

下沉市场奶粉消费及 潜在消费行为洞察白皮书

NEW / HEALTHY



目录

CONTENTS

01

奶粉市场现状与趋势

02

奶粉选购行为洞察

03

奶粉品牌认知洞察

04

解析：下沉市场营销密码

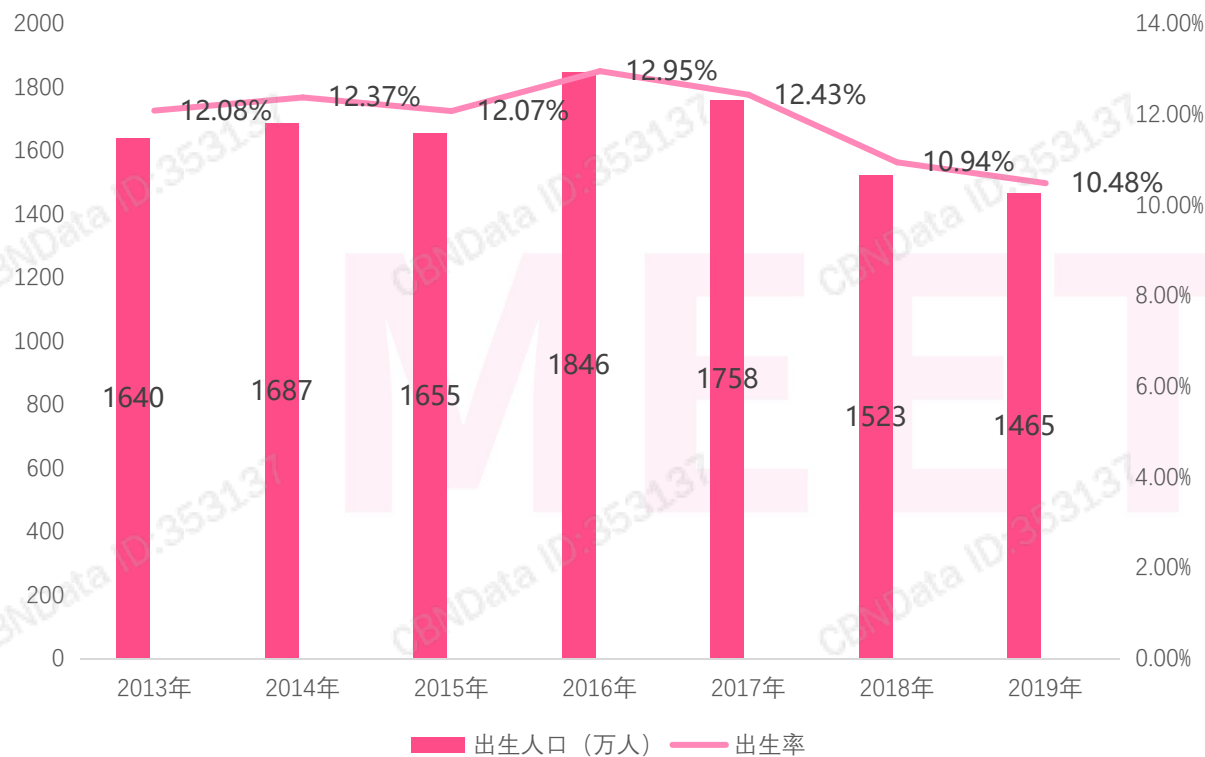


美柚

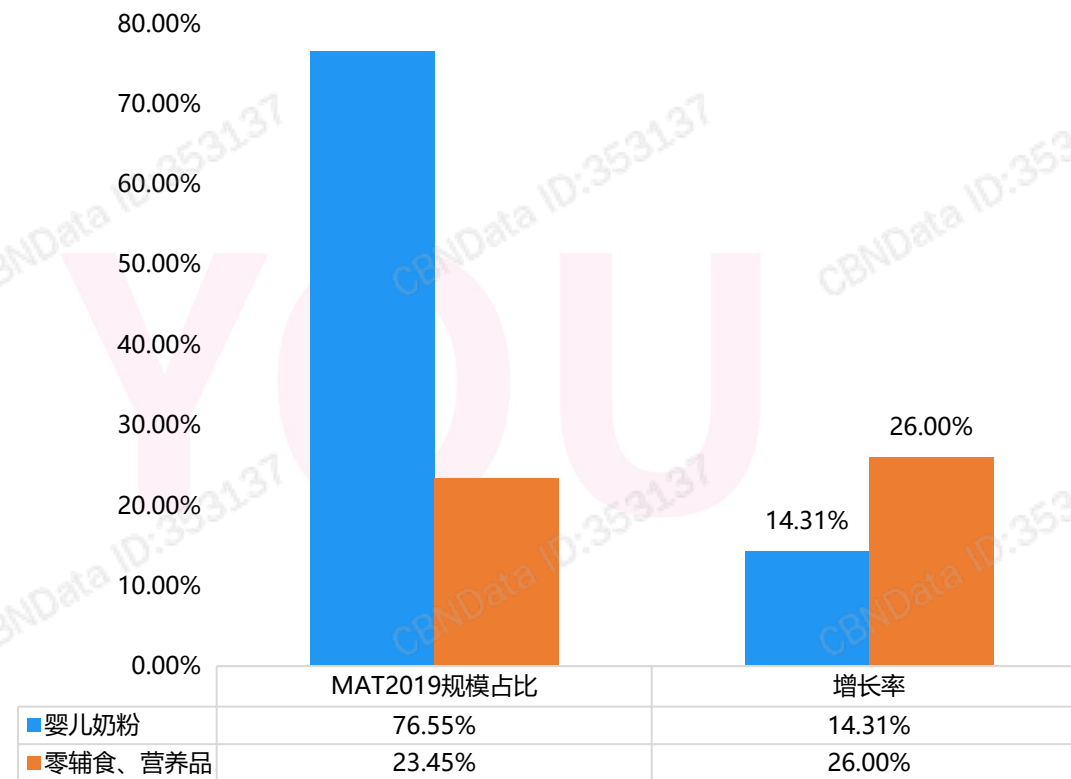
