

2020

谷物

消费趋势

# 2020线上健康谷物食品 消费趋势洞察报告

CBNDATA × 天猫TMALL.COM × 天猫美食  
第一财经商业数据中心 Tmall TASTY

© 2020 CBNDData. All rights reserved.





# TABLE OF CONTENTS 目录

- 第一部分：线上健康谷物市场发展总览
- 第二部分：线上谷物麦片消费者画像洞察
- 第三部分：线上谷物麦片消费趋势



01

# 线上健康谷物食品 市场发展总览

## 健康话题成全民C位关注点：减肥、营养、睡眠等问题受到密切关注

随着我国人们生活水平的提高，公众对健康生活方式的关注度也逐渐提高，健康期望值也不断提升，达8.8分；而现实往往不尽如人意：肥胖、熬夜、失眠等亚健康状态成为社会性问题，减肥、睡眠和营养受到密切关注。

人们健康期望值（满分10分）



8.8分

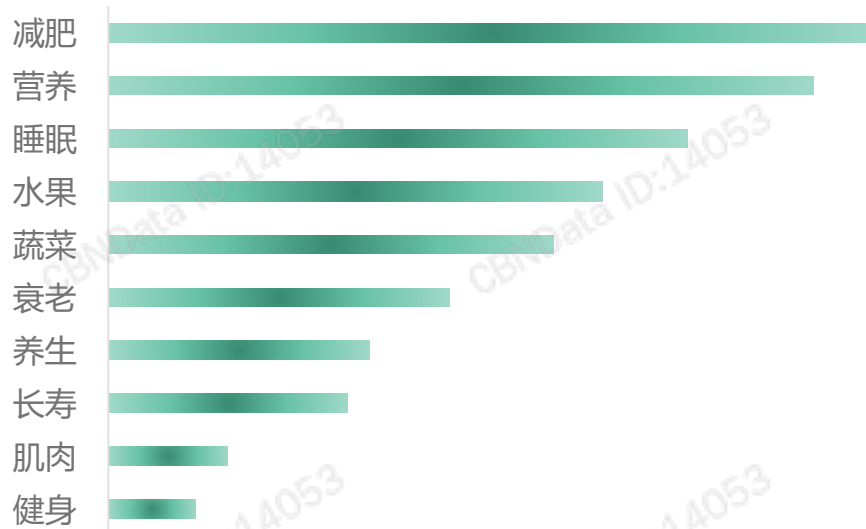
自评健康现状（满分10分）

6.2分

数据来源：丁香医生《2020国民健康洞察报告》

用户最关注的生活方式关键词TOP10

■ 单位（万）



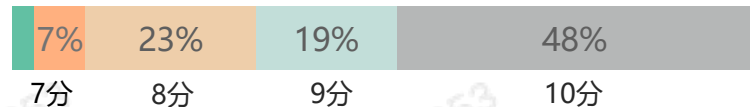
数据来源：腾讯新闻，全媒派ConTech《2019健康领域内容传播趋势报告》

# 好的生活从健康饮食开始，均衡的营养结构很重要

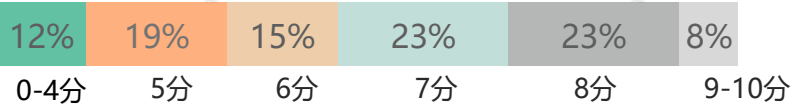
当减肥、营养、睡眠等话题成为公众关注的热门生活关键词，饮食的重要性不言而喻，饮食健康也成为用户最关注的内容，人们充分认可健康饮食的重要性。

饮食重要性打分 **均分9.2分**

0-6分, 3%



自身饮食健康度评分 **均分6.2分**



**83%**中国消费者会主动调整饮食预防健康疾病

数据来源：丁香医生《2020国民健康洞察报告》

## 健康领域最受用户关注的图文内容



数据来源：腾讯新闻，全媒派ConTech《2019健康领域内容传播趋势报告》

# 谷物食品作为维系人体能量的重要来源，在人们膳食结构中有着重要地位

“五谷”一说早在春秋战国时期就已经出现，距今已有超过2000年历史。谷物是指未经精细化加工或经碾磨、粉碎、压片等处理后仍保留了完整谷粒所具备的胚乳、胚芽、麸皮及其天然营养成分的谷物，在我国人民的膳食结构中，占有突出的地位。人体每天所需的热能60%-70%来源于谷类，所需的蛋白质有50%-70%由谷类及其制品提供。

## 中国居民平衡膳食宝塔（2016）



超过80%中国成年居民全谷物摄入不足。  
- 《中国成年居民粗杂粮摄入状况》

数据来源：中国营养学会，图片来自互联网

## 健康谷物食材举例



燕麦米

高粱

荞麦



黑米

小米

薏米

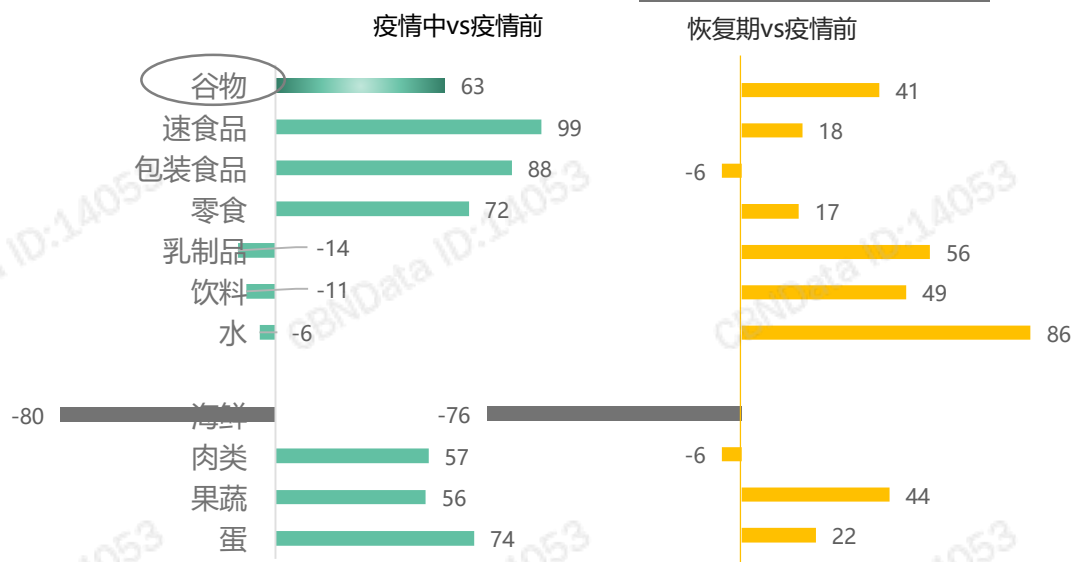
图片来源：互联网



# 谷物市场的“乘风破浪”：人们对健康意识的提升驱动了谷物市场的蓬勃发展

随着人们对于健康问题关注升级，疫情期间消费者也更愿意在购物篮中加入更多谷物和生鲜食品。更为便捷的线上渠道也更加方便消费者囤货，消费人数的迅速增长也驱动了线上谷物市场消费规模高速增长。

