

2020

蜜饯

消费趋势

# 2020天猫蜜饯 消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 TMAIL.COM

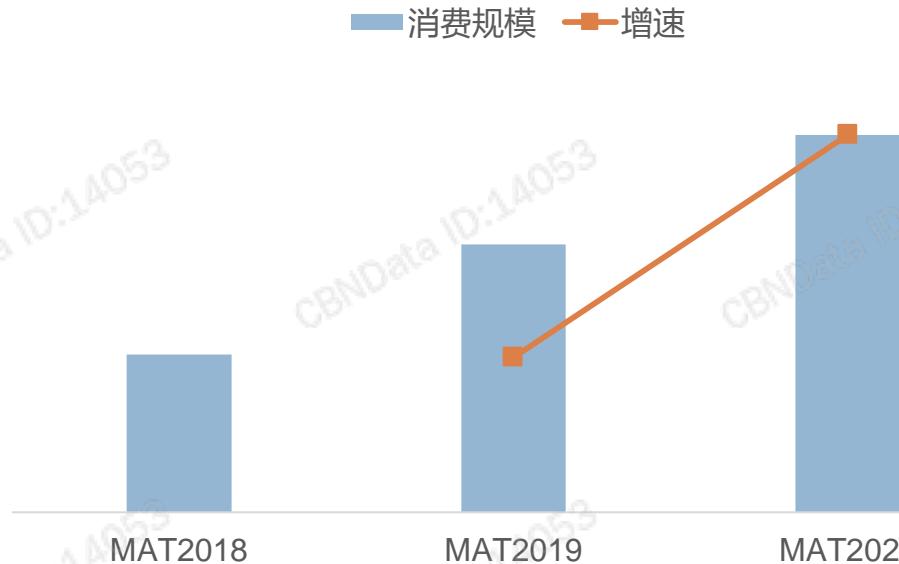
第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.



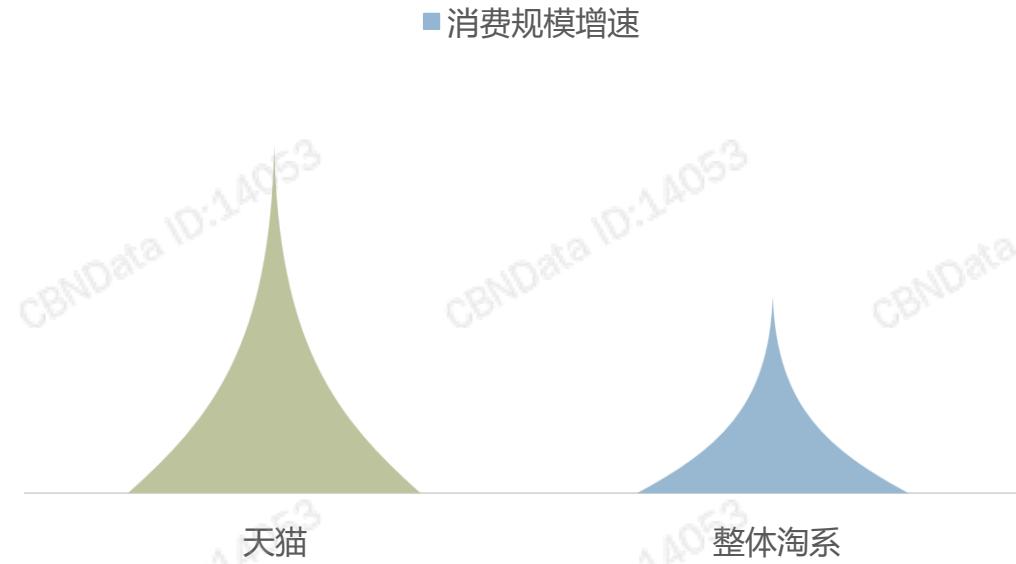
蜜饯作为我国传统食品，依然深受消费者喜爱  
天猫平台以其丰富的货源、不断入驻的丰富品牌，引领线上蜜饯市场发展

MAT2018-MAT2020天猫平台蜜饯零食消费规模  
趋势及增速



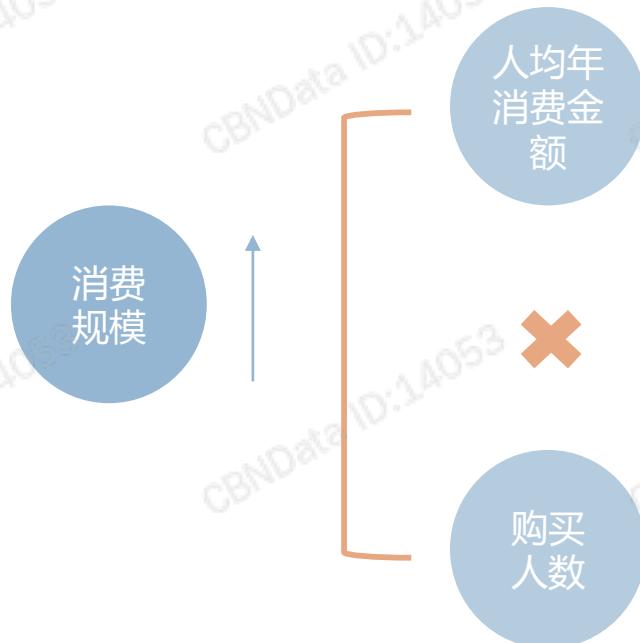
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020蜜饯零食分平台消费规模增  
速



