



# 2018

---

## 线上“吃货”消费趣味报告

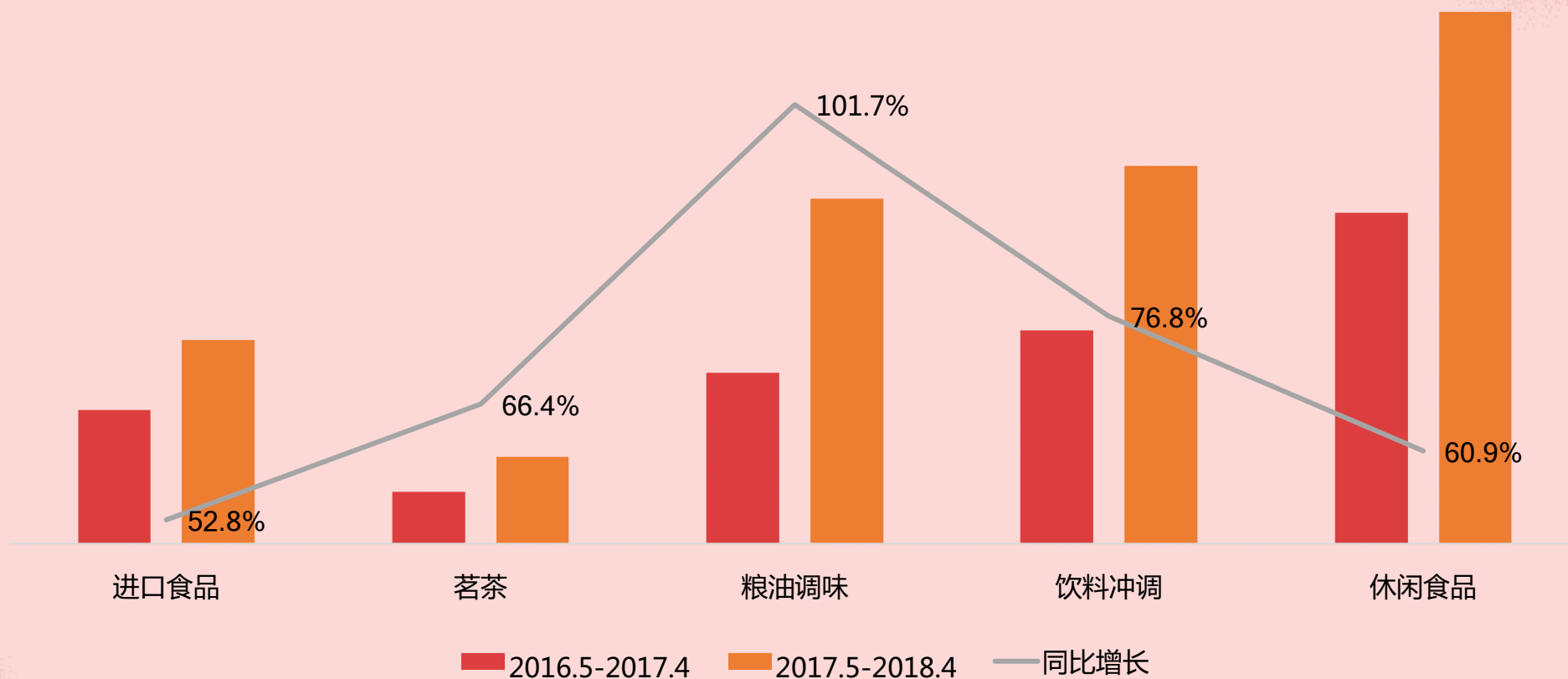
**JW**  
JDND 消费指数  
JDND CONSUMPTION INDEX

京东超市

## 各核心品类销售变化



核心品类的消费金额都保持超过50%的涨幅，粮油调味涨幅最显著，超过100%的增长  
电商已经全面接管消费者的“米袋子”和“菜篮子”