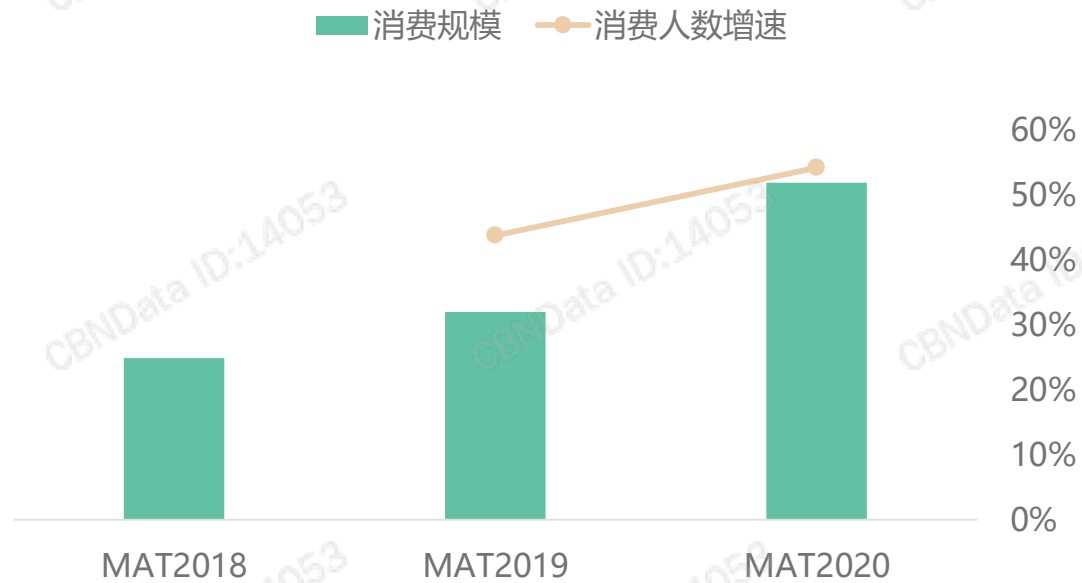
不同类别食物消费额变化



数据来源：麦肯锡《疫情之下中国消费者的4大趋势性变化》

统计时间段：20191201-20200510

MAT2018-2020 天猫健康谷物食品消费趋势



数据来源：CBNDData消费大数据

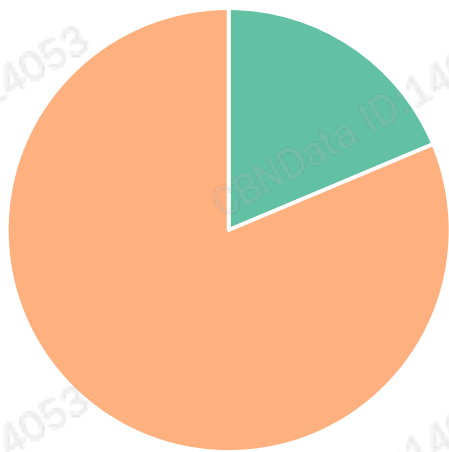
## 五谷杂粮，燕麦为王：以麦片为代表的健康谷物食品受到消费者青睐

线上健康类谷物食品类别丰富：既有以玉米、小米等为代表的原材料，和加工类谷物食品，如冲饮麦片、全麦面包等。近一年中，冲饮麦片成为最受消费者青睐的健康谷物食品。麦片由燕麦研磨加工而成，同普通大米、小麦面粉、荞麦面相比，燕麦有更高的蛋白质和膳食纤维，成为健康谷物食品中当仁不让的营养担当。

MAT2020 线上健康谷物食品

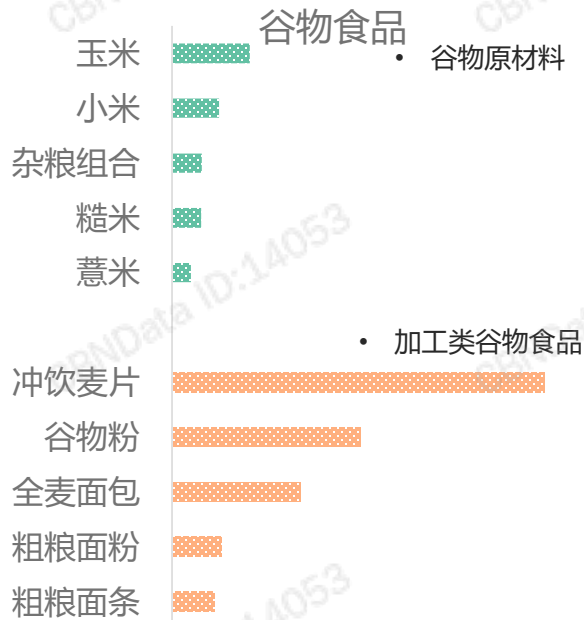
消费占比

■ 谷物原材料 ■ 加工类谷物食品



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2020线上细分不同类型畅销TOP5



数据来源：CBNDATA消费大数据

燕麦与大米、面粉、荞麦面的营养价值比较 (/100g)

	蛋白质 (g)	碳水化合物 (g)	脂肪 (g)	膳食纤维 (g)	铁 (mg)	维生素B1 (mg)	维生素B2 (mg)
稻米 (大米)	7.4	77.2	0.8	0.7	2.3	0.11	0.05
小麦面粉	11.2	73.6	1.5	2.1	3.5	0.28	0.08
荞麦面	11.3	70.2	2.8	5.5	7	0.26	0.1
<b>燕麦</b>	<b>15</b>	<b>66.9</b>	<b>6.7</b>	<b>5.3</b>	<b>7</b>	<b>0.3</b>	<b>0.13</b>

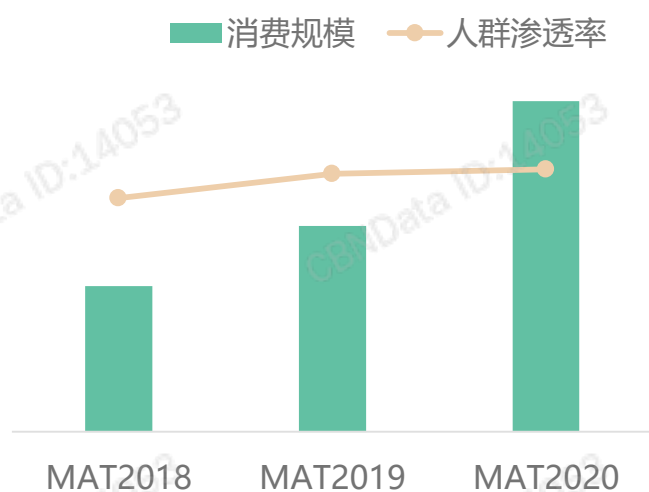
数据来源：《中国食物成分表2019》



# 线上麦片市场快速增长，中国麦片人均消费量仍有巨大提升空间

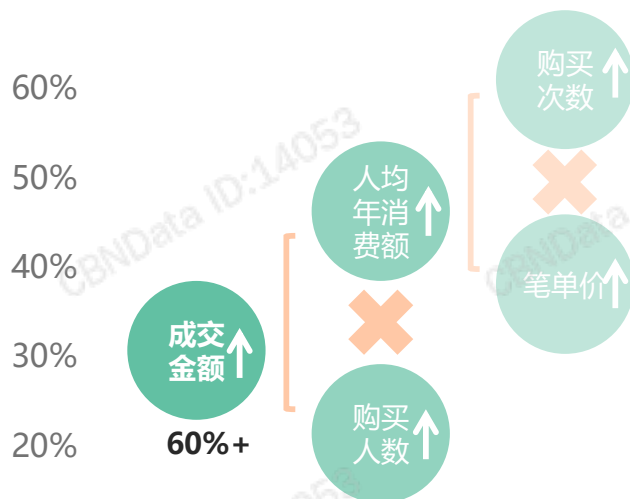
近两年线上冲饮麦片消费增速持续上涨，近一年增速超60%，麦片在整体健康谷物食品人群渗透率也不断提升。而相较于发达国家，中国消费者的人均麦片消费量还依然拥有巨大的成长空间，预计2024年中国麦片市场可达120亿。