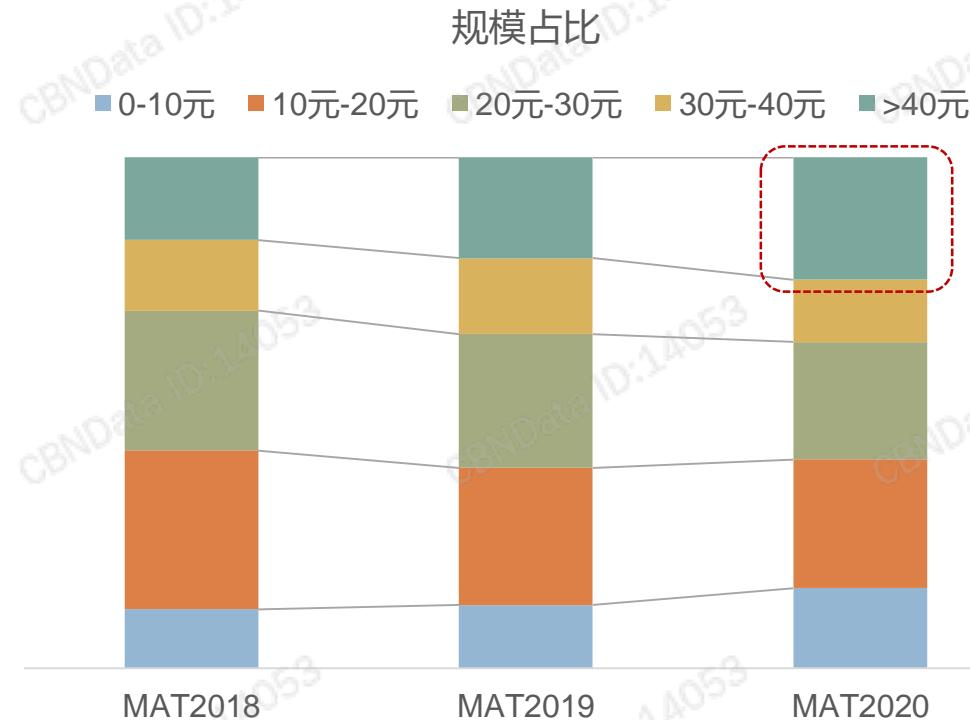
数据来源：CBNData消费大数据

# 消费人数提升成为蜜饯品类增长主要驱动力 高价位段消费占比提升显著，消费升级尽显



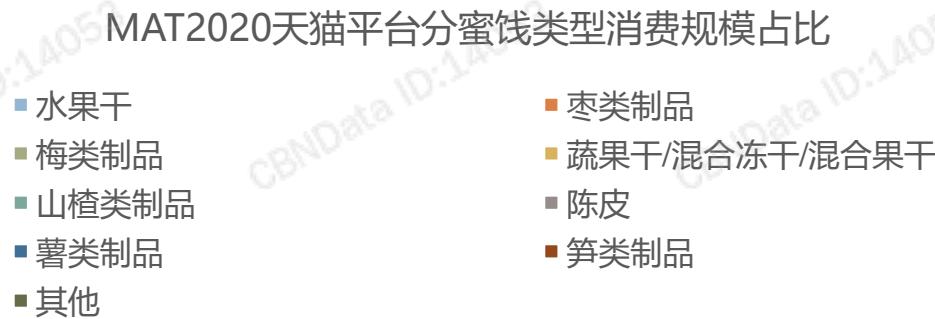
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020天猫蜜饯零食分价格段消费



