

CBN DATA
第一财经商业数据中心



2019坚果炒货行业 消费洞察趋势白皮书

© 2019 CBNData. All rights reserved.



目录 Content

1

坚果行业发展背景

2

天猫坚果行业发展驱动

3

天猫坚果人群消费洞察

4

天猫坚果行业发展趋势



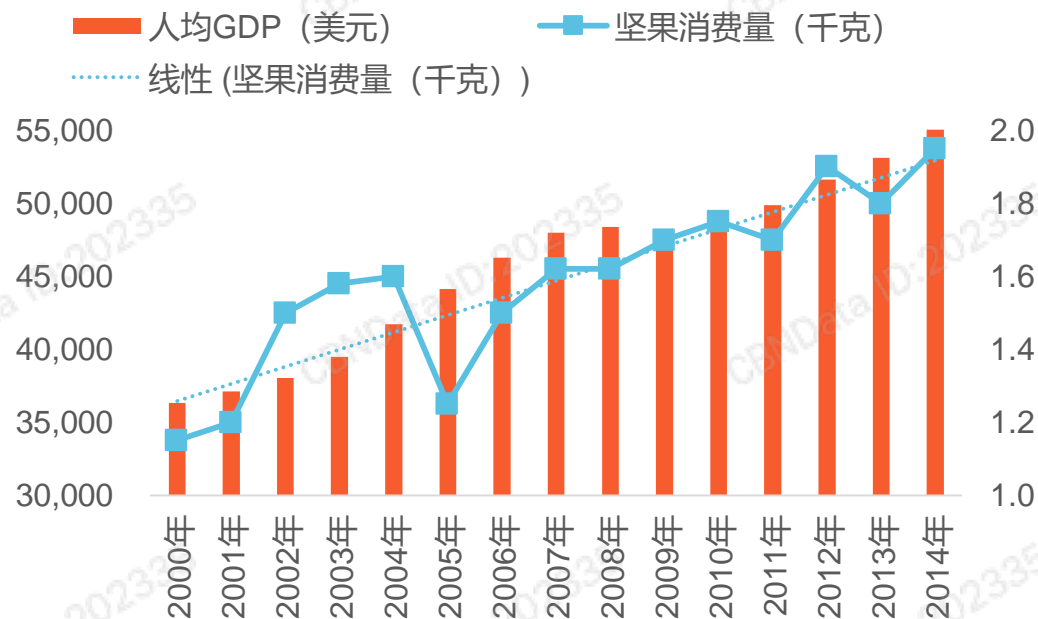


坚果行业发展背景

国民经济发展与坚果消费正相关，我国坚果消费量上涨潜力巨大

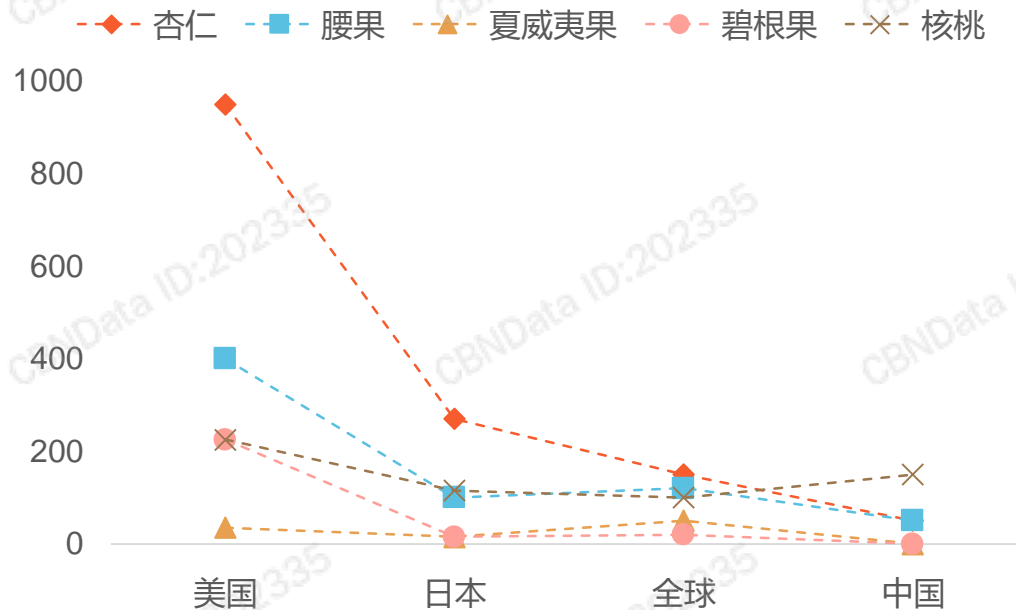
从美国的经验看，坚果消费量与人均GDP正相关，随着我国人均GDP的增长，人均消费量将逐渐上升；我国在多种坚果的人均消费量低于日美，有较大的上涨空间

