



❖ 事件

哔哩哔哩与尼尔森 IQ 联合发布《对味新人群 2021Z 世代食品饮料消费洞察报告》，解读 Z 世代食品饮料的消费特征以及背后的潮流趋势。

❖ 点评

2.6 亿 Z 世代成为品牌主关注和争夺的潜力消费人群。根据国家统计局数据，Z 世代的人数约 2.6 亿，约占全国总人口的 19%。其中“95 后”（22-26 岁）约占该群体近四成；而“00 后”（18-21 岁）和“05 后”（12-17 岁）共占 Z 世代总体的 63%。他们尚处于心智培养期，是绝大多数品牌重点关注的消费潜力人群。Z 世代近半数已步入职场，消费能力逐步释放，并且他们个性鲜明，乐于表达自我，行为观点自成一派，愿意为兴趣投入时间与“金”力，兴趣为社交链中心，并且追求新奇变化，乐于尝试新产品。

在食品饮料消费上，Z 世代有独特的倾向。Z 世代食品及饮料中重度消费者的占比均超过九成，且近半数的 Z 世代计划增加今年在食品饮料方面的花费。Z 世代在食品饮料上的消费力不断提升。在消费特征上注重新奇与体验并重，健康与颜值兼顾，比如 Z 世代消费现制奶茶茶饮、气泡水/果味水/苏打水等新兴饮料细分品类的比例显著高于非 Z 世代群体。Z 世代将饮料零食消费作为自我物质奖励或犒赏自己的一种方式。在品牌选择方面，Z 世代助力本土新兴品牌的崛起。Z 世代的食品饮料消费向“健康”倾斜，更倾向于“三低”（低脂/低卡/低糖）、天然有机的、健康养生的、有营养价值的产品。宅家场景催生 Z 世代对方便即食消费新需求，同时在选购食品饮料产品时，Z 世代人群更加关注产品的包装外观。

注重新的营销和宣传。食品饮料市场快速变化、新产品和新品类层出不穷。为了在竞争中脱颖而出，食品饮料品牌需要高效拉新、扩展客群触达的广度，在 Z 世代心智中占据一席之地并不断延展和深耕。要重视视频平台的作用，从兴趣出发，以丰富的形式，借创作者转译，联合优质 IP，呈现优质内容，优秀的内容创作者是营销沟通的转译者，也是 Z 世代购买食品饮料时的主要关注因素。对于食品饮品牌而言，真诚接地气的沟通形式、丰富有趣的内容营销更能打动年轻一代。

投资建议：Z 世代作为潜力消费人群和行业未来增长引擎，通过自身的消费行为来提升行业价值和影响力。通过对他们的研究和观察能够有效知悉对食品饮料行业的新发展趋势。

❖ **风险提示：**外部市场发生黑天鹅事件造成剧烈波动；下游需求低于预期；食品安全问题。



证券研究报告

所属部门 | 行业公司部

报告类别 | 行业动态

所属行业 | 消费行业

报告时间 | 2021/08/05



分析师

欧阳宇剑

证书编号：S1100517020002

ouyangyujian@cczq.com



联系人

何宇航

证书编号：S1100120090004

heyuhang@cczq.com



川财研究所

北京 西城区平安里西大街 28 号中海国际中心 15 楼，100034

上海 陆家嘴环路 1000 号恒生大厦 11 楼，200120

深圳 福田区福华一路 6 号免税商务大厦 32 层，518000

成都 中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区交子大道 177 号中海国际中心 B 座 17 楼，610041

分析师声明

本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的信息，独立、客观地出具本报告。本人薪酬的任何部分过去不曾与、现在不与、未来也不会与本报告中的具体推荐意见或观点直接或间接相关。

行业公司评级

证券投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内证券的绝对收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

行业投资评级：以研究员预测的报告发布之日起6个月内行业相对市场基准指数的收益为分类标准。30%以上为买入评级；15%-30%为增持评级；-15%-15%为中性评级；-15%以下为减持评级。

重要声明

本报告由川财证券有限责任公司（已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）制作。本报告仅供川财证券有限责任公司（以下简称“本公司”）客户使用。本公司不因接收人收到本报告而视其为客户，与本公司无直接业务协议关系的阅读者不是本公司客户，本公司不承担适当性职责。本报告在未经本公司公开披露或者同意披露前，系本公司机密材料，如非本公司客户接收到本报告，请及时退回并删除，并予以保密。

本报告基于本公司认为可靠的、已公开的信息编制，但本公司对该等信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，本公司可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。同时，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可能会波动。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。对于本公司其他专业人士（包括但不限于销售人员、交易人员）根据不同假设、研究方法、即时动态信息及市场表现，发表的与本报告不一致的分析评论或交易观点，本公司没有义务向本报告所有接收者进行更新。本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载的观点、结论和建议仅供投资者参考之用，并非作为购买或出售证券或其他投资标的的邀请或保证。该等观点、建议并未考虑到获取本报告人员的具体投资目的、财务状况以及特定需求，在任何时候均不构成对客户私人投资建议。根据本公司《产品或服务风险等级评估管理办法》，上市公司价值相关研究报告风险等级为中低风险，宏观政策分析报告、行业研究分析报告、其他报告风险等级为低风险。本公司特此提示，投资者应当充分考虑自身特定状况，并完整理解和使用本报告内容，不应视本报告为做出投资决策的唯一因素，必要时应就法律、商业、财务、税收等方面咨询专业财务顾问的意见。本公司以往相关研究报告预测与分析的准确，也不预示与担保本报告及本公司今后相关研究报告的表现。对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

本公司及作者在自身所知情的范围内，与本报告所指的证券或投资标的不存在法律禁止的利害关系。投资者应当充分考虑到本公司及作者可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司所发行的证券头寸并进行交易，也可能为之提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。本公司的投资业务部门可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。

对于本报告可能附带的其它网站地址或超级链接，本公司不对其内容负责，链接内容不构成本报告的任何部分，仅为方便客户查阅所用，浏览这些网站可能产生的费用和风险由使用者自行承担。

本公司关于本报告的提示（包括但不限于本公司工作人员通过电话、短信、邮件、微信、微博、博客、QQ、视频网站、百度官方贴吧、论坛、BBS）仅为研究观点的简要沟通，投资者对本报告的参考使用须以本报告的完整版本为准。

本报告版权仅为本公司所有。未经本公司书面许可，任何机构或个人不得以翻版、复制、发表、引用或再次分发他人等任何形式侵犯本公司版权。如征得本公司同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“川财证券研究所”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。如未经川财证券授权，私自转载或者转发本报告，所引起的一切后果及法律责任由私自转载或转发者承担。本公司保留追究相关责任的权利。所有本报告中使用的商标、服务标记及标记均为本公司的商标、服务标记及标记。

本提示在任何情况下均不能取代您的投资判断，不会降低相关产品或服务的固有风险，既不构成本公司及相关从业人员对您投资本金不受损失的任何保证，也不构成本公司及相关从业人员对您投资收益的任何保证，与金融产品或服务相关的投资风险、履约责任以及费用等将由您自行承担。

本公司具有中国证监会核准的“证券投资咨询”业务资格，经营许可证编号为：000000029399

本报告由川财证券有限责任公司编制 谨请参阅本页的重要声明 C0004