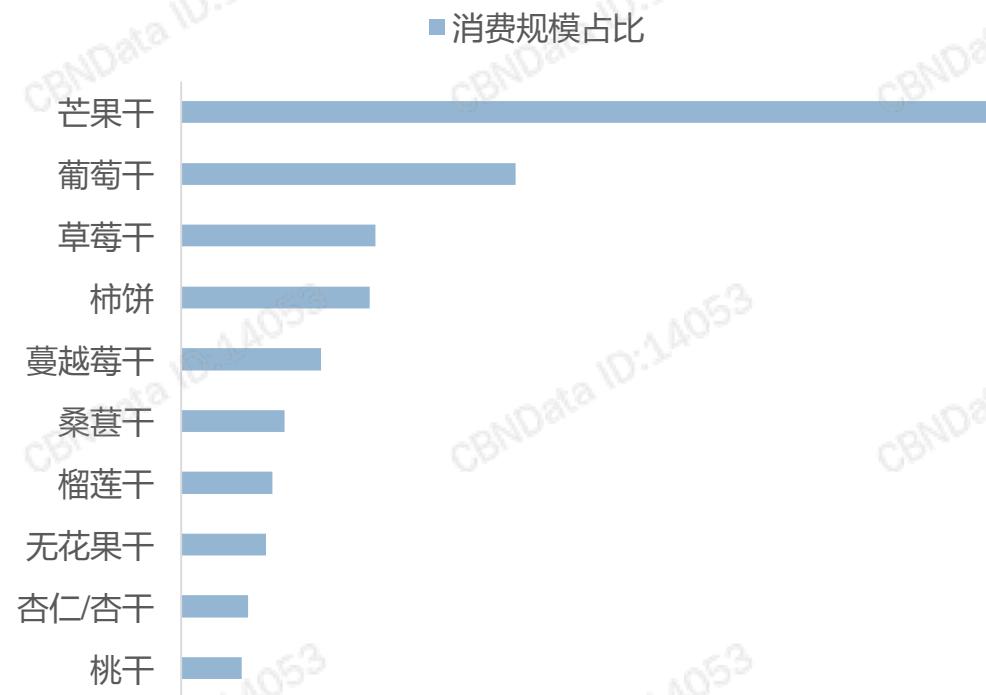
数据来源：CBNData消费大数据

# 蜜饯中水果干、枣类制品和梅类制品最受欢迎



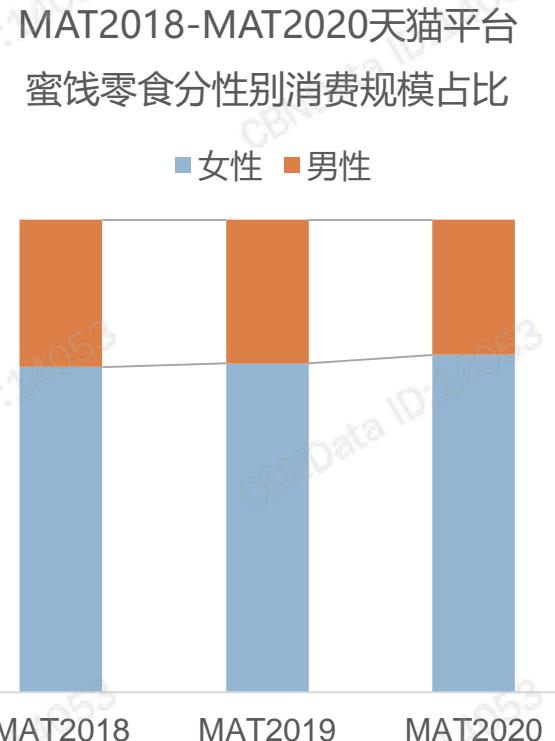
数据来源：CBNData消费大数据

## MAT2020天猫平台热销水果干类型TOP10

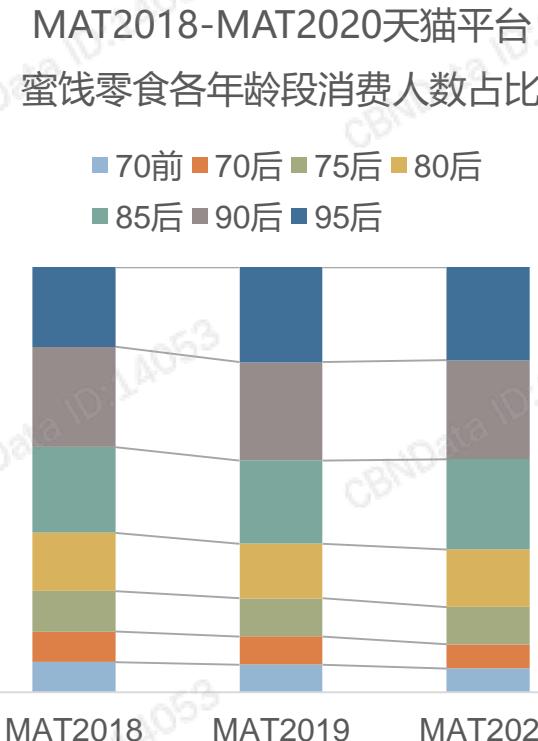


数据来源：CBNData消费大数据

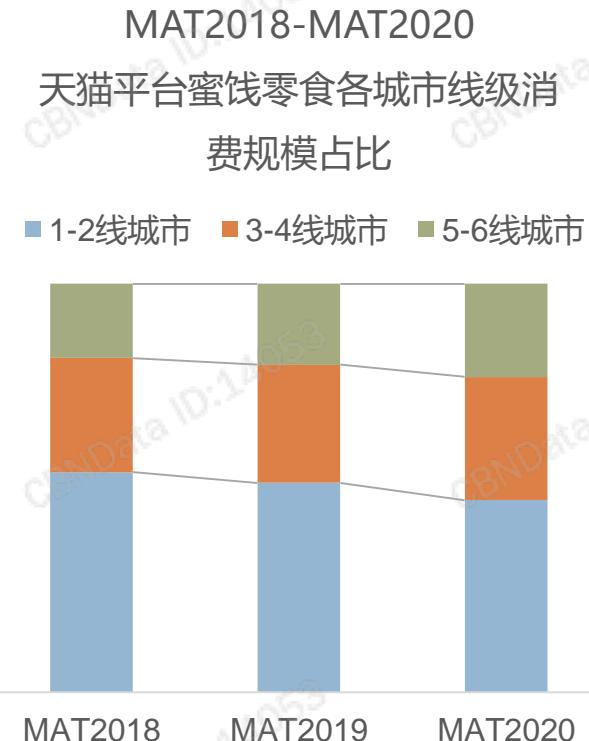
# 消费者画像：女性尤“嗜甜”，90/95后消费占比近“半边天”，下沉趋势明显



数据来源：CBNData消费大数据



数据来源：CBNData消费大数据



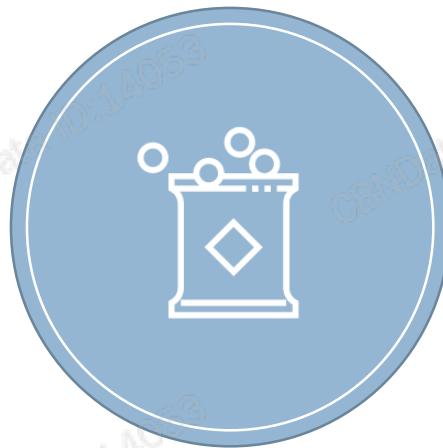
数据来源：CBNData消费大数据

# 滋补零食、健康无添加、创新冻干成为蜜饯消费新热点

MAT2020天猫平台蜜饯零食关联搜索词



## 蜜饯品类发展新趋势



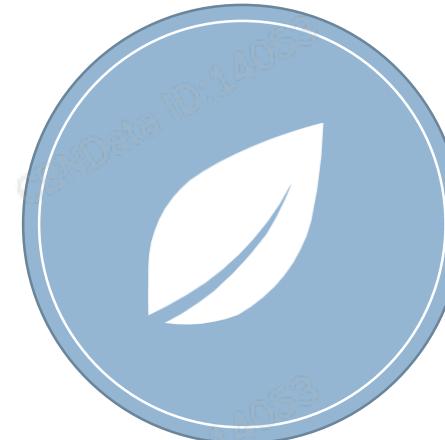
### 枣类零食化

便捷、小包装枣类零食



### 饮食滋补

药食同源、滋补类蜜饯



### 纯净美味

安全无添加、美味创新产品



### 趣味包装

新奇包装，激发购买热情

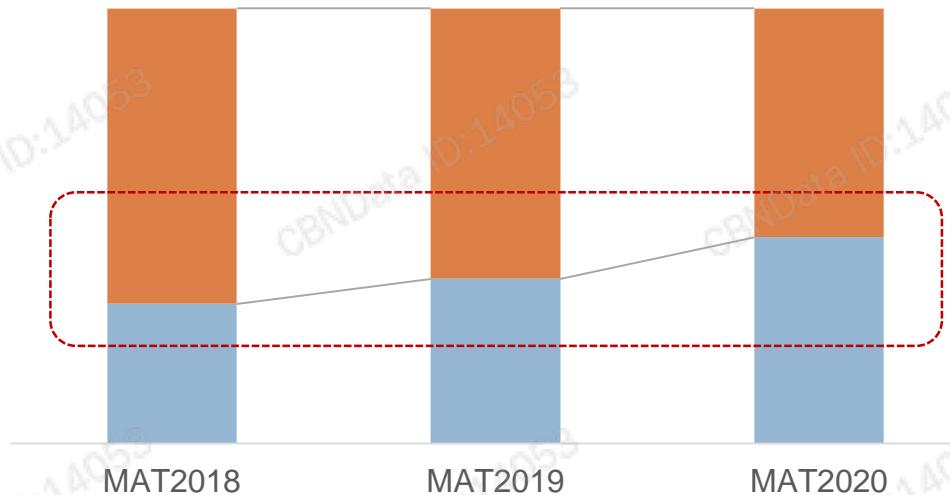
