

CBNDATA

第一财经商业数据中心

2019线上 冰淇淋消费洞察

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.





目录 Content

1

Part1: 冰淇淋线上人群画像

2

Part2: 冰淇淋线上消费偏好趋势

3

Part3: 冰淇淋线上趣味榜单



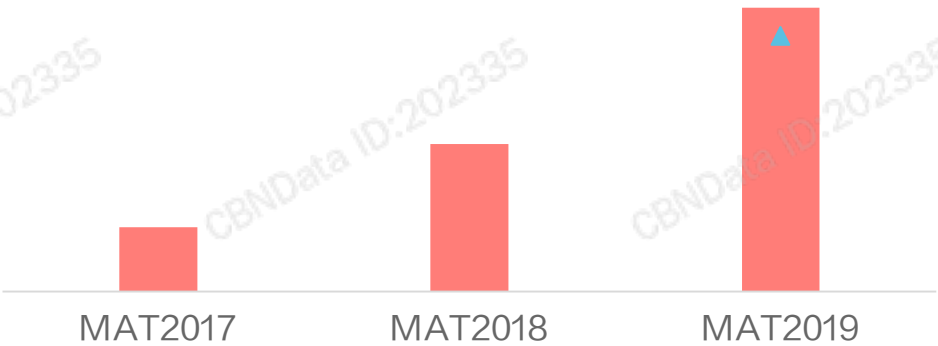
冰淇淋线上人群画像

线上冰淇淋消费者人数高速增长，推动整体市场发展

近三年来，线上冰淇淋的消费市场高速发展，主要得益于线上购买人群数的稳定增长。此外，市场规模的增幅高于购买人数增幅，可见线上消费者不仅体量变大，人均消费也更高。

三年淘系冰淇淋市场消费规模

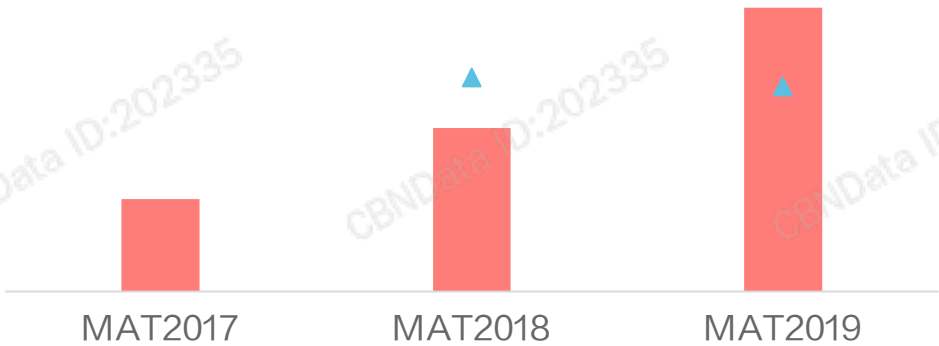
■ 销售额-右轴（隐藏） ▲ 同比增速-左轴



数据来源：CBNDATA消费大数据

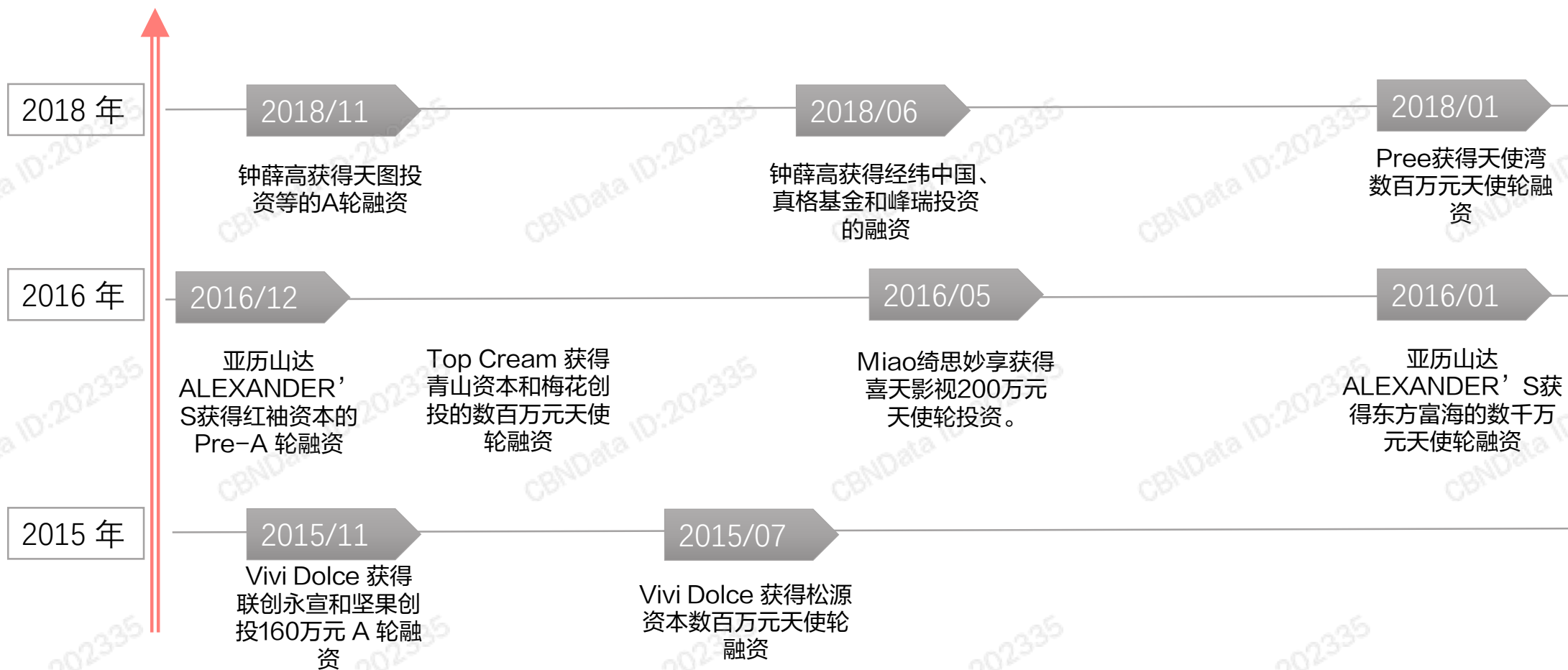
三年淘系冰淇淋市场消费人数

■ 消费人数-右轴（隐藏） ▲ 同比增速-左轴



数据来源：CBNDATA消费大数据