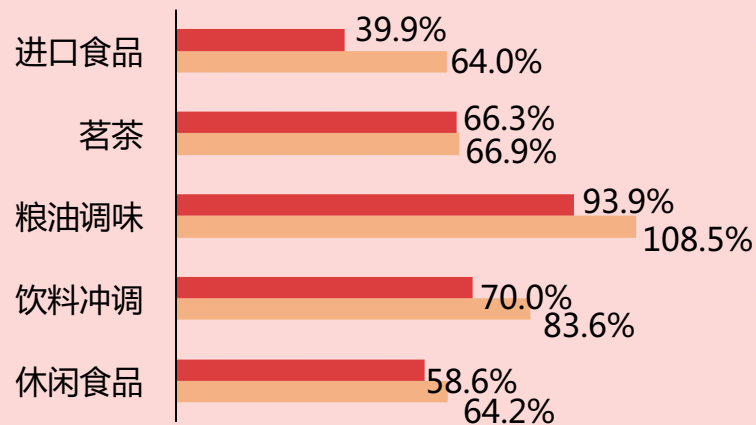




# 发现新吃货的标签：女性、16-25岁、华东地区



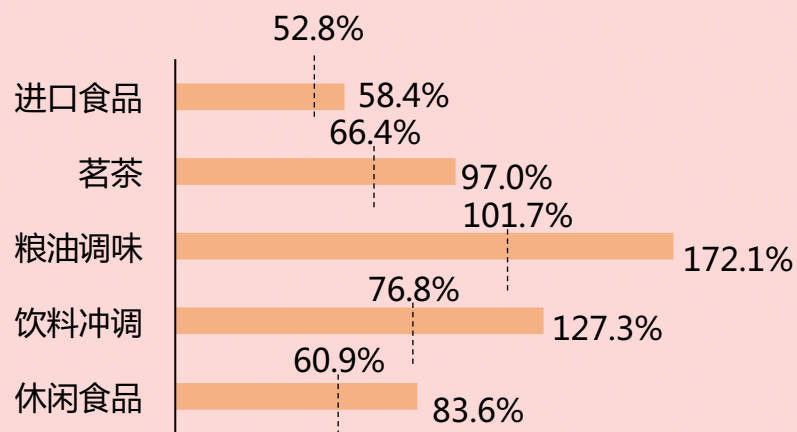
各品类女性用户的消费增幅均超男性



■ 男 ■ 女



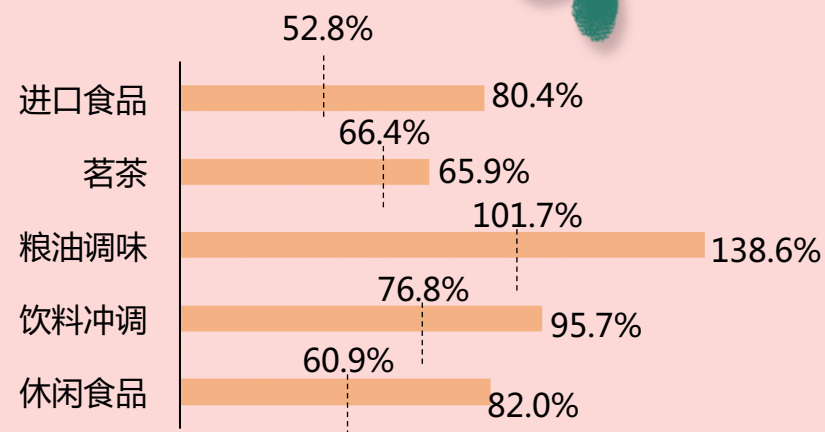
各品类16-25岁年龄段消费增幅亮眼，均超出整体增幅



■ 同比增长



全国各区域消费上，除茗茶品类外，华东地区消费增幅均超出整体增幅



■ 同比增长