2.1

枣类零食化

# 枣类市场渐向零食化转型，枣夹核桃备受关注

近三年，零食枣消费占比提升明显呈现出蓬勃的发展势头，枣夹零食脱颖而出成为热销品类。

MAT2018-MAT2020天猫平台原生枣与零食枣消费订单数占比  
■ 零食枣 ■ 原生态枣

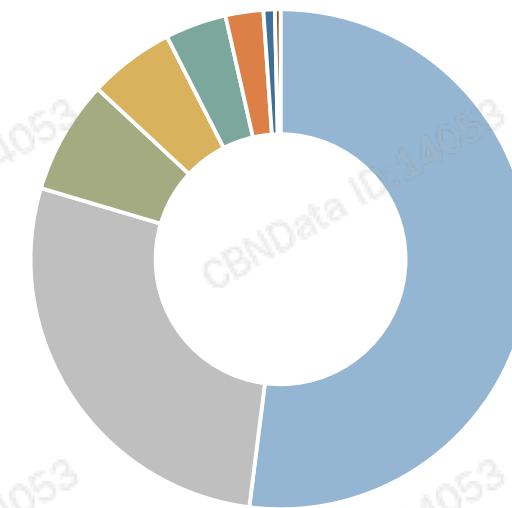


数据说明：零食枣圈定 - 枣夹|脆枣|冻干|锁鲜枣|酸枣|酸味枣，原生态枣圈定 - 除了零食枣以外的所有枣类

数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫平台零食枣细分类型消费规模占比

■ 枣夹核桃 ■ 脆枣 ■ 枣片 ■ 蜜枣 ■ 酸枣 ■ 锁鲜枣 ■ 胡杨枣 ■ 冻干枣



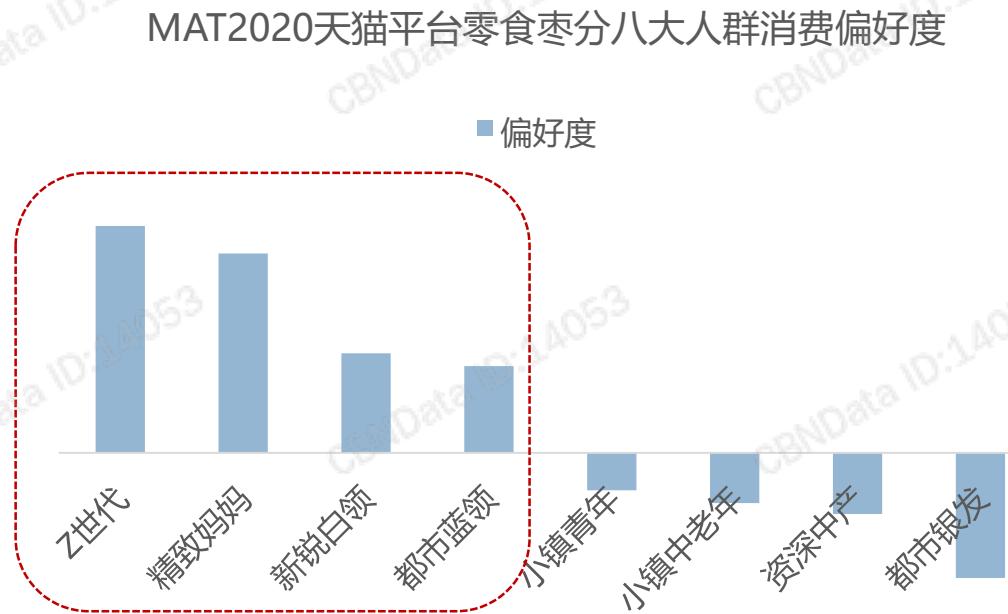
好想你每日  
枣夹核桃



数据来源：CBNData消费大数据

# 年轻一代引领零食枣消费，即食便携、口感丰富成为关键

以Z世代为代表的年轻一族展现出极大的消费偏好，相较于传统原生枣的煲粥煮汤，即食便携、口感丰富成为零食枣消费的重要关注点。



数据来源：CBNData消费大数据

## 零食枣评论关键词

小包装甜 鲜嫩 方便  
 随身携带 物美价廉 便捷  
 酥脆 美味 皮薄肉细  
 易撕 小袋装 品质保障  
**无核枣**  
 独立包装 健康  
 香脆可口