2000-2014美国人均GDP与坚果消费量



资料来源：国金证券食品行业2015年日常报告零食系列报告之一《坚果电商风生水起 洽洽开局超预期》

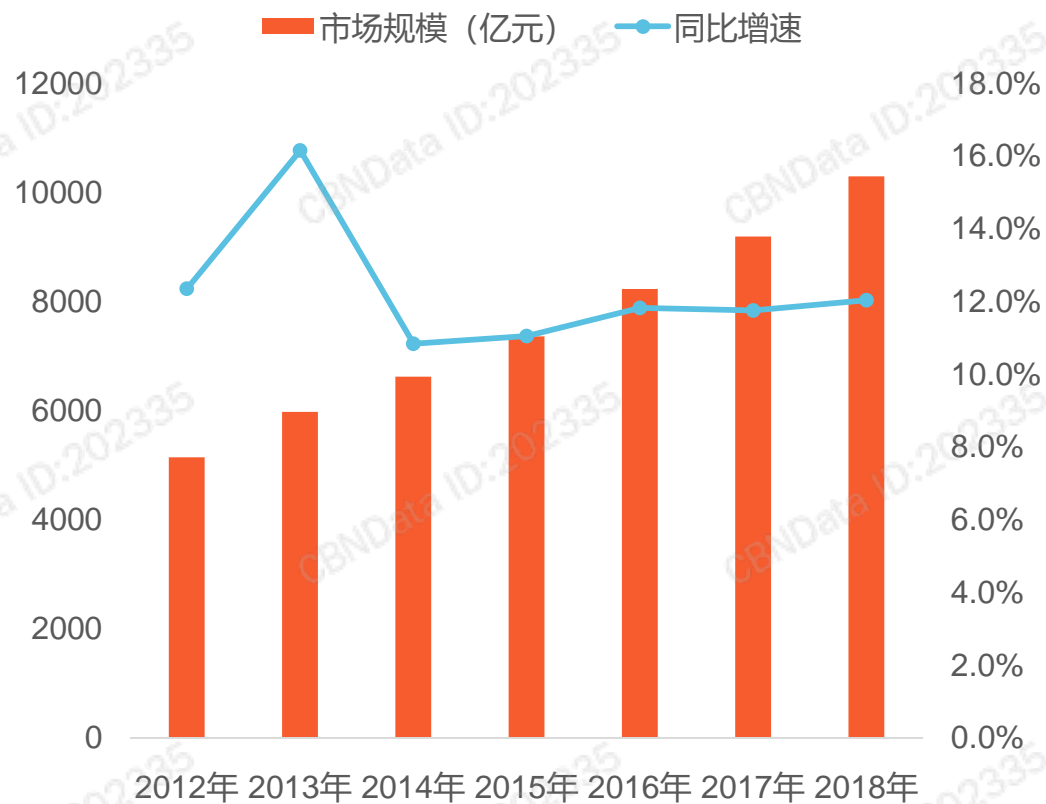
我国与其他国家人均坚果消费量（克/人/年）



资料来源：东方证券《一颗坚果的流转：透视电商、商超及品牌连锁渠道异同》

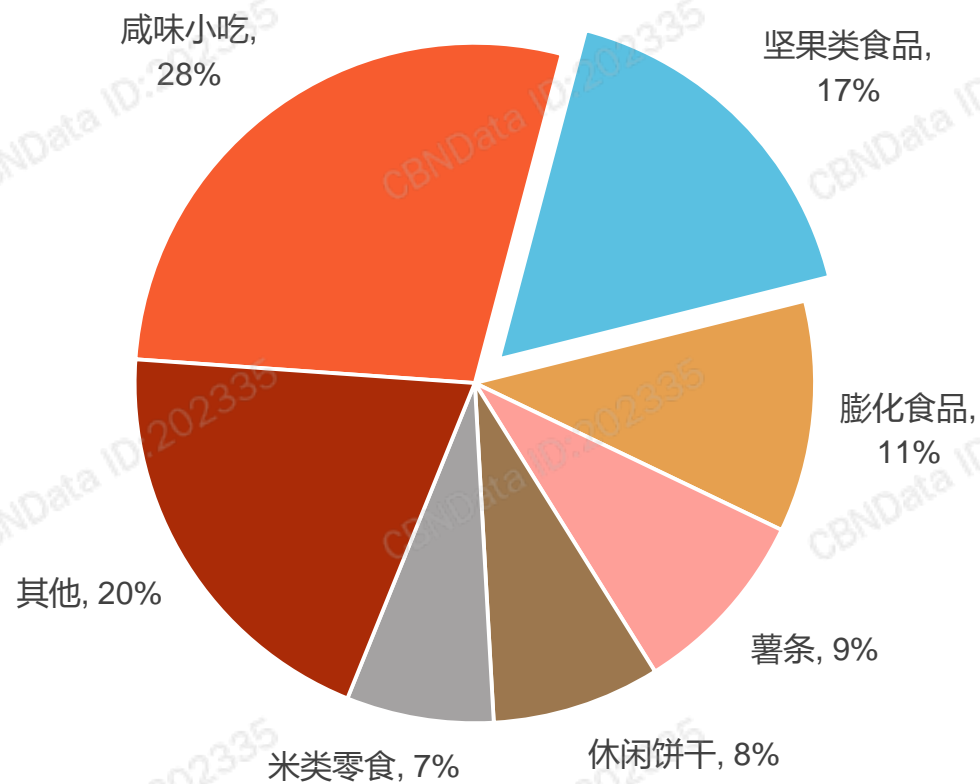
坚果类食品市场位列休闲食品规模第二，释放千亿市场

2012-2018年国内休闲食品市场规模及同比增速



资料来源：Frost

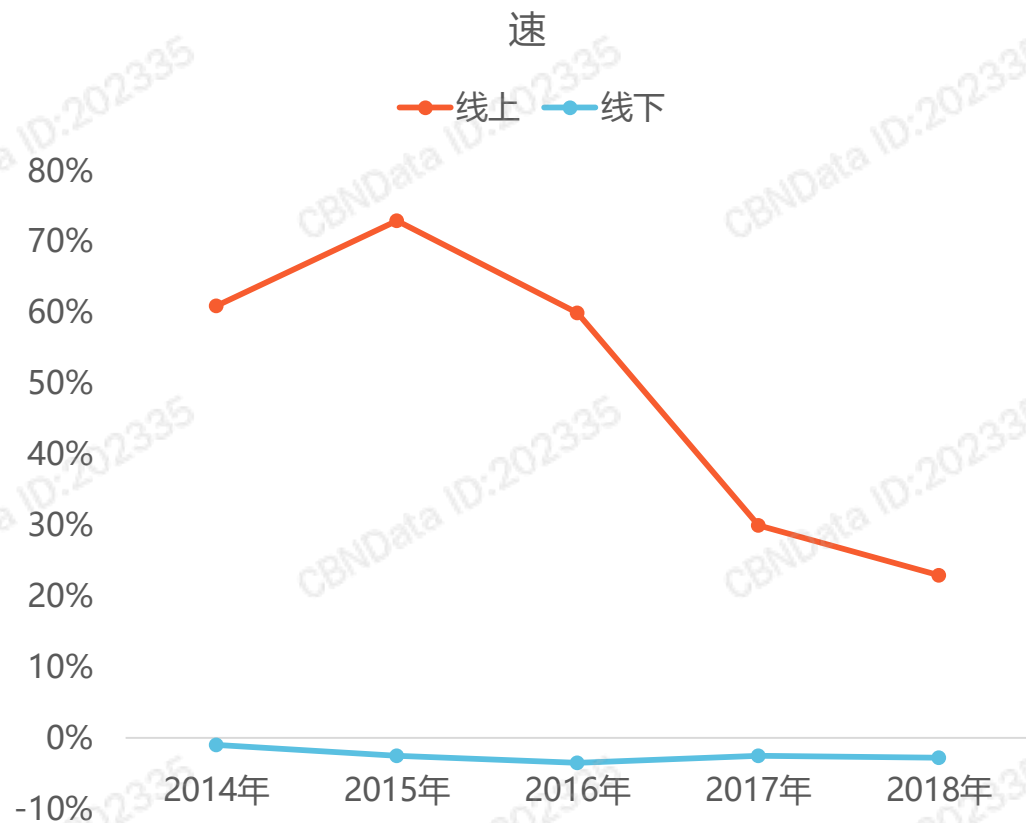
2018年国内各类休闲食品销售份额



资料来源：前瞻产业研究院

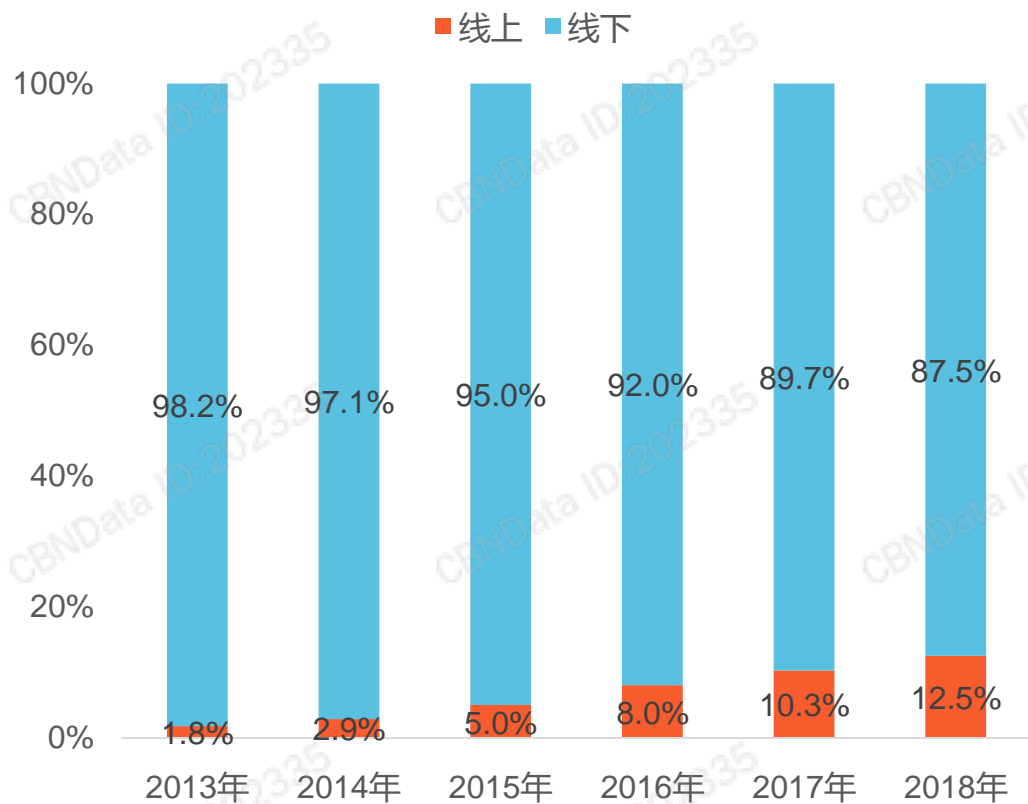
线上渠道引领休闲零食行业增长，线上销售份额逐年上升

2014-2018国内休闲食品线上线下销售规模同比增速



资料来源：前瞻产业研究院

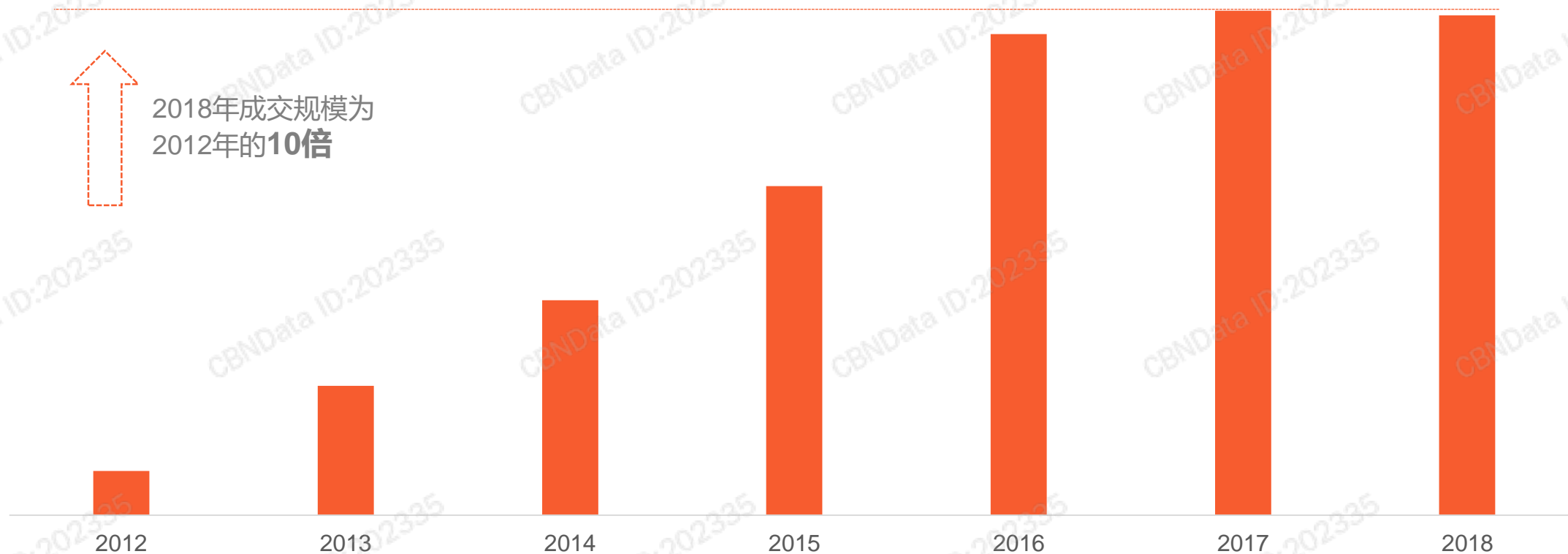
2013-2018国内休闲食品线上线下零售额占比



资料来源：东方证券《一颗坚果的流转：透视电商、商超及品牌连锁渠道异同》

线上坚果飞速发展，历史7年成交规模不断扩大

2012-2018 淘系坚果炒货行业成交规模



数据来源：CBNData消费大数据

坚果与线上渠道天然适配，天猫平台品牌逐渐成熟多元化



单价低，消费频次高
品类众多便于混搭销售

无需低温运输，运输成本
低



非即时消费

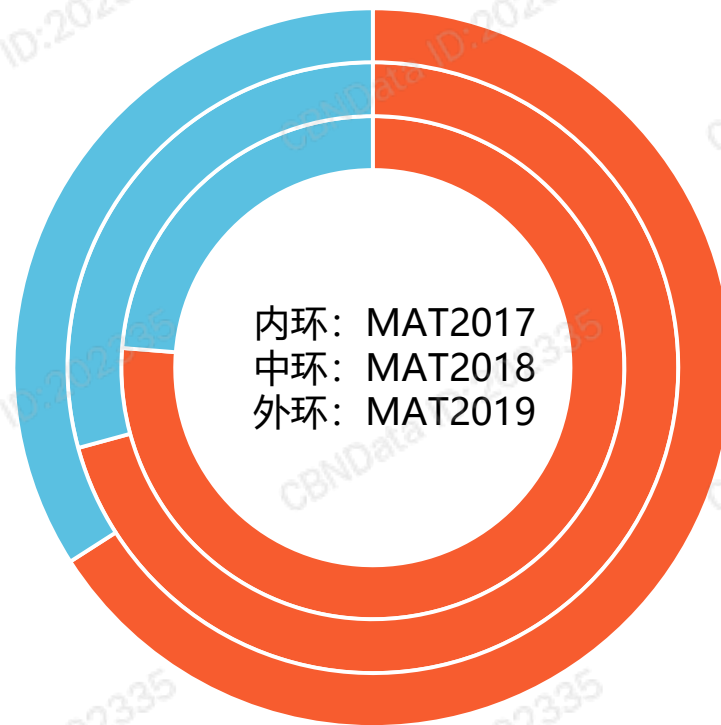
易于保存，保质期长



资料来源：网上公开资料整理

