

2019 淘宝吃货大数据报告





- Part1: “吃货”的诞生 ····· 3
- Part2: “吃货”人群画像 ····· 7
- Part3: 淘宝吃喝指南 ····· 19
- Part4: 淘宝, 吃货必备神器 ····· 31



“吃货”的诞生

“吃”是中华民族的头等大事

国民吃货热情高涨，餐饮市场持续增长，线上食品消费不断扩增

民以食为天。近四年餐饮收入增长持续跑赢社会消费品零售总额增长，规模持续扩大。同时，庞大的线上食品市场满足吃货们“足不出户吃遍天下”的愿望，据统计2018年线上资深吃货已近3亿人。

2015-2018 中国餐饮业规模及增幅



数据来源：国家统计局《国民经济和社会发展统计公报》

2015-2018 线上食品消费规模及人数



数据来源：CBNDATA消费大数据

大数据·全洞察

4

线上食品选择丰富多样，使得吃货们在线上的消费粘性越来越强

目前线上可购食物版图覆盖零食、生鲜、粮油、滋补、饮品等多样品类，满足各种场景需求，使得吃货们在线上食品消费粘性增强，人均食品购买力及消费频次逐年增长。“吃”不断打破边界，变得更加随心所欲。

线上食品覆盖各种场景和需求



数据来源：CBNDATA消费大数据

2015-2018 线上食品购买力及消费频次



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：购买力=全年消费规模/消费人数，消费频次=全年订单量/消费人数

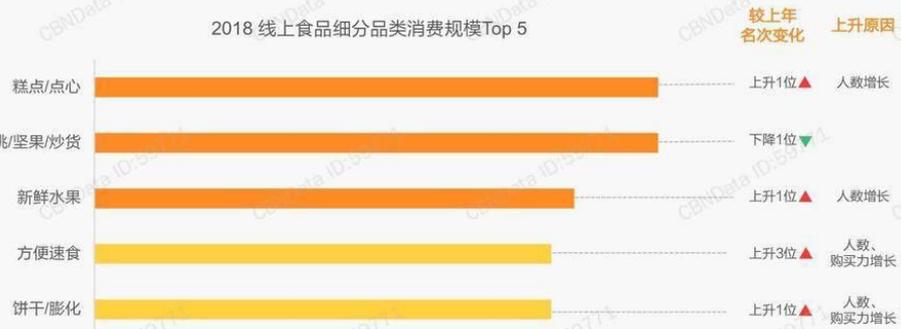
大数据·全洞察

5

零食、方便食品受追捧，线上增长势头最盛

零食是吃货最常光顾的品类，其中糕点、坚果、饼干膨化等零食纷纷挤进线上食品细分品类消费前五；同时，方便速食和饼干膨化在2018年迅速增长，主要原因离不开吃货的日益关注以及其展现出的优秀购买力。

2018 线上食品细分品类消费规模Top 5



数据来源：CBNDATA消费大数据

大数据·全洞察



吃货人群画像

“吃货”在哪里
“吃货”的日常

“吃货”在哪里：华东城市剁手力最强，低线城市奋起直追

在中国，人人都是吃货，可论及线上剁手力，还属华东地区消费者最强。从线上整体消费规模来看，2018城市前三甲分别为上海、北京和深圳。此外，低线城市的吃货实力不容小觑，三、四线城市的人群增幅接近30%，表现亮眼。

2018 线上食品各地区购买力分布



2018 各城市线上食品消费规模Top 10

| |
|----|
| 上海 |
| 北京 |
| 深圳 |
| 广州 |
| 杭州 |
| 苏州 |
| 南京 |
| 成都 |
| 武汉 |
| 重庆 |

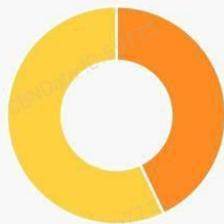
数据来源：CBNDATA消费大数据

“吃货”在哪里：女性是吃货主力，消费粘性逐年上升

女性吃货是线上食品消费主力，人数占比近六成；从消费频次来看，女性的消费粘性远高于男性，并且逐年上升趋势明显。

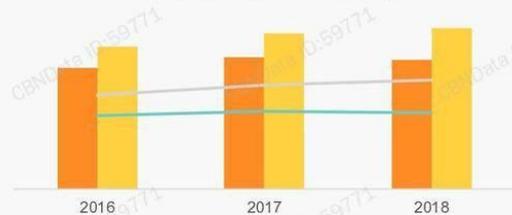
2018 线上食品男女人数分布

● 男性 ● 女性



2016-2018 线上食品男女购买力&消费频次

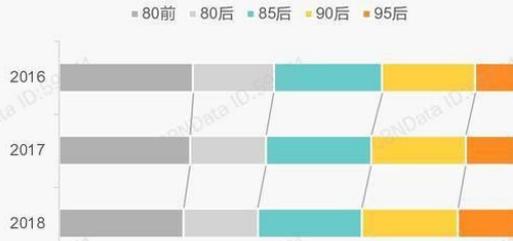
■ 男性购买力 ■ 女性购买力
— 男性消费频次 — 女性消费频次



“吃货”在哪里：80、85后购物欲旺盛，年轻人更爱尝鲜猎奇

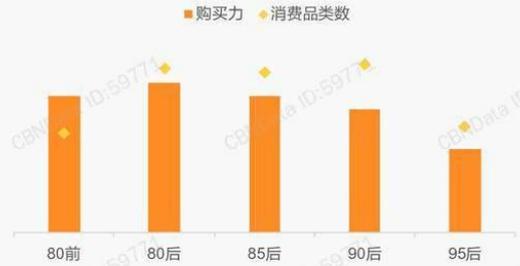
80、90后的吃货连续三年贡献了线上食品从超过70%的消费占比，是线上的消费主力；
从消费特性来看，80前、80后、85后是战斗力旺盛的吃货一族；而年轻吃货代表90后购买食品品类更多元。

2016-2018 线上食品各代际消费金额占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

2018 线上食品各代际购买力及消费品类数



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：购买力=全年消费规模/消费人数

大数据·全洞察

10

吃货日常的八个关键词

熬夜

懒人

地域特色

烹饪

老字号

颜值

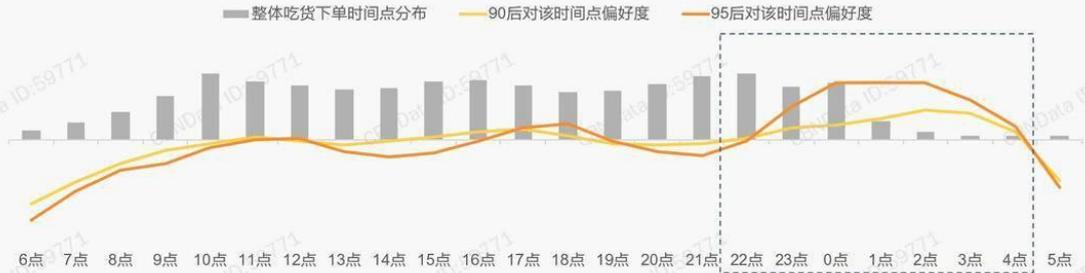
网红

小份装

“吃货”的日常：“吃”无关时间，深夜想吃就来一单

午餐前和晚餐后是消费者食品下单高峰时段。晚上10点后便是90/95后夜猫的天下，尤其凌晨0点到1点，95后下单比例显著高于其他代际。

2018 线上食品订单下单时间分布及代际偏好



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：偏好度=该时间段在该代际订单中占比 / 该时间段在整体人群中的订单占比 - 1

大数据·全洞察