MAT2018-2020 天猫冲饮麦片  
消费趋势

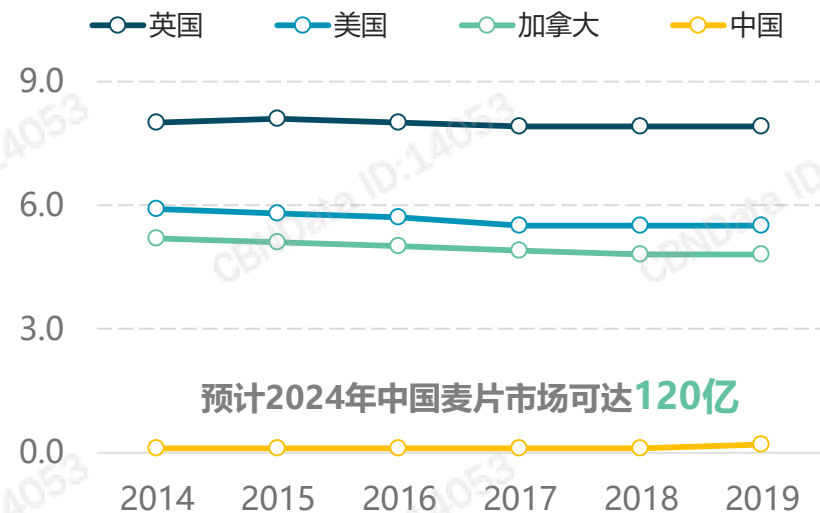


数据来源：CBNDData消费大数据，  
数据说明：人群渗透率=当年麦片消费人数/当年健康谷物市场消费人数

MAT2018-MAT2020 天猫冲饮麦片  
消费增长驱动因素拆解



2014-2019年不同国家早餐麦片  
人均消费量 (KG) 变化



预计2024年中国麦片市场可达120亿

数据来源：Euromonitor



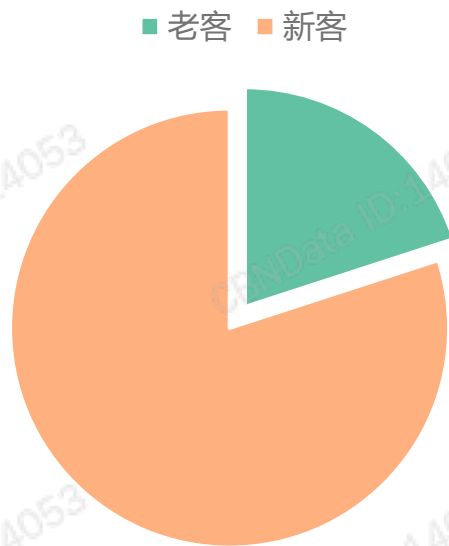
# 02

## 线上谷物麦片 消费者画像洞察

## 麦片市场每年涌入大量新客，疫情期间麦片消费激情逆势上涨

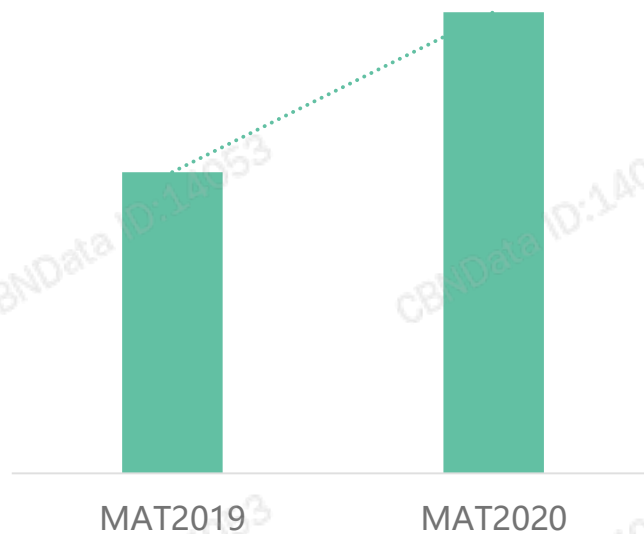
随着人们健康理念的加强，麦片成为越来越多人的营养选择，麦片市场每年有大量新客进入；甚至在疫情期间，许多消费者依然将麦片当作囤货佳品，1-3月消费较去年逆势上涨。

MAT2020 线上冲饮麦片新老客  
人数占比



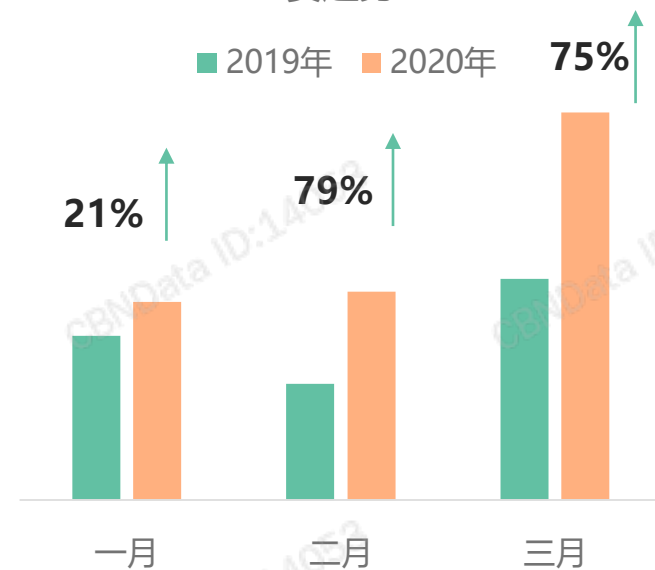
数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019-2020 冲饮麦片市场  
新客人数



数据来源：CBNDATA消费大数据

2019-2020年1-3月天猫麦片消  
费趋势

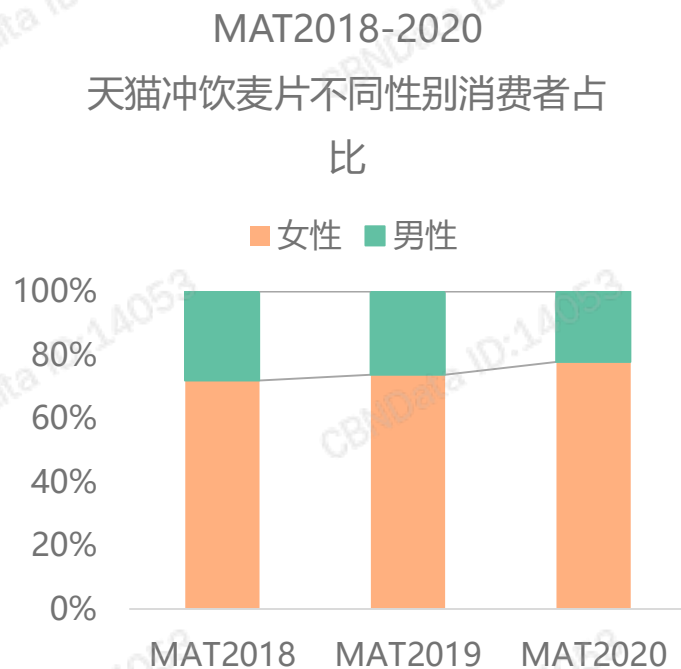


数据来源：CBNDATA消费大数据

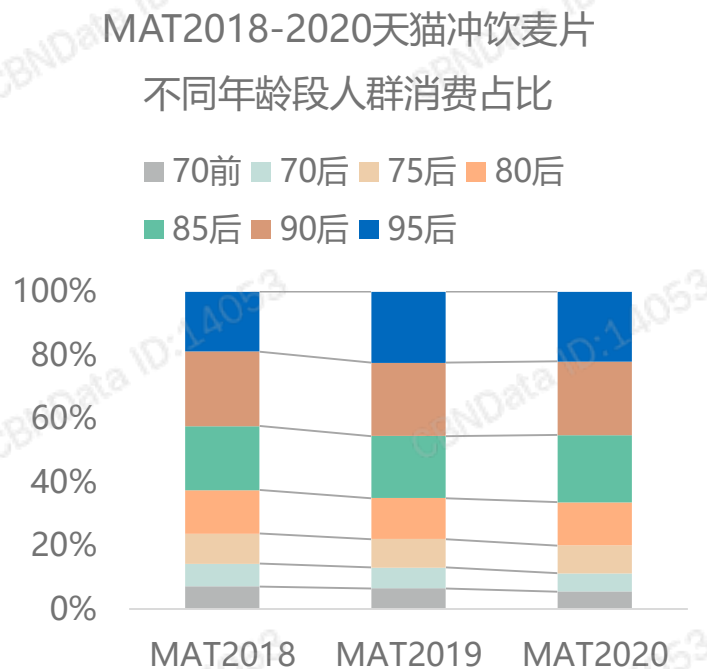


## 线上麦片市场女性消费占比近八成，年轻化及下沉趋势明显

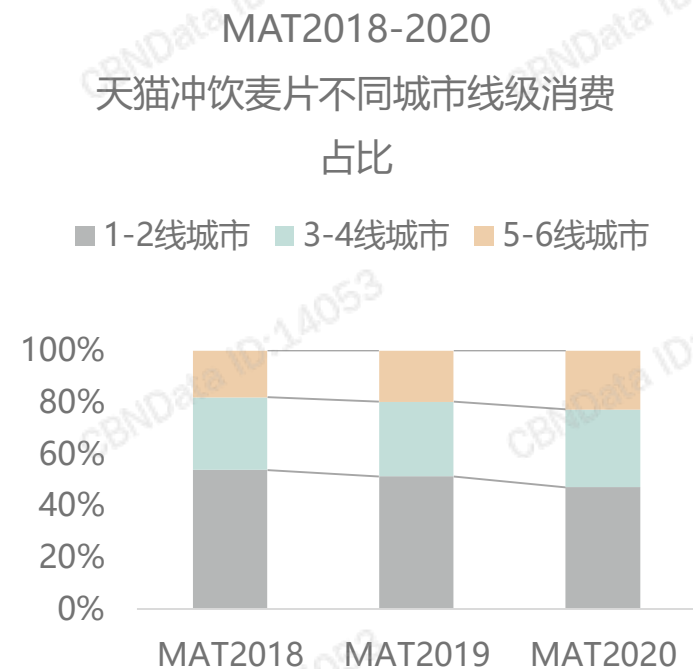
女性群体和以90、95后为代表的年轻人是线上冲饮麦片品类的消费主力，而随着人们对于健康意识的普遍提高，麦片消费也不再是高线城市的专属，3线及以下城市麦片消费提升显著。