## 消费者最关心味道和品质



消费者评价显示集中化趋势，味道、品质才是消费者最关心的，而不再只是单纯看价格

味道很好

健康

正品

口感好

物美价廉

比超市便宜

送货速度快 包装不错

食用方便 质量好

性价比高 好吃不贵



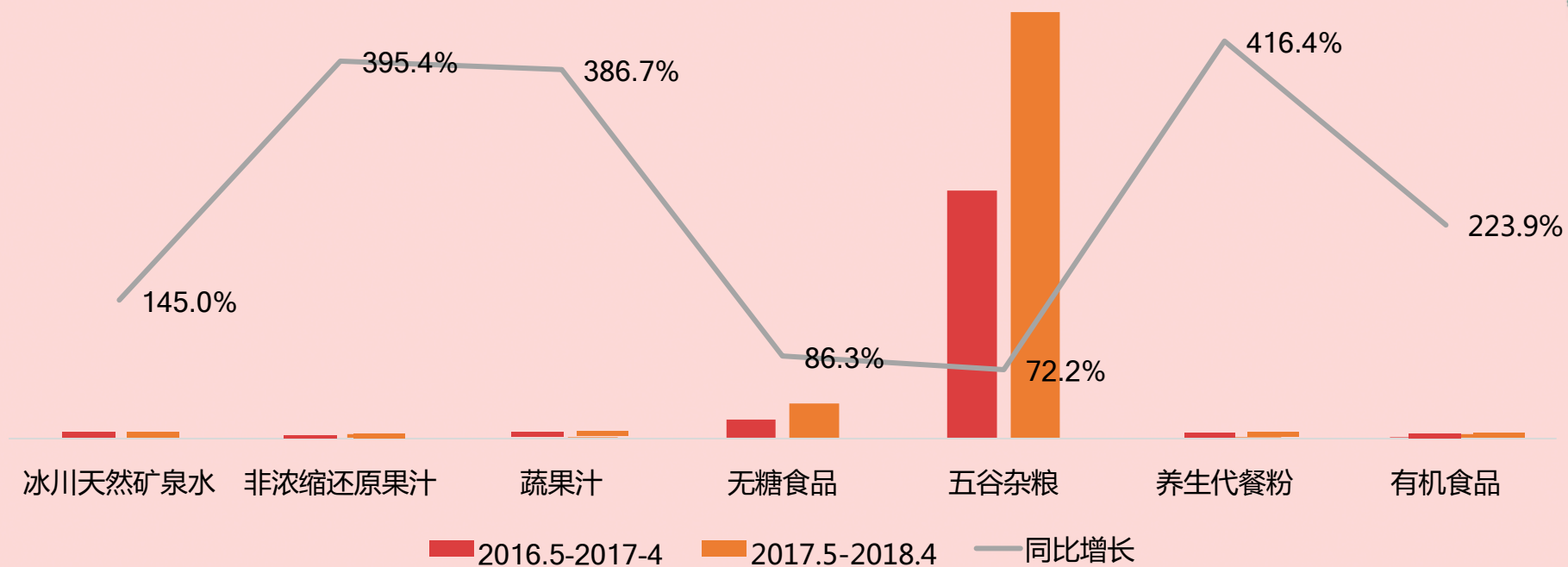
品质和健康



## 消费者更加趋向追求品质和健康



五谷杂粮、无糖食品的消费金额较大，养生代餐粉、非浓缩还原果汁、蔬果汁、有机食品的同比增长幅度较大



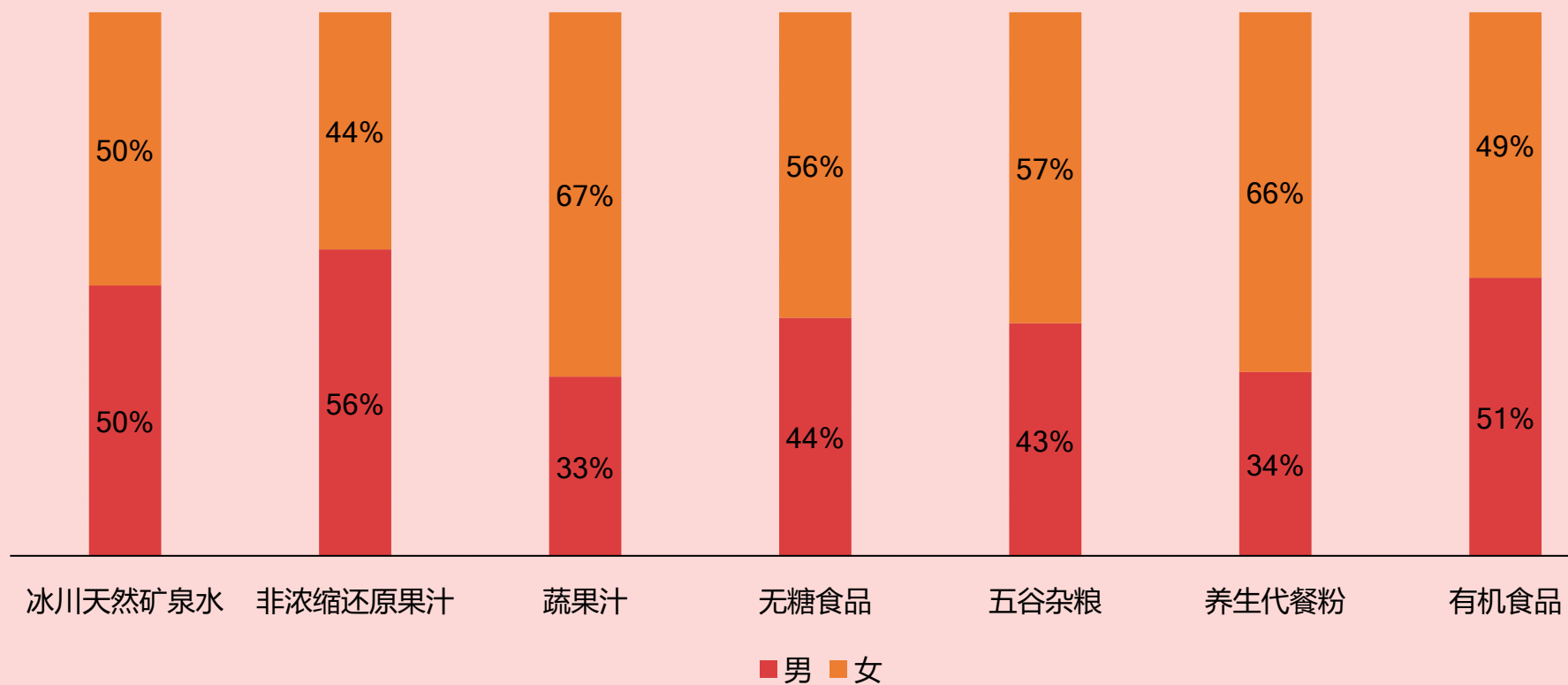
品质和健康

