



天猫超级品类日

天猫即食燕窝行业 发展趋势洞察

CBNDATA

第一财经商业数据中心

理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

天猫超级品类日即食燕窝专场



数据维度说明

本报告时间范围是2014.11-2018.10，根据滚动年份进行计算：

- M2015指的是2014年11月~2015年10月；
- M2016指的是2015年11月~2016年10月；
- M2017指的是2016年11月~2017年10月；
- M2018指的是2017年11月~ 2018年10月

理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

即刻即食随手养生

目录

- 01 线上燕窝行业发展趋势概览
- 02 天猫即食燕窝消费特征新趋势
- 03 天猫即食燕窝品牌特征及新趋势
- 04 天猫即食燕窝消费者趣味榜单

理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

即刻即食 随手养生

01

线上燕窝行业发展趋势概览

理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

即刻即食随手养生

线上燕窝市场规模逐年大幅度提升

近年来线上燕窝消费高速增长，交易规模持续扩大；

M2018线上燕窝交易规模较M2015提升238%，连续两年同比增速超过50%。

M2015-2018年 线上燕窝交易规模及同比增速

交易规模

同比增速



数据来源：阿里数据

即食燕窝消费崛起，或为市场新兴机会点

即食燕窝在燕窝市场占比逐年提升，M2018即食燕窝占比三成左右，较M2015占比提升1倍多；
即食燕窝销售提升更为突出，近三年复合增长率接近100%，是干燕窝的2.2倍，即食燕窝呈现巨大市场潜力。

M2015-2018 线上即食燕窝和干燕窝交易规模
及即食燕窝规模占比



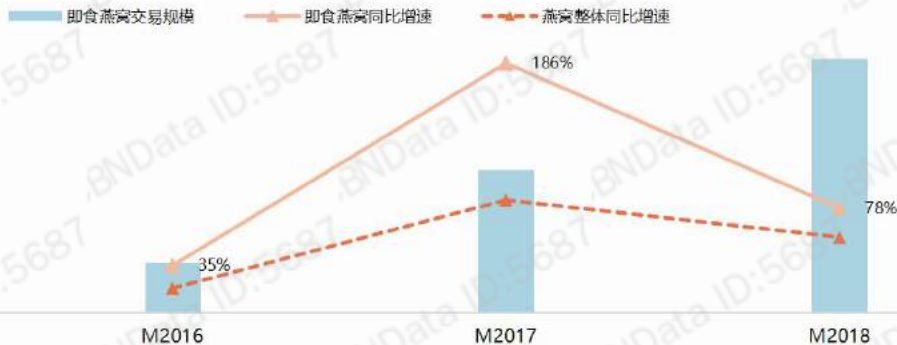
M2015-M2018即食燕窝和干燕窝
近三年年复合增长率



即食燕窝消费崛起，或为市场新兴机会点

近两年线上即食燕窝呈现爆发式增长，M2018交易规模较M2015提升约6倍；且销售增速高于线上燕窝整体，M2017交易规模同比增速高达186%，M2018仍保持高速增长态势。

M2015-2018 线上即食燕窝行业交易规模及同比增速



品质需求提升，天猫成为即食燕窝主要购买渠道

M2016-M2018，即食燕窝在天猫平台销售占比从61%提升至84%；在天猫平台中，即食燕窝市场份额逐年提升，M2017年销售额超过干燕窝，增速高达260%，并在M2018年仍保持95%的增速持续增长。