数据来源：CBNData消费大数据



数据来源：CBNData消费大数据

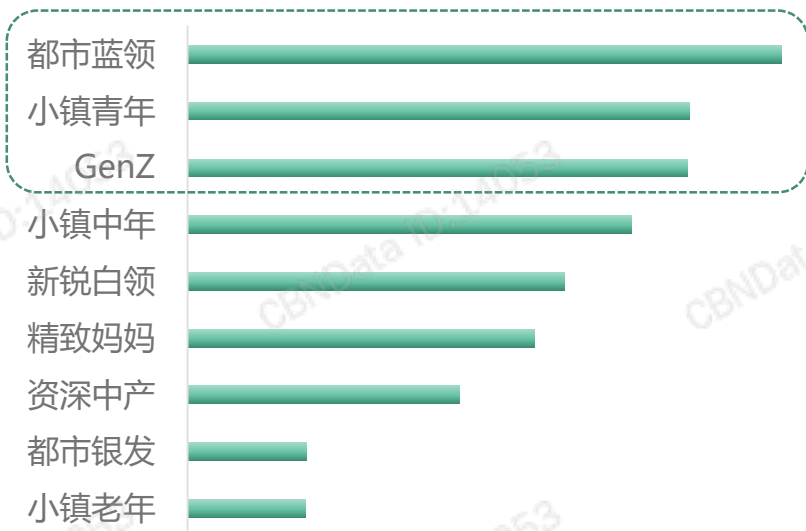


数据来源：CBNData消费大数据

## “全民”麦片时：精致妈妈及小镇中年人群麦片消费热度提升

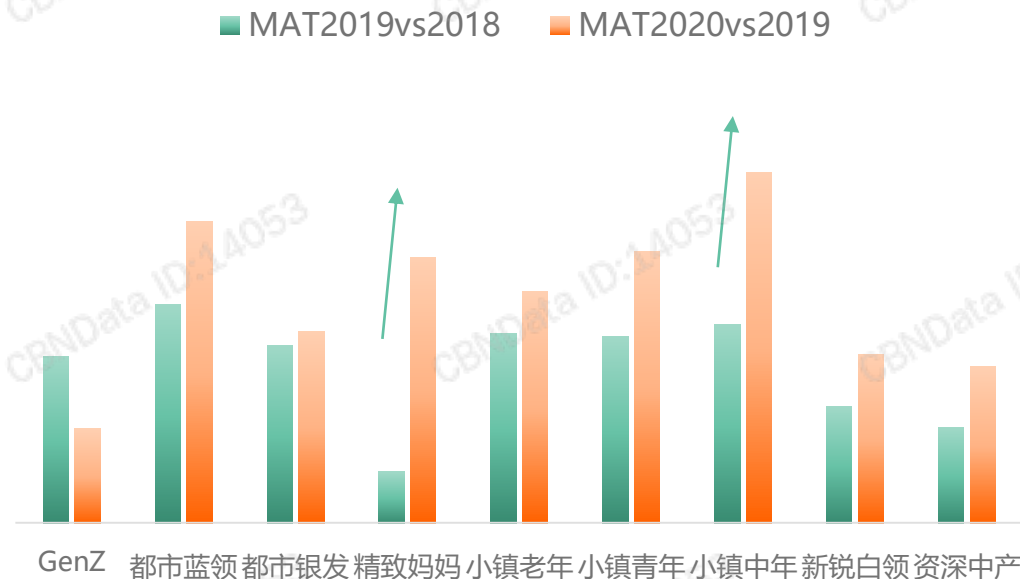
麦片本身营养丰富，食用方法简单，不管是在都市蓝领、小镇青年，还是Z世代，都格外受到青睐。而从近一年不同特征人群麦片消费增速来看，重视全家营养的精致妈妈及健康意识不断提升的小镇中年人群，消费潜力快速释放。

