率



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：消费者渗透率=墨西哥牛油果消费者人数/牛油果品类消费者总数

MAT2019墨西哥牛油果和其他牛油果销售份额



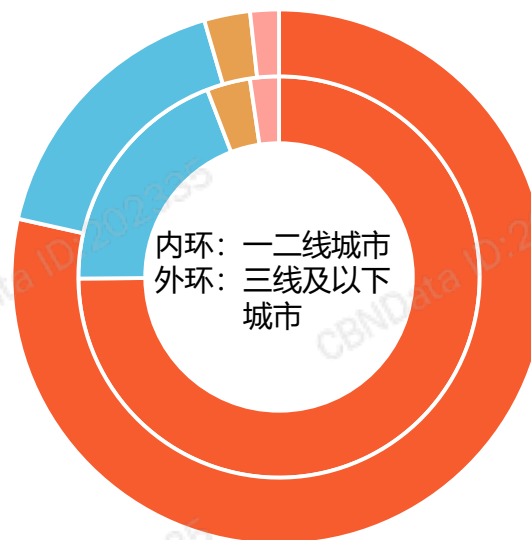
数据来源：CBNDATA消费大数据

超过2成消费者一年至少购买2次墨西哥牛油果

最近一年，超过2成消费者至少购买2次墨西哥牛油果，一二线城市消费者购买较三线及以下城市更为频繁

MAT2019各级别城市不同消费频次的人数占比

1次 2-3次 4-5次 5次以上



数据来源：CBNDATA消费大数据



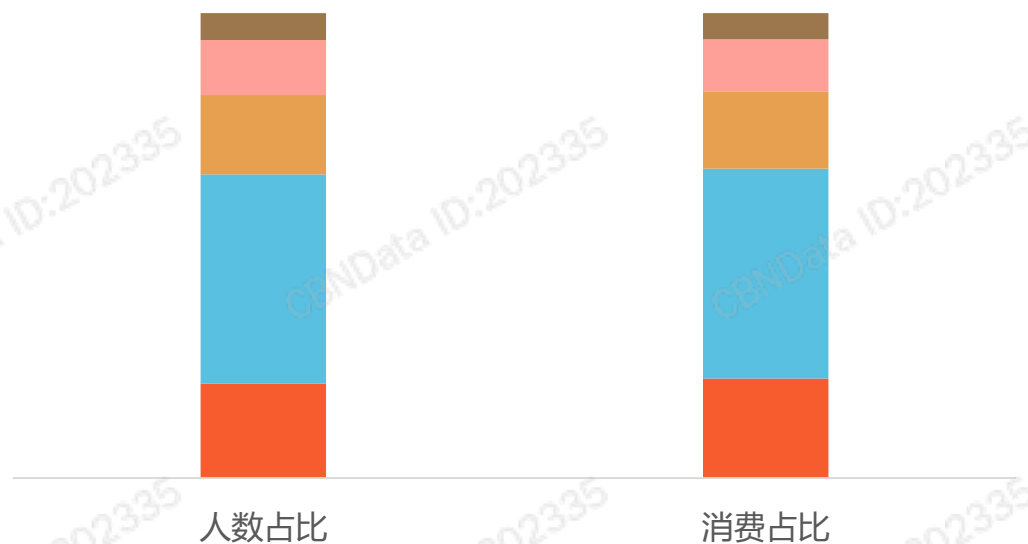
墨西哥牛油果消费者画像

墨西哥牛油果消费者主要来自二线城市，三线及以下城市发展较快

二线城市消费者人数和消费额均在4成以上，是线上墨西哥牛油果消费主力；从消费者增速来看，三线及以下城市消费者增速较快，一线城市消费者有所减少

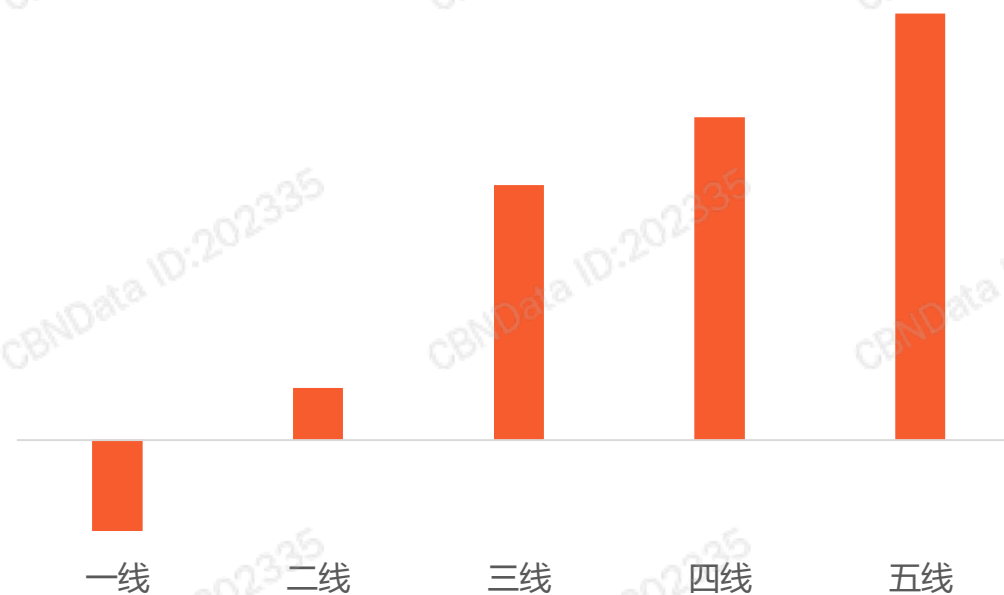
MAT2019各线城市消费者人数占比及消费占比

■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线 ■ 五线