一些知名投资机构看好冰淇淋市场



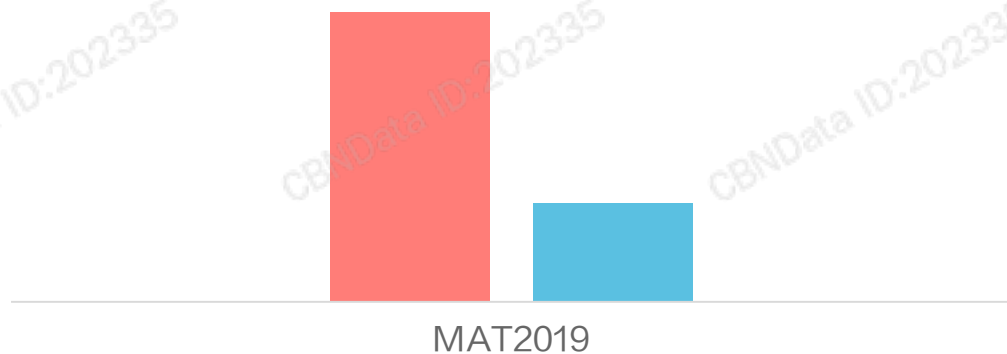
数据来源：天眼查

女性依旧是冰淇淋消费主力，男性更舍得花钱

女性是线上冰淇淋产品的主要购买人群，人数占比超过七成；但男性在冰淇淋上更舍得花钱，历年的人均消费均高于女性消费者。

淘系冰淇淋不同性别的
消费者人数占比

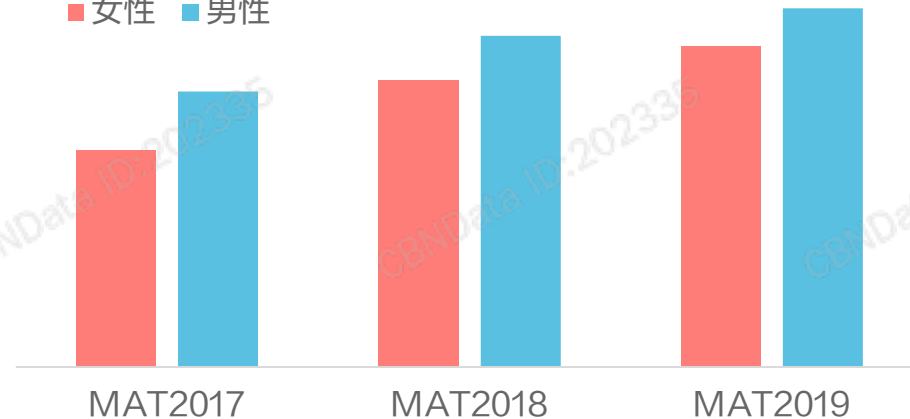
■ 女性 ■ 男性



数据来源：CBNDATA消费大数据

三年淘系冰淇淋不同性别的
人均消费

■ 女性 ■ 男性

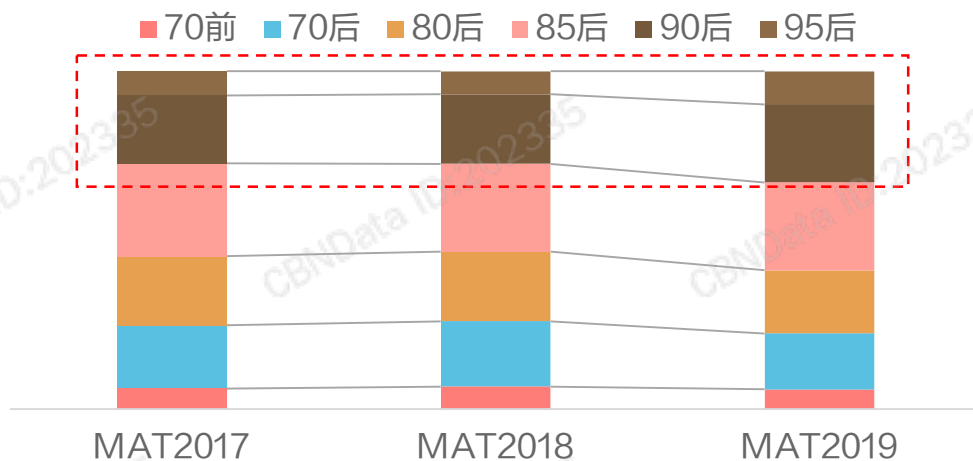


数据来源：CBNDATA消费大数据

90后95后迅速增长，70后至85后依旧是“金主爸爸”

迅速发展的90后及95后群体已占整体线上冰淇淋消费人数的三成，但消费力最强的依旧是70后至85后。相比其他年龄层，90后及95后还有进一步消费升级的潜力。

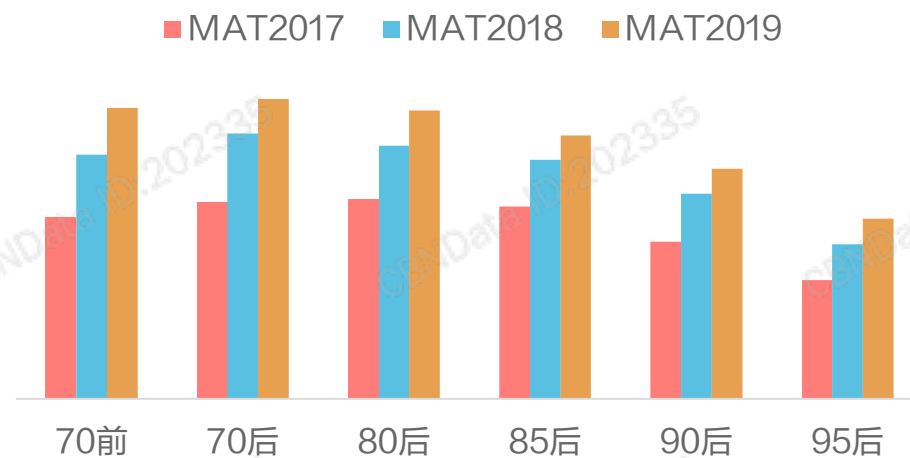
三年淘系冰淇淋不同代际的人数分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