MAT2020 特征人群麦片消费规模



数据来源：CBNDATA消费大数据

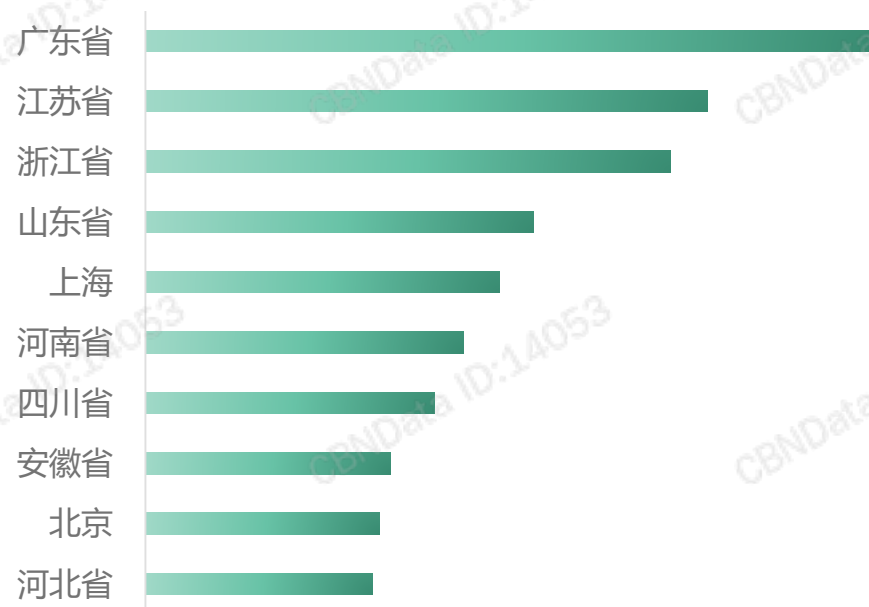
MAT2018-2020天猫特征人群麦片消费金额增速



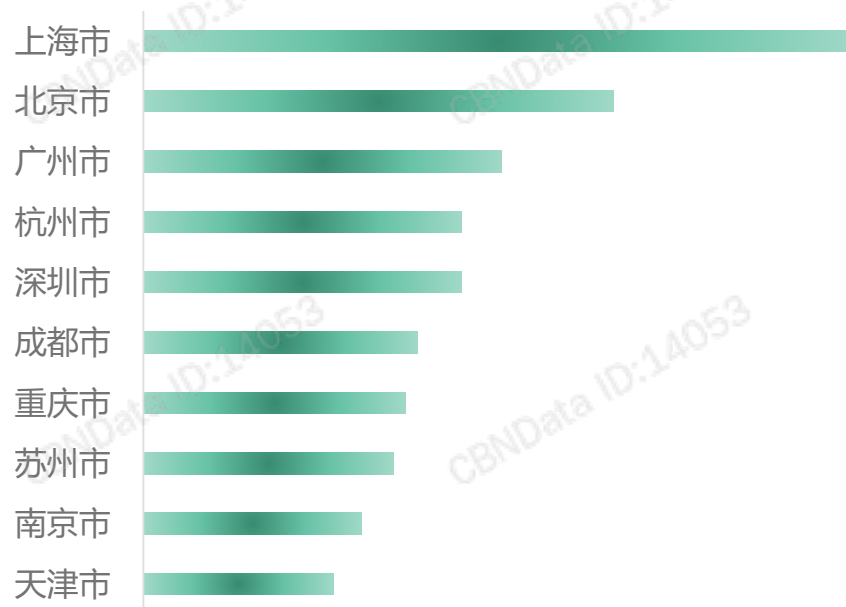
数据来源：CBNDATA消费大数据

# 谁是麦片消费“大户”？——江浙沪外，山东及河南人民麦片消费热情高

MAT2020 天猫冲饮麦片消费TOP10省份



MAT2020 天猫冲饮麦片消费TOP10城市



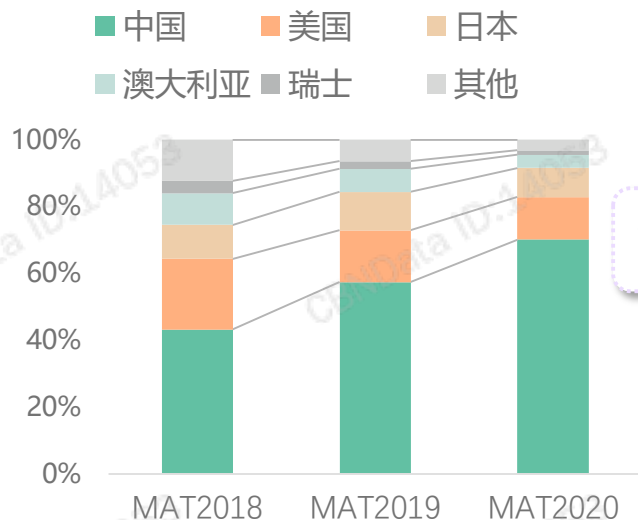
数据来源：CBNDData消费大数据，排名根据消费金额确定



# 国产品牌越来越受到消费者肯定，足不出户可吃遍世界优质麦片

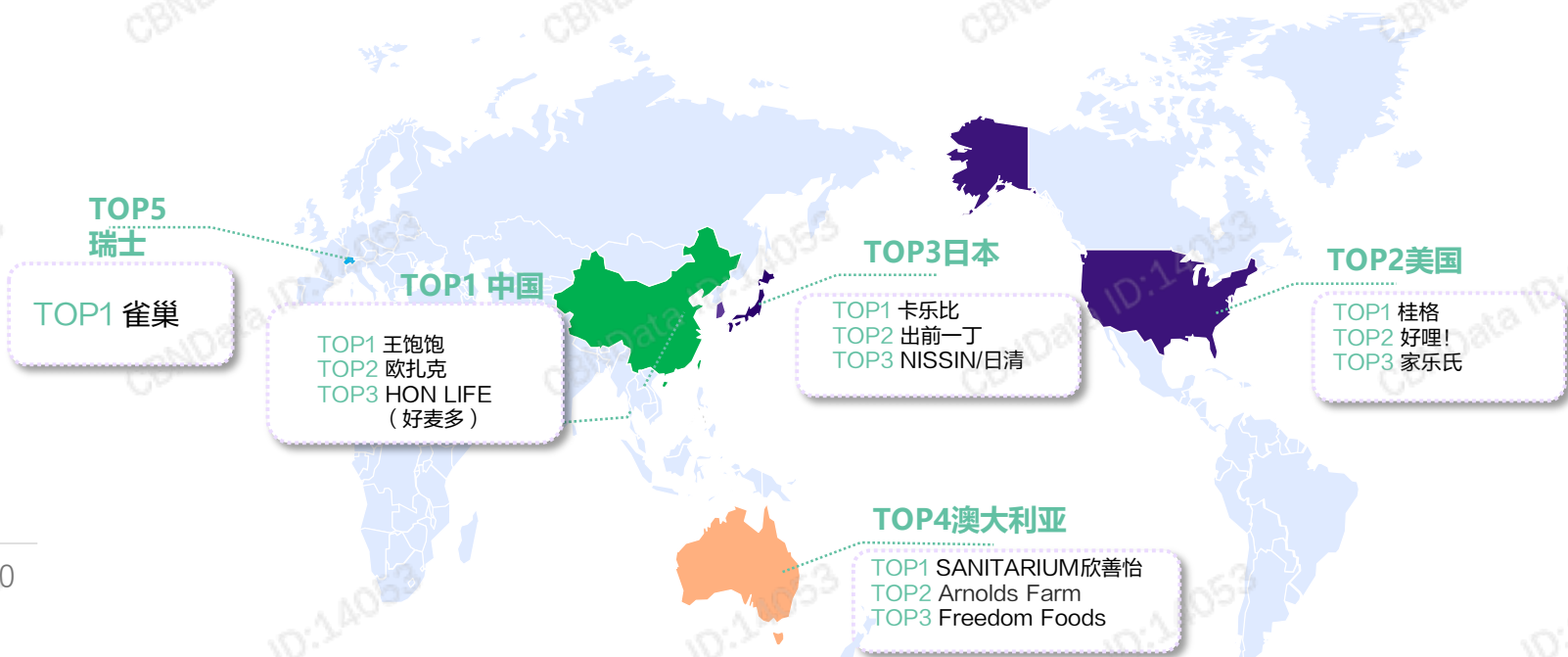
国别来看，天猫国产品牌麦片消费占比逐年提升；进口麦片中，美国和日本品牌的麦片颇受消费者欢迎。电商平台为消费者提供了便捷的购买渠道，消费者足不出户，便可挑选到自己心仪的麦片。

MAT2018-2020天猫不同国别品牌冲饮麦片消费占比



数据来源：CBNData消费大数据，国别为品牌归属地

MAT2020 天猫冲饮麦片TOP5国别及TOP3品牌



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：国别及品牌排名根据销售额排序



# 03

## 线上谷物麦片 消费趋势

## 线上麦片消费趋势





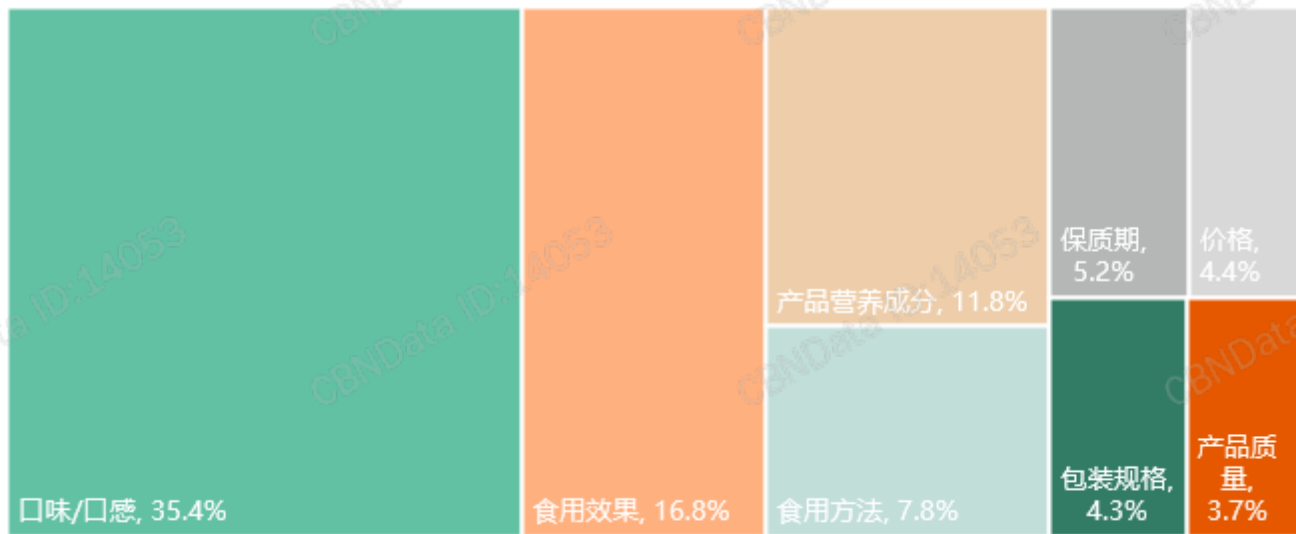


口味惊喜不重样，  
健康不减分

# 健康与美味兼得：口味/口感一直是消费者麦片消费最关心的问题

MAT2019 天猫冲饮麦片人群关心的问题-问大家版块

■ 口味/口感    ■ 食用效果    ■ 产品营养成分    ■ 食用方法  
■ 保质期    ■ 价格    ■ 包装规格    ■ 产品质量



不同类型关注问题列举

- 口味/口感：好吃吗？甜吗？
- 食用效果：可以减肥吗？可以减脂吗？吃了能不能瘦？
- 食用方法：直接吃？可以用微波炉吗？可以搭配酸奶吗？
- 产品成分：成分表有吗？里面水果干多吗？里面酸奶块多吗？
- 包装规格：里面有几包？一袋能吃多久？
- 保质期：日期新鲜吗？保质期多久？
- 适用人群：糖尿病人可以吃吗？哺乳期可以喝吗？