MAT2017-MAT2019 天猫TOP10品牌市场规模份额

■ TOP10品牌 ■ 其他品牌



数据来源：CBNData消费大数据



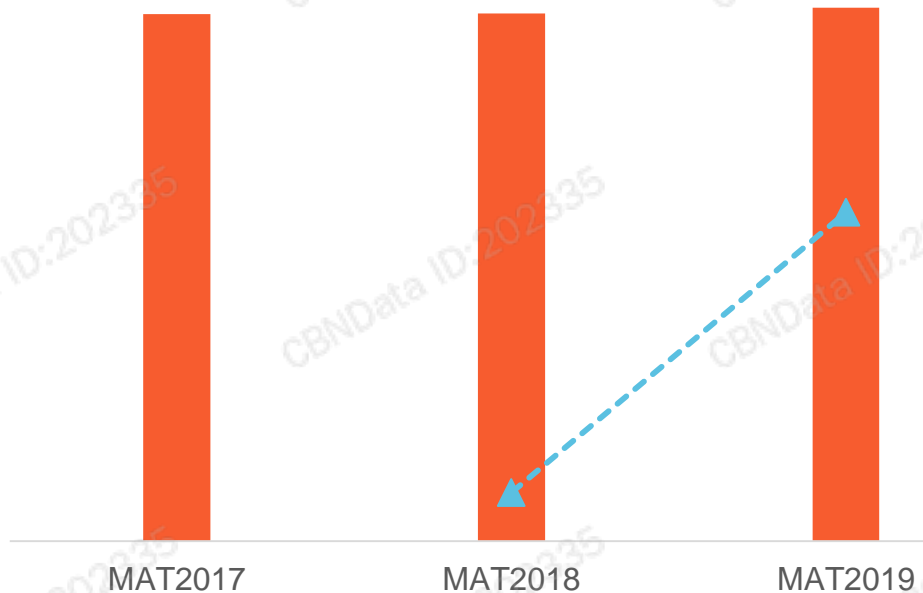
天猫坚果行业发展驱动

天猫平台坚果炒货行业稳定发展，且占据淘系坚果炒货行业主体地位

MAT2017-MAT2019 天猫坚果炒货行业整体成交

规模及增速

规模 增速

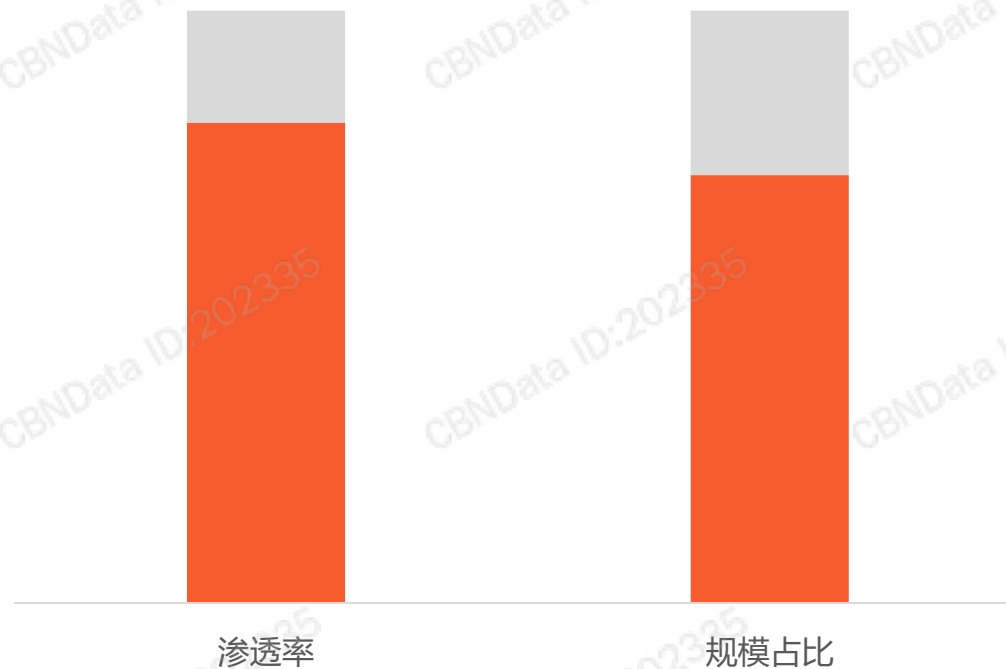


数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 天猫坚果炒货较线上整体渗透率及规模

占比

天猫

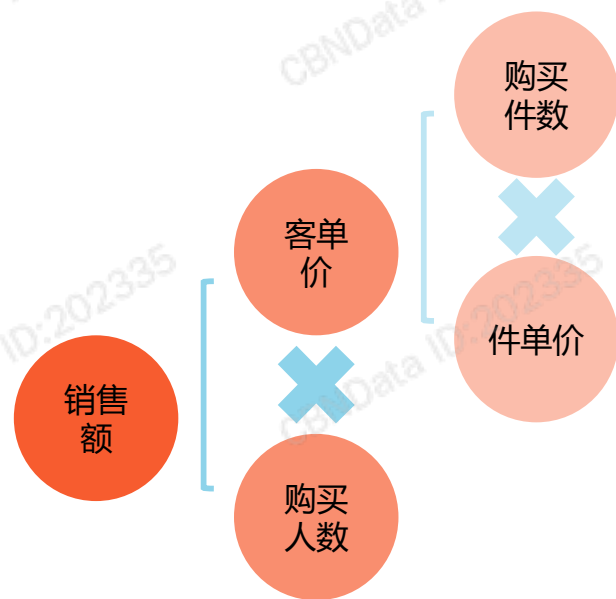


数据来源：CBNData消费大数据；

渗透率：天猫坚果消费人群人数占淘系坚果消费人群占比

增长驱动因素：人数及件单价成为增长驱动

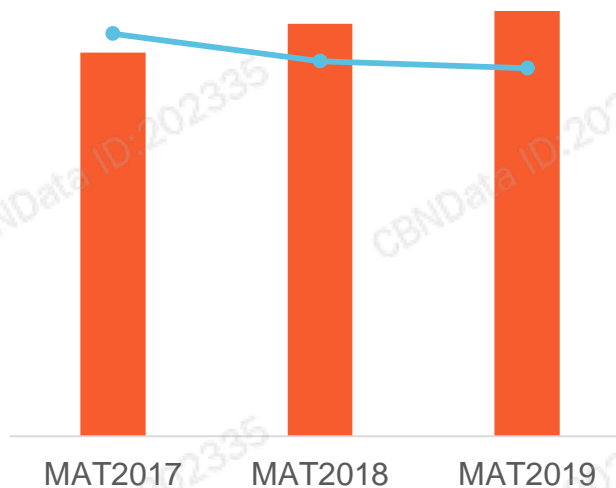
从人群和客单价来看，平台持续获客是重要增长驱动，人均客单有所下降；细分成交件数和件单价来看，件单价在2019年存在明显增幅。



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019 天猫坚果炒货成交人群及人均年客单

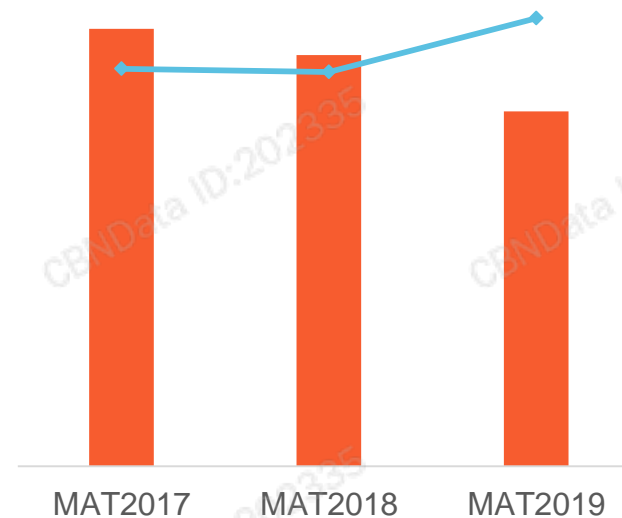
人数 客单价



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019 天猫炒货人均成交件数及件单价

人均件数 件单价



数据来源：CBNData消费大数据

混合坚果“江湖地位”不可小觑，贡献坚果市场近“半壁江山”