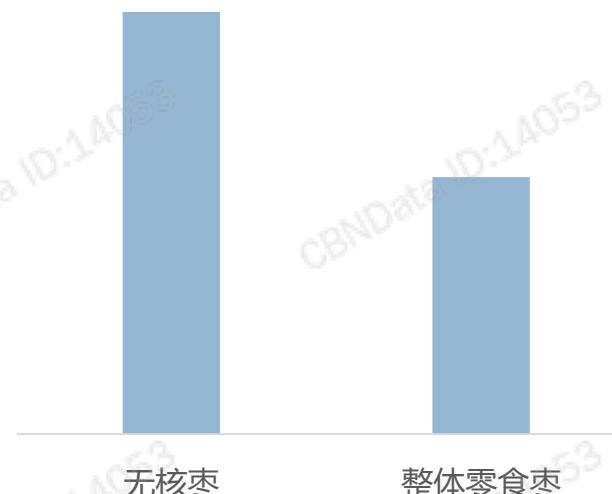
数据来源：CBNData消费大数据

# 无核化成为风潮，脆枣最具消费热度

无核零食枣越发的受到关注，其订单量增速明显高于整体零食枣；从品类细分来看，消费者对脆枣更具选购热情，酥脆清甜的口感搭配浓郁的果香，充分满足味蕾的享受。

MAT2020天猫平台无核枣与整体枣类制品消费订单数增速

■ 消费订单增速

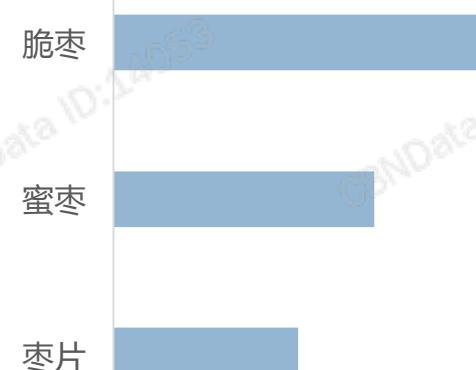


数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020天猫平台无核零食枣分品类消费热度

TOP3

■ 消费热度



数据说明：消费热度 – MAT2020消费规模增速排序

数据来源：CBNData消费大数据

无核脆枣热门商品举例

好想你 – 甜心脆



三只松鼠 – 白桃脆枣



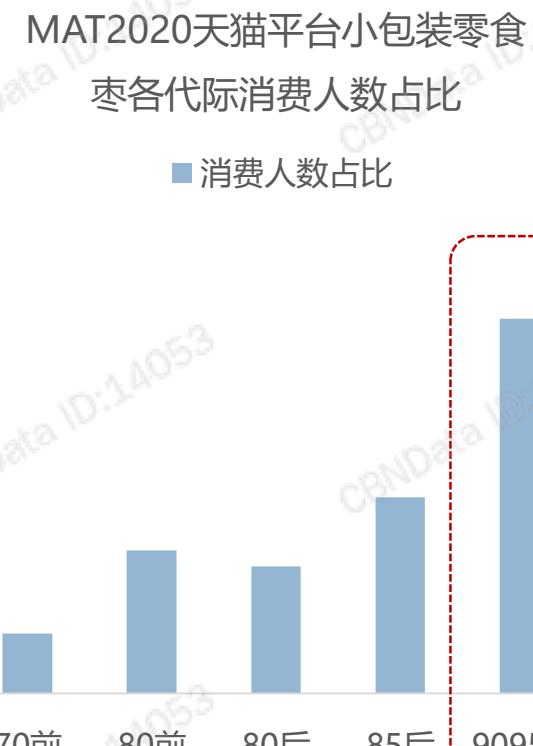
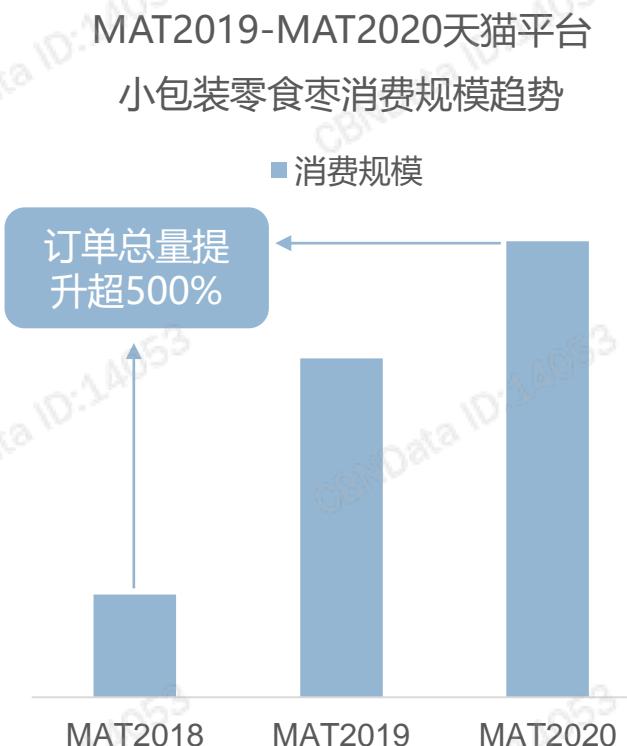
饱满甜脆，卡滋  
新鲜味

蜜桃味脆冬枣，  
香甜又酥脆

数据来源：CBNData消费大数据

# 小包装零食枣渐成新风尚，年轻一代成为主力人群

越来越多的消费者钟情于购买小包装零食，消费人数渗透率提升明显；营养健康的红枣，搭配便携的包装设计，随时随地享受健康生活。

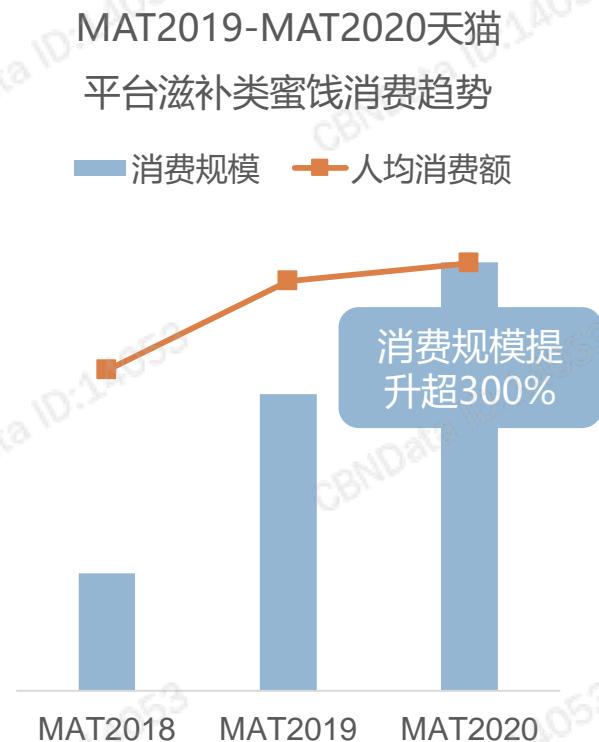


2.2

# 饮食滋补

# 药食同源食材与蜜饯相结合成为滋补新利器

近三年来滋补类蜜饯发展喜人，受到年轻消费者的广泛关注，愿为健康滋补付出更多“金力”；枣+阿胶、茯苓大枣融入山楂、陈皮搭配洛神花等产品络绎不绝，诸多传统蜜饯与药食同源食材完美结合，助力滋补新升级。

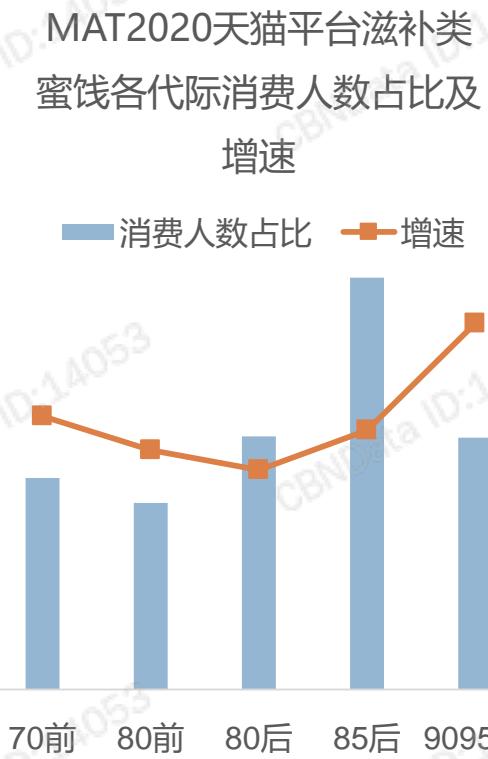


数据说明：滋补类蜜饯圈定 – 传统滋补营养品+零食/蜜饯  
 数据来源：CBNData消费大数据



数据来源：CBNData消费大数据

大数据 · 全洞察

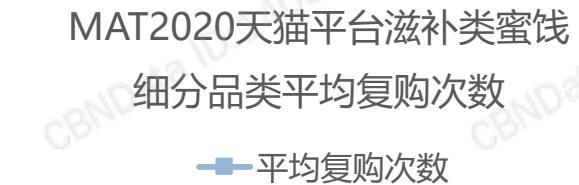
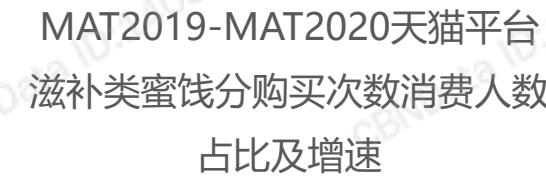