注：未成年人数据不被披露

三年淘系冰淇淋不同代际的人均消费



数据来源：CBNDATA消费大数据

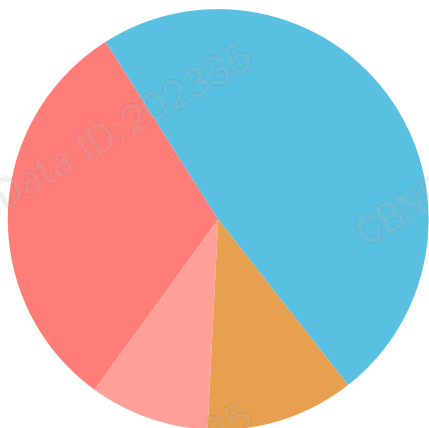
注：未成年人数据不被披露

二线城市消费者基数最大，三四线城市增速最快

二线城市的消费者是线上冰淇淋的购买主力，他们不仅人群体量大，约占总人群的五成，并且保持高速的人数增长。低线级城市的消费者人数以最快速度增长。

MAT2019 淘系冰淇淋不同城市级别的人数分布

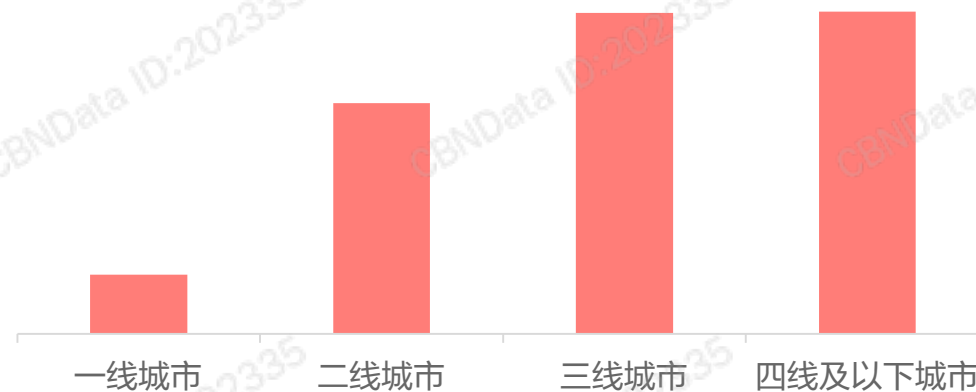
■ 一线城市 ■ 二线城市 ■ 三线城市 ■ 四线及以下城市



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019 淘系冰淇淋不同城市级别的人数增速

■ MAT2019



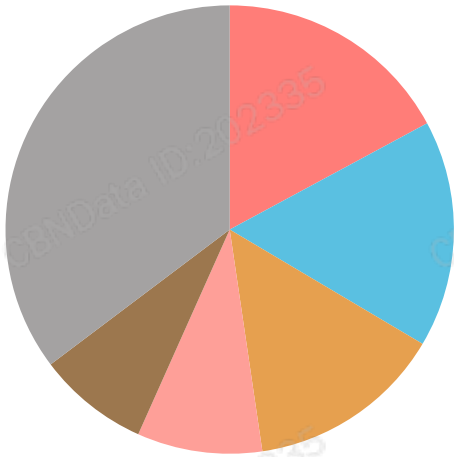
数据来源：CBNDATA消费大数据

头部省份占据线上冰淇淋大半江山

冰淇淋网购人群较为集中，头部五大省份已占据超过六成的消费者。包邮区江浙沪冰淇淋爱好者不仅人数多，且消费力强。此外，江西省和安徽省的冰淇淋消费者网购能力一样不容小觑。

MAT2019 淘系冰淇淋人数分省份占比

■ 上海 ■ 浙江省 ■ 江苏省 ■ 广东省 ■ 北京 ■ 其他



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019T淘系冰淇淋人均消费Top省份

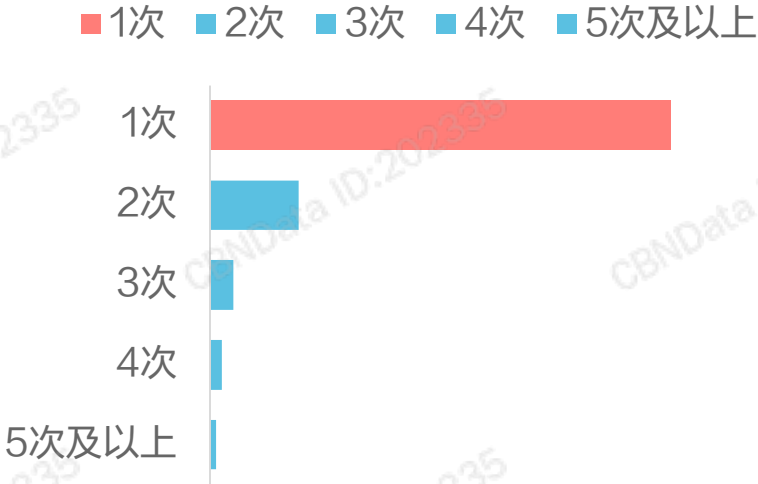
排名	省份
Top 1	上海
Top 2	浙江省
Top 3	江西省
Top 4	江苏省
Top 5	安徽省

数据来源：CBNDATA消费大数据

超二成消费者夏季多次网购冰淇淋

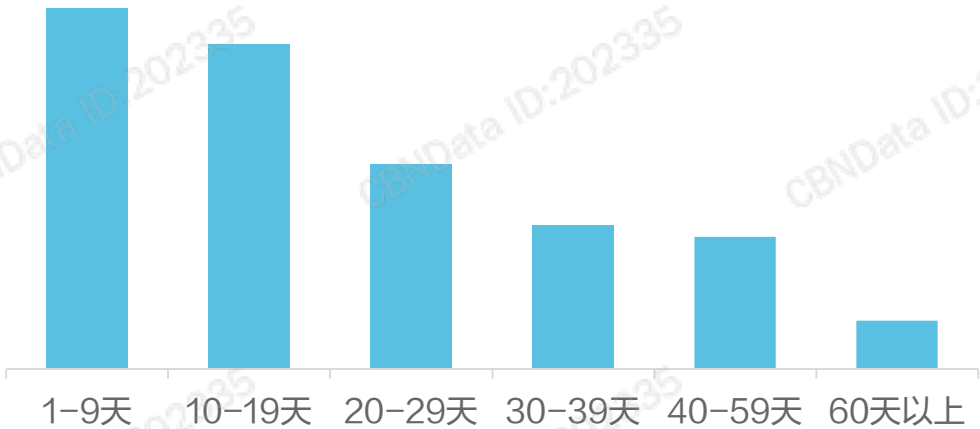
夏季（6月-8月）是线上冰淇淋的销售旺季，二成以上的消费者会在线上重复购买。其中近六成的消费者在二十天以内有过线上复购行为。