规模增速

MAT2018-MAT2019 天猫坚果炒货细分品类市场规模占比及增速



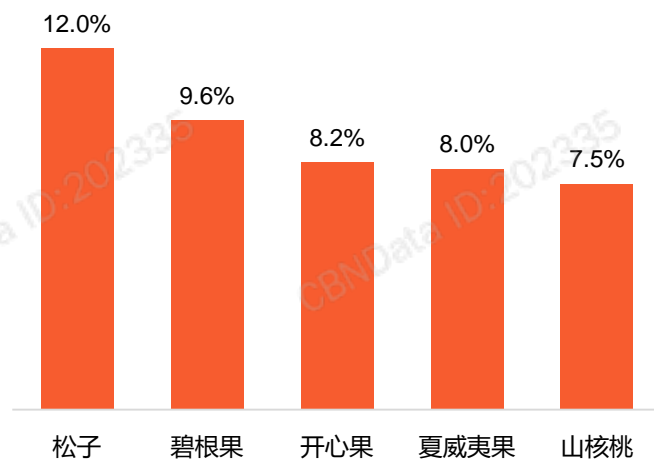
消费规模占比

数据来源：CBNData消费大数据

丁香医生研究成果：不同坚果“各有所长”，搭配食用有助于均衡营养

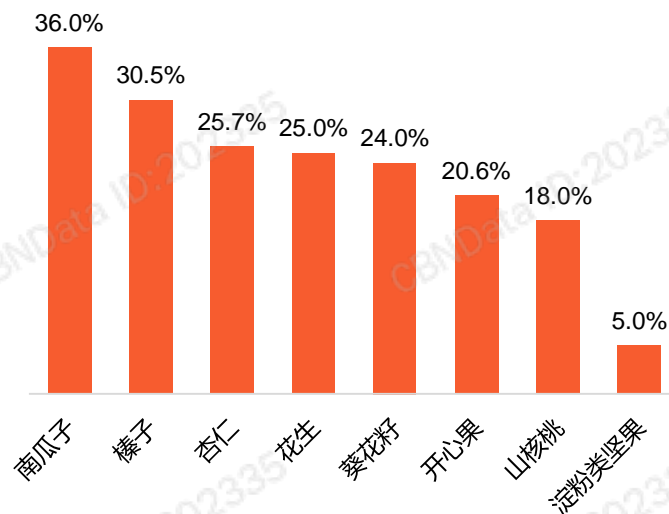
膳食纤维帮助加速肠道内容物排泄、缓解便秘，还具有降低血清胆固醇、促进结肠功能、预防结肠癌等益处。

各类坚果膳食纤维含量



蛋白质是人体构建组织和生长发育必不可少的营养素之一，还是抵抗疾病的抗体的组成成分。

各类坚果蛋白质含量



坚果富含维生素和矿物质（VB1、VB2、VB6、VE、钙、镁等），日常营养摄入非常容易忽视。



已经研究证明：

- ✓ 适量吃坚果可以降低心血管疾病、高血压、女性结肠癌的发病风险，改善血脂异常；
- ✓ 适量吃核桃可能降低 2 型糖尿病的发病风险。

数据资料参考：[1] 杨月欣, 王光亚, & 潘兴昌. (2002). 中国食物成分表. [M]. 北京: 北京大学医学出版社. [2] 中国营养学会. (2016). 食物与健康-科学证据共识. [M]. 北京: 人民卫生出版社. [3] 中国营养学会. (2013). 中国居民膳食营养素参考摄入量速查手册. [M]. 北京: 中国标准出版社

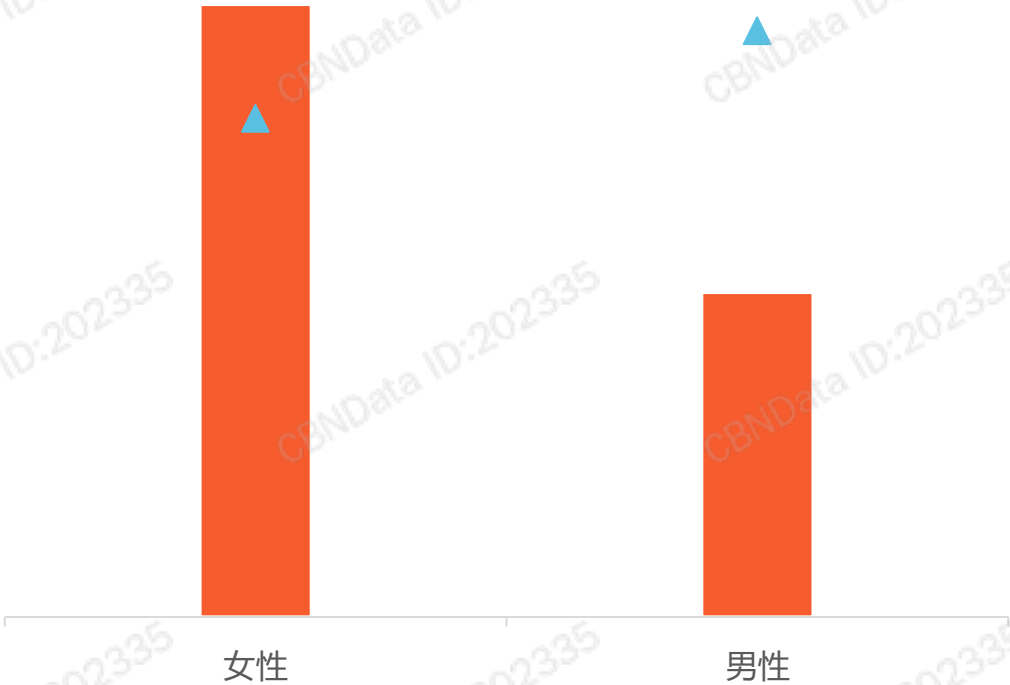


天猫坚果人群消费洞察

坚果行业人群画像 | 85年之后出生人群占据市场主体，70年代及之后出生人群呈现上升趋势

MAT2019 天猫坚果人群各性别占比及增速

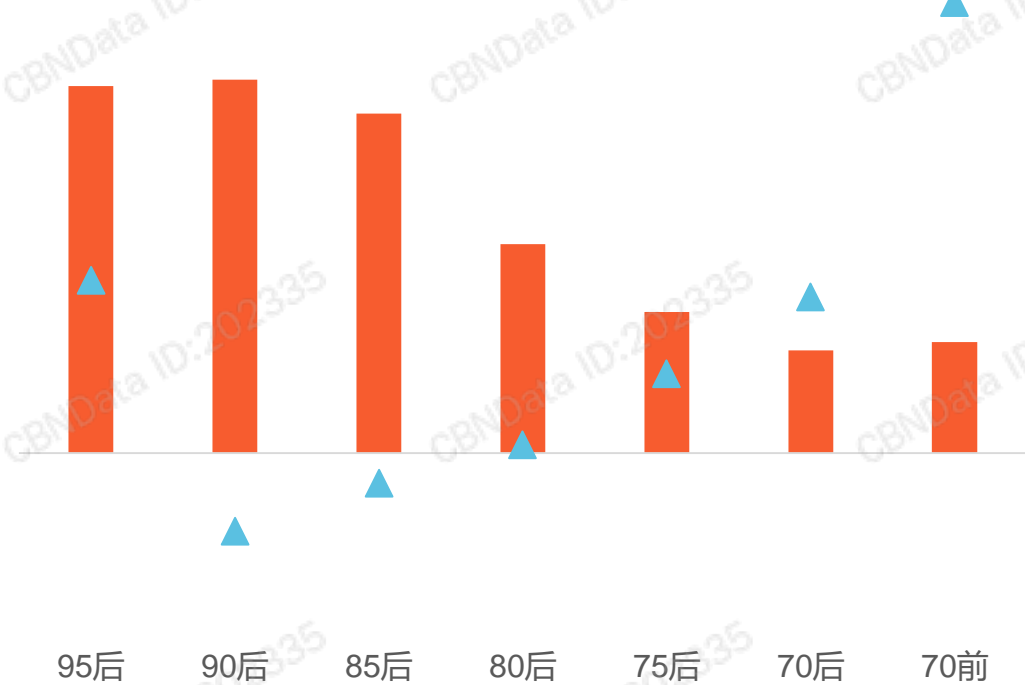
■ 人数占比 ▲ 人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 天猫坚果人群各代际人数占比及增速

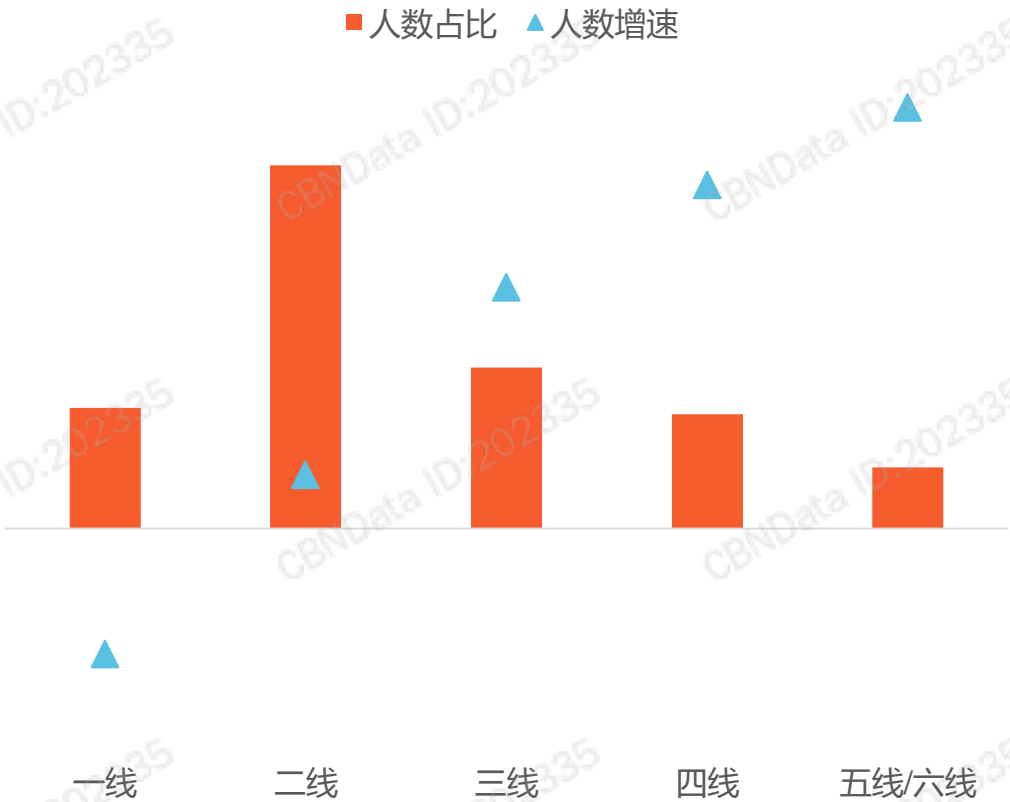
■ 人数占比 ▲ 人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