数据来源：CBNData消费大数据

14

# 滋补类蜜饯高频复购增速明显，滋补养生尽显坚持，山楂成为复购首选

随着食补养身意识不断增强，滋补类蜜饯复购人数提升明显；细分品类下，山楂制品位居平均复购次数首位，成为消费者复购首选。



数据说明：复购次数 = MAT2020滋补蜜饯消费订单数  
汇总  
数据来源：CBNData消费大数据

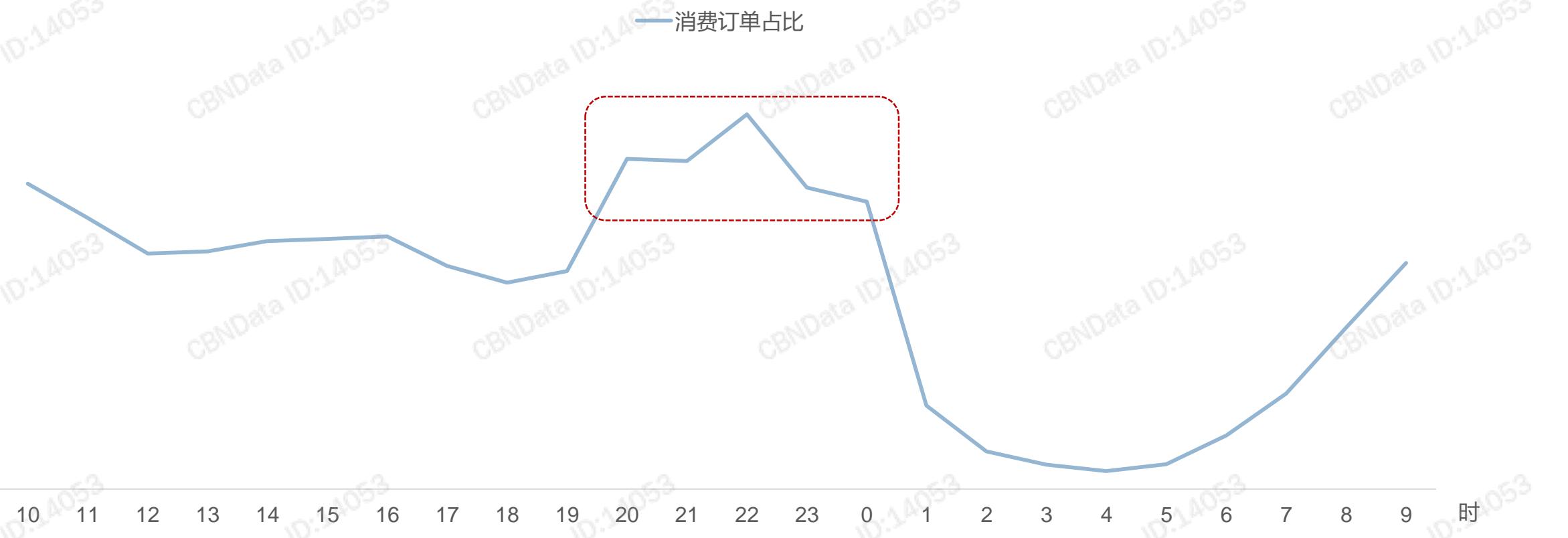
数据来源：CBNData消费大数据

数据来源：CBNData消费大数据

朋克养生，熬夜下单，晚上10点成为滋补类蜜饯购买的高峰期

MAT2020天猫平台滋补类蜜饯不同时段订单量分布

消费订单占比



数据来源：CBNData消费大数据

2.3

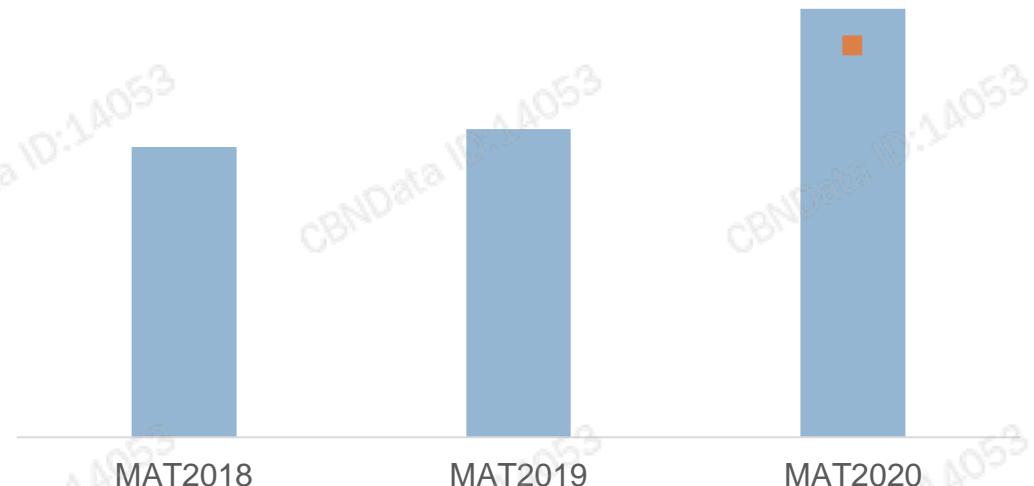
纯净美味

# 冻干类蜜饯深受追捧，创新加持，锁鲜营养更健康

冻干类蜜饯近三年人均消费额持续提升，展现出良好的发展态势；创新FD冻干工艺，锁住新鲜留下营养，保留食物真滋味。

MAT2018-MAT2020天猫平台冻干类蜜饯人均消费额及消费规模增速

■ 人均消费额 ■ 消费规模增速

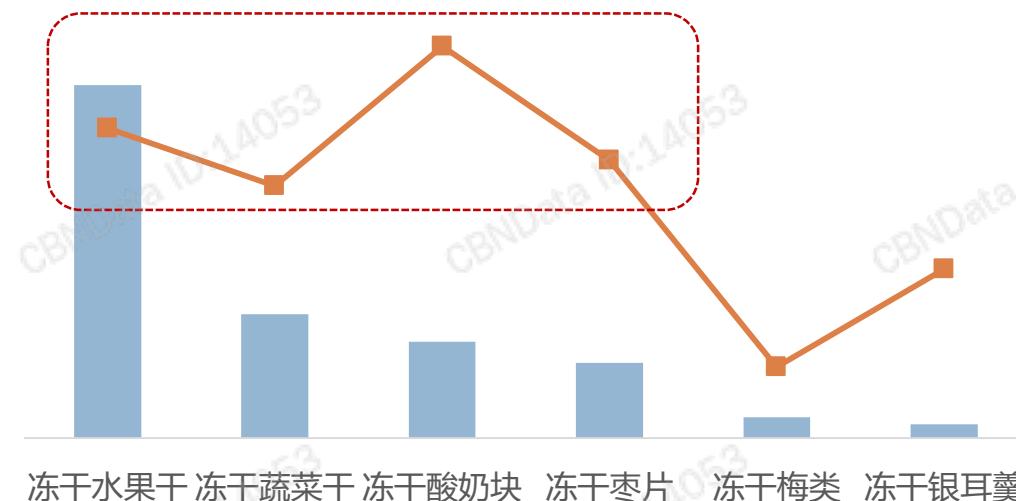


数据说明：冻干类蜜饯圈定 - 冻干|酸奶果粒块|冻干酸奶块|奶块冻干|奶果粒块|奶块

数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫平台冻干类蜜饯分品类消费规模占比及增速

■ 消费规模占比 ■ 增速