数据来源：CBNDData消费大数据

数据说明：关心的问题来自“问大家”板块；比例为有多少人在“问大家”中提及了该问题

数据说明：以上仅为部分问题列举

## 麦片加工工艺不断提升，消费者实现“0秒”美味入口

燕麦作为公认的营养价值仿佛的健康谷物食品，原先需要消费者精心烹煮。之后越来越多即食燕麦片上市，忙碌的上班族只需开水冲泡，而膨化谷物、烘焙麦片的出现，在保留燕麦营养的同时丰富了口感，食用方法自由，干吃冷泡皆宜，真正实现“0秒”美味入口。麦片加工工艺的进步给了消费者更多美味选择的空间。

不同加工品种的麦片“进化”史

食用便捷性



原麦煮食



熟麦冲泡



膨化谷物即食



烘焙麦片



工艺及口感丰富度

图片来自各品牌天猫旗舰店  
大数据·全洞察

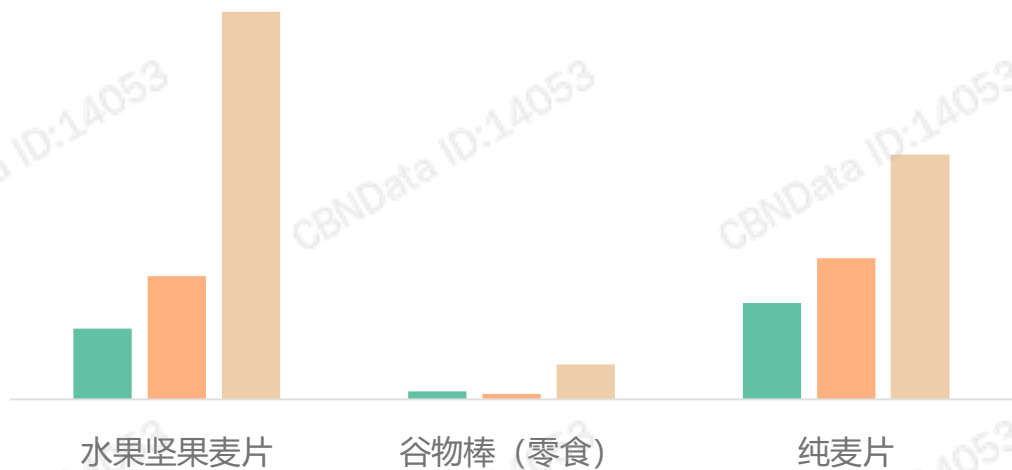


## 选择多元，营养不减分： 产品工艺的丰富度催生出更多细分类型的麦片，满足不同消费者的”挑剔“味蕾

从原味至上的即食纯麦片，到水果、坚果加酸奶等成分的“口味”碰撞，还有饱腹趣味二合一的谷物棒；多种类型麦片食品可供选择，让消费者轻松实现营养与美味兼得的快感与满足。

MAT2018-2020 天猫不同类型麦片消费占比

■ MAT2018 ■ MAT2019 ■ MAT2020



数据来源：CBNData消费大数据；水果坚果麦片包含带酸奶成分的水果坚果麦片。



自然原味即食纯麦片

全谷物优先选择



“颜值”控的爱：水果坚果（含酸奶块麦片）



“懒人”式美味享受：谷物棒

图片来自天猫各麦片官方旗舰店

# 当原味麦片遇上“网红”口味，吃的健康更有惊喜

在大家传统印象中，麦片泡牛奶是绝佳的早餐搭配，而近几年，越来越多成分的加入，使得麦片口感层次变得更加丰富多彩，甚至消费者还能吃到一些意想不到的味道，如榴莲、芝士等。