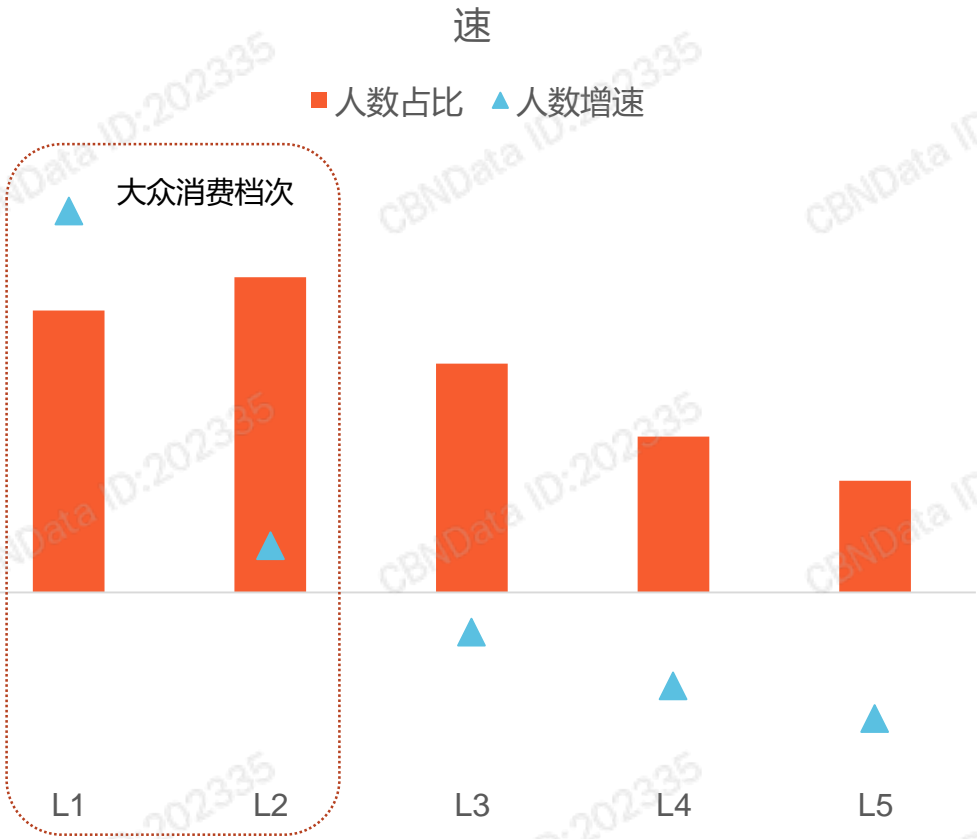
坚果行业人群画像 | 三线及以下城市人群增速突出，大众消费档次人群不断扩大

MAT2019 天猫坚果人群各城市线级人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

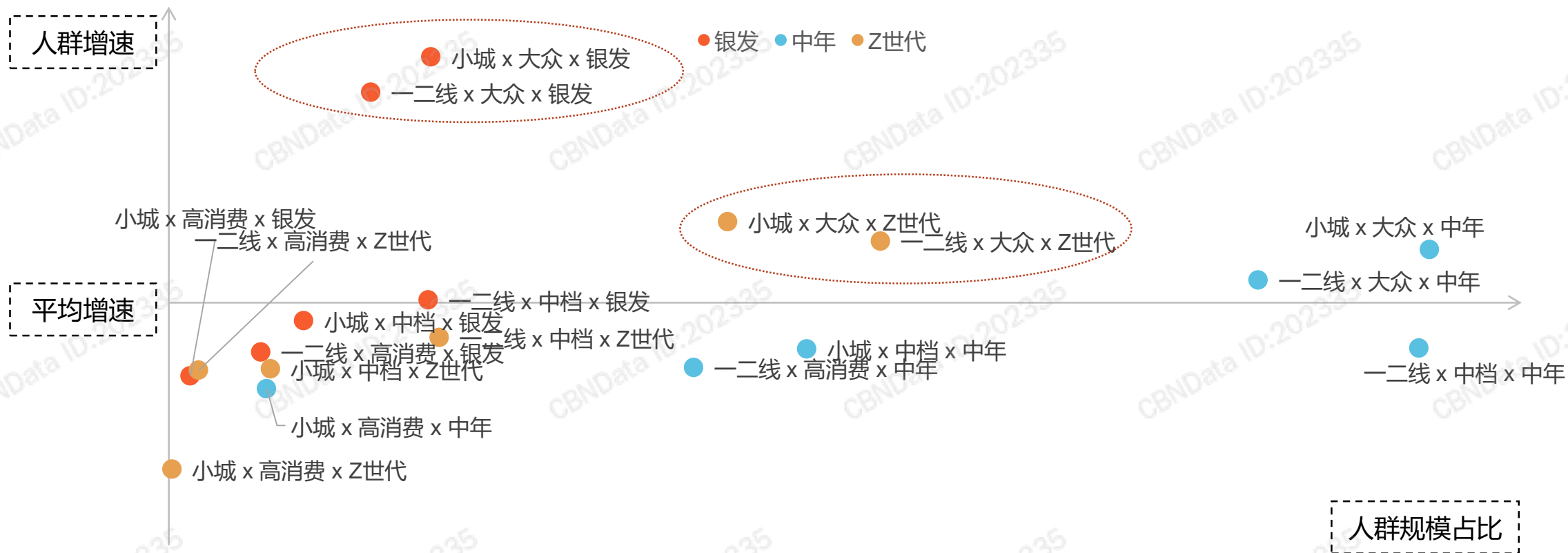
MAT2019 天猫坚果人群各消费层级人数占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据；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L1-L5(L5为最高档次)

坚果行业人群发展矩阵 | 大众消费崛起，Z世代释放消费潜力，银发一族快速进入市场

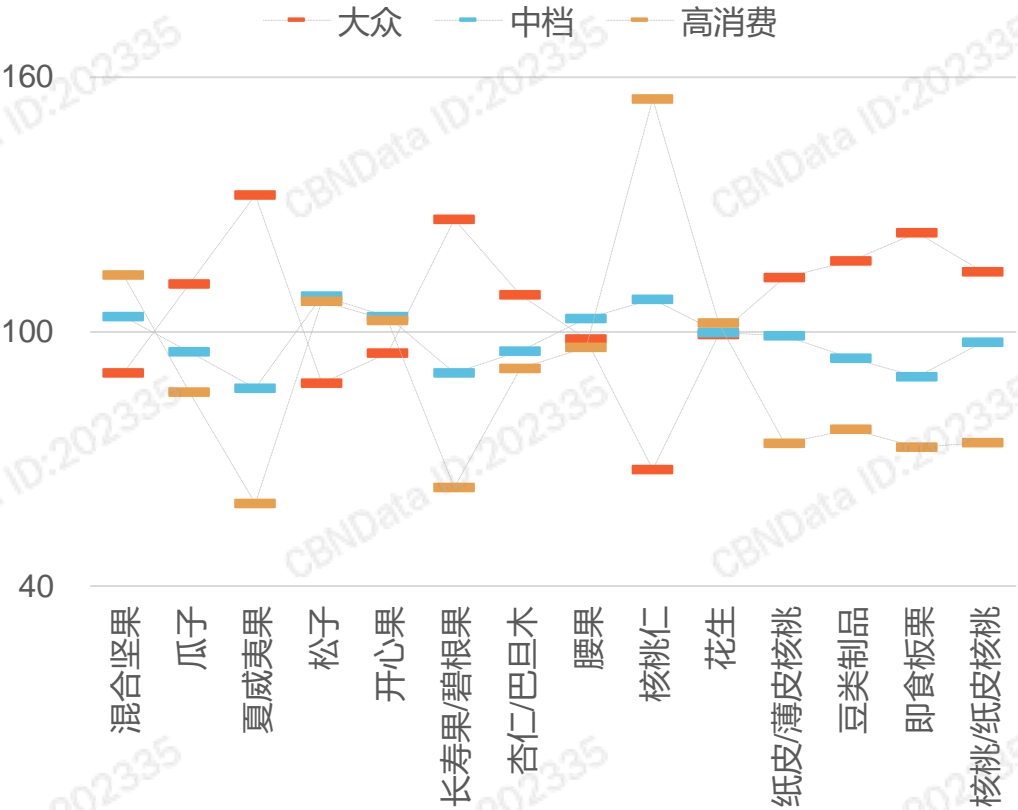
MAT2019 天猫坚果细分人群规模占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据；小城：三线及以下城市；银发人群：1975年之前出生人群；中年：1990-1975年之间出生人群；Z世代：1995年之后出生人群；高消费力：淘系L5人群，中档：淘系L3-L4人群；大众：L1-L2人群；

消费者品类偏好 | 各消费档次人群品类偏好

MAT2019 各消费档次人群品类消费TGI



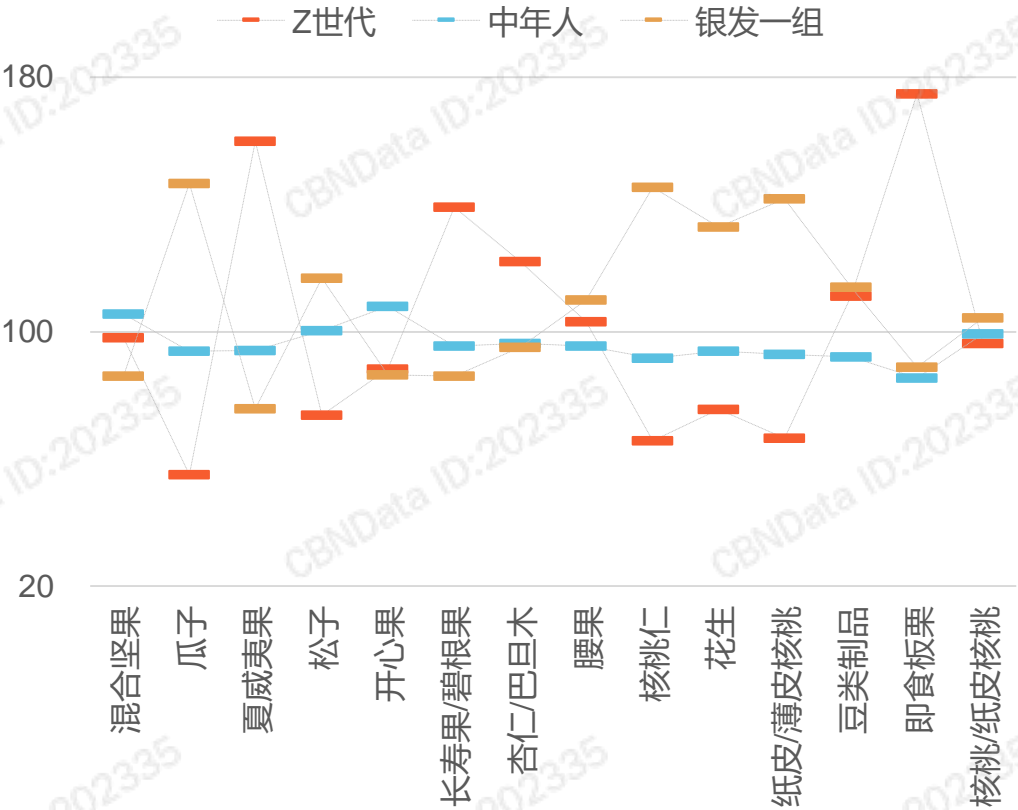
MAT2019 各消费档次人群偏好TOP3品类			
序号	大众	中档	高消费
1	夏威夷果	松子	核桃仁
2	长寿果/碧根果	核桃仁	混合坚果
3	即食板栗	开心果	松子