奶粉市场现状与趋势

人口出生数量及出生率持续走低，2019婴儿奶粉线上销售额超过150亿，增长率为14.31%，零辅食、婴幼儿营养品规模增长率超26%

2013-2019年中国出生人口数量及出生率



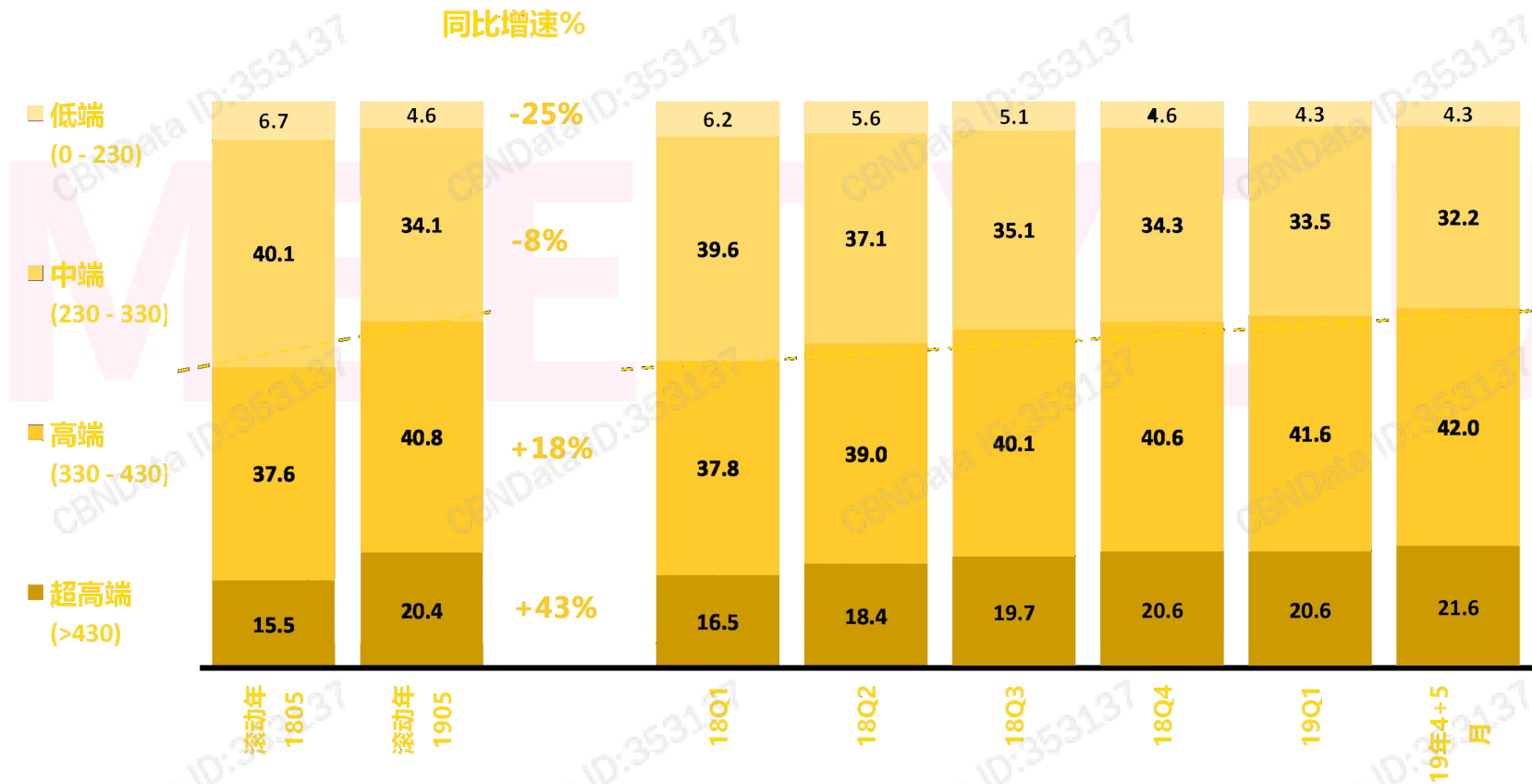
婴儿奶粉、零辅食等细分类目占比及增长率



	2016	2017	2018	2019