M2016-M2018年 即食燕窝天猫和集市交易规模占比



M2015-M2018 天猫平台各类型燕窝市场规模及即食燕窝规模占比

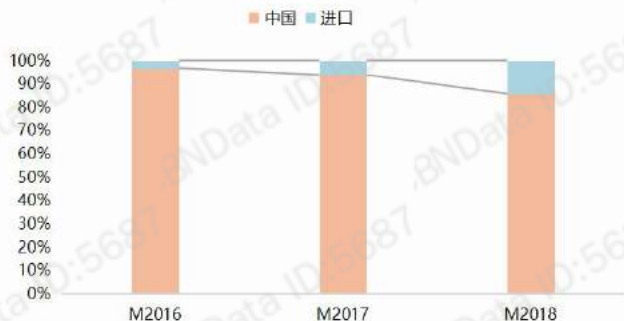


国产品牌占主导，进口消费趋热

即食燕窝以国货消费为主，国产品牌市场占比八成左右；

进口消费趋势明显，近三年进口品牌市场占比逐年提升，泰国、新加坡、印度尼西亚和马来西亚品牌受欢迎。

M2016-M2018天猫即食燕窝进口交易金额占比



进口燕窝消费金额最高国家

排名	国家
1	泰国
2	新加坡
3	印度尼西亚
4	马来西亚
5	美国
6	荷兰

即食燕窝逐年涌现销售规模千万以上品牌

年销售额千万级以上即食燕窝品牌数量逐年增多，M2015-M2018年销超千万品牌数量从个位数增加至13。

M2015-M2018天猫即食燕窝品牌年销超千万品牌数



M2018交易规模最大的品牌TOP5

排名	品牌名
1	燕之屋
2	AISAN BIRD'S NEST/艾尚燕
3	Twin Lotus/双莲
4	小仙炖
5	楼上

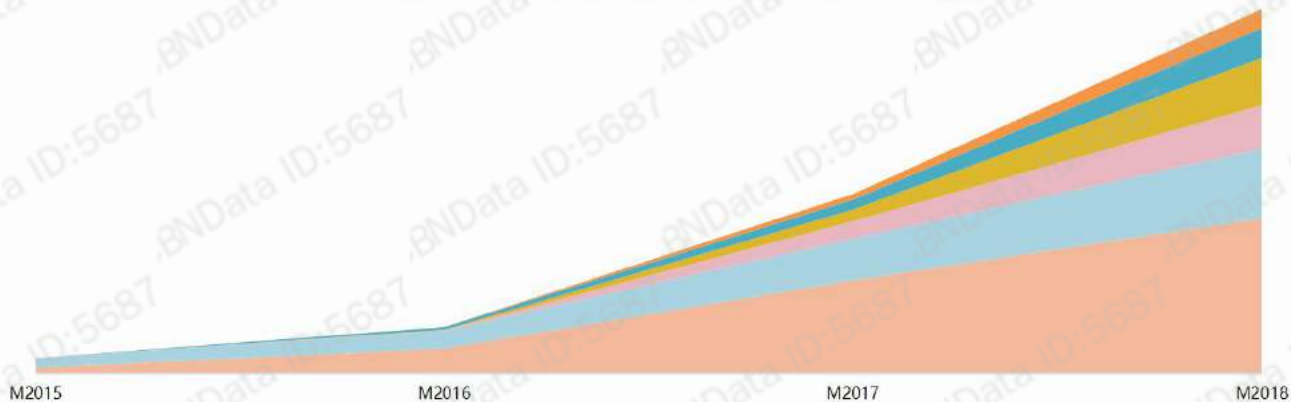
M2018增速最快的千万品牌TOP5

排名	品牌名
1	燕印象
2	Twin Lotus/双莲
3	肌活
4	小仙炖
5	正典燕窝

消费者对头部品牌喜好度提升，释放强劲购买力

M2015-M2018年 头部品牌交易金额规模走势

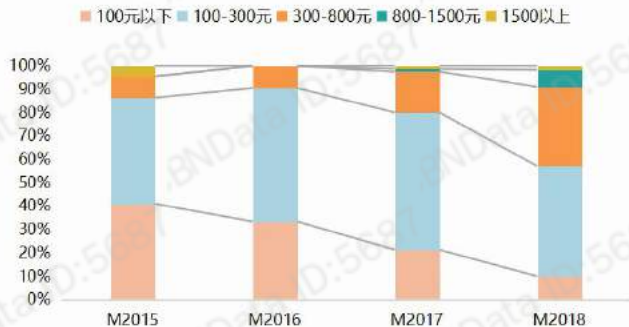
■ 燕之屋 ■ AISAN BIRD'S NEST/艾尚燕 ■ 正典燕窝 ■ Twin Lotus/双莲 ■ 小仙炖 ■ 肌活



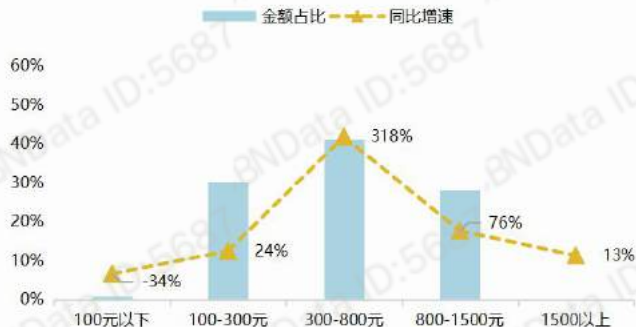
即食燕窝品牌布局趋于高端化，中高价位成主力

件单价300-1500元品牌数占比大幅度提升，贡献金额近七成，其中300-800元为主力价格段，金额贡献和同比增速十分突出；件单价300元以下的品牌数占比逐年下降，其中100元以下价位段销售金额同比下降34%，低价商品需求锐减。