天猫冲饮麦片代表口味举例



数据来源：CBNDData消费大数据

代表性“网红”款麦片举例

经典口味拥趸：  
原味、牛奶味麦片最爱



“重口味”麦片爱好者：  
榴莲、芝士是绝配



“小清新”口味麦片粉丝：  
蜜桃乌龙、酸奶味道沁人心



“文艺感”口味麦片爱好者：  
抹茶红豆、不会错过



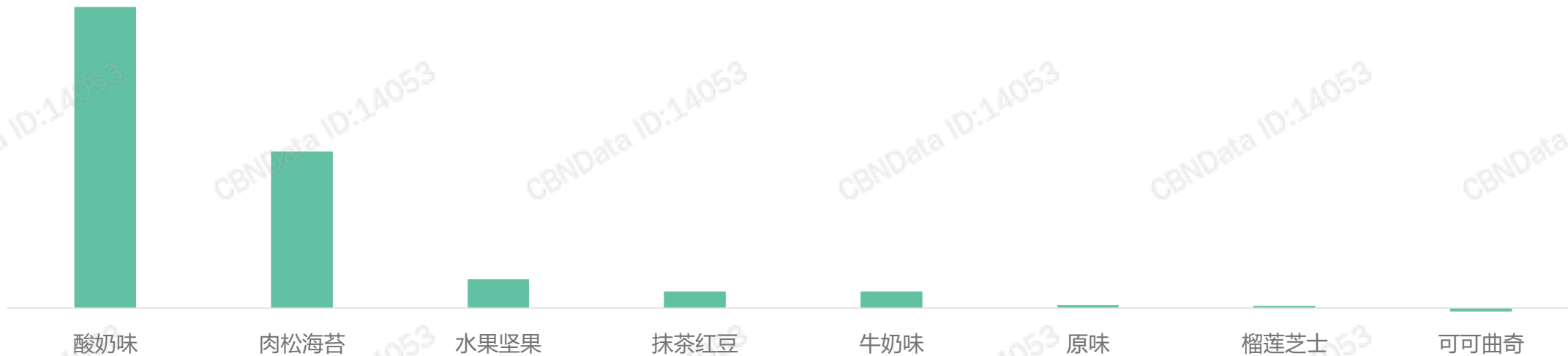
图片及资料来自天猫各品牌官方旗舰店

## 酸奶口味麦片成最大“黑马”，俘获消费者芳心

含有酸奶块成分的麦片近一年在众多口味麦片中脱颖而出；而被经常用在西式糕点中的肉松及海苔，也被越来越多地加到麦片中，也成为热门新口味，热度仅次于酸奶麦片。

MAT2019-2020不同口味麦片消费增速

■ 同比增速



数据来源：CBNDATA消费大数据，其他口味由于体量太小故不显示。



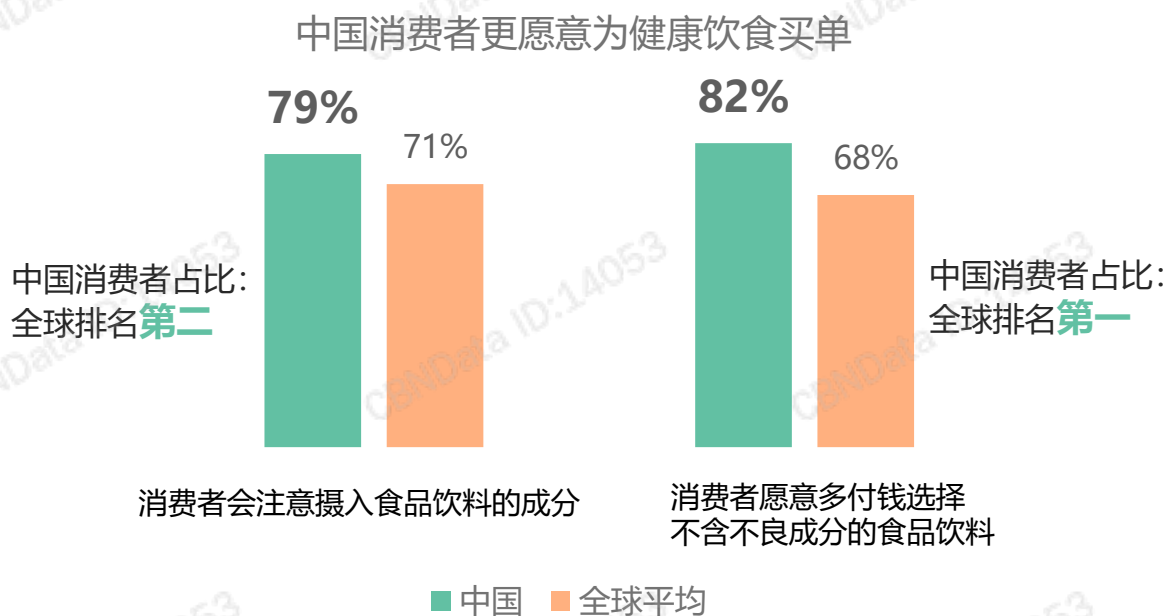


高纤低脂成潮流，  
轻盈养生无负担



## 消费者关注麦片成分及概念，引领麦片包装升级

如今随着消费者健康意识的不断提升，中国消费者愿意为健康、安全的产品买单，这也驱动了越来越多麦片的包装升级，包装正面清晰显示产品的膳食纤维、糖分、热量等，也是侧面作为更好的健康提醒。



数据来源：尼尔森

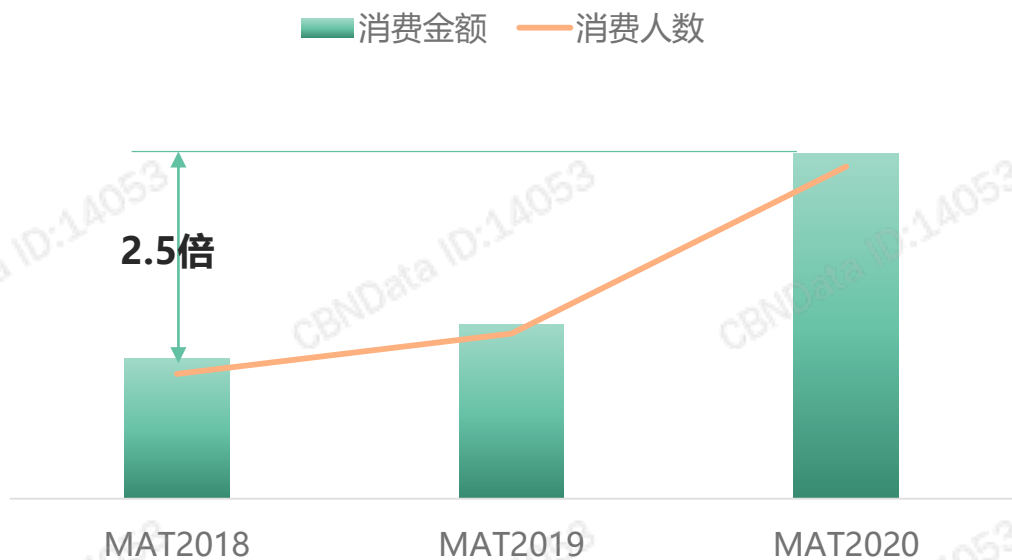


资料来源：天猫品牌官方旗舰店

## 回归原味：无糖零添加，高纤低脂款麦片流行

当减肥和营养成为国民最关心的生活方式相关关键词，低卡、高纤、无糖等无添加更健康的饮食理念也逐渐兴盛，驱动了线上更天然无负担的无糖麦片的发展。

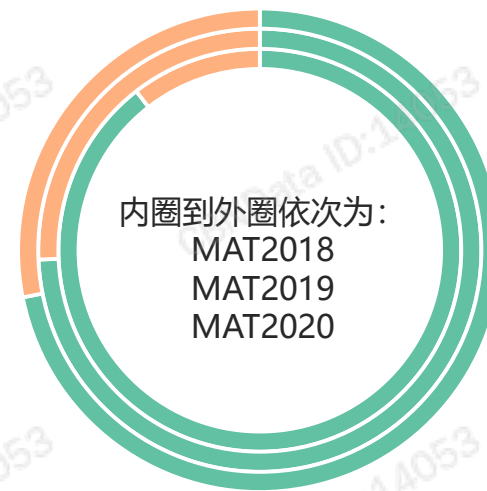
MAT2018-2020 天猫高纤低脂麦片消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2018-2020 线上无糖/含糖麦片消费占比

■ 含糖 ■ 无糖麦片



数据来源：CBNDATA消费大数据，无糖包括不含糖和无添加蔗糖

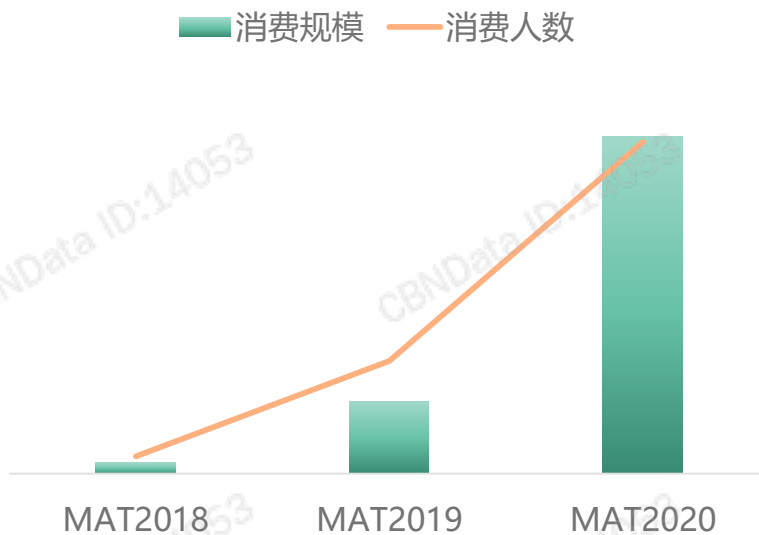
## 回归原味：燕麦麸皮成硬核“网红”，为健康保驾护航

燕麦麸皮就是包裹燕麦的那层皮，不仅能带来超强饱腹感，还含有极丰富的膳食纤维。伴随着消费者对更天然更营养的麦片产品的诉求，燕麦麸皮以其纯天然口感和高营养价值，悄然晋升成为硬核健康单品。



图片来源于 careplus海外旗舰店

MAT2018-2020 天猫燕麦麸皮类产品  
 消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据，燕麦麸皮类产品包括燕麦麸皮及添加了麸皮的麦片

燕麦麸皮产品消费者评论举例



开袋能闻到淡淡的燕麦香，用焖烧杯15分钟就焖透了，口感滑糯，用附赠小勺子两平勺的量一人吃就足够了，有饱腹感。





科学营养供给，  
覆盖多元场景





## 早餐、代餐不再是消费者食用麦片的唯一场景诉求，更多细分场景出现

越来越多人将麦片作为早餐最佳选择；而麦片也渐渐深入到消费者日常生活场景中：不管是下午茶，还是旅游、拜访好友需要送礼，还是加班后困顿时想吃点零食，也有越来越多消费者选择口味多元的麦片，能获得营养的同时，饱腹无负担。