二胎比例	>45%	>51.2%	>50%	>59.5%

数据来源：母婴研究院

奶粉消费持续呈现高端化，高价段位产品占比一路攀升，且引领市场增长

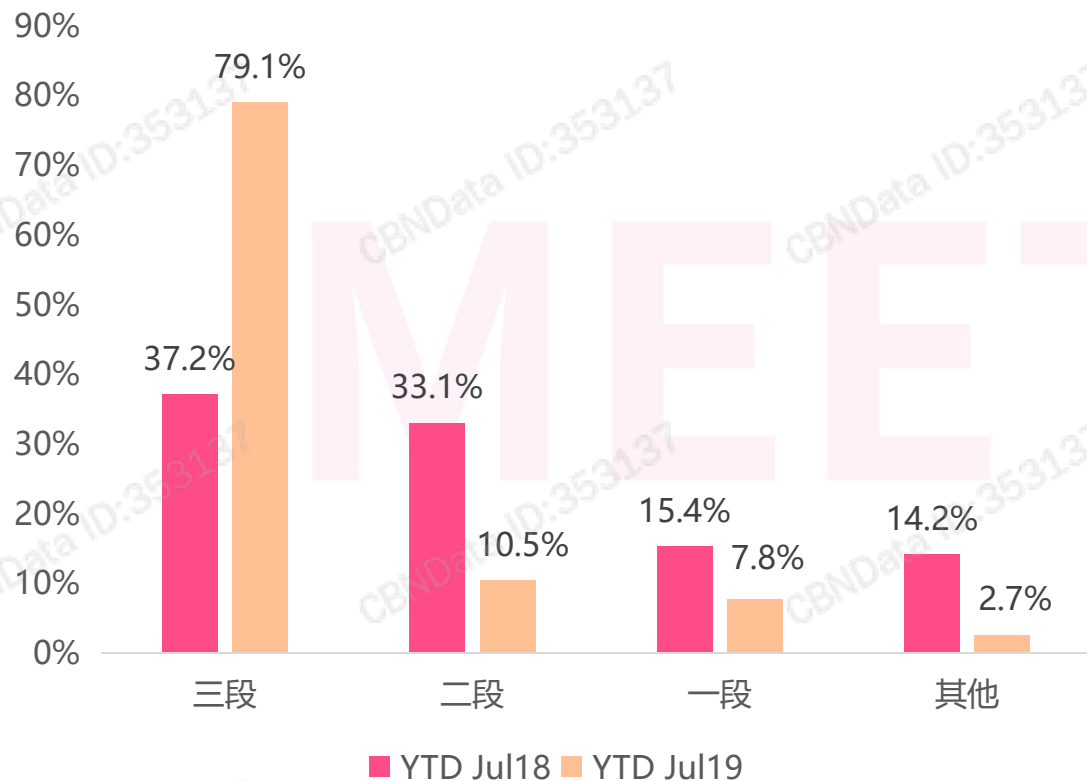


数据来源：尼尔森零售追踪指数 1905；价格段定义RMB/KG：低端(0,230), 中端(230,330), 高端(330,430), 超高端(>430)