M2015-M2018 天猫即食燕窝品牌
件单价区间品牌数占比



M2018 天猫即食燕窝各件单价区间品牌
金额占比及同比增速



02 即食燕窝消费行为洞察

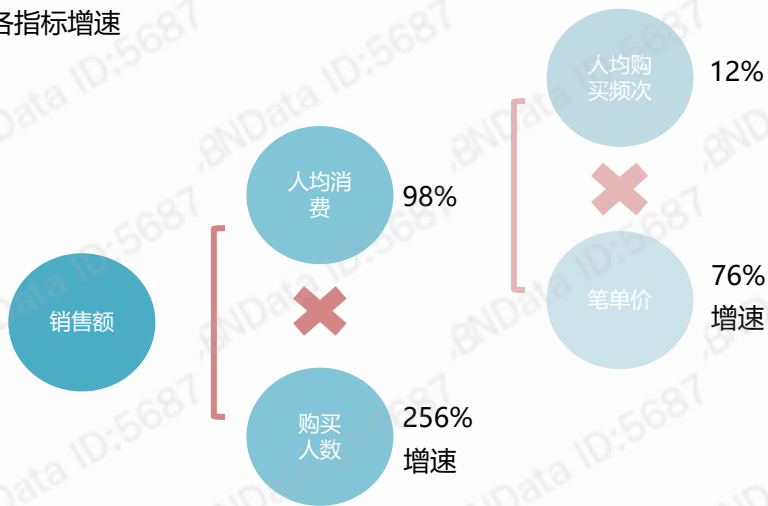
理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

即刻即食随手养生

购买人数增长驱动即食燕窝快速发展

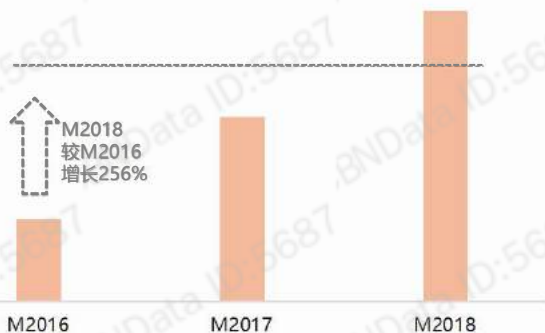
M2018较M2016各指标增速



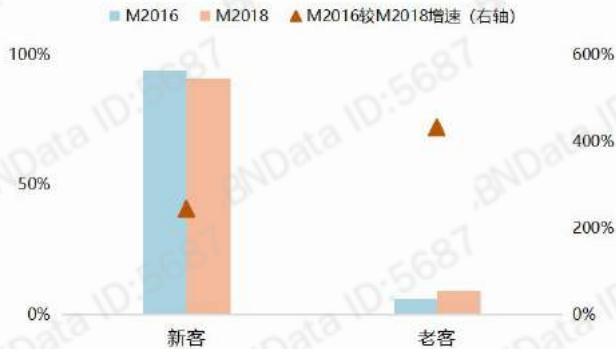
线上消费日益成熟，大量新用户涌入

M2016-M2018天猫平台即食燕窝消费者规模不断扩大，M2018即食燕窝消费者人数较M2016增加256%；行业新客占比九成以上，但新客人数仍保持较高增速逐年增长，大量即食燕窝新用户正在涌入天猫平台。

M2016-M2018天猫平台即食燕窝购买人数



M2016-M2018天猫即食燕窝新老客人数占比及增速

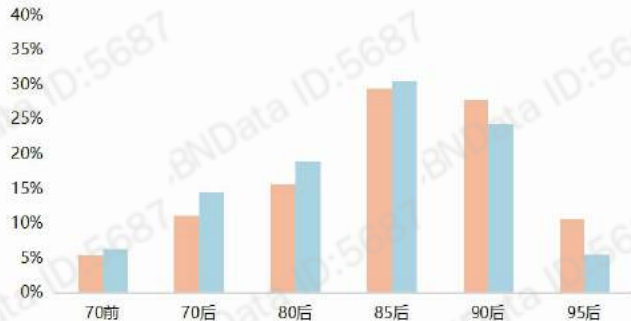


85后和90后为消费主力，燕窝消费趋于年轻化

85后和90后为燕窝消费主力人群，人数占比和金额贡献接近六成；70后和80后人均消费力相对更高，金额占比明显高于人数占比；90后和95后消费力提升迅速，M2018贡献金额较M2016增长超过1000%。