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019各线城市消费者同比增速

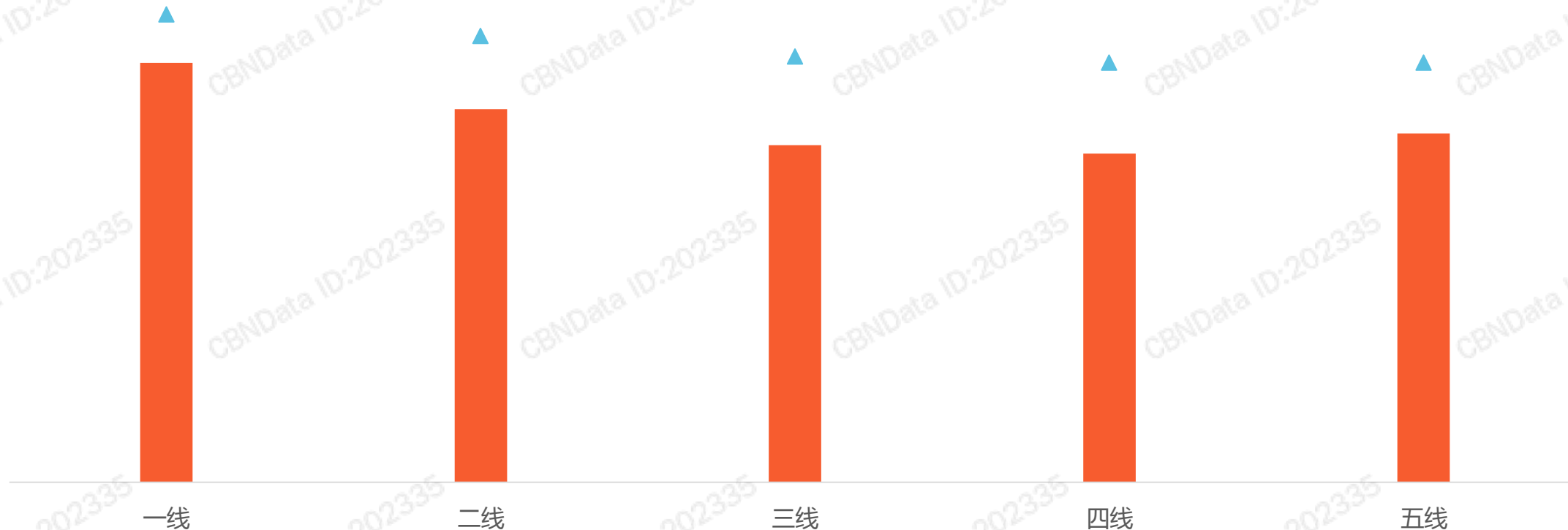


数据来源：CBNDATA消费大数据

上线城市消费者在墨西哥牛油果的消费高于下线城市消费者

MAT2019各线级城市消费者墨西哥牛油果人均年消费和消费频次

■ 人均年消费 ▲ 消费频次

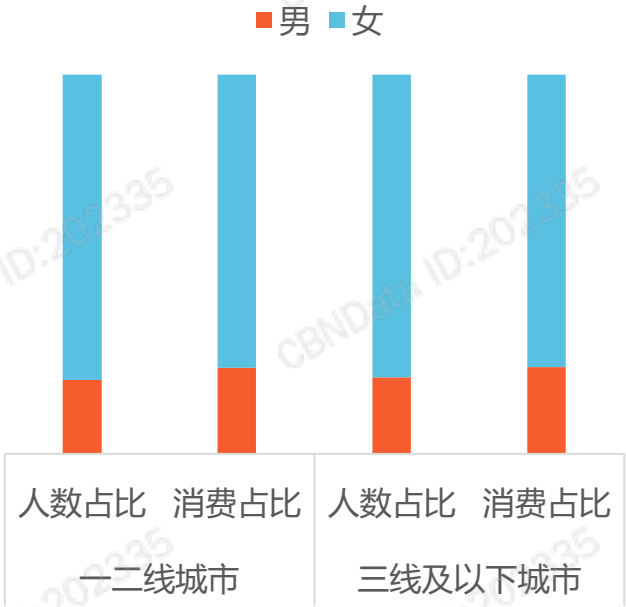


数据来源: CBNData消费大数据

女性是墨西哥牛油果主力消费人群

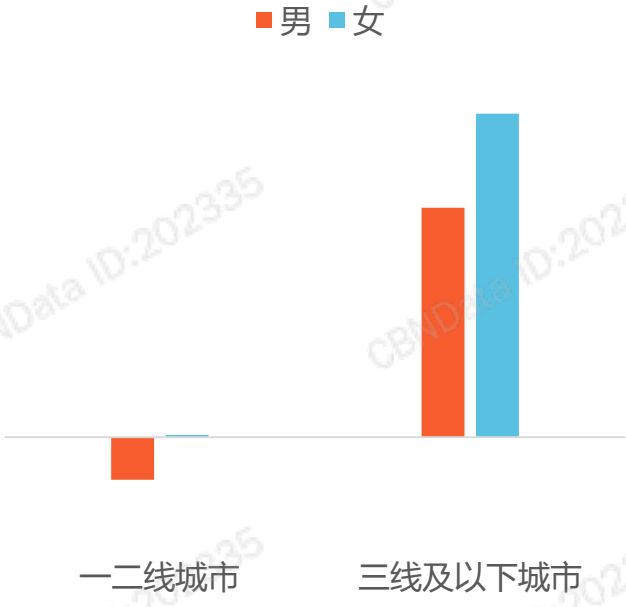
墨西哥牛油果消费者以女性为主，三线及以下城市消费者增速较快；女性消费者增速快于男性，消费力低于男性消费者

MAT2019各性别消费者的人数占比和消费占比



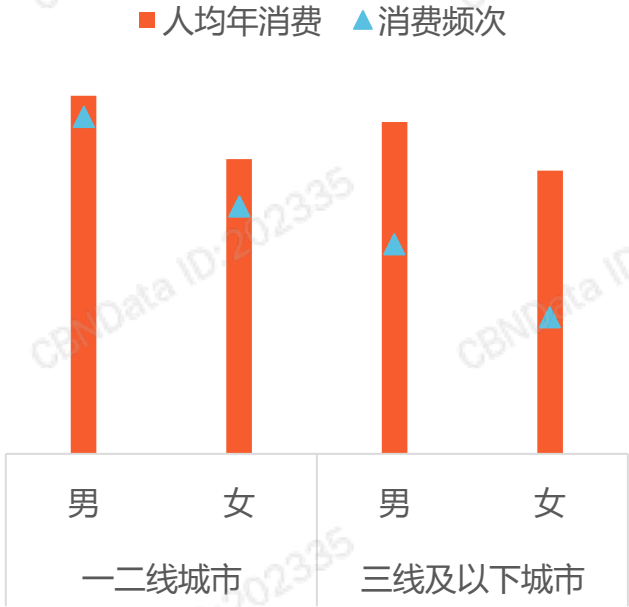
数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019各性别消费者同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019不同性别消费者墨西哥牛油果人均年消费和消费频次