数据来源：CBNData消费大数据；TGI计算方式：各类人群购买各品类金额占比/整体各品类金额占比×100；本图主要呈现金额占比超过1%以上的品类

数据来源：CBNData消费大数据

消费者品类偏好 | 各代际人群品类偏好

MAT2019 各代际人群品类消费TGI



数据来源：CBNData消费大数据

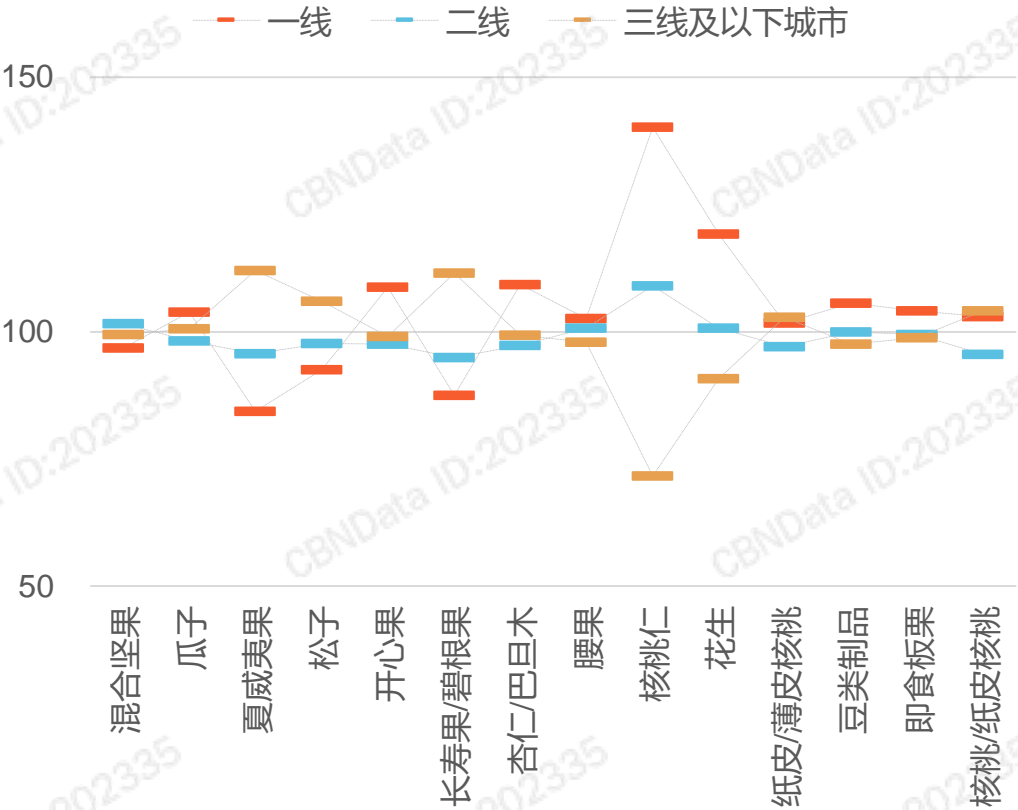
MAT2019 各代际人群偏好TOP3品类

序号	Z世代	中年人	银发一组
1	即食板栗	开心果	瓜子
2	夏威夷果	混合坚果	核桃仁
3	长寿果/碧根果	松子	纸皮/薄皮核桃

数据来源：CBNData消费大数据

消费者品类偏好 | 各城市线级人群品类偏好

MAT2019 各城市线级人群品类消费TGI



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 各城市线级消费人群偏好TOP3品类

序号	一线	二线	三线及以下城市
1	核桃仁	核桃仁	夏威夷果
2	花生	混合坚果	长寿果/碧根果
3	杏仁/巴旦木	腰果	松子

数据来源：CBNData消费大数据



天猫坚果行业发展趋势

天猫坚果行业发展趋势



口味即
网红



每日坚
果



代餐便
捷



跨界联
名

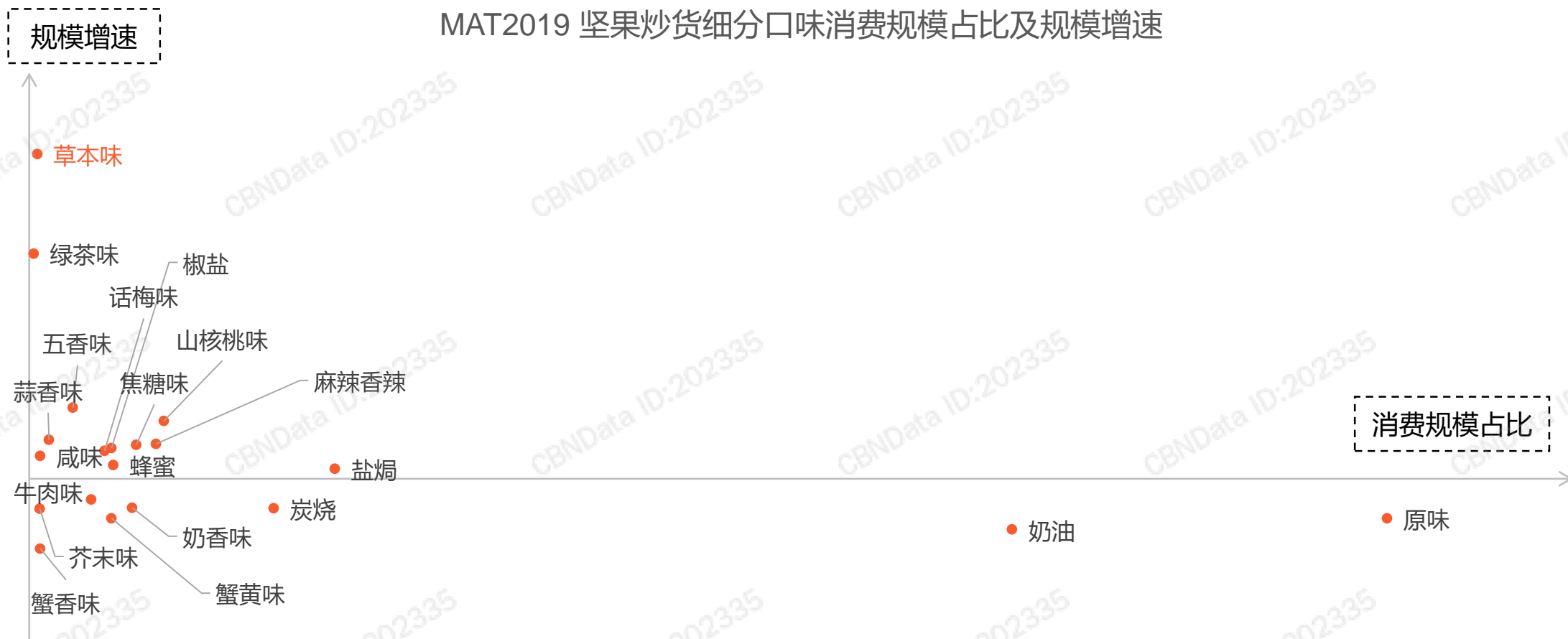


红人带
货



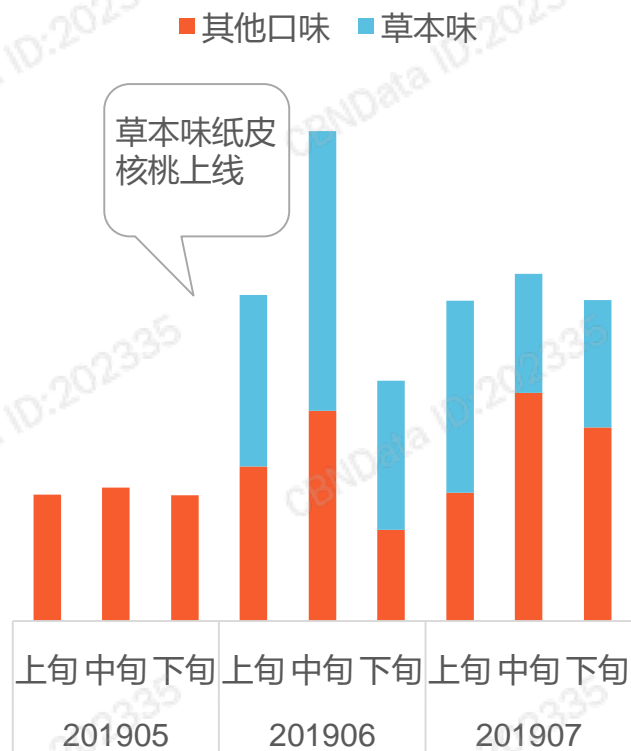
影视植
入

口味多元化，主流口味已不能满足市场需求，草本、绿茶味成市场新宠



数据来源：CBNData消费大数据

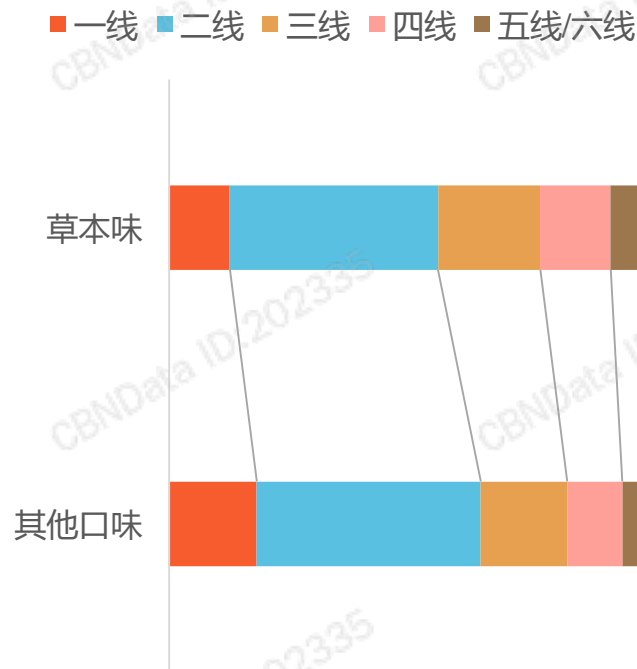
口味即网红，草本口味带动品类快速增长，低线级城市对新口味更青睐

2019年5月-7月 三只松鼠核桃类
产品成交规模走势

数据来源：CBNData消费大数据



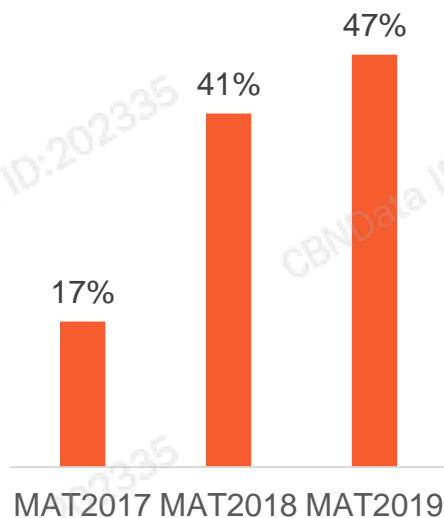
图片来自三只松鼠品牌

MAT2019 三只松鼠纸皮核桃草
本味vs其他口味各城市线级人群
消费占比

数据来源：CBNData消费大数据

“每日坚果” 大众化，产品创新及升级助力品牌获得人群提升和客单上涨双丰收

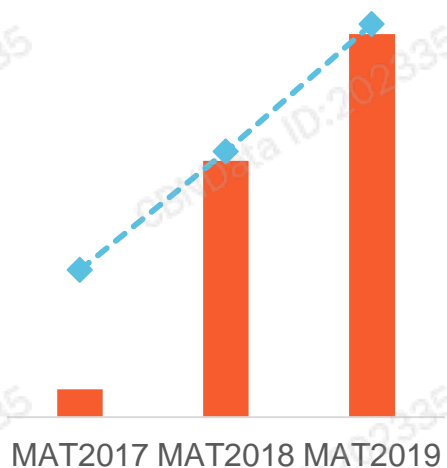