MAT2020 天猫谷物麦片主要场景消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

备注：同一件商品可以对应多个场景，因此各场景的销售占比的总计会大于100%

## 专属营养呵护：针对更多细分人群的麦片产品受到欢迎

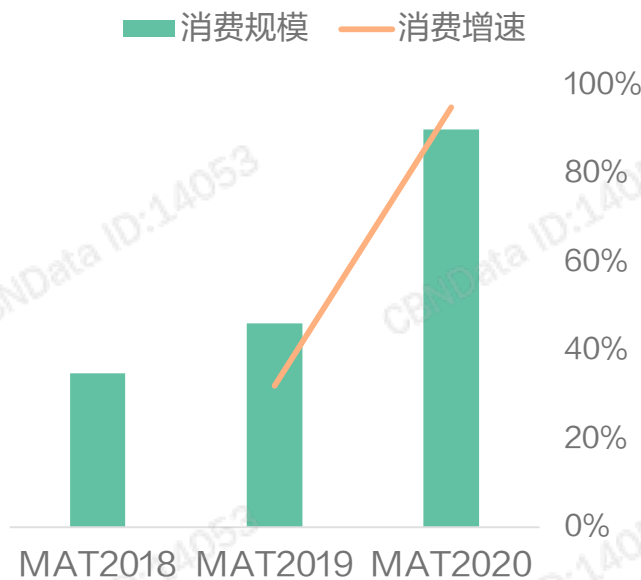
除了口味丰富度外，市场上出现了很多更多针对细分人群的麦片产品，如主打0添加多营养的孕妇麦片，还有加钙高铁成分突出的学生/儿童麦片、中老年麦片等。以儿童/学生麦片为例，近一年消费增速超90%，为了贴合儿童特色，在产品外包装也添加更多卡通元素，颇受消费者欢迎。

针对不同细分人群的麦片产品举例



图片来自各品牌旗舰店

MAT2018-2020天猫  
儿童/学生麦片消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

儿童早餐麦片举例



为更贴近儿童兴趣点，麦片产品包装配色更为大胆，充分运用卡通形象



图片来自品牌旗舰店



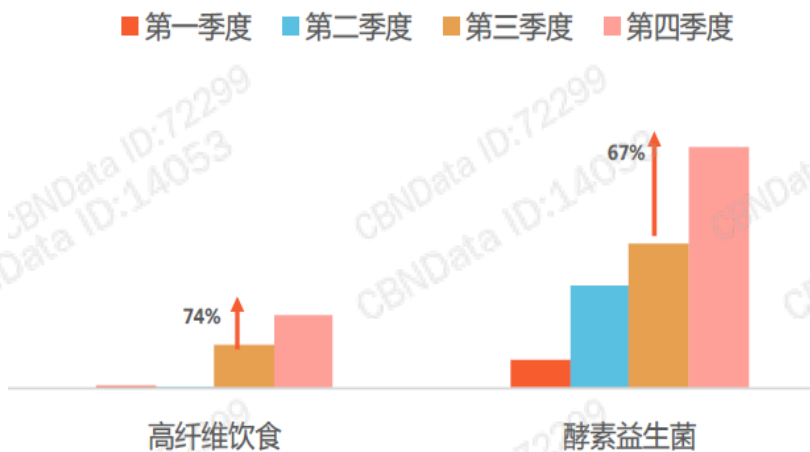
**多元成分添加，  
健康加倍更安心**



## 当天然麦片遇到功能性成分：益生菌、胶原蛋白等保健元素纷纷加入麦片

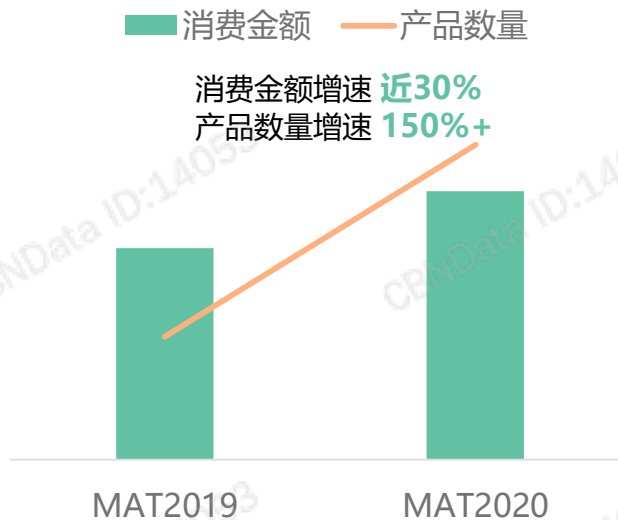
随着美容养颜、养生送礼等细分场景需求的蓬勃发展，麦片除了跟水果坚果碰撞出“浪漫”的火花外，也有不少产开始添加更多功能保健型元素，如益生菌、胶原蛋白等。这一方面丰富了麦片本身的营养效果，也满足了消费者更丰富的场景与诉求。

2018下半年-2019上半年 功能性成分 养生新品  
市场规模



数据来源：CBNDATA线上消费大数据

MAT2019-2020 线上添加保健成分的麦片消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据  
功能成分包括：益生菌/乳酸菌/益生元/胶原蛋白/酵素等保健成分

添加保健成分麦片产品举例

酸奶果粒**益生元**抹茶青汁麦片

果脆大果粒**乳酸菌**麦片营养早餐

水果坚果谷物即食零食早餐谷物麦片**乳酸菌味**

奇亚籽谷物酸奶**胶原蛋白**桂花燕麦片

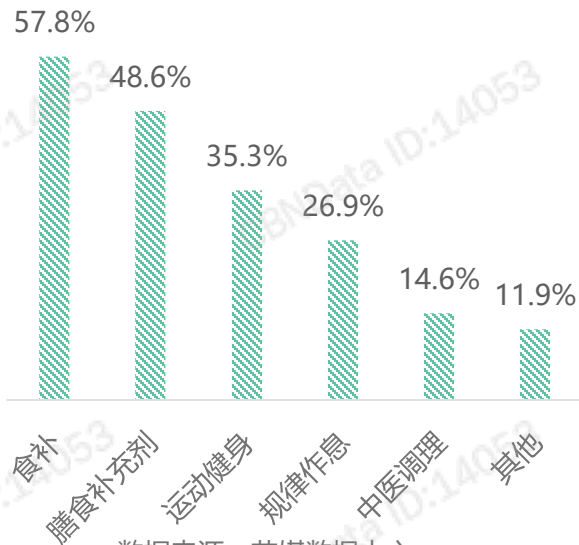
进口**胶原蛋白天麻茶**玉米代餐麦片

资料来源：天猫

## 功能性成分外，麦片中食补材料加入，奇亚籽、红枣、紫薯颇受欢迎

受中华传统文化影响，直至现在依然有57.8%的消费者会将食补作为养生保健的首选方式，也有越来越多买片产品中添加杂粮杂豆、甚至是其他食补成分。奇亚籽富含人体必需脂肪酸α-亚麻酸和多种抗氧化活性成分，成为近一年最畅销的食补成分，而传统食补成分红枣紧随其后。

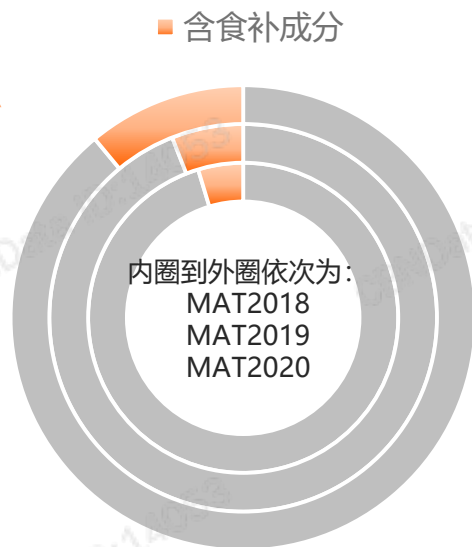
57.8%的消费者会将食补作为养生保健的首选方式



数据来源：艾媒数据中心

《2019-2020中国保健品行业研究报告》

MAT2018-2020添加食补配方的麦片消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据

食补成分包括杂粮杂豆，种子类等，如奇亚籽、藜麦、红豆、黑豆、绿豆、黑米紫米等

MAT2020 天猫冲饮麦片中食补成分TOP10



数据来源：CBNDATA消费大数据

# 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年7月-2019年6月（滚动年三年 MAT2017-MAT2019）

MAT2017: 2016.7.1-2017.6.30

MAT2018: 2017.7.1-2018.6.30

MAT2019: 2018.7.1-2019.6.30

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

联系我们: [Data@dtcj.com](mailto:Data@dtcj.com)

商务合作: [BD@dtcj.com](mailto:BD@dtcj.com)

加入我们: [JOB@dtcj.com](mailto: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。

「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

**CBNDATA**

第一财经商业数据中心

**大数据 · 全洞察**