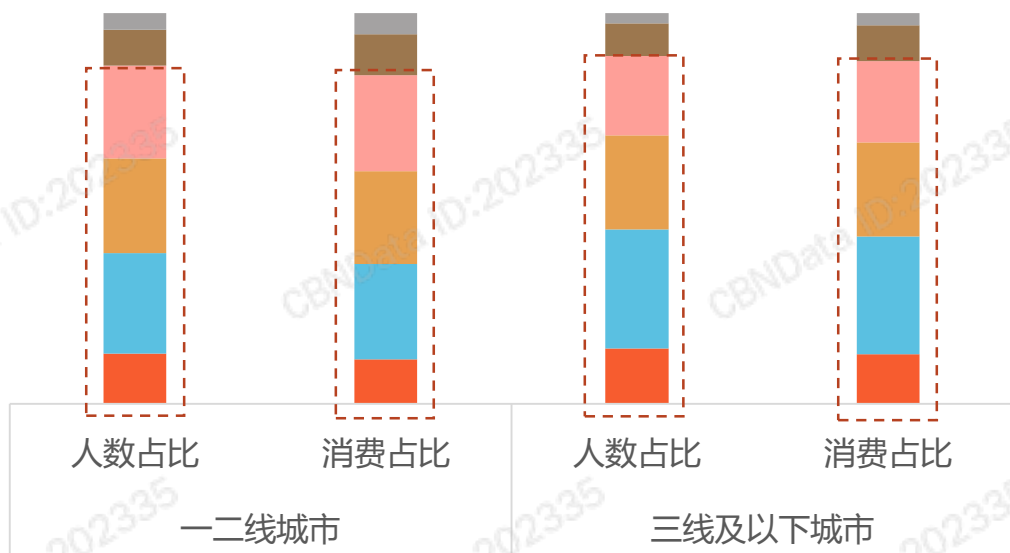
数据来源：CBNDATA消费大数据

墨西哥牛油果消费者以45岁以下中青年为主，25岁以下消费者增速较快

墨西哥牛油果消费者中，45岁以下中青年占9成，贡献近9成销售份额；三线及以下城市各年龄段消费者增速普遍快于一二线城市

MAT2019各年龄段消费者人数占比及消费占比

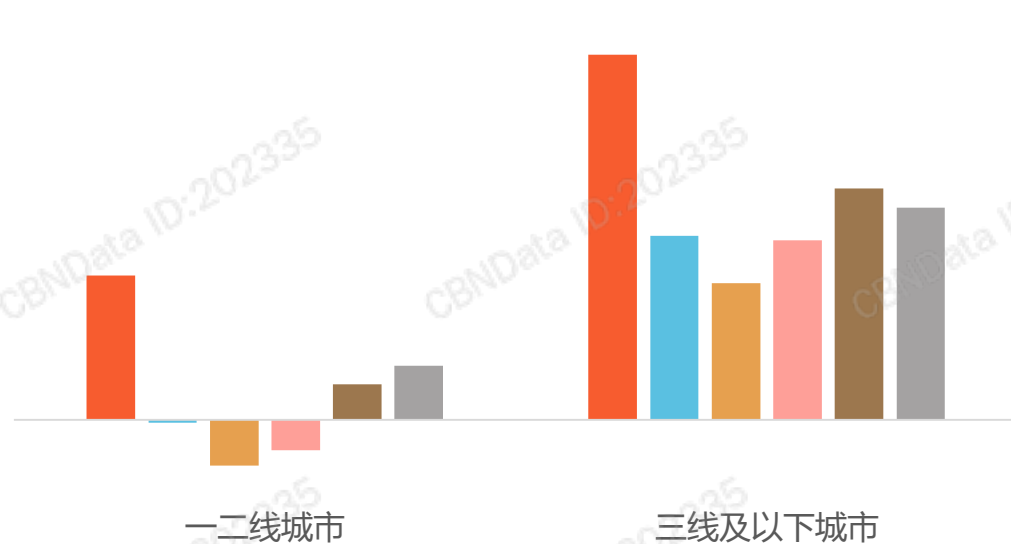
18-25岁 26-30岁 31-35岁 36-45岁 46-55岁 56岁及以上