# 消费者更加趋向追求品质和健康



男性喜爱非浓缩还原果汁、有机食品，女性则偏爱蔬果汁和无糖食品

## 健康食品



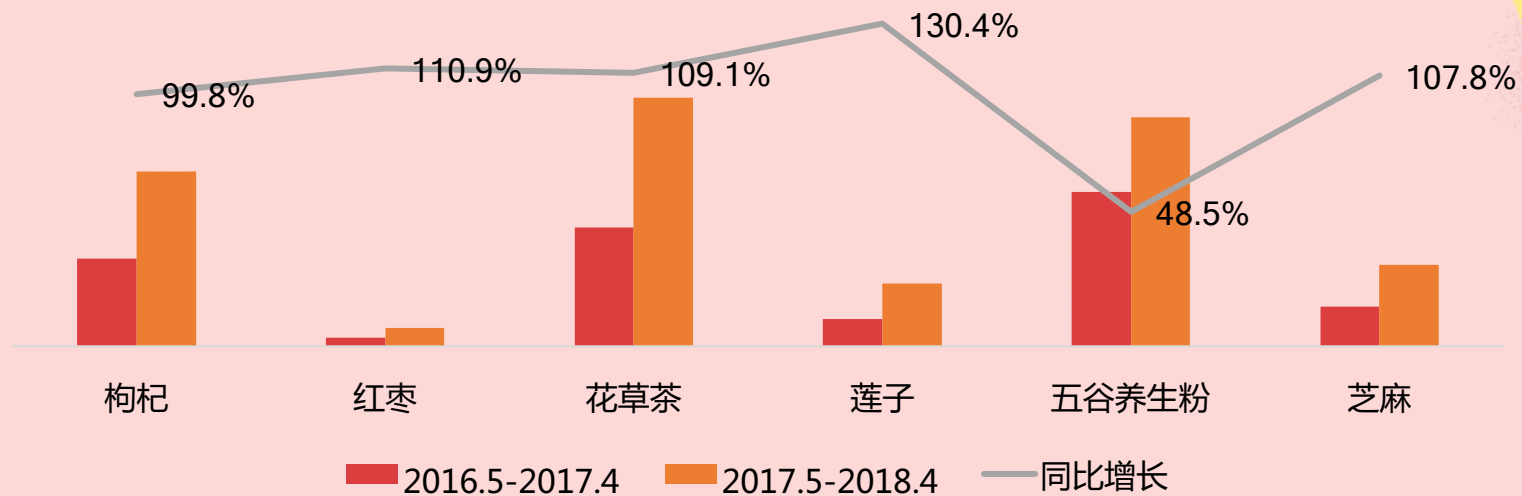
品质和健康



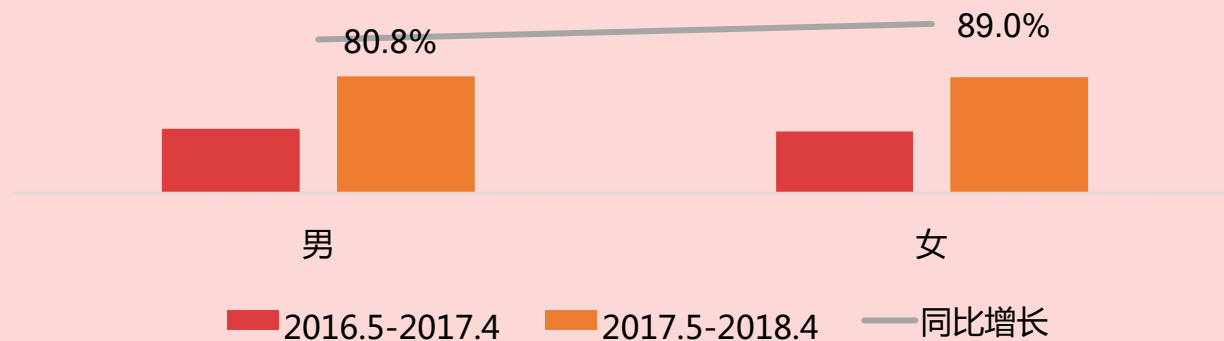
## 到底谁更爱养生？



养生型食材中，五谷养身粉、花草茶、枸杞的消费金额较高，红枣、花草茶、芝麻的同比增长幅度较大



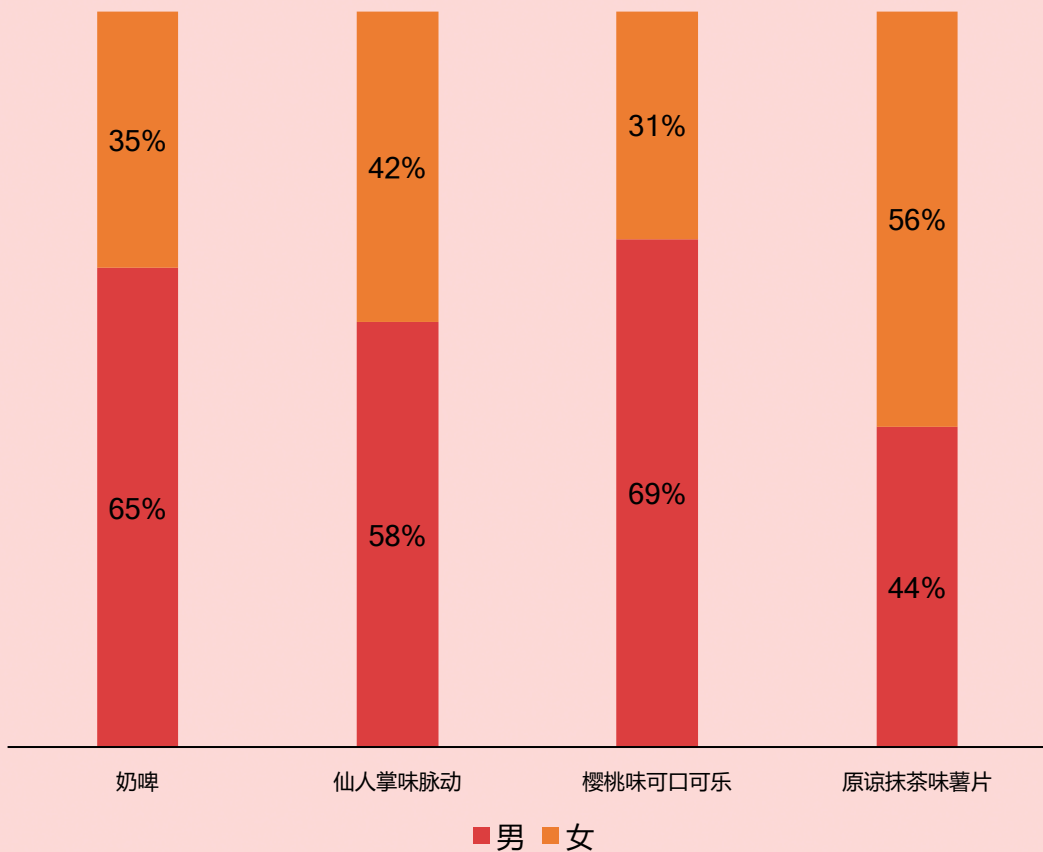
男性消费金额多于女性，男女差距缩小，女性增长速度更快 --26-45岁年龄段人群是养生型食材的消费主力