M2018不同年龄段消费人群人数/金额占比

人数占比 金额占比



M2018不同年龄段消费人群人数/金额近两年增速

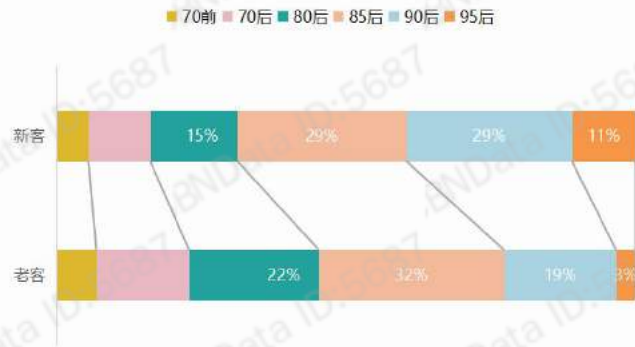
金额增速 人数增速



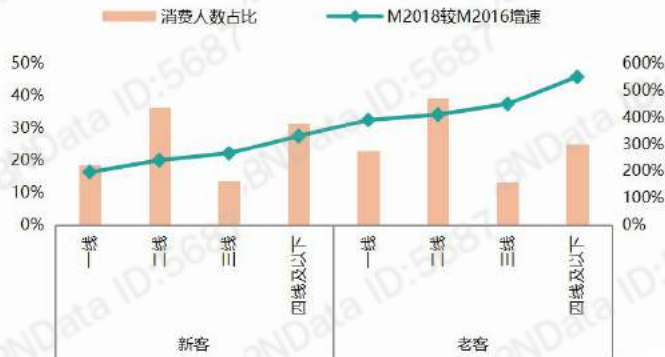
95后新客占比更突出，“抗初老”宜早不宜迟

90后和95后新客人数占比近四成，其中95后新客占比较老客更高，年轻消费者“抗初老”意识增强；
四线及以下城市即食燕窝消费者人数增速更高，燕窝养生这一消费观念正在广泛普及。

天猫平台M2018即食燕窝新老客年龄分布



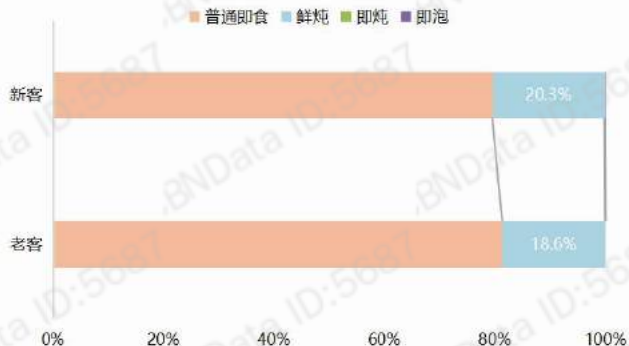
天猫平台M2018即食燕窝新老客消费者城市线级分布



新客对鲜炖燕窝偏好相对更高

即食燕窝新客购买鲜炖燕窝的人数占比较老客更高，新客对鲜炖燕窝的接受度比老客更高。

M2018 即食燕窝新老客购买各类型燕窝人数占比



数据来源：阿里数据

排名	M2018老客购买人数TOP10品牌	M2018新客购买人数TOP10品牌
1	Twin Lotus/双莲	Twin Lotus/双莲
2	燕之屋	燕之屋
3	AISAN BIRD'S NEST/艾尚燕	AISAN BIRD'S NEST/艾尚燕
4	官燕栈	颜如燕
5	楼上	楼上
6	小仙炖	燕印象
7	汉宫燕	官燕栈
8	巴巴燕	小仙炖
9	轻氧	NINEST
10	正典燕窝	同仁堂

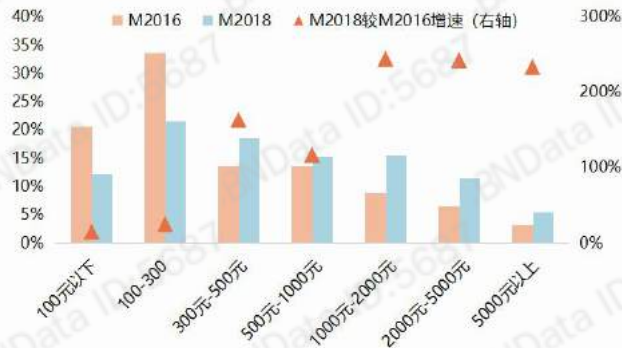
购买力升级，人均年消费金额持续增长

即食燕窝客单价逐年提升，M2018人均年消费达到千元以上，较M2016提升近一倍；
年消费300元以下的消费者人数占比逐年下降，年消费者2000元以上人数较M2016增长超过200%。