2018.06-2018.08 淘系冰淇淋不同复购频率的人数分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018.06-2018.08 淘系冰淇淋不同复购周期的人数分布



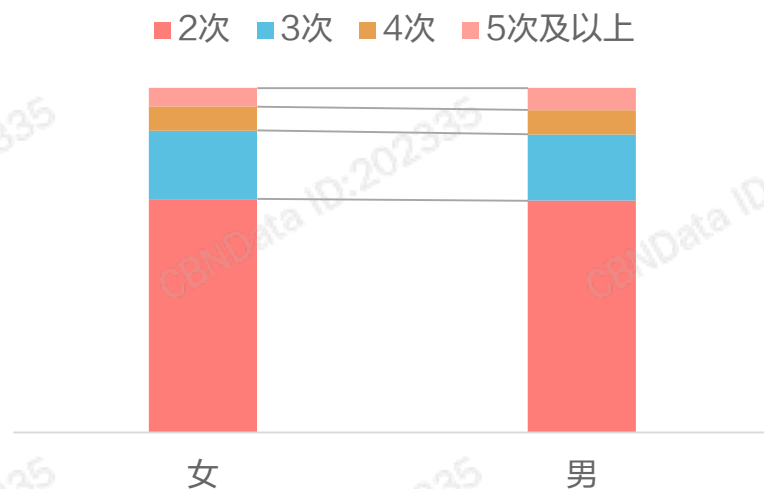
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：复购周期只计算最近两次购买时间间隔

男性、一二线城市消费者高频复购比例更高

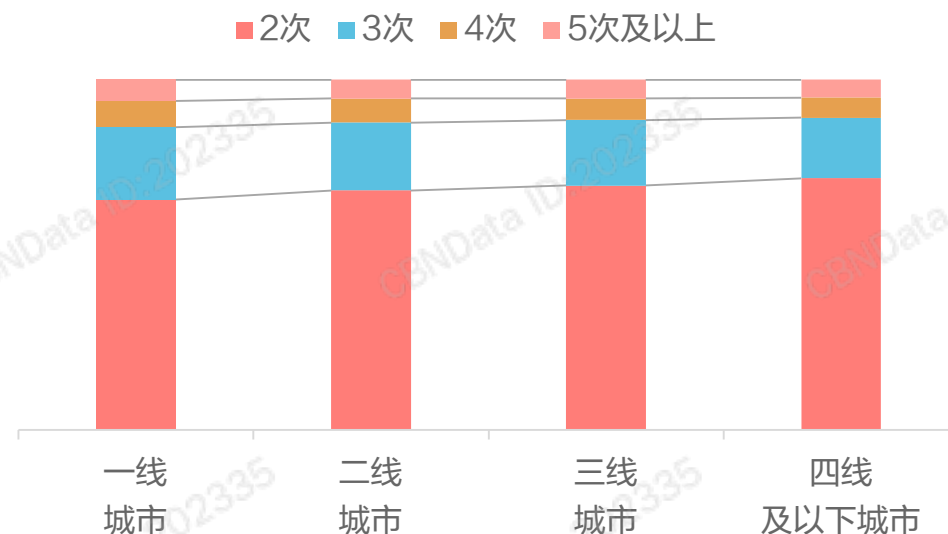
复购人群中，更多的女性消费者在夏季会低频（两至三次）购买，而男性消费者高频（高于三次）消费比重更大；一二线城市的消费中，高频次购物的人数比例更高。

2018.06-2018.08 淘系冰淇淋分性别复购频率
人数分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018.06-2018.08 淘系冰淇淋分城市级别复购
频率人数分布