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019各年龄段消费者同比增速

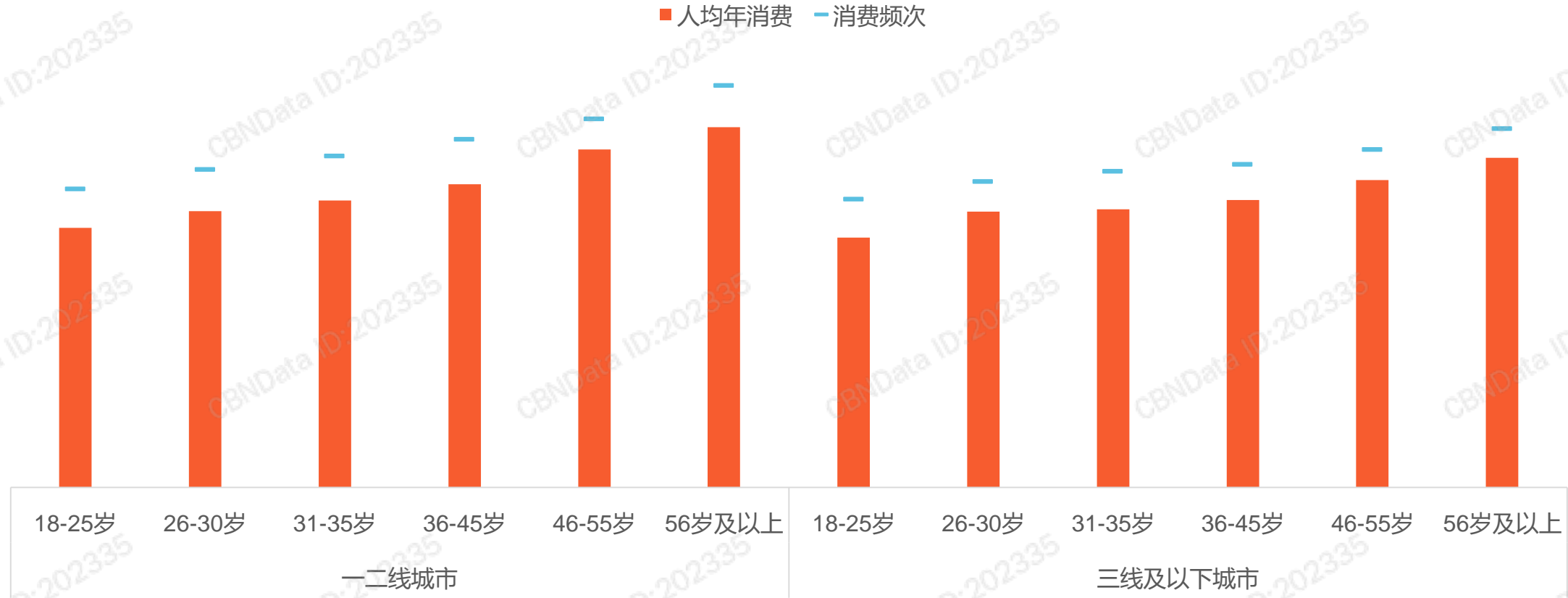
18-25岁 26-30岁 31-35岁 36-45岁 46-55岁 56岁及以上



数据来源：CBNDATA消费大数据

消费者年龄越大，在墨西哥牛油果的消费越高

MAT2019不同年龄消费者墨西哥牛油果人均年消费和消费频次

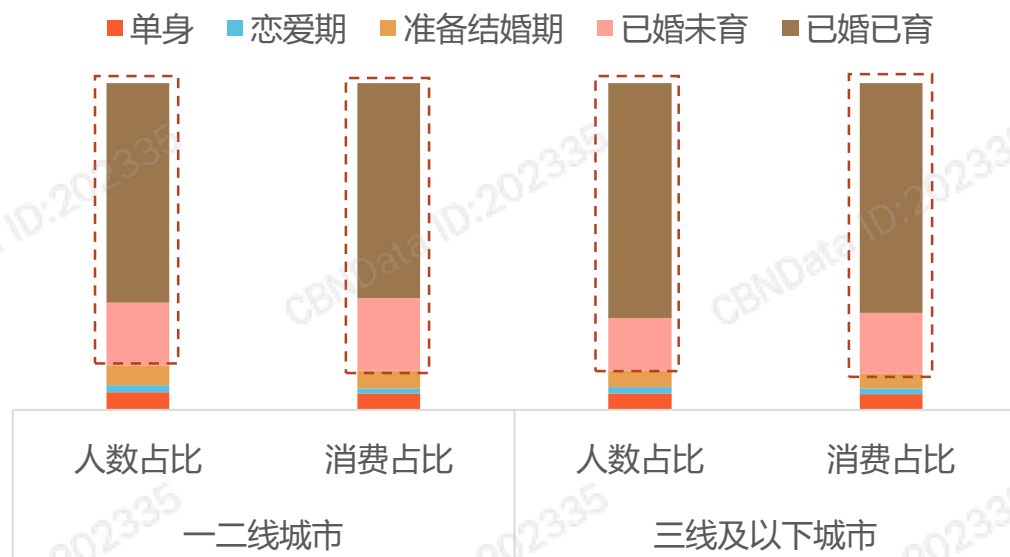


数据来源：CBNDATA消费大数据

已婚人士是墨西哥牛油果的主要消费群体，恋爱期消费者增速较快

墨西哥牛油果消费者中，已婚人士近9成；不同人生阶段的消费者中，单身、恋爱期和已婚未育期的消费者增速较快

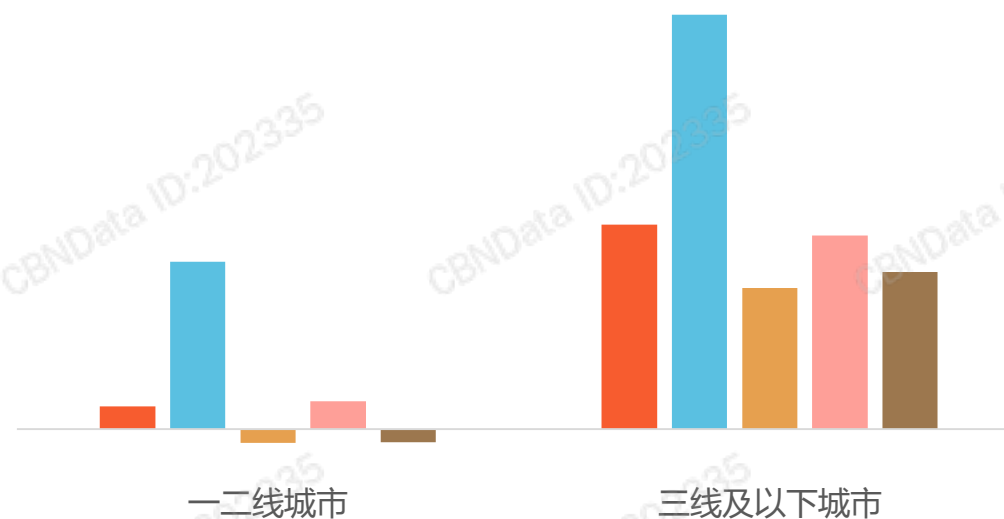
MAT2019不同人生阶段消费者人数占比及消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019不同人生阶段消费者同比增速