M2016-M2018天猫平台即食燕窝客单价变化

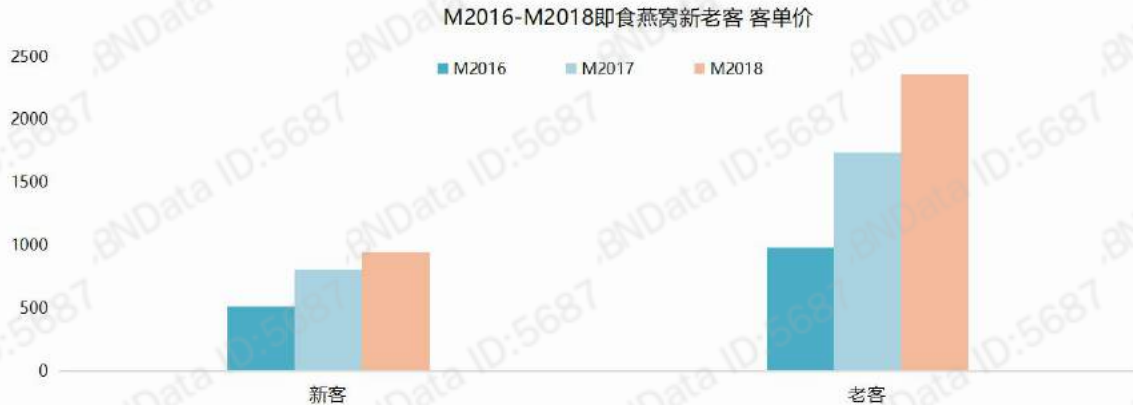


M2016-M2018天猫平台即食燕窝客单价人数分布



消费者对平台信任感增强，忠实老客购买加深

用户消费习惯逐渐养成，老客人数占比逐年提升，且消费力迅速提升。



购买行为日趋成熟，深度用户逐年增加

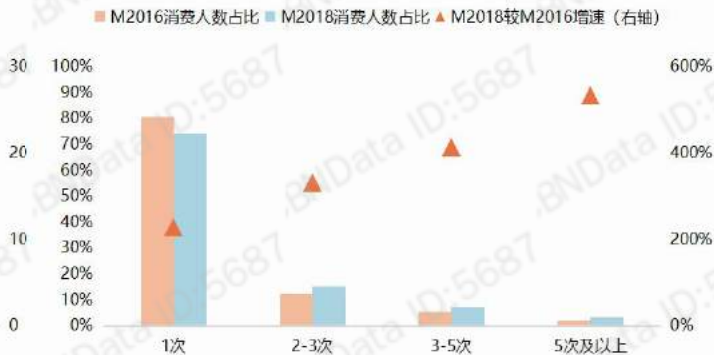
用户线上购买行为趋于成熟，年购买2-5件消费者人数占比逐年提升，近两年人数较M2016增长10倍以上。