MAT2017-MAT2019
天猫“每日坚果”消费
人群在天猫坚果人群渗透率



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-MAT2019
天猫平台良品铺子“每日坚果”成交人数及人均客单

成交人数 — 人均客单



数据来源：CBNData消费大数据

良品铺子金奖综合果仁联合国家实验室，包含7种果干和果仁，科学配比(果干35%、坚果65%)营养搭配均衡



图片来自良品铺子品牌

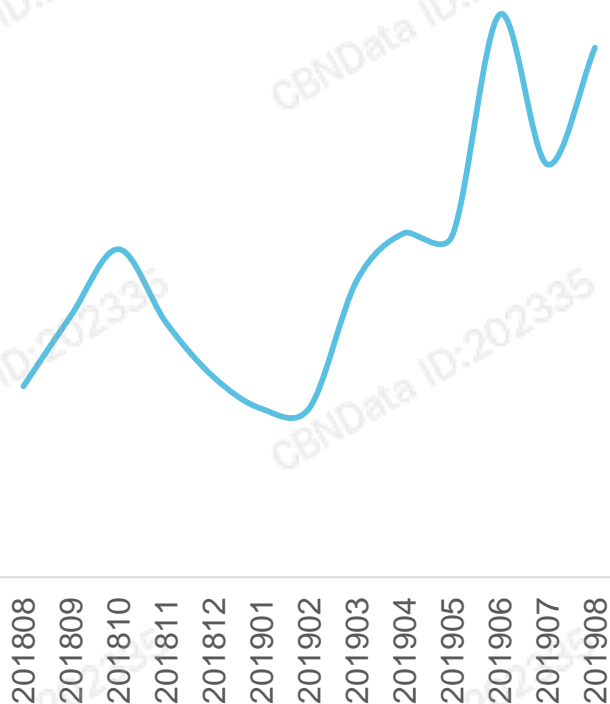
2019年6月，良品铺子荣获世界品质品鉴大会金奖和世界顶级美味三星奖，代表中国零食获得国际食品行业的认可和推荐。



图片来自良品铺子品牌

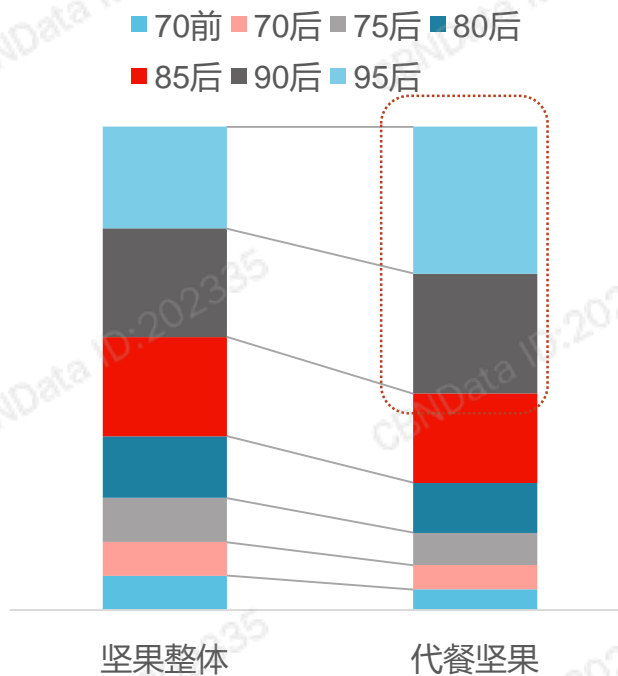
“代餐坚果” 热度飙升，营养和便捷结合满足新生代消费需求

2018.08-2019.08 “代餐坚果”
搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据

2018.08-2019.08 “代餐坚果” vs 坚果整体搜索人群各代际
人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

- 奥利奥即将推出的“坚果抱抱”，主打年轻消费者市场。



图片来自亿滋

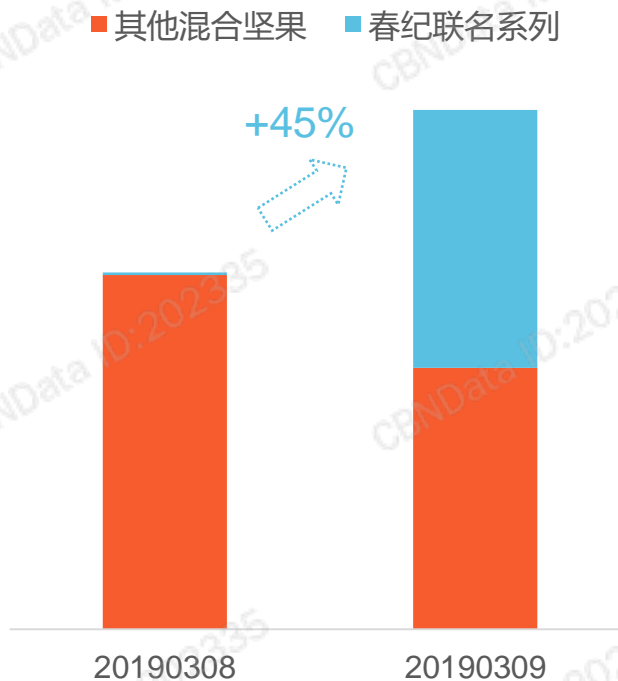
打破品类次元，通过跨界联名触达跨行业人群，重塑品牌人群定位

- 洽洽春纪瓜子脸面膜入选天猫天生CP资源，活动期间全店访客数**83万人次**，引导关注人数**1.4万+**人，单品引导访客**16万**人次。



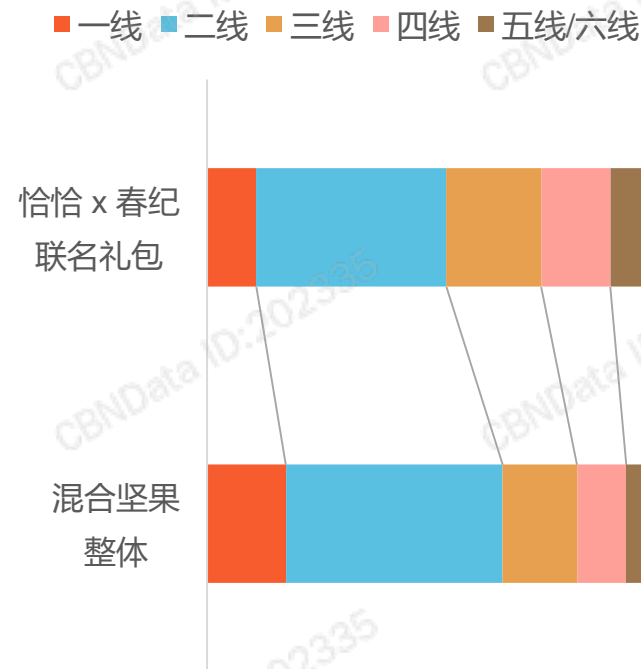
图片来自洽洽品牌

2019年3月8日-3月9日 洽洽 x 春纪联名礼包上线后混合坚果品类成交规模



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 洽洽 x 春纪联名礼包 VS 品牌混合坚果消费者各城市线级人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

