

中秋

月饼

直播

# 2021中秋 月饼消费大赏

**CBNDATA**  
第一财经商业数据中心

× **淘宝直播 ONMAP**  
- 消费者和行业趋势探索器 -

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



TABLE  
OF  
CONTENTS  
目录

第一部分：  
中秋节零食  
消费概览

第二部分：  
中式糕点礼盒  
消费人群、  
时令概览

第三部分：  
直播间月饼  
消费地图

第四部分：  
中秋月饼品牌  
消费概览

第五部分：  
四大月饼消费  
趋势

1 2 3 4 5

# 01 中秋节零食消费概览

## 糕点、饼干、卤味肉干为中秋零食消费主要品类

中秋前后，糕点/点心、饼干/膨化食品、卤味零食是线上零食消费品类TOP 3。其中，包含月饼的糕点/点心品类消费遥遥领先。糕点及坚果炒货成走亲访友必备，共同贡献7成零食礼盒消费。

MAT2021中秋零食消费规模头部品类



CBNDATA消费大数据

“卤味零食”包含肉干，“坚果/炒货”包含山核桃，“蜜饯/冻干”包含果干（后同）

MAT2021中秋零食礼盒消费品类分布

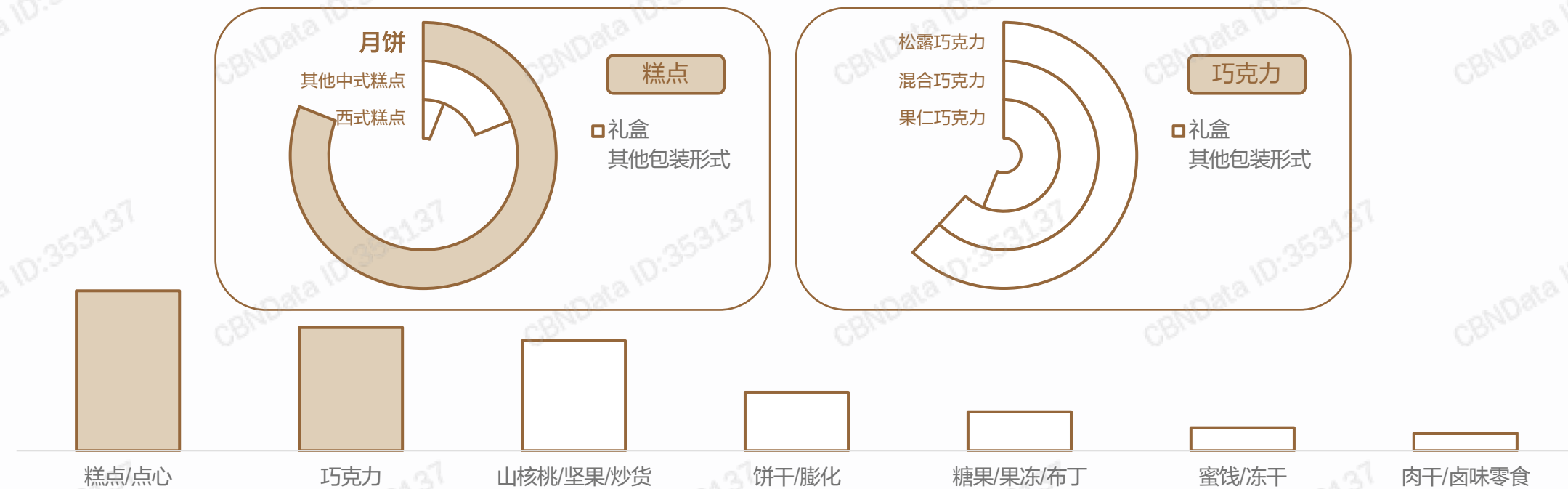


CBNDATA消费大数据

# 以月饼为代表的传统中式糕点是节庆线上零食礼盒消费首选

糕点、巧克力、坚果炒货是三大主要零食礼盒品类，其中月饼礼盒是最主要的中式糕点礼盒形式，巧克力礼盒种类以松露巧克力为主。

MAT2021线上零食品类礼盒消费占比



□ MAT2021线上零食品类礼盒消费占比

CBNDATA消费大数据

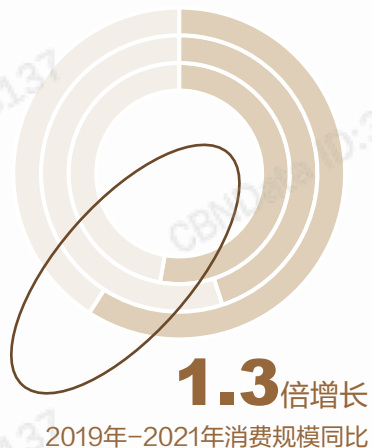
大数据·全洞察

# 中式糕点礼盒化趋势明显，月饼礼盒消费增速领跑

受疫情影响，2020年全年中式糕点礼盒消费规模呈下滑趋势。今年中式糕点礼盒消费大幅复苏，消费规模较2019年增长1.3倍。月饼礼盒消费规模增速远超其他中式糕点礼盒。

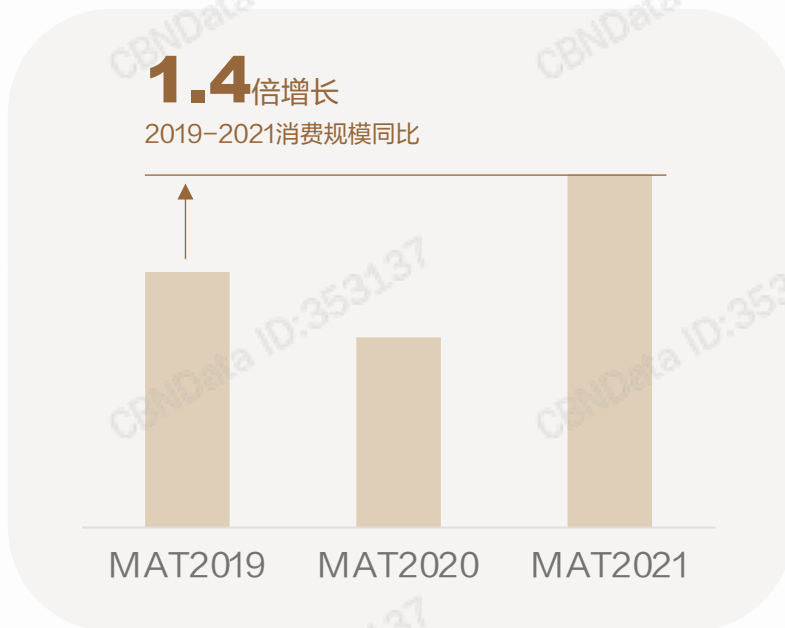
MAT2019-2021中式糕点礼盒消费规模占比

- 中式糕点礼盒\*
- 其他包装形式中式糕点



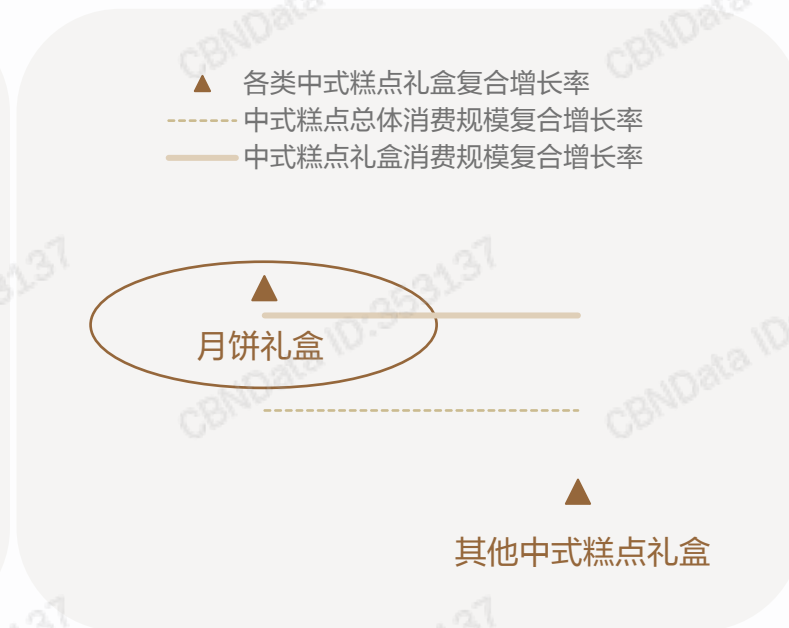
CBNDData消费大数据，根据商品描述关键词圈定“礼盒”（后同）  
从内到外分别为MAT2019、MAT2020、MAT2021