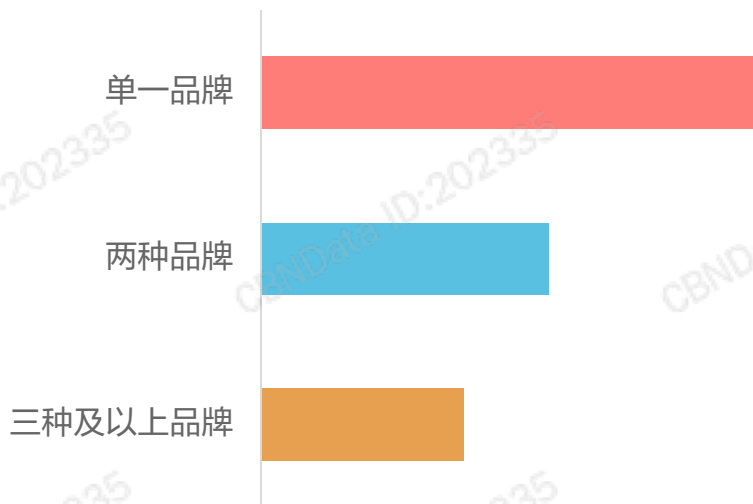


数据来源：CBNDATA消费大数据

一半以上复购者拥有高品牌忠诚度

复购人群的品牌忠诚度高，超过一半的人数在复购冰淇淋时会选择同一品牌。在品牌忠诚度这件事上，男女观念大相仿，选择同一品牌人数比例相近。

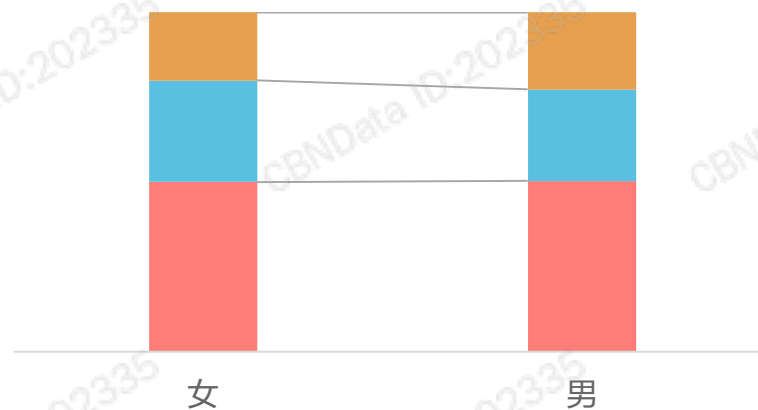
2018.06–2018.08 淘系冰淇淋复购人群品牌
忠诚度人数分布



数据来源：CBNData消费大数据

2018.06–2018.08 淘系冰淇淋复购人群分性别
品牌忠诚度人数分布

■ 单一品牌 ■ 两种品牌 ■ 三种及以上品牌



数据来源：CBNData消费大数据



冰淇淋线上消费 偏好趋势

线上冰淇淋消费偏好趋势



吃得有趣

小众新口味，
夏日可以很有趣



吃得健康

低糖低脂无添加，
冰淇淋也可以健康



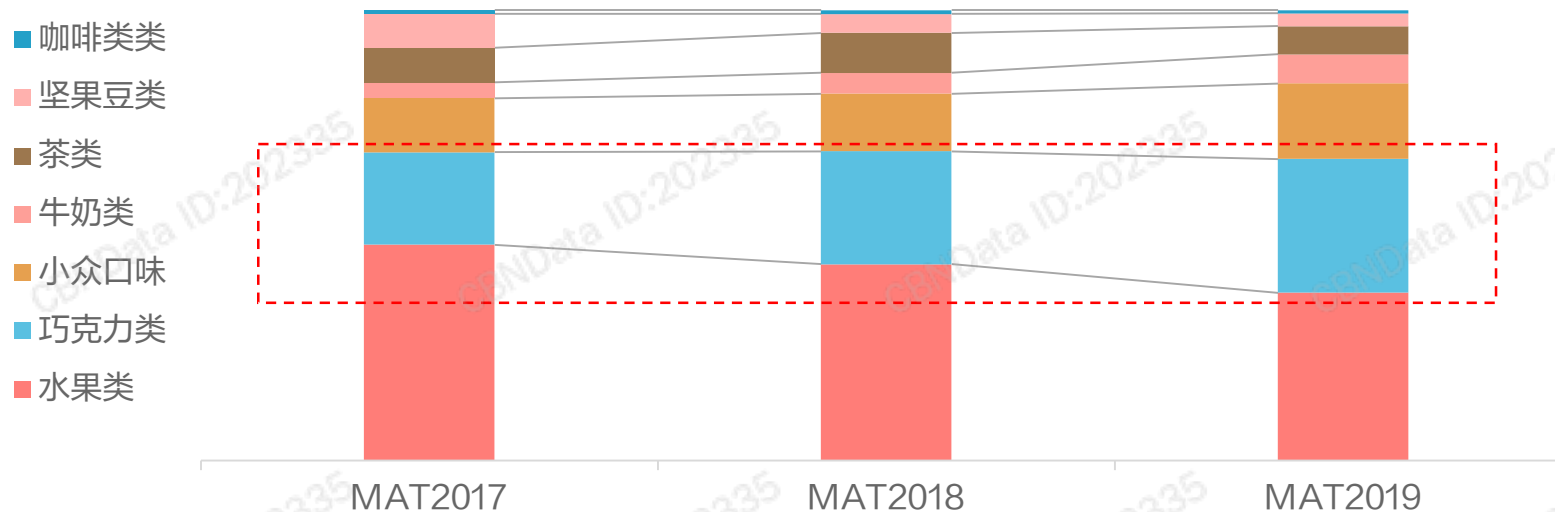
吃得土酷

老东北冰糕走红，
吃的是“土”味

不满足寻常味道，小众口味迅速崛起

巧克力口味冰淇淋依旧备受宠爱，其三年市场份额加速增大；普通的口味已经不能再满足挑剔的吃货们，越来越多的消费者会购买并尝试一些小众口味。

三年淘系冰淇淋不同口味消费额占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

小众口味备受90后和95后女性钟爱

小众口味备受年轻的90和95后女性偏爱，而90和95后的男性更爱茶类口味；巧克力虽然不受90和95后的宠爱，但在70后和80后依旧有自己的市场。

MAT2019 不同代际不同性别对口味的偏好度

偏好度	70前		70后		80后		85后		90后		95后	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性
水果类	-0.90	-0.51	-1.09	1.19	-0.77	2.20	-0.25	2.19	-0.48	2.16	-3.00	0.34
巧克力类	0.66	0.79	1.83	1.56	1.85	1.46	0.63	-0.28	-1.89	-1.92	-5.58	-3.41
小众口味	-0.43	-0.67	-0.95	-0.77	-0.56	-0.45	0.27	0.28	1.11	0.50	1.17	-0.25
牛奶类	-0.38	-0.25	-0.30	-0.20	0.00	-0.02	0.05	-0.01	0.50	-0.05	0.79	-0.70
茶类	-0.61	0.34	-1.18	-0.37	-1.21	0.19	-0.46	1.41	0.40	2.13	0.24	2.38
坚果豆类	-0.09	-0.06	-0.05	0.24	0.05	0.29	-0.04	0.16	-0.01	0.06	-0.34	-0.55
咖啡类类	-0.05	0.07	-0.08	0.02	-0.04	0.13	-0.05	0.21	-0.03	0.13	-0.09	-0.04

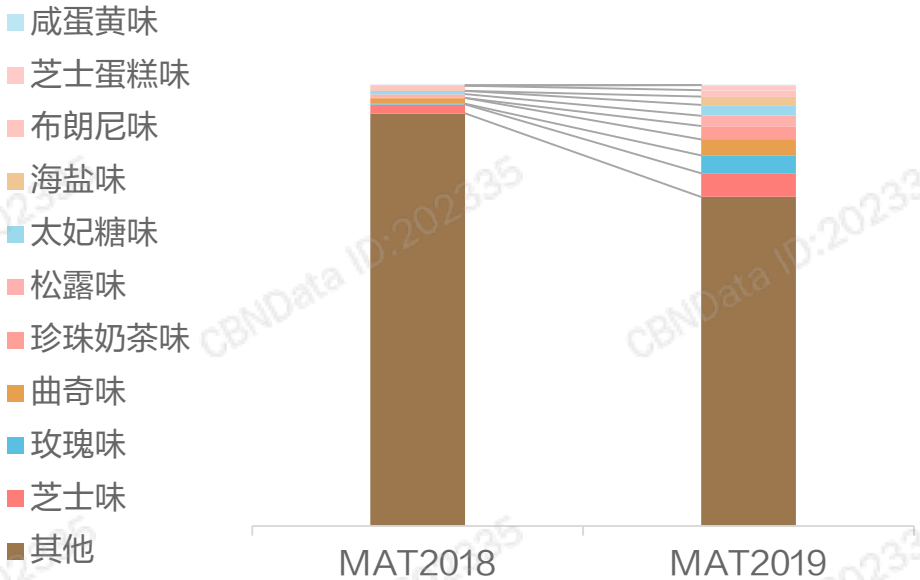
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：偏好度 = (各代际不同性别不同属性销售额占比 - 整体人群不同属性销售额占比) * 100, 大于0为偏好，否则为不偏好，以上蓝色表示偏好，橙色表示不偏好