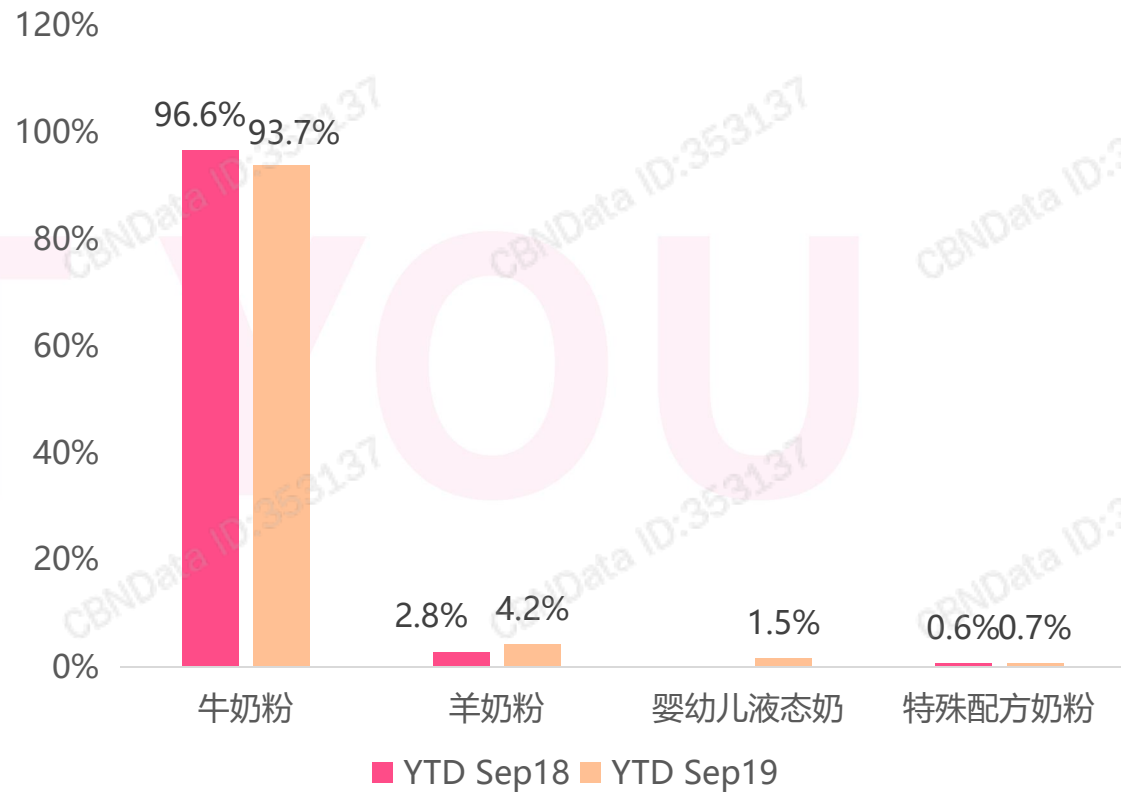
● 新生儿减少直接导致一二段奶粉销量下滑，三段奶粉销量占比超79%

此外，牛奶粉销量同比上年略有下滑，羊奶粉、特殊配方奶粉线上销量攀升

婴幼儿奶粉试用阶段销量占比



奶粉子类目销量占比



数据来源: Ecdataway数据威; 母婴研究院

● 2020年Q1奶粉市场受到的影响并不大，甚至还出现了反弹

尤其婴幼儿牛奶粉2019年线上销售已见顶，但一季度增长率达到了31.53%，羊奶粉、特配粉增速更快，分别为66.78%、55.59%



数据来源：母婴研究院

● 2020年

- 出生率持续降低
- 线上渗透增大
- 行业天花板显露
- 疫情线下销售受阻
- 奶粉市场规模增速减慢

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16907