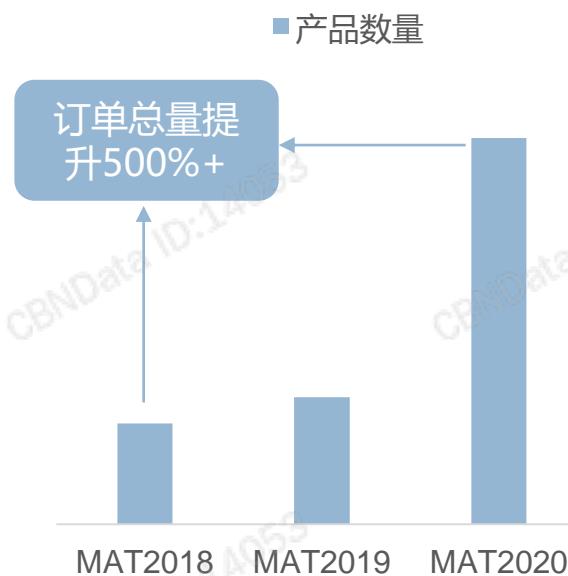
数据说明：选取消费规模在MAT2019&MAT2020均大于1%的品类

数据来源：CBNData消费大数据

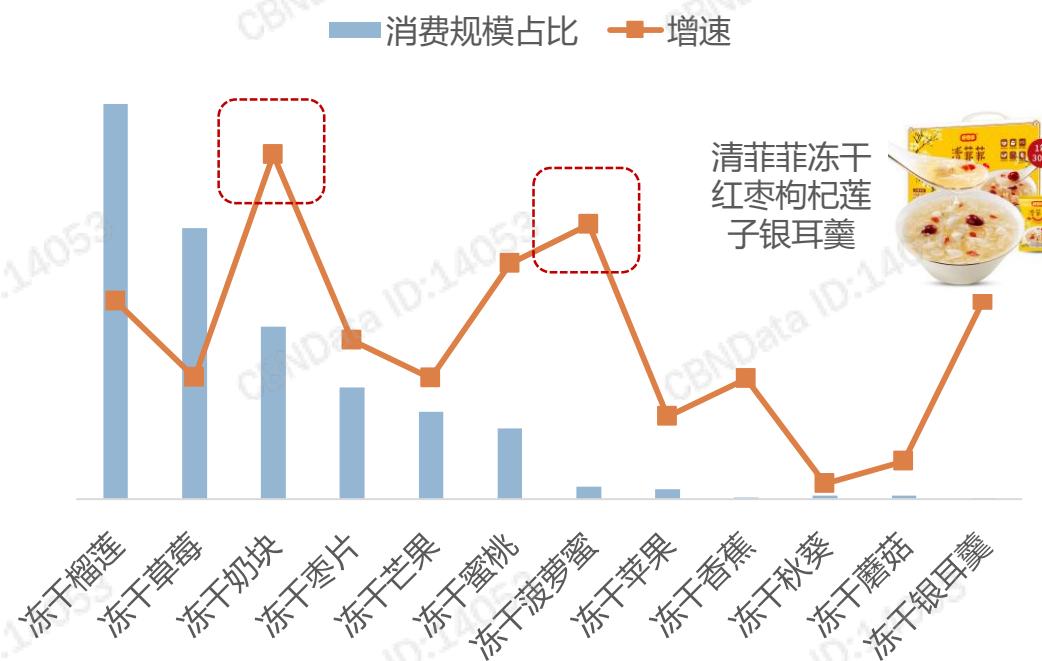
# 创意无限，一切皆可冻干

随着冻干技术的普及，各类冻干商品层出不穷，种类繁多；既有以水果为基底的零食脆片，也有滋补养颜、复水锁鲜的红枣枸杞银耳莲子羹；高品质的食材来源、成熟的锁鲜技术、纯净无添加的制作工艺无不吸引着消费者的购买热情。

MAT2018-MAT2020天猫平台冻干蜜饯商品数量趋势



MAT2020天猫平台冻干蜜饯消费规模占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

热门冻干产品举例



数据来源：CBNData消费大数据

# 美味纯净无添加，健康生活来保驾

告别各类调味剂的束缚，健康无添加的蜜饯零食受到追捧，近三年订单量稳步提升，其消费人数增速更是远超整体蜜饯零食；从细分品类来看，果蔬脆片销售喜人，占据头名位置。

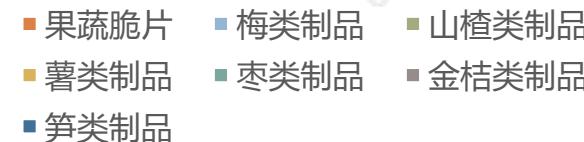
MAT2018-MAT2020天猫平台  
健康无添加蜜饯零食订单量及消



整体蜜饯  
零食消费  
人数增速%

数据说明：健康蜜饯圈定 -健康|无糖|无添加|低脂|宿便  
|排便|酵素|果蔬|不添加  
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫平台健康无添加  
蜜饯分品类消费规模占比