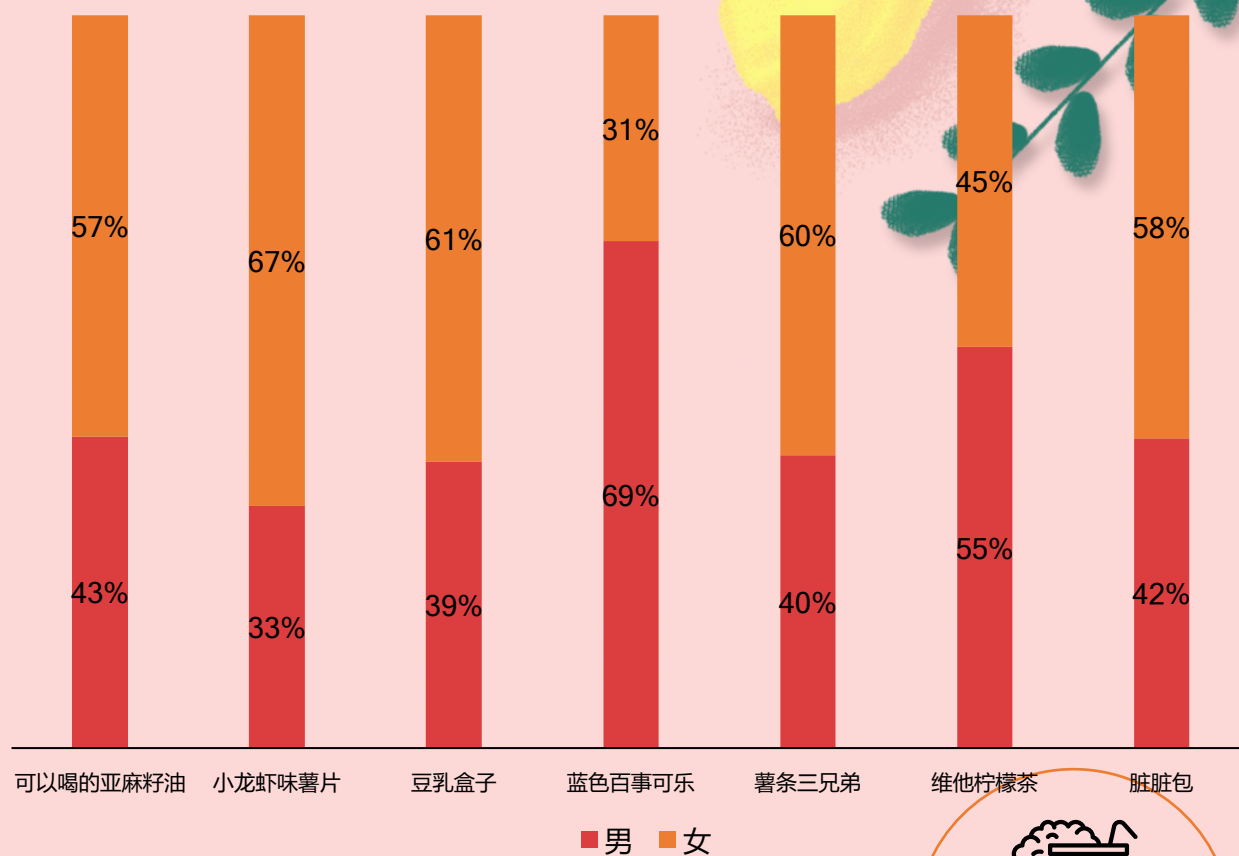
品质和健康

# 男性更爱尝试小众及新奇口味食品 女性更爱追求网红食品

## 小众及新奇口味食品



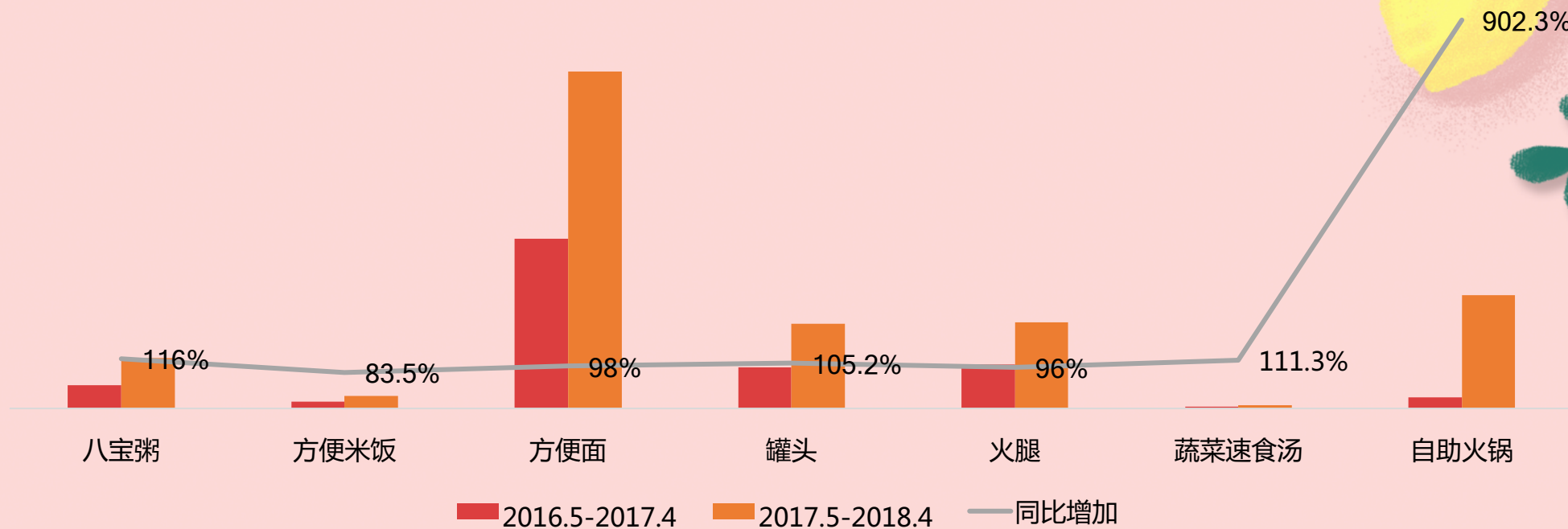
## 网红食品



吃货新潮流



## 轻速食种类更加丰富 自助火锅受青睐



男性在八宝粥、方便米饭、罐头、火腿等方面消费金额比女性高  
女性更爱蔬菜速食汤、自助火锅

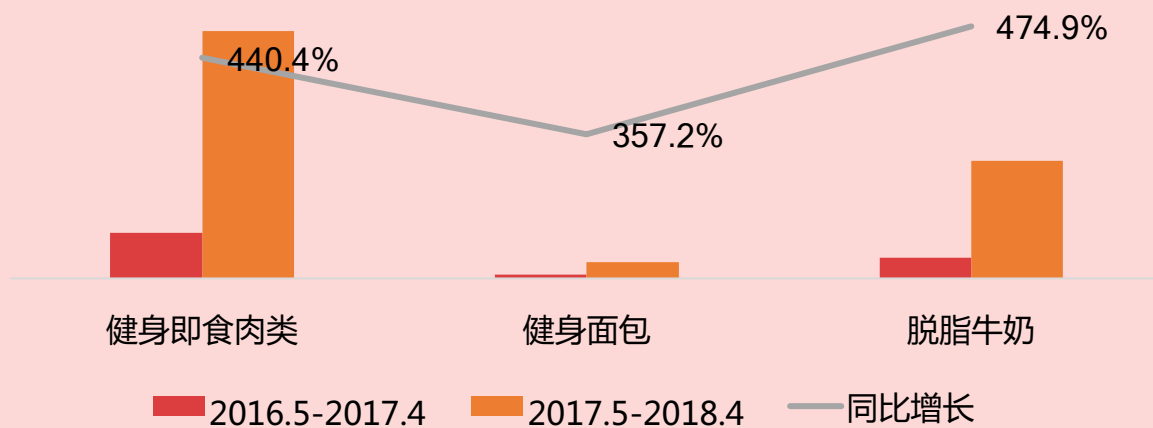


吃货新潮流

