

中国线上生鲜食品消费研究报告

2017年



研究发现



水果为最受欢迎的消费品类。



101-200元为生鲜食品网购最主要的单均消费集中段。



食品安全为消费者网购生鲜食品时最看重的因素。



食品安全观念深入人心，但**价格敏感度依然很高**。



家庭收入越高，消费者对食品重视程度越高，购买有机生鲜产品的频次也更高。



消费者对网购生鲜整体的**食品安全满意度比较高**。

研究说明



中国生鲜食品网购用户属性 1

中国生鲜食品用户网购行为 2

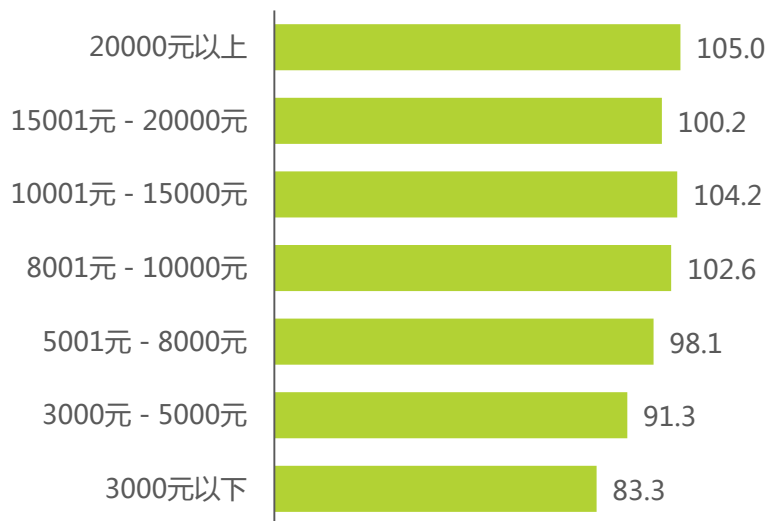
用户满意度及安全性评价 3

中国网购生鲜食品用户基础属性

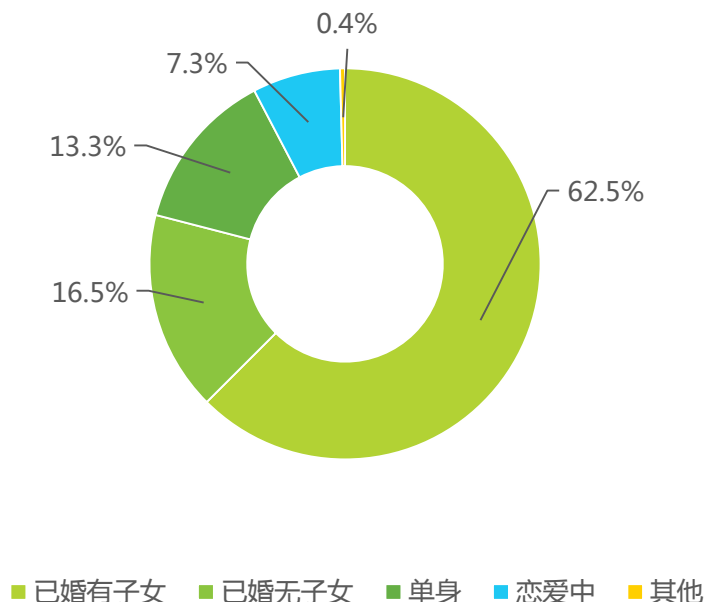
中产阶级家庭用户为线上生鲜食品消费的主力

调研数据显示，个人月收入在8000元以上的人群线上购买生鲜食品的TGI较高，为生鲜网购的主要人群来源。同时，在婚姻状况划分中，62.5%来自于已婚有子女人群，16.5%来自于已婚无子女人群，由此可见，中产阶级家庭用户已经成为线上生鲜食品消费的主力。

2017年中国不同收入人群线上购买食品TGI



2017年中国网购生鲜食品用户婚姻状况



注释：TGI即目标群体指数，反映目标群体在特定研究范围内的强弱势。

TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100。TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该类用户对某类问题的关注程度高于整体水平。