MAT2019-2021月饼礼盒消费规模



CBNDData消费大数据

MAT2019-2021各类中式糕点礼盒消费增速



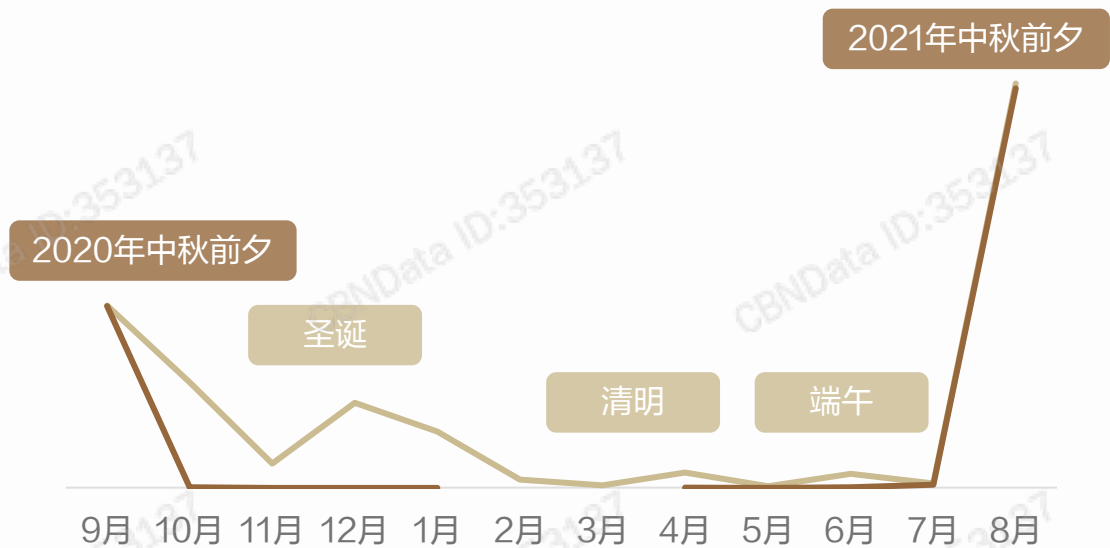
CBNDData消费大数据

# 月饼拉动直播间中式糕点礼盒消费

从全年消费规模来看，直播间中式糕点礼盒消费高峰集中在中秋前后。受消费者人数增长的驱动，今年8月直播引导的月饼礼盒消费规模较去年9月增长1.2倍。

MAT2021直播间中式糕点礼盒月度消费规模

- 直播间中式糕点（含月饼）礼盒消费规模
- 直播间月饼礼盒消费规模



**1.2倍**直播间  
月饼消费规模  
中秋前夕同比增长

\*2021年8月相较于上年9月

**1.5倍**直播间  
月饼消费人数  
中秋前夕同比增长

\*2021年8月相较于上年9月

## 中高价位百元月饼礼盒在直播间表现突出

直播间月饼礼盒均价高于直播间中式糕点（含月饼）礼盒整体均价，中高价位月饼礼盒带动直播间月饼消费规模增长。单价位于101-300元区间的月饼礼盒占直播间消费的6成，是线上整体的1.4倍。

MAT2021直播间中式糕点礼盒月度商品均价

— 直播间中式糕点（含月饼）礼盒商品均价  
— 直播间月饼礼盒商品均价



MAT2021直播间月饼礼盒价格带分布

■ 100元以内 ■ 101-200元 ■ 201-300元 ■ 301-500元 ■ 500元以上



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\\_28954](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_28954)