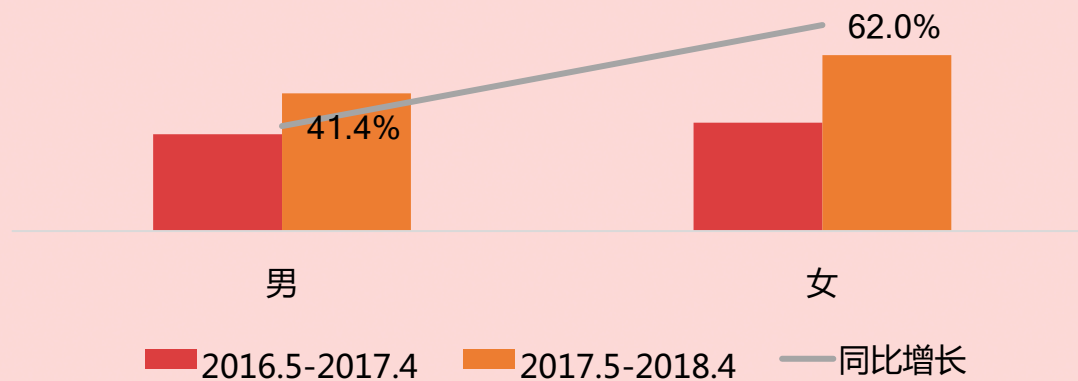
## 女性更加注重身材管理



健身类食物增长幅度十分大，尤其是健身即食肉类、健身面包、脱脂牛奶等，人们更加注重身材管理



女性消费金额占比高于男性，且女性消费增幅同样高于男性



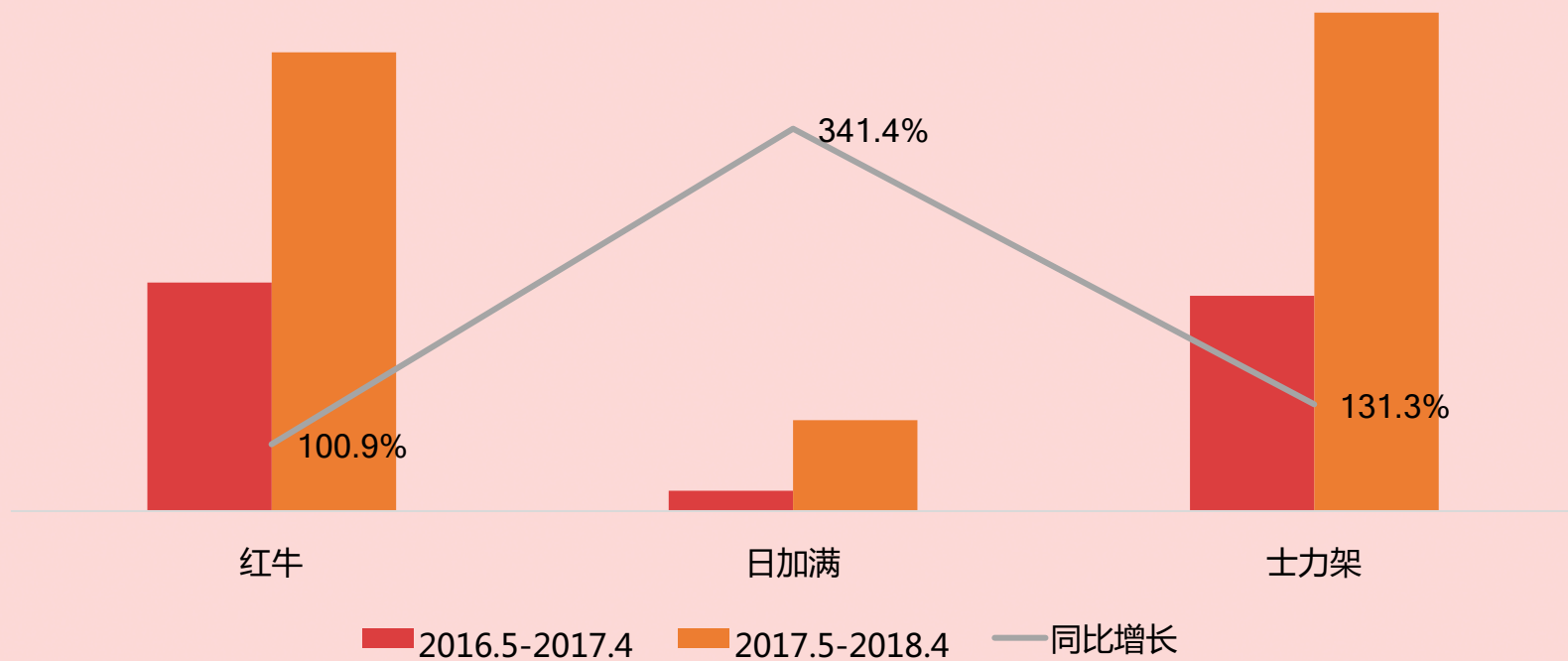
吃货新潮流



## 男性更爱户外运动



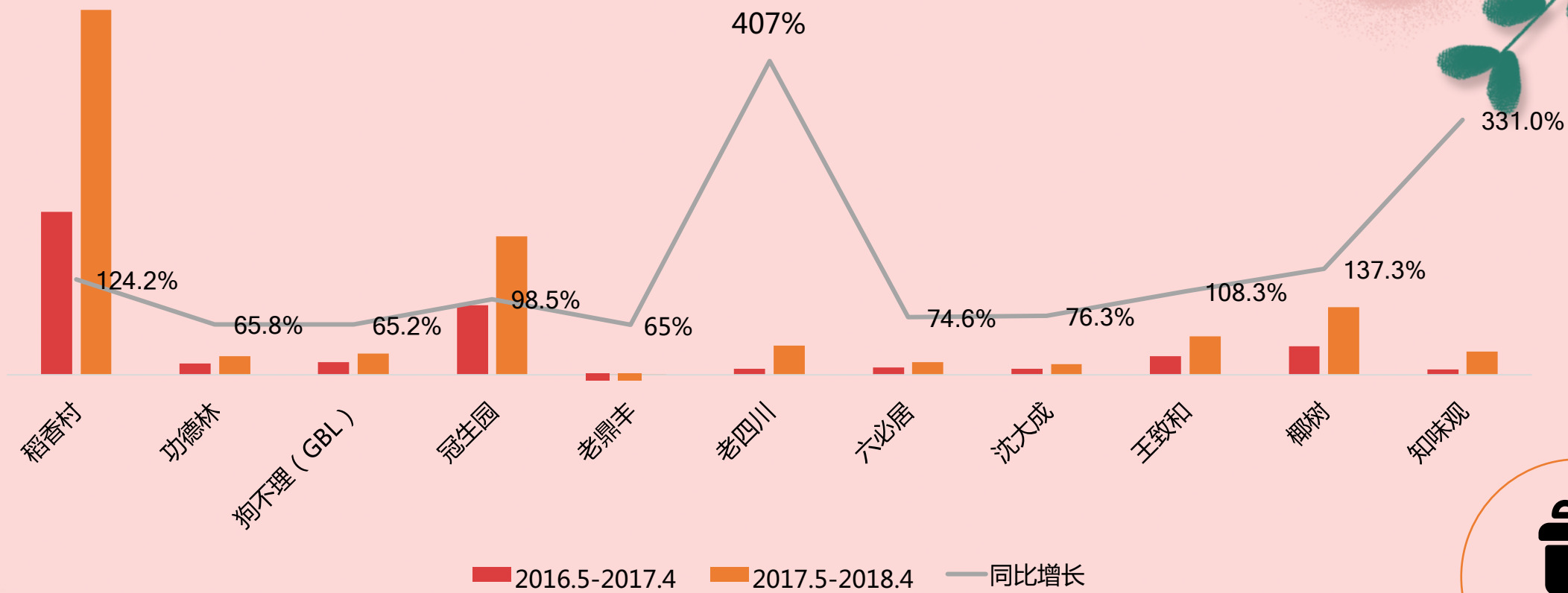
户外运动中补充能量的食品销售情况来看，士力架、红牛更受消费者喜爱，同时，男性消费金额均超过女性