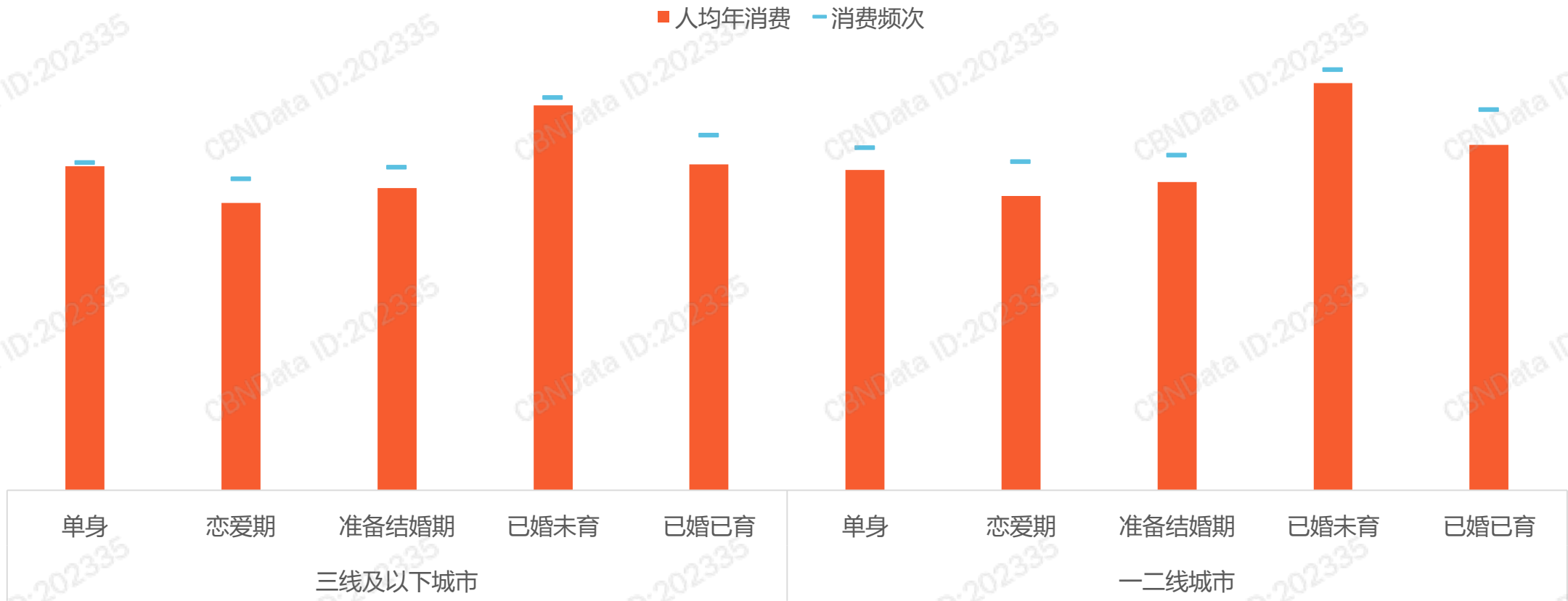
■ 单身 ■ 恋爱期 ■ 准备结婚期 ■ 已婚未育 ■ 已婚已育



数据来源：CBNData消费大数据

已婚人士在墨西哥牛油果的消费高于未婚人士

MAT2019各人生阶段消费者墨西哥牛油果人均年消费和消费频次

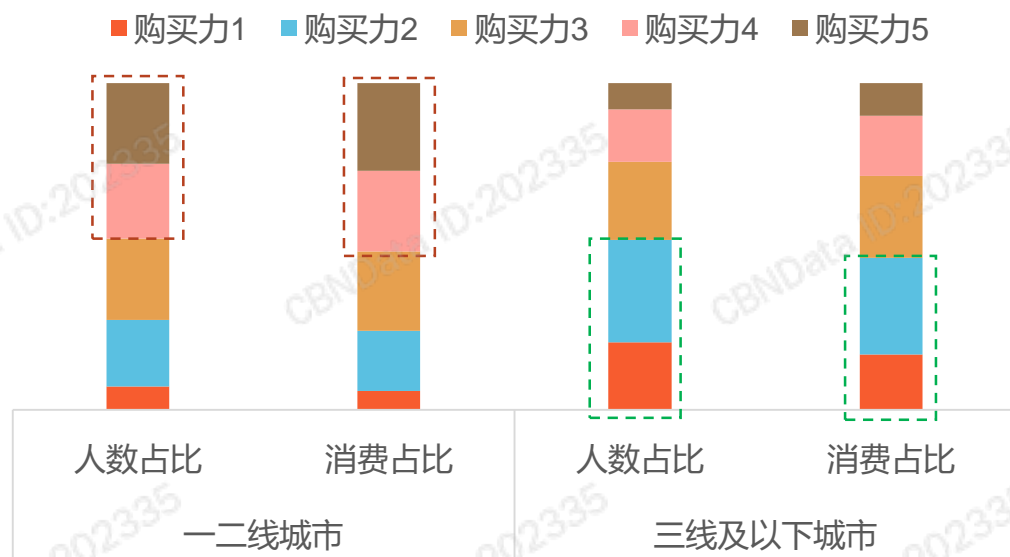


数据来源: CBNDATA消费大数据

不同市场中，墨西哥牛油果消费者的购买力呈现“两极化”

高消费层级（购买力4&5）的人数在一二线城市超过一半，在三线及以下城市中仅占1/4；低消费层级（购买力1&2）的人数在一二线城市仅1/4，在三四线城市超过一半；消费者购买力在不同级别城市中呈现两极分化；低消费层级的消费者增长较快，三线及以下城市尤为突出