数据来源：CBNData消费大数据

## 健康无添加产品举例

- 0香精：不添加香精，保留果蔬原味
- 0色素：不添加色素，自然原色好食材
- 0防腐：不添加防腐剂，享受大自然的美味



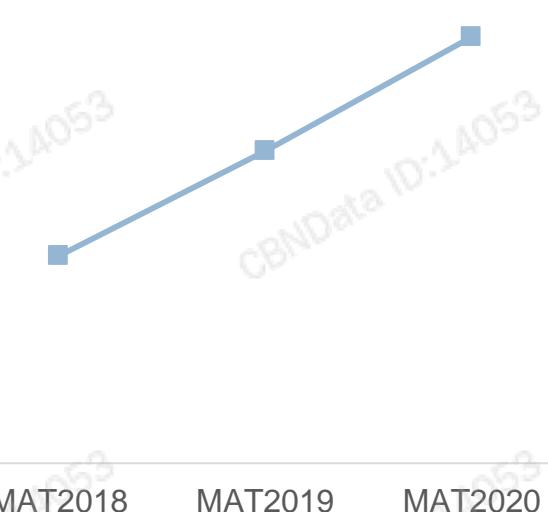
菇滋菇滋果蔬脆片

数据来源：CBNData消费大数据

# 孕幼蜜饯市场蕴含巨大潜力，山楂类制品未来值得关注

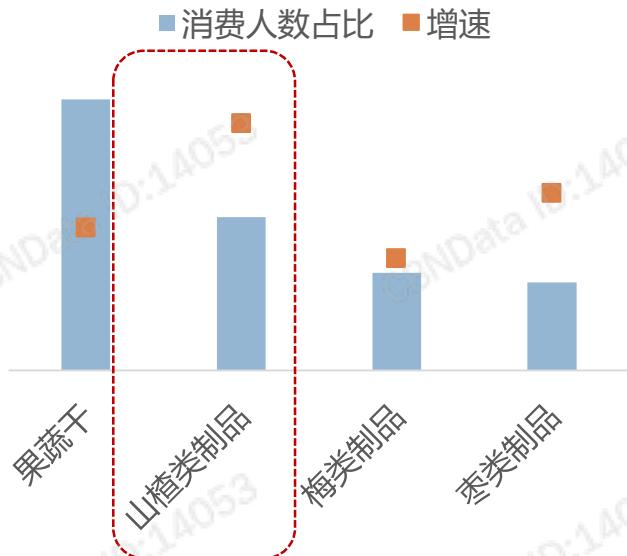
近三年孕幼蜜饯市场消费人数渗透率快速提升，巨大的需求使得这片蓝海市场迅速发展；山楂类产品增速喜人，专属的产品外观设计、原材料健康无添加、酸甜可口补充维生素C，深受孕幼消费者的喜爱。

MAT2020天猫平台孕妇/儿童健康蜜饯零食消费人数渗透率  
■ 渗透率



数据说明：渗透率 – 孕妇儿童健康蜜饯零食消费人数 /  
总体健康无添加蜜饯零食消费人数  
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫平台孕妇/儿童健康蜜饯零食分品类消费人数占比及增速  
■ 消费人数占比 ■ 增速



数据来源：CBNData消费大数据

## 儿童/孕妇健康无添加蜜饯零食举例

北垣峨眉山楂条



零食小仓冻干酸奶块



一米市集综合果蔬干



良品铺子儿童零食山楂



2.4

# 趣味包装

## 趣味包装激发酷潮玩趣

产品包装不断丰富，异性包装、趣味包装层出不穷，分外吸睛；纵观八大人群，精致妈妈在消费订单数上增速明显，享用美食的同时更要享受趣味包装带来的乐趣。

趣味包装热门产品举例

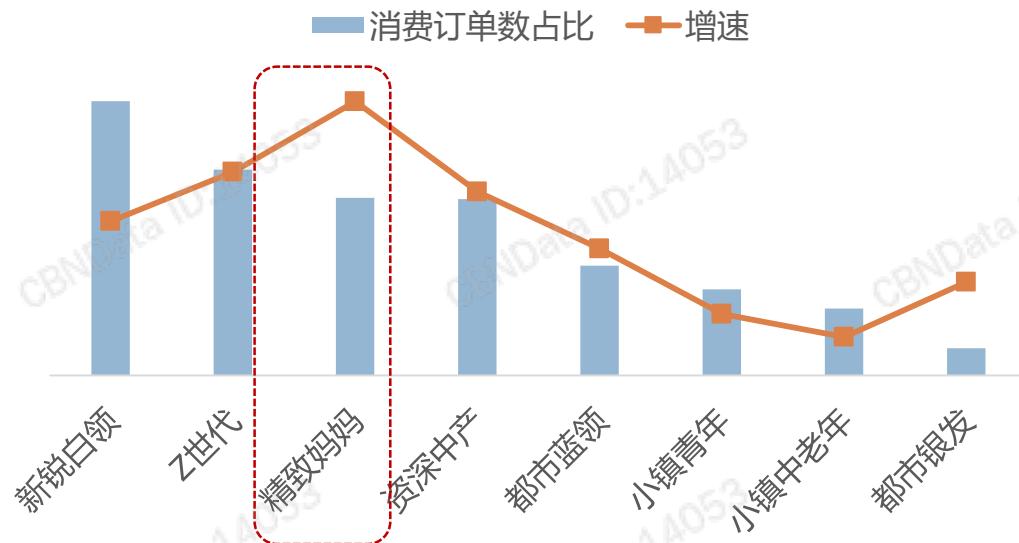
百草味阳光果派水果脯



吃饱1000小时阳光长大的  
果派，真香！

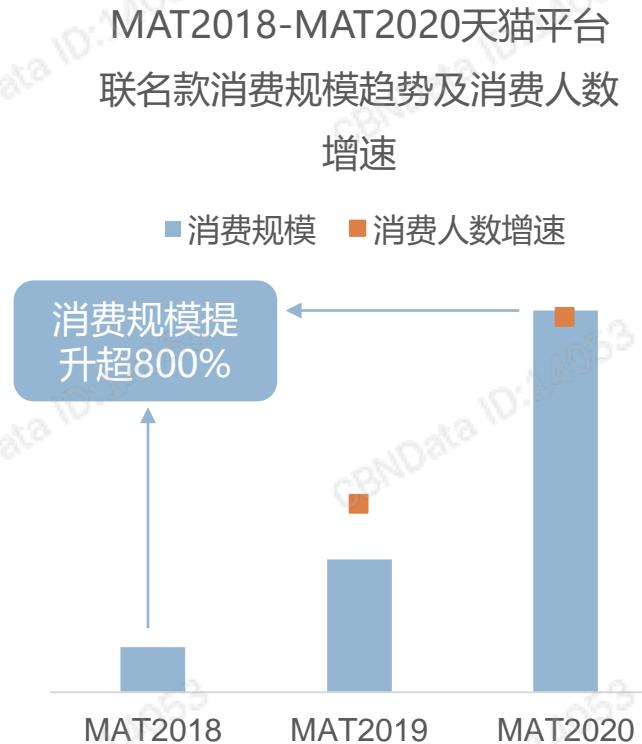
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020天猫平台联名款分八大人群消费订单数  
占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

# 跨界联名持续增长，IP加持助力蜜饯零食“品貌双全”，文创联名款深受年轻群体追捧



## MAT2020天猫平台各类联名款消费规模占比

■ 70前 ■ 80前 ■ 80后 ■ 85后 ■ 9095后

新食机汪喵物语联名款  
溜溜梅中法联名欢乐桶  
好想你X国家宝藏聚珍宝盒



数据说明：偏好度 – 各代际不同联名款消费规模占比 / 总体人群不同联名款消费规模占比  
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：  
MAT2018: 2017.07.01-2018.06.30  
MAT2019: 2019.07.01-2019.06.30  
MAT2020: 2019.07.01-2020.06.30

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定；

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)

## ■ 关于第一财经商业数据中心：

**第一财经商业数据中心（CBNData）** 成立于2015年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，CBNData以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、MCN整合运营服务四大核心能力。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官方微信账号

**CB\DATA**

第一财经商业数据中心

**大数据 · 全洞察**