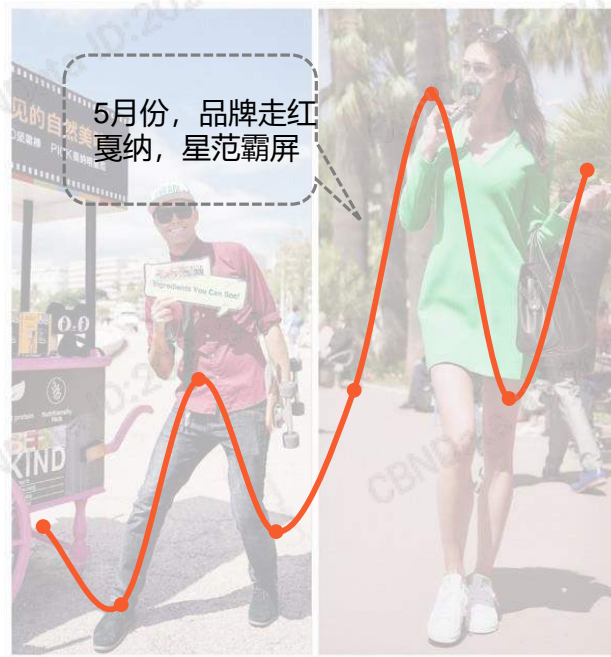
玩转时尚界，品牌通过时尚话题吸睛新生代人群

- 微博话题：#BE-KIND坚果棒的戛纳行#阅读量超过**767万**，讨论量超过**3.7万**



图片来自BE-KIND品牌

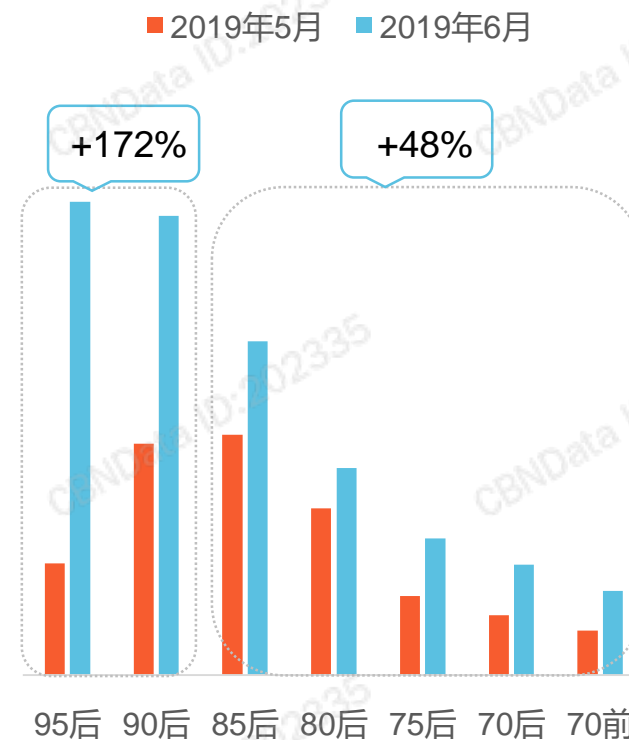
2019 天猫BE-KIND品牌成交趋势



1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月

数据来源：CBNData消费大数据

2019 5月-6月天猫BE-KIND品牌消费人群各代际人数及增长



数据来源：CBNData消费大数据

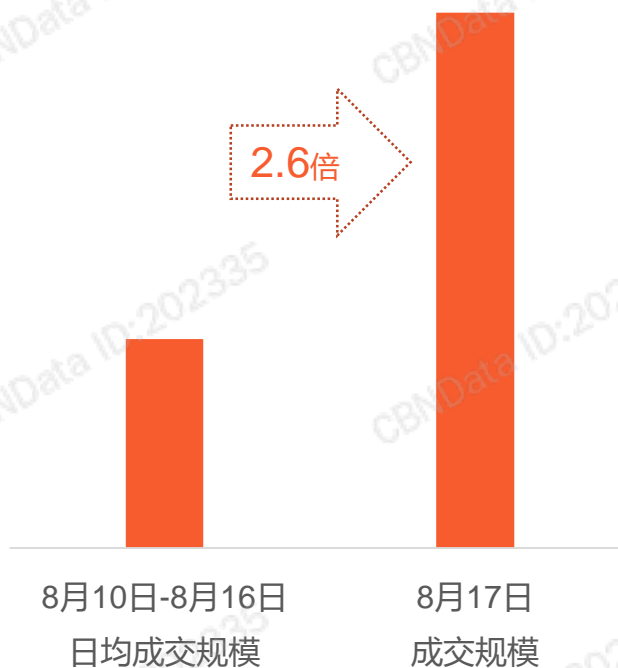
KOL直播转化强，品牌当日整体成交实现翻倍增长

2019年8月 天猫来伊份品牌坚果
燕麦片成交走势



数据来源：CBNData消费大数据

2019年8月10日-8月17日 天猫
来伊份品牌成交规模



数据来源：CBNData消费大数据



图片来自来伊份品牌

场景化植入，热门影视剧为品牌曝光推波助澜



图片来自沃隆品牌



图片来自网络

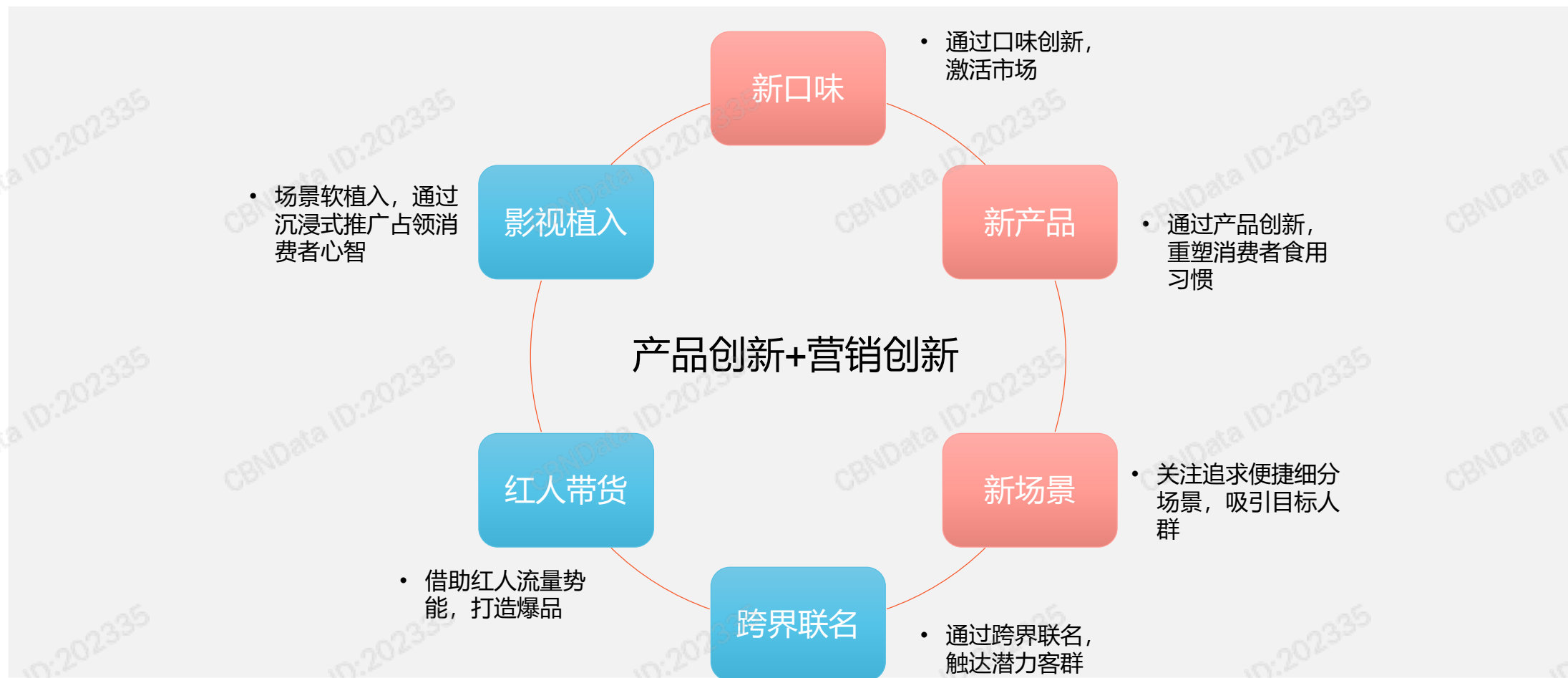
- 抖音原创短视频的单条热度最高点赞 9万，总播放量达到破 1000万；
- 沃隆坚果此次联合“灵魂有香气的女子”，在文章里探讨苏明玉式品质生活，引起广大女性用户的共鸣，文章发布总量 4.8W。

2019年2-4月期间 沃隆品牌搜索热度走势



数据来源：CBNData消费大数据

坚果炒货行业发展趋势总结



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：

2016.7.1-2019.6.30，使用滚动年计算同比变化

MAT2017指2016.7.1-2017.6.30

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：陆志琼 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：

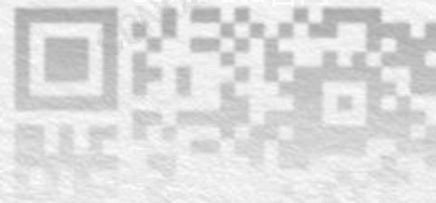
第一财经商业数据中心（CBNData）是基于大数据进行智能化商业研究咨询与整合营销传播的战略数据平台，依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大消费者数据库和中国最大的财经全媒体集群。第一财经商业数据中心（CBNData）以商业数据报告/微报告、数据指数、定制化咨询等为核心产品，输出消费行业的全景分析以及面向企业和消费者的深度数据洞察；同时通过数据可视化、原生内容、活动、视频/直播等形式拓展数据研究的业务边界，丰富数据商业化的应用场景，以数据加媒体的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

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