MAT2019不同消费层级消费者人数占比及消费占比

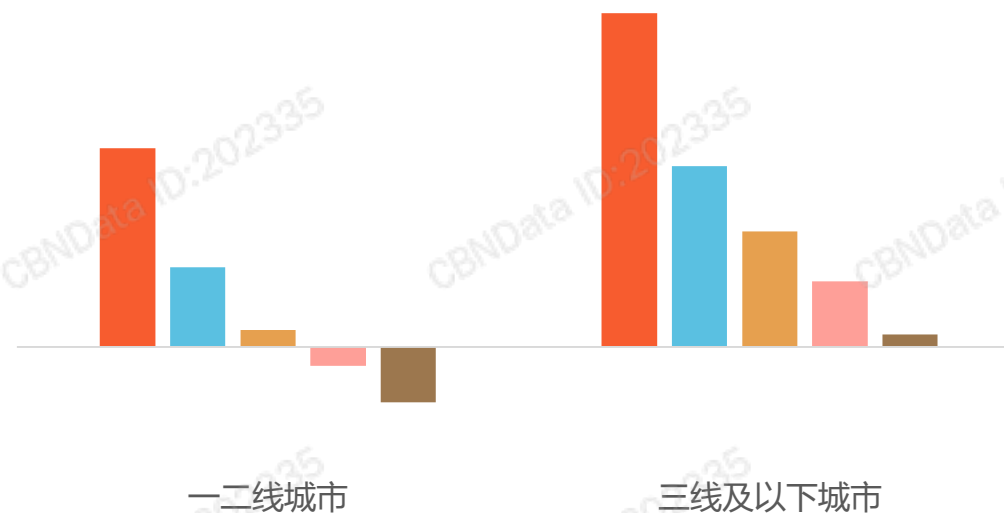


数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费层级为淘系标签，根据消费者全网各个品类消费单价排名打分并根据品类结构进行加权处理；输出的标签为购买力1-5(5为最高档次)，下同