珍珠奶茶味、咸味冰淇淋异军突起

甜味不再是冰淇淋的唯一，越来越多的咸味冰淇淋进入人们的视野并迅速增长，例如海盐味、咸蛋黄味；国民都热爱的饮料珍珠奶茶也跨界迈入冰淇淋圈，成为2019年增长最快的小众口味。

淘系冰淇淋小众口味细分消费额占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019 增速Top5小众口味

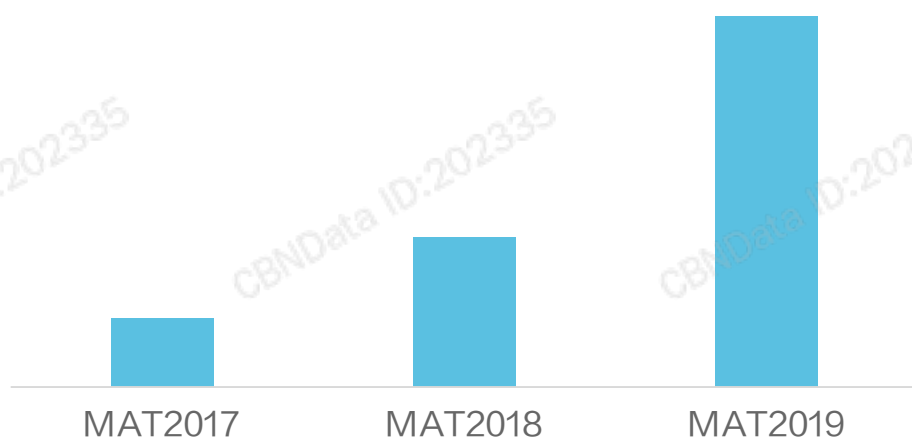
Top 1	珍珠奶茶味
Top 2	海盐味
Top 3	芝士蛋糕味
Top 4	玫瑰味
Top 5	松露味道

数据来源：CBNDATA消费大数据

冰淇淋也要吃得健康，低糖低脂无添加产品高速增长

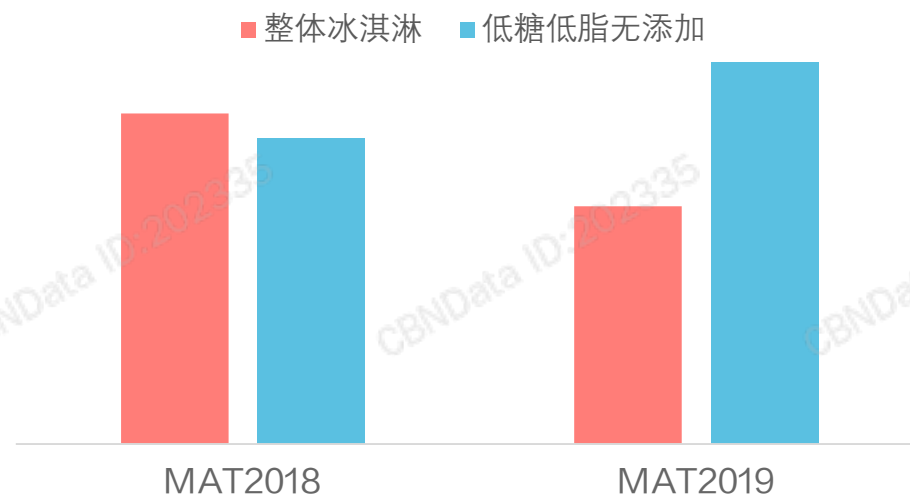
低糖、低脂、无添加的健康趋势也蔓延至冰淇淋界。2019年具有这些概念的冰淇淋销售额增长尤为突出，同比增速高于整体线上冰淇淋。

三年淘系冰淇淋低糖低脂无添加消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

淘系冰淇淋销售额同比增速



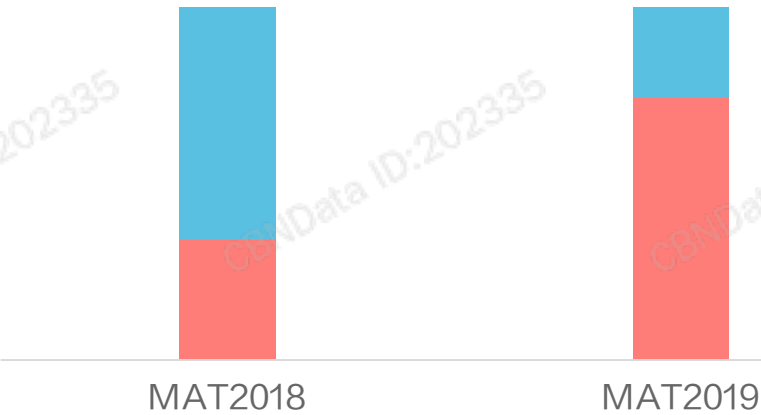
数据来源：CBNDATA消费大数据

90后和95后偏爱低糖低脂冰淇淋

低糖低脂的需求增长迅速，超过七成的销售额来自低糖低脂产品。低糖低脂的冰淇淋尤其受90后及95后的关注，在乎身材管理的他们即使在贪嘴的时候，也不忘选购低卡路里的摄入。

淘系健康概念冰淇淋销售额占比

低糖低脂 无添加



MAT2019 不同代际不同性别对成分的偏好度

偏好度	70前		70后		80后		85后		90后		95后	
	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性
无添加	0.1	-6.9	9.4	0.9	16.7	-7.1	18.3	-18.6	-10.4	-33.3	-24.1	-45.7
低糖低脂	-6.7	-19.3	-14.1	-18.9	-21.6	-4.6	-9.0	-1.6	29.3	34.0	61.9	25.4