S1. 请问你最近一次线上购买生鲜食品是什么时候？-----近一个月内。

Y6. 请选择您目前的个人月平均收入？

样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

注释：艾瑞将“中产阶级”定义为个人年收入20万及元以上的人群。

Y3. 请问您的恋爱或婚姻状态是？

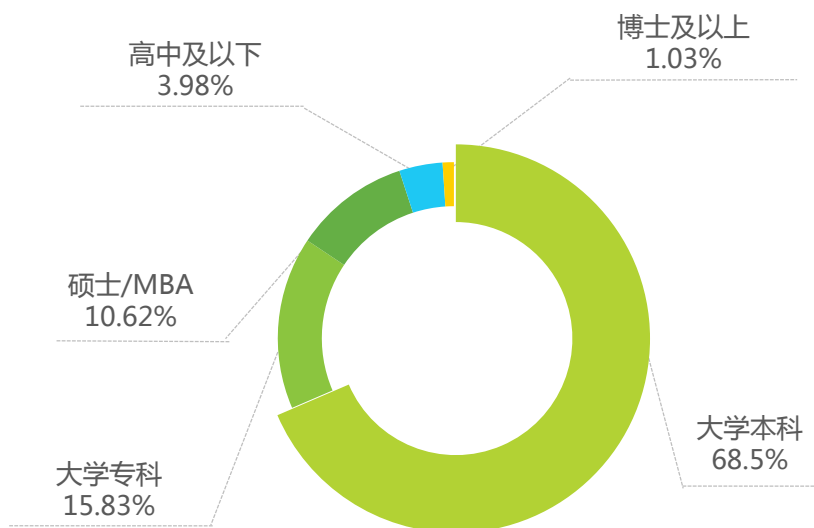
样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

中国网购生鲜食品用户基础属性

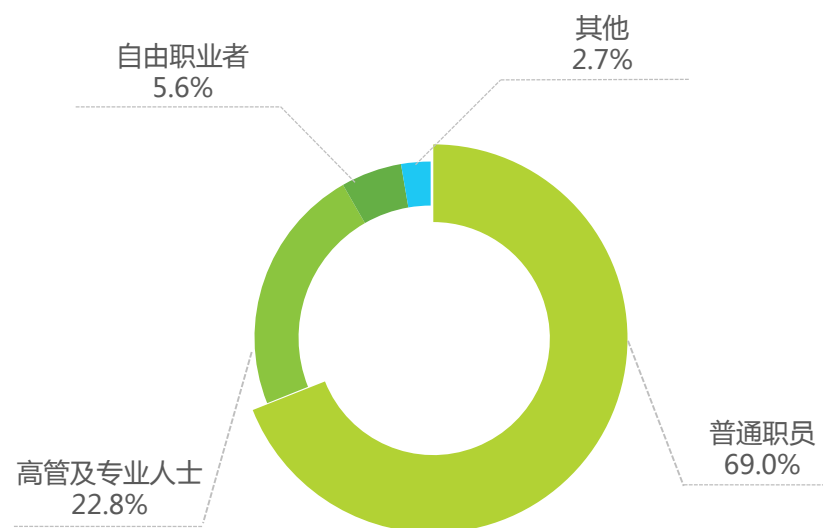
本科毕业的普通职员为线上生鲜食品的主要消费人群

调研数据显示，在以学历划分的人群中，大学本科学历的生鲜网购用户占比超过一半，为68.5%，硕士博士占比11.65%；大学专科15.83%，线上购买生鲜食品的消费人群普遍学历较高；在以职业划分的人群中，普通职员占比69.0%，高管及专业人士占比22.8%，自由职业者5.6%，从职业划分来看普通职员为购买生鲜食品的主要人群。

2017年中国生鲜网购用户学历分布



2017年中国生鲜网购用户职业分布



Y4. 请问您的最高学历是？

样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

Y5. 请问您的职业是？

样本：生鲜食品网购用户，样本N=1459，于2017年5-6月通过iClick调查获得。

中国生鲜食品网购用户属性

1

中国生鲜食品用户网购行为

2

用户满意度及安全性评价

3

本章重点

主要数据

1. **购买品类**：近80%用户表示经常购买水果，**水果**为最受欢迎的购买品类
2. **购买单价**：**101-200元**为生鲜网购单均消费集中段

主要发现

品类偏好

- 水果为最受欢迎的生鲜网购品类，其次为牛奶和粮油
- 蔬菜的线上购买比例不高
- 单身、宅一代更爱购买零食

频次 金额 品质

- 生鲜网购频次较高，多在一周1次及以上
- 101-200元为生鲜网购最集中的单均消费金额段
- 用户品质需求增加，超七成用户近一年购买过有机生鲜食品

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_21425