MAT2019不同消费层级消费者同比增速

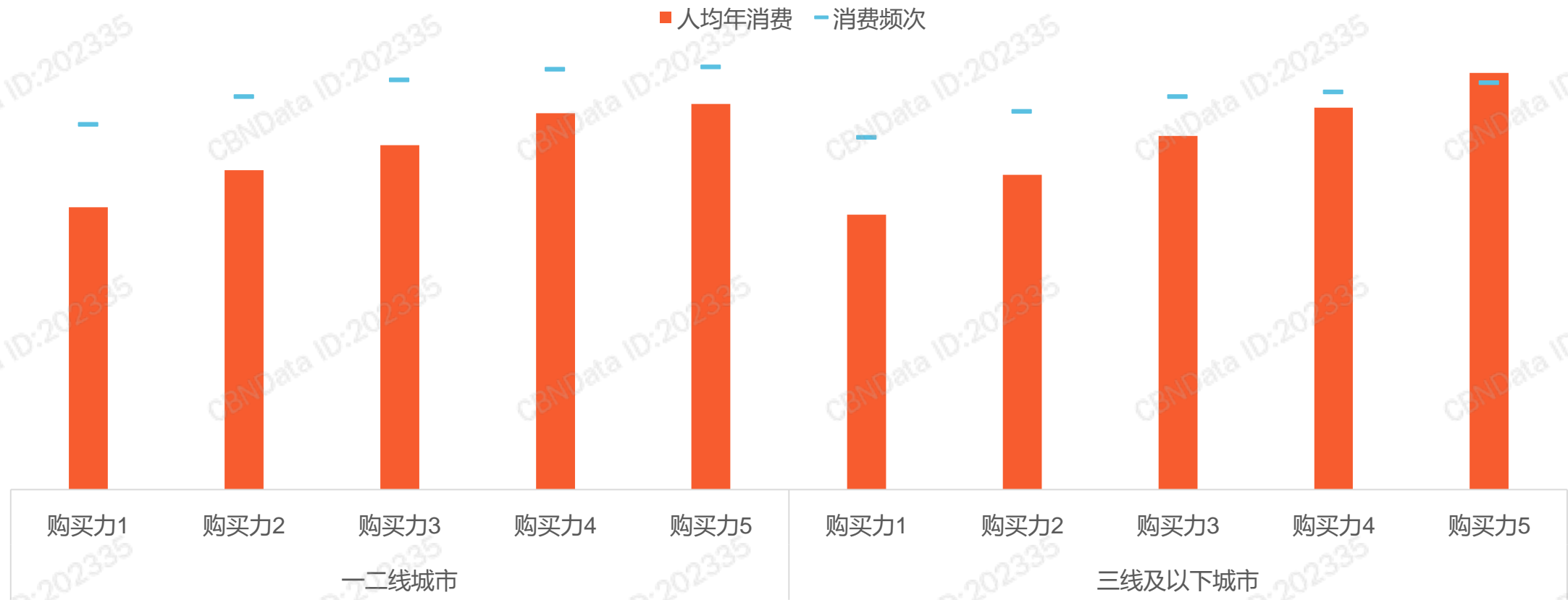
■ 购买力1 ■ 购买力2 ■ 购买力3 ■ 购买力4 ■ 购买力5



数据来源：CBNData消费大数据

消费者购买力越高，在墨西哥牛油果的消费越高

MAT2019各消费层级消费者墨西哥牛油果人均年消费和消费频次

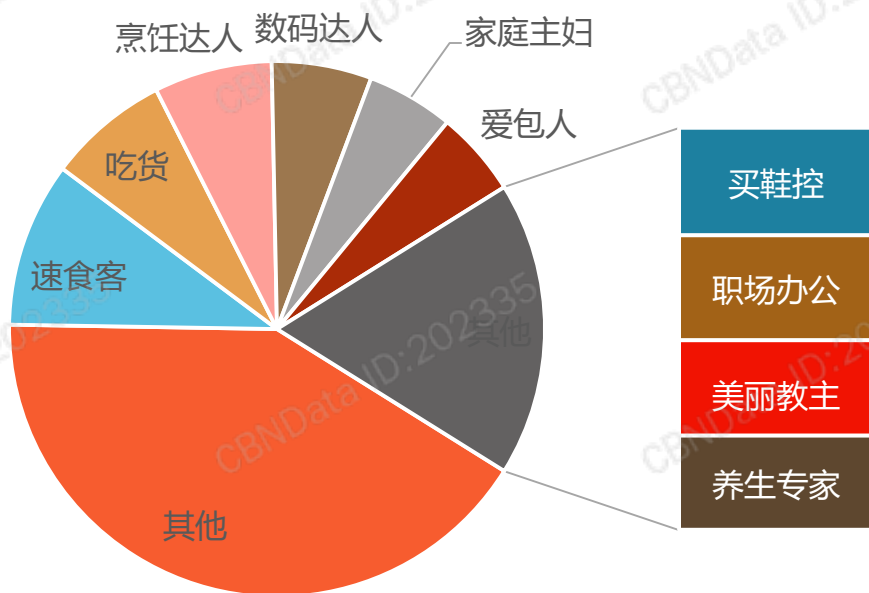


数据来源：CBNDATA消费大数据

牛油果消费者线上更关注食物、养生和个人形象

MAT2019一二线城市墨西哥牛油果消费者兴趣人群

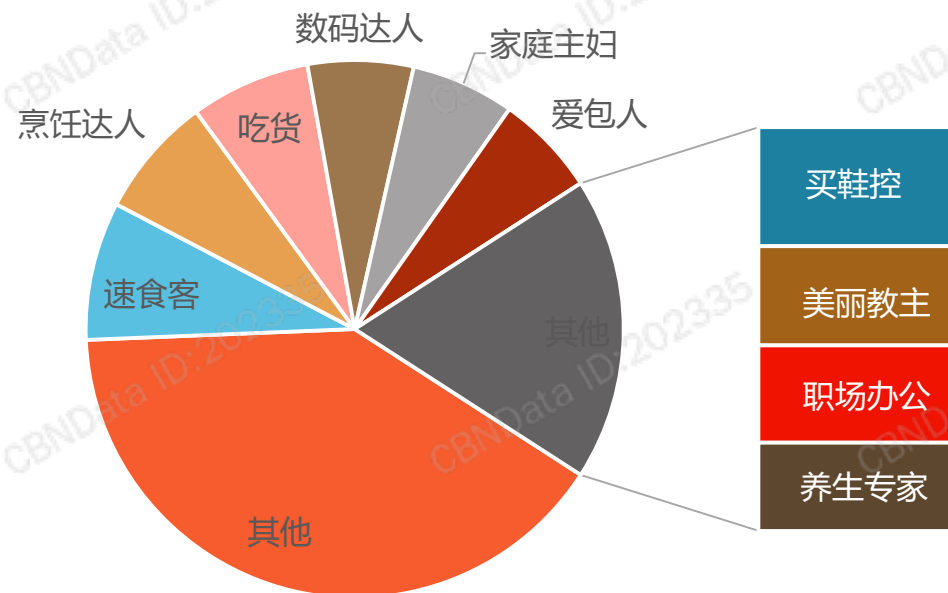
占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019三线及以下城市墨西哥牛油果消费者兴趣

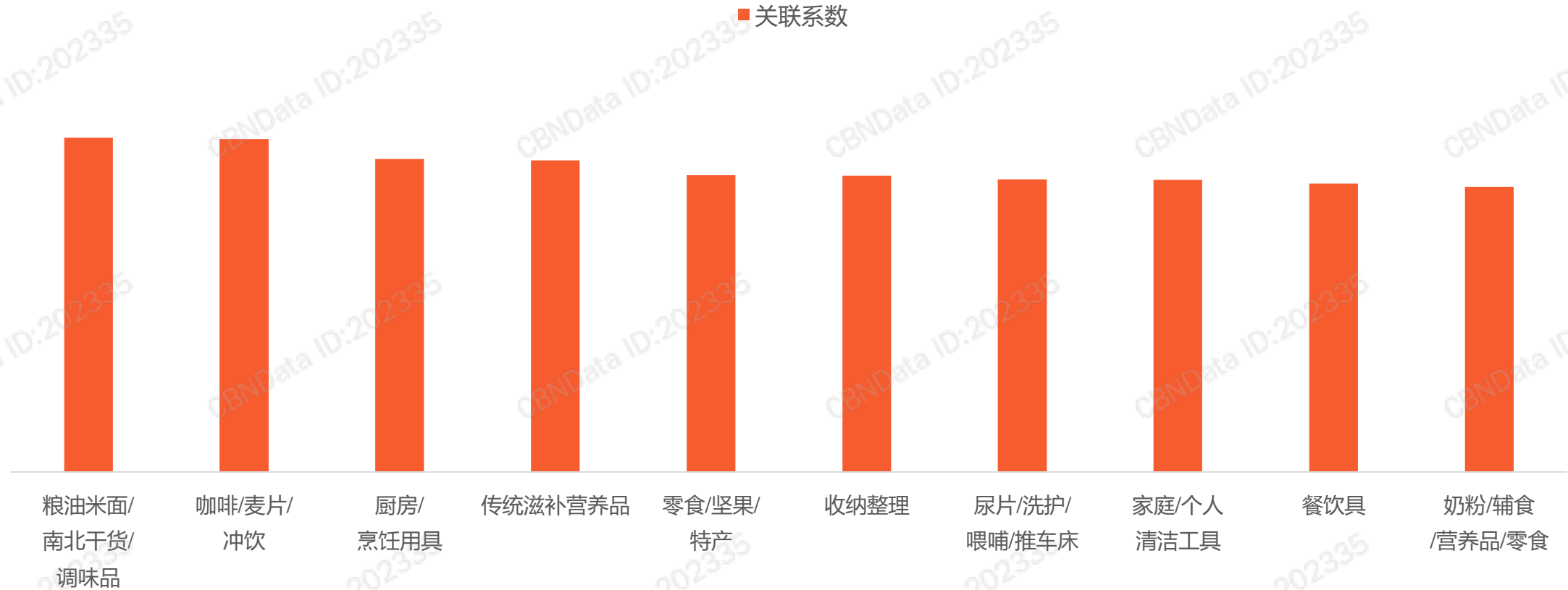
人群占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