数据来源：CBNDATA消费大数据

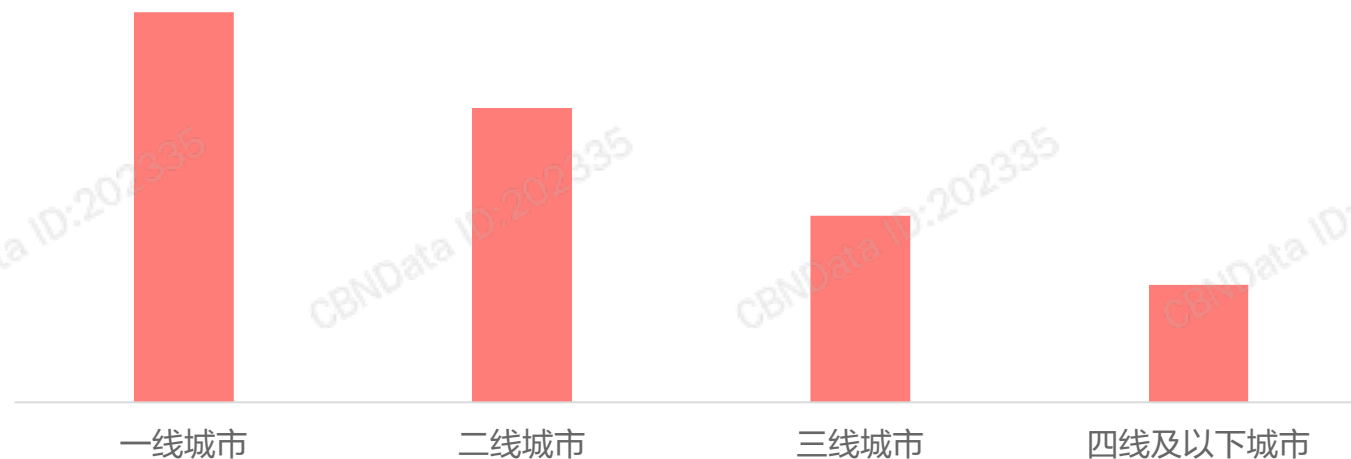
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：偏好度 = (各代际不同性别不同属性销售额占比/整体人群不同属性销售额占比-1) *100, 大于0为偏好，否则为不偏好，以上蓝色表示偏好，橙色表示不偏好

一、二线城市钟爱低糖低脂概念

低糖低脂概念冰淇淋跨不同城市级别销售额迅速增高，一二线城市的消费额增速最快，三四线城市紧跟其后。

MAT2019 不同城市级别低糖低脂的消费额增速

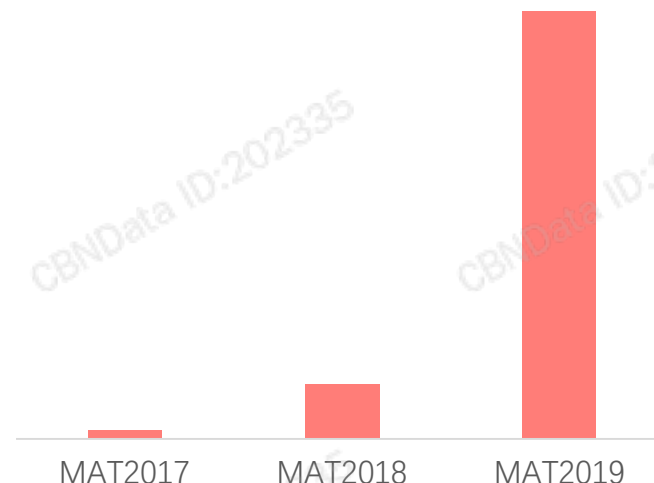


数据来源：CBNDATA消费大数据

爱吃高级进口舶来品，也忠于本土传统品牌。东北人童年的回忆老鼎丰和索菲亚今年爆红，抖音上的抖友们用刀切、用勺子舀着吃的冰糕，因份量大、平价等特点再次捕获贪吃的冰淇淋友人们的心。

“大份量”的网红东北冰淇淋

巧克力雪糕 椰子灰冰淇淋 马迭尔冰棍 梦龙 东北大板 中街 水果冰淇淋 哈尔滨冰糕 明治雪糕 八喜冰淇淋 网红雪糕 甄稀 索菲亚朗姆葡萄冰糕 巧克力绿舌头 榴莲雪糕 哈根达斯 老鼎丰冰糕 冻痴 好利来官方旗舰店 留着吃的冰糕 光明冰砖 网红冰淇淋 冰冰淇淋桶装 桶装冰淇淋



数据说明：词云根据淘系冰淇淋商品对应搜索词的搜索人数统计

资料来源：图片来源于网络

数据来源: CBNData消费大数据



冰淇淋线上 趣味榜单

MAT2019 品牌销售Top10排行榜

排名	品牌
No.1	中街1946
No.2	钟薛高
No.3	哈根达斯
No.4	蓬玛尼
No.5	马迭尔
No.6	雀巢
No.7	八喜
No.8	榴芒一刻
No.9	Tiptop
No.10	和路雪