# 匠心中华老字号“焕发青春”



行走在互联网上的老字号食品，销售增速喜人

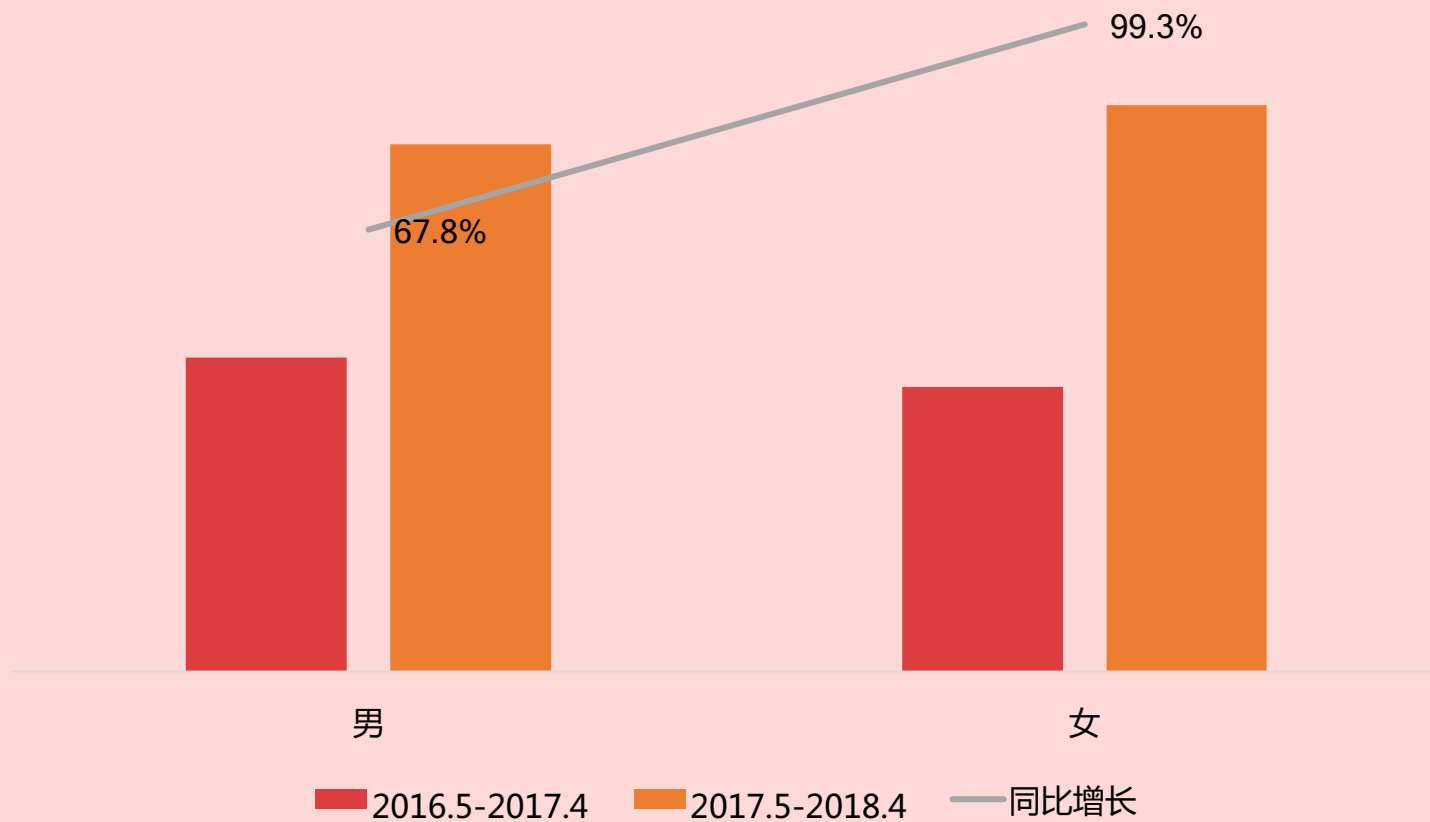




# 匠心中华老字号“焕发青春”



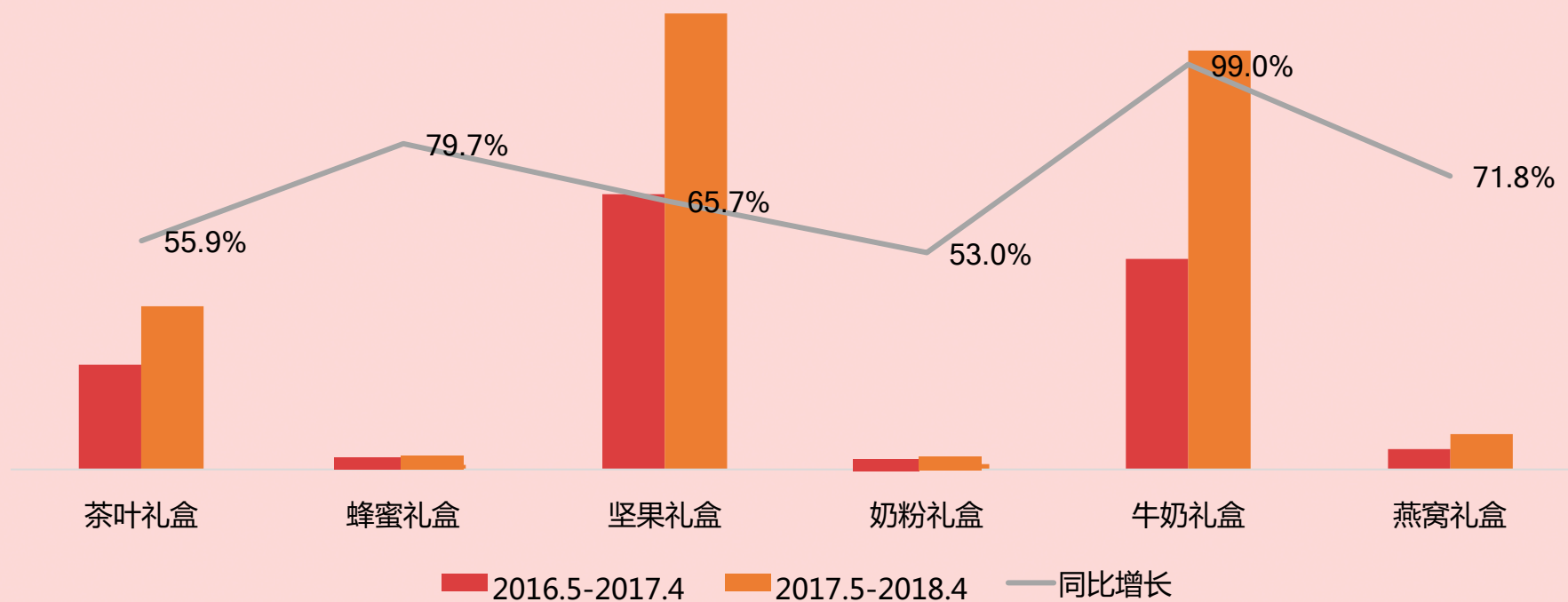
女性老字号食品消费金额占比反超男性



## 礼尚往来是不变的主题



牛奶礼盒、蜂蜜礼盒、燕窝礼盒、坚果礼盒的消费金额同比增长幅度相对较大

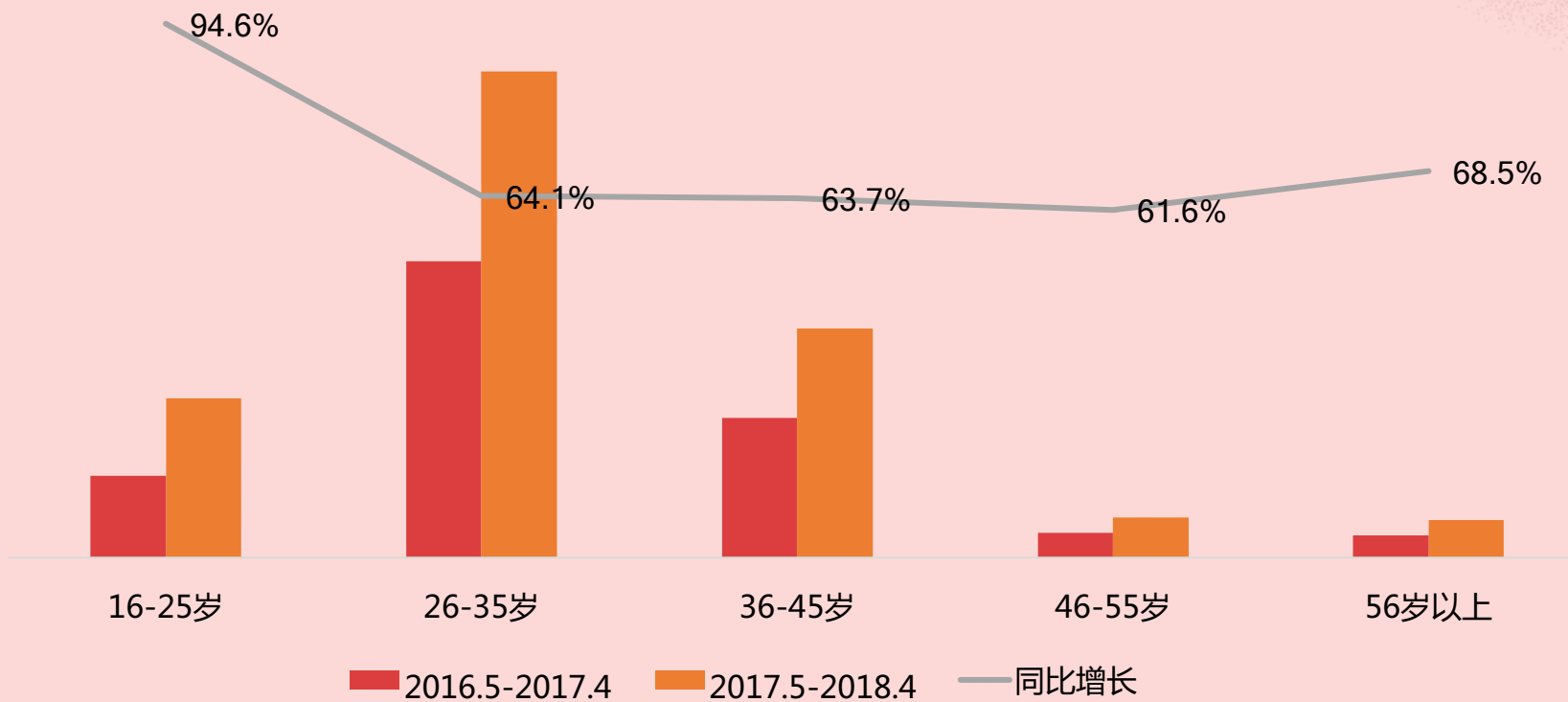




# 礼尚往来是不变的主题



26-35岁人群为礼盒的消费主力



## 哪些食物成为了吃货们的最爱？（热销单品排行）



### 酸奶

- 蒙牛纯甄常温酸牛奶
- 伊利亚慕希希腊风味原味酸奶
- 德国进口Arla爱氏晨曦黄桃味酸奶
- 德国进口德亚酸奶
- 德国进口多美鲜（SUKI）酸奶



### 饼干蛋糕

- 百草味小面包零食
- 徐福记厚切凤梨酥
- 达利园拔丝蛋糕
- 盼盼涂层蛋糕奶香味
- 友臣肉松饼



### 糖果、巧克力

- 炫迈（Stride）无糖口香糖水蜜西瓜味
- 士力架花生夹心巧克力
- 德芙Dove巧克力分享碗装
- 悠哈酷露露葡萄味果汁软糖
- 春光海南特产特浓糖



### 饮料

- 维他柠檬茶
- 农夫山泉NFC果汁
- 雀巢（Nestle）丝滑拿铁咖啡
- 娃哈哈 AD钙奶
- 脉动仙人掌青橘运动饮料



### 膨化小食

- 可比克纯切薯片麻辣小龙虾
- 旺旺小小酥
- 乐事（Lay's）薯片原谅抹茶味
- 多力多滋休闲零食玉米片劲浓芝士味
- 乐事（Lay's）零食真脆薯条原味



## 小结



电商已经全面接管消费者的“吃生活”



消费者开始趋向追求品质和健康



男女吃货大不同，小众VS网红，健身VS运动.....



26-35岁群体成“剁手”主力，16-25岁潜力大



品质和健康



吃货新潮流



老字号和礼品

谢谢观看



京东超市