年购买1次以上用户人数占比大幅提升，M2018复购人数较M2016增长幅度超过300%，其中年购买5次及以上的忠实用户人数增长近六成。

M2016-M2018即食燕窝消费者购买件数人数占比及增速



M2016-M2018天猫平台不同消费频次人数变化以及增速



食疗养颜渐成美容消费新风潮

即食燕窝消费者对服装食品、家居用品和美容护肤用品有较高购买偏好，超过七成即食燕窝消费者购买过美妆产品。

M2018年购买天猫即食燕窝消费者跨品类一级类目偏好



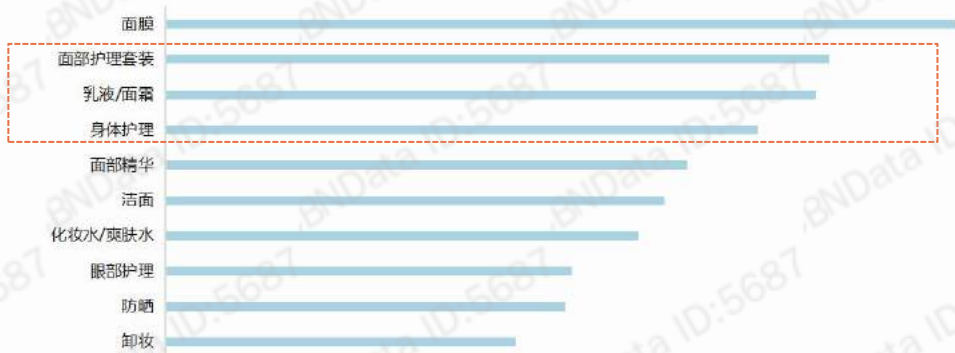
备注：重叠率=购买天猫即食燕窝且购买某一级类目人数/购买天猫即食燕窝人数

数据来源：阿里数据

食疗养颜渐成美容消费新风潮

面膜、面部护理套装、乳液面霜是即食燕窝消费者最为偏好购买的美妆用品。

M2018购买天猫即食燕窝消费者美容护肤/美体/油二级类目偏好



备注：重叠率=购买天猫即食燕窝且购买某二级类目人数/购买天猫即食燕窝人数

数据来源：阿里数据

即食燕窝消费者偏好高端护肤品牌

排名	M2018天猫即食燕窝消费者购买美容护肤品牌TOP1-5
1	SK-II
2	LA MER/海蓝之谜
3	Shiseido/资生堂
4	Estee Lauder/雅诗兰黛
5	Lancome/兰蔻

排名	M2018天猫即食燕窝消费者购买美容护肤品牌TOP6-10
6	Thanmelin/梵蜜琳
7	POLA/宝丽
8	The history of whoo/后
9	Clarins/娇韵诗
10	La Prairie/莱珀妮