牛油果消费者家庭消费特点突出，家庭必需品和婴幼儿相关用品关联程度高

MAT2019牛油果TOP10高关联品类



数据来源：CBNDATA消费大数据

关联系数：以A、B两个行业为例，两个行业重叠的人数占A、B两个行业的占比分别为a、b，关联系数为 $\sqrt{a * b}$ ，下同

制作宝宝辅食、减肥健身、代替早餐及美容养颜是牛油果的四大食用场景，除食用目的外，牛油果的社交和分享属性也非常突出

牛油果使用场景评论词词云图



数据来源: CBNData消费大数据

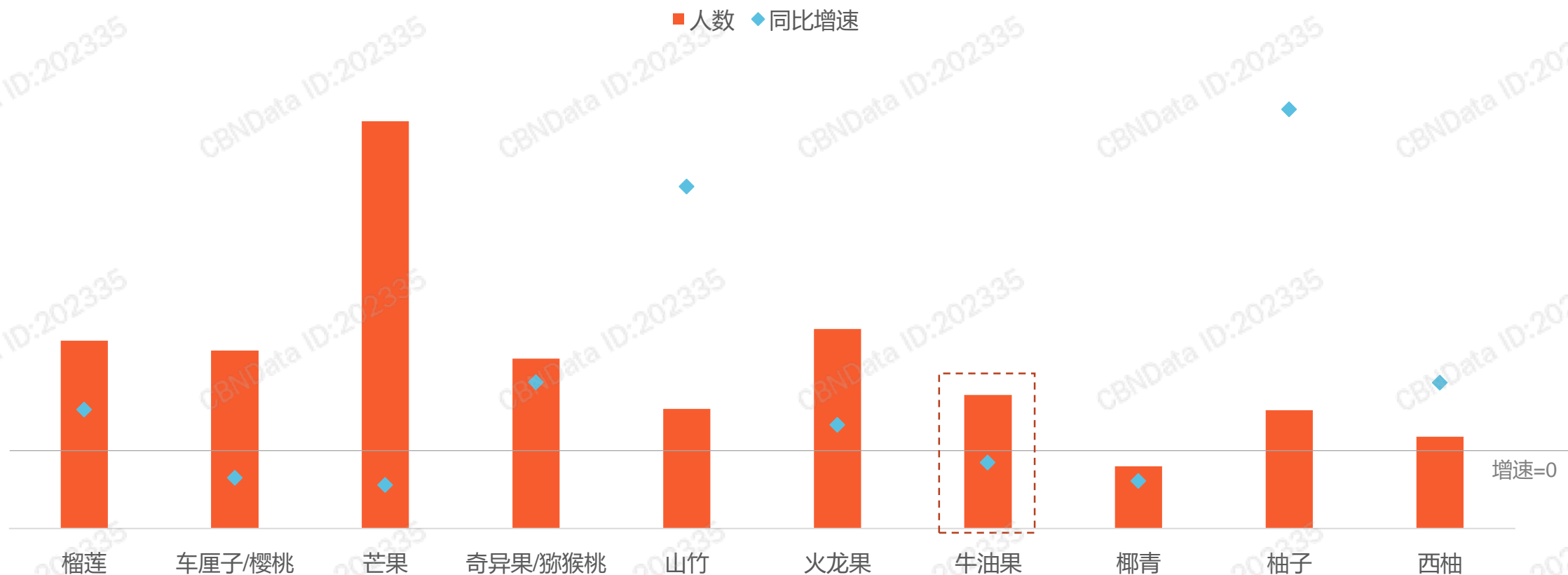
数据说明：统计消费者评论中提及各个词的人数，词的字号大小表示评论者人数的多少，字号越大，提及该词的评论者人数越多



附录

消费者人数|进口水果中，芒果、火龙果消费者基础较好，牛油果消费者略有减少

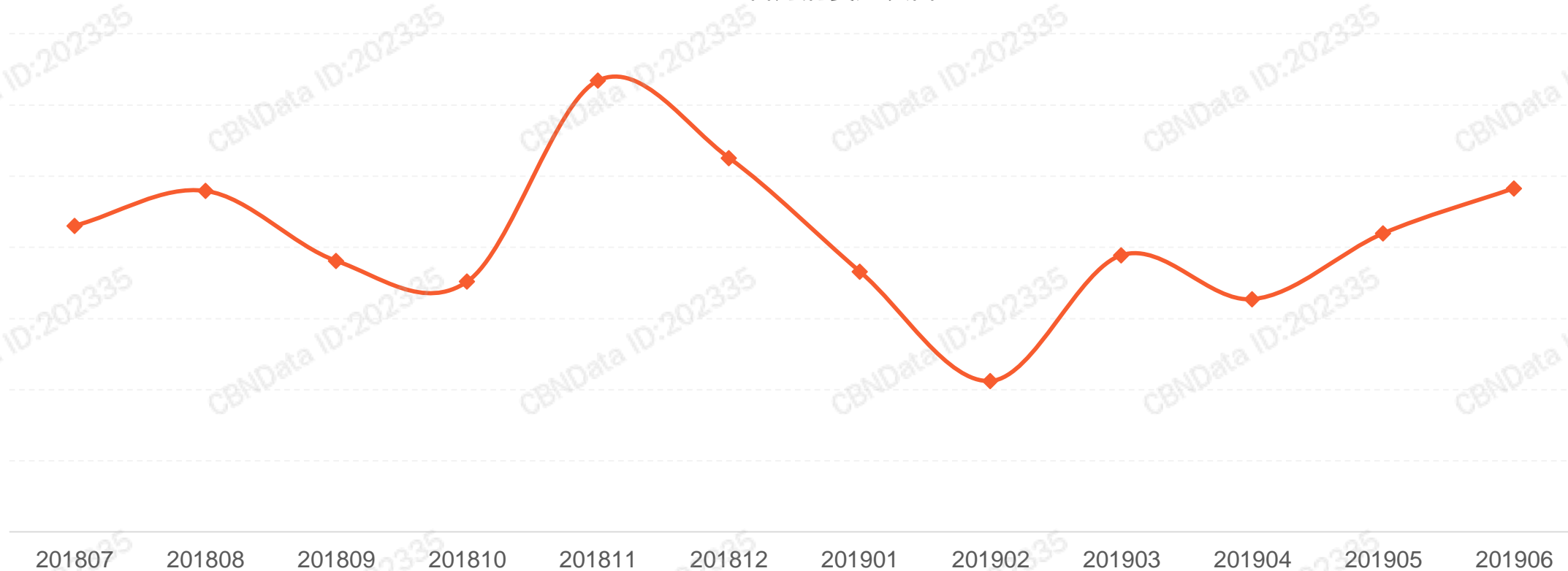
MAT2019进口水果TOP10品类消费者人数及同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

从购买时间来看，6-8月和11、12月是牛油果销售旺季

MAT2019各月消费人次占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

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：

墨西哥牛油果指产地位于墨西哥的牛油果，属进口水果品类

数据时间段：

2018.7.1-2019.6.30，使用滚动年计算同比变化

MAT2018指2017.7.1-2018.6.30

MAT2019指2018.7.1-2019.6.30

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：侯园园

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



CBNData官网



CBNData官方微信号



CBN'DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察