数据来源：CBNDATA消费大数据

最爱“囤货过夏”的省份

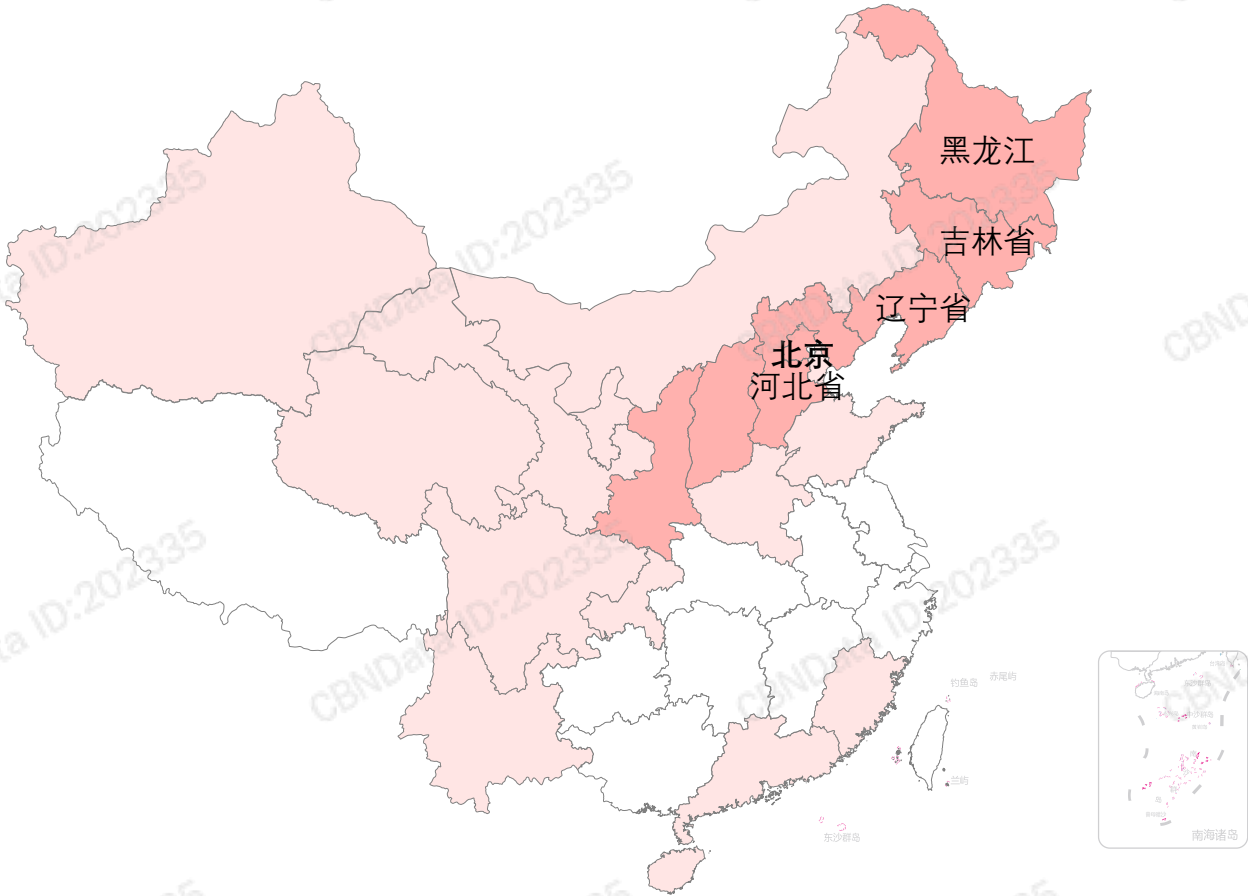


排名	省份
No.1	安徽省
No.2	浙江省
No.3	上海市
No.4	江苏省
No.5	湖南省

数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：夏季时间指2018年6月至2018年8月，囤货指数 = 各省份夏季占全年销售额比重 - 全国夏季占全年销售额比重，大于0则为爱囤货

最爱“冬季吃冰”的省份

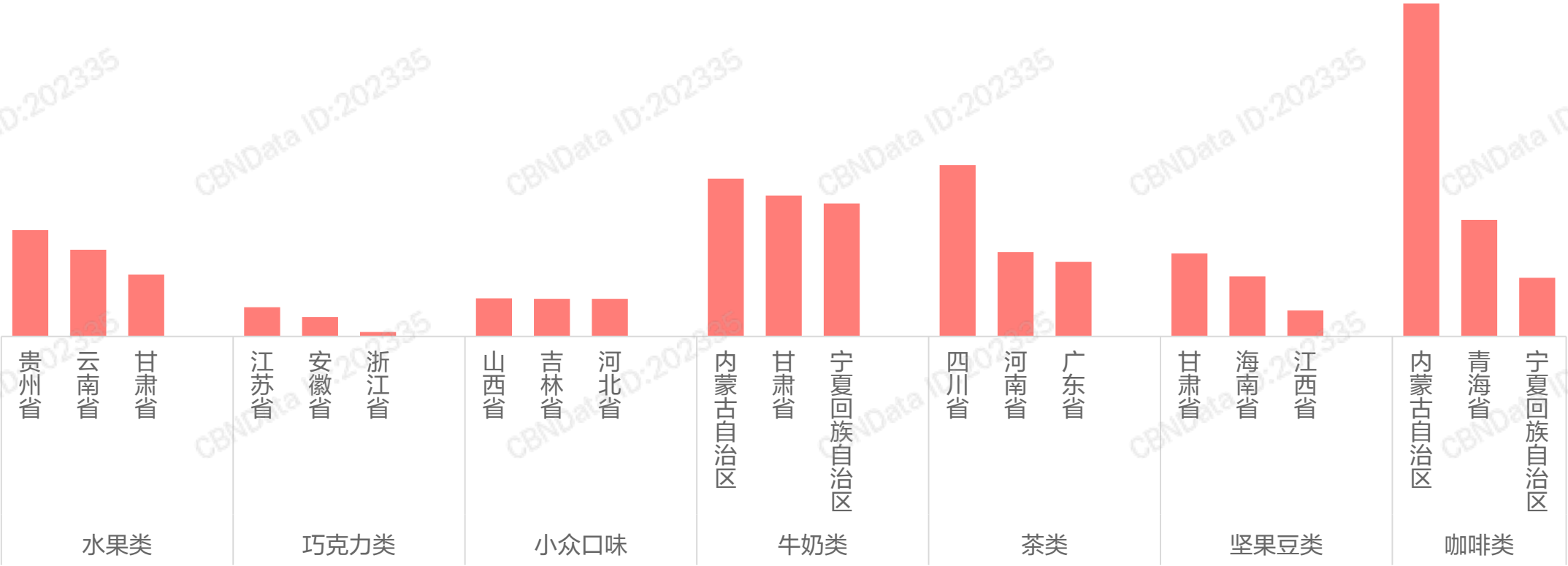


排名	省份
No.1	黑龙江
No.2	辽宁省
No.3	吉林省
No.4	河北省
No.5	北京市

数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：冬季时间指2018年10月至2018年12月，囤货指数 = 各省份冬季占全年销售额比重 - 全国冬季占全年销售额比重，大于0则为爱囤货

MAT2019各口味偏好度Top3省份



数据来源：CBNDATA消费大数据

偏好度=（不同口味各省份销售额占比/不同口味全国销售额占比-1）*100,大于0为偏好，否则为不偏好

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据、天眼查

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：

时间维度：2016年4月 – 2019年3月

MAT2017：2016年4月 – 2017年3月

MAT2018：2017年4月 – 2018年3月

MAT2019：2018年4月 – 2019年3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：孙晓怪 董芷菲

视觉设计：邹文佳

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