03

天猫即食燕窝品牌特征及新趋势

理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

即刻即食随手养生

开瓶即食，美丽更随时

即食燕窝在燕窝市场所占份额逐年提升，消费者对燕窝养生有了更加便捷的需求，即食燕窝的出现，让消费者省去泡发炖煮的繁琐步骤，食用更为方便快捷。

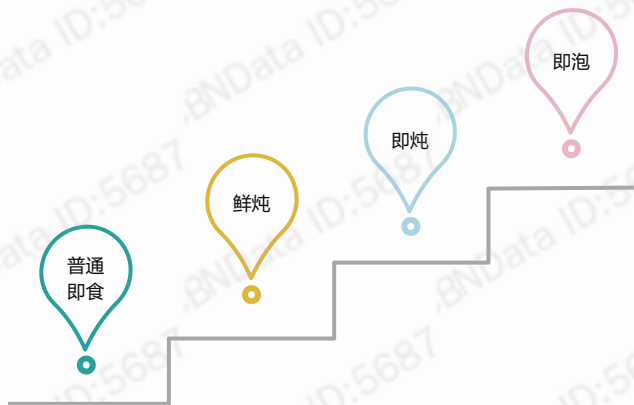


M2015-2018 线上即食燕窝和干燕窝交易规模
及即食燕窝规模占比

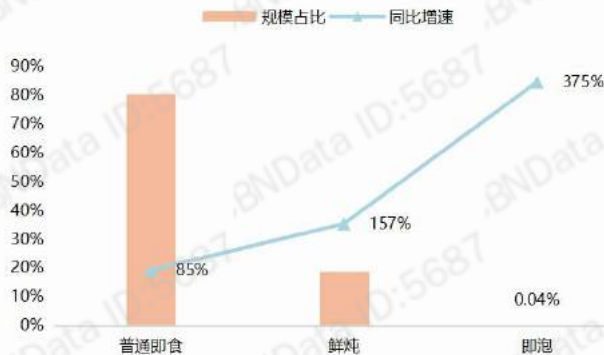


当天炖煮，营养更新鲜

鲜炖燕窝、即泡燕窝避免了燕窝营养成分的流失，不含防腐剂也让消费者食用更放心。M2018鲜炖燕窝销售额较M2017提升157%，销售规模迅速提升。



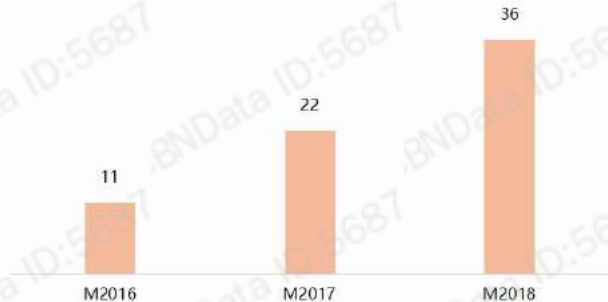
M2018 天猫各类型燕窝交易规模占比及同比增速



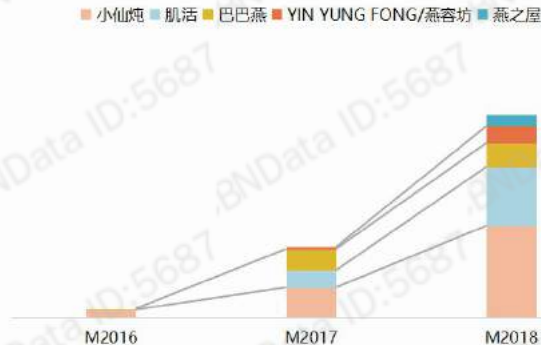
当天炖煮，营养更新鲜

鲜炖品牌在燕窝市场表现突出，M2016-M2018年销售规模10万以上品牌数量提升2倍多；
TOP5品牌市场规模迅速扩张，小鲜炖和肌活占据较大市场份额。

M2016-M2018 天猫鲜炖燕窝
年销十万以上品牌数



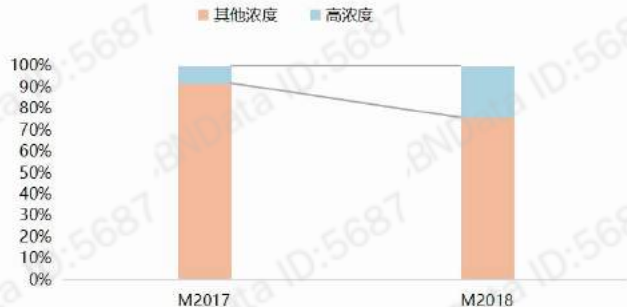
M2018 鲜炖品牌TOP5品牌近三年发展趋势



高度浓缩，驻颜更高效

营养价值更高的高浓度燕窝越来越受消费者青睐，市场规模占比逐年提升，两年间购买人数增长幅度高达288%，增速是其他浓度鲜炖燕窝增速的2倍多。

M2017-2018 天猫鲜炖燕窝高浓度交易规模占比



M2017-M2018 天猫鲜炖燕窝高浓度购买人数及同比增速



无糖低卡，滋补更健康



人们健康意识和养生观念日渐提升。一方面现代女性自我要求更为严格，另一方面，三高人群和孕妇人群需要合理安排饮食结构，避免过多糖分摄入。

“无糖”商品在整体即食燕窝市场的销量占比和金额占比均在逐年提升，消费者在滋补养生的同时，对热量和糖分的摄入产生较为严格的要求。

M2017-M2018 天猫鲜炖燕窝高浓度
购买人数及同比增速



高度浓缩，驻颜更高效

营养价值更高的高浓度燕窝越来越受消费者青睐，市场规模占比逐年提升，两年间购买人数增长幅度高达288%，增速是其他浓度鲜炖燕窝增速的2倍多。

M2017-2018 天猫鲜炖燕窝高浓度交易规模占比



M2017-M2018 天猫鲜炖燕窝高浓度购买人数及同比增速



跨界CP，组团撩吃货

燕窝和“美食”的联系越来越密切，燕窝糕点、燕窝月饼、人参燕窝受到吃货青睐。近三年燕窝月饼引起消费者关注，近两年燕窝月饼销售金额和订单数增长2倍以上。

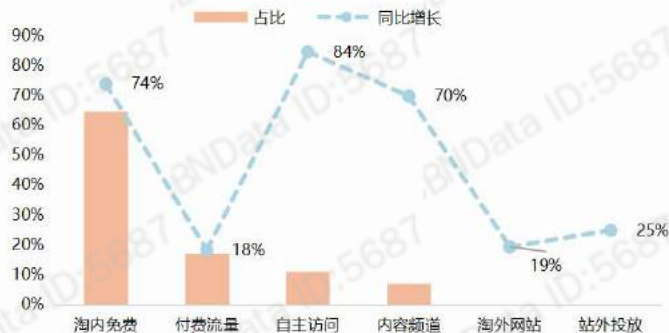
M2017-M2018 天猫鲜炖燕窝高浓度
购买人数及同比增速



内容渠道成为品牌营销圈粉新阵地

M2018淘系内容频道流量同比增长70%，流量增速高于付费投放；问大家、微淘与消费者互动性更强，买遍全球、直播、生活研究所等频道种草属性明显。品牌可以借助内容端口的输出，不断在年轻消费者内心种草，提升消费者对产品、对品牌的认知和忠诚度。

M2018 天猫燕窝行业无线流量渠道访客占比及同比增长



数据来源：阿里数据

TOP5淘系内容渠道

排名	内容流量渠道
1	手淘问大家
2	手淘微淘
3	买遍全球
4	手淘淘宝直播
5	手淘-生活研究所

案例:品牌A通过内容深度种草, 引爆淘内流量



事件1:

» 景甜分享保养秘笈

时间: 8月22日

转发数: 773

点赞数: 10000

收藏数: 4838

评论数: 774

事件2:

» 小红书爆款“养生”图文

时间: 8月23日



关注

初秋六款美容养颜羹 | 满屏的胶原蛋白 | 内附配料做法



赞 · 18.1k



评论 · 312



收藏 · 10w+



可购买商品

点赞数: 18100

收藏数: 100000+

案例:品牌A通过内容深度种草, 引爆淘内流量

2018年 某品牌旗舰店8-9月到日搜索浏览人数

品销宝-搜索产品

手淘搜索

8月23日, 该品牌天猫旗舰店流量暴增, 大量用户通过自主搜索进入店铺。

20180801 20180803 20180805 20180807 20180809 20180811 20180813 20180815 20180817 20180819 20180821 20180823 20180825 20180827 20180829 20180831 20180902 20180904 20180906 20180908 20180910 20180912 20180914 20180916 20180918 20180920 20180922 20180924 20180926 20180928 20180930

04

即食燕窝消费趣味榜单

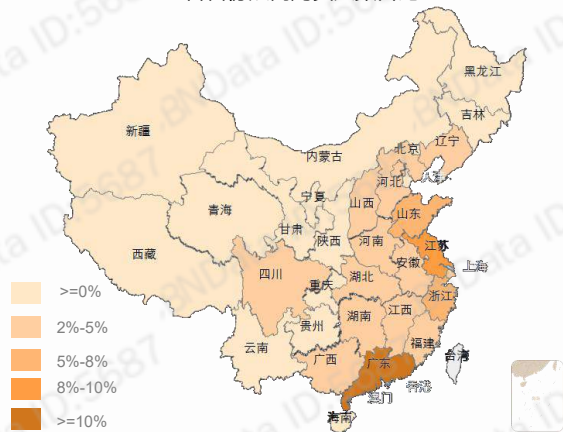
理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

即刻即食随手养生

广东为燕窝消费大省，北京人民剁手最勤快

M2018各省份燕窝购买人数占比



M2018燕窝购买人均消费频次TOP10的城市

人均消费频次



26-30岁男士热衷购买燕窝，荣膺最暖“燕窝绅士”

M2018不同年龄男性购买燕窝人数分布

人数占比



广州、长沙、深圳95后女生“抗初老”意识最强

M2018抗初老城市TOP10

消费人数



数据来源：阿里数据

26-30岁育龄期人群最有消费“魄力”， 偏好单笔花费5000元以上

笔单价	20-25	26-30	31-35	36-40	41-50
100-300元	124	76	97	100	116
300-500元	103	98	99	98	105
500-1000元	106	94	98	97	99
1000-2000元	87	118	101	99	94
2000-5000元	93	108	101	103	96
5000元以上	57	175	117	115	91

数据来源：阿里数据

消费金额TGI：(不同年龄段孕妇一次购买燕窝消费金额人数占比/孕妇一次购买燕窝消费金额人数占比)*100

天秤、天蝎、狮子座宝宝最害怕妈妈会变老

M2018 天猫母亲节消费金额TOP5星座

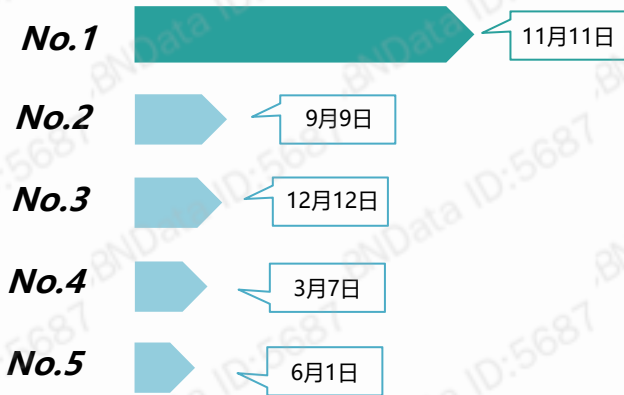


数据来源：阿里数据

天猫母亲节：20180503-20180508

双十一、99大促、双十二和女王节，剁手不犹豫

M2018线上燕窝销量TOP5日期



数据来源：阿里数据

天秤、天蝎和处女座小仙女最懂保养

M2018燕窝女性消费人数最多星座TOP5



数据来源：阿里数据

ABOUT US

报告作者：陆志琼 关禹

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。

理想生活 即享好燕窝

ENJOY YOUR IDEAL LIFE WITH INSTANT CUBILOSE

即刻即食随手养生