



食品饮料行业 6 月电商数据分析:行业表现各异 均价稳步提升



京东食品饮料行业线上销售额增长，食品礼券增幅较大根据魔镜数据，2021年6月京东食品饮料行业线上销售额为49.2亿元，同比增22.7%；其中销量同比增加2.0%至8141万件，商品均价同比上升20.5%至60.5元。销售额增长主要由均价提升推动。其中，各个子行业线上销售额均增长，食品礼券类增幅较大，同比增加118.3%。2021年6月休闲食品、饮料冲调行业线上销售额占比较大，分别达28.6%、20.4%。

休闲食品：线上销售额增长，龙头表现较弱

根据魔镜数据，2021年6月阿里系休闲食品行业线上销售额达71.5亿元，同比增23.1%。休闲食品龙头销售额均有下降，良品铺子销售额下滑主要由于销量大幅下跌；三只松鼠、百草味则量价齐跌。休闲食品行业CR3同比降10.7pct至10.4%，行业集中度有所下降。

饮料冲调：行业表现各异，均价持续提升

饮料冲调行业中：(1) 乳制品：阿里系乳制品行业线上销售额达21.0亿元，同比增20.1%。其中，销售量同比增加9.9%，销售均价同比增9.3%，行业量价齐升。分子行业来看，2021年6月低温乳制品品类增速最快，同比增64.7%；纯牛奶增速较快，同比增33.7%。从龙头表现来看，蒙牛乳业、伊利股份、光明乳业销售额分别同比+80.9%、+2.3%、+24.1%，乳制品头部品牌均价皆有提升。从市占率来看，乳制品行业CR3同比增2.9pct至44.8%，行业集中度提升。(2) 燕麦：2021年6月阿里系冲饮麦片行业线上销售额达3.4亿元，同比降23.6%，主要由销量下降导致。从龙头

表现来看，欧扎克销售额保持增长，主要由销量提升推动。从市场份额来看，燕麦行业 CR5 同比增 8.7pct 至 45.1%，行业集中度提升。

膳食营养品：行业稳步增长，量价齐升

2021 年 6 月阿里系膳食营养品行业线上销售额达 22.5 亿元，同比增 61.6%。拆分量价来看，销售量同比增 8.7%，销售均价同比增 48.7%，普通膳食营养品行业量价齐升。分子行业来看，2021 年 6 月海洋生物类销售额增速最快，同比增 180.2%；膳食纤维行业线上销售额占比最高，达 26.2%。从龙头表现来看，汤臣倍健销售额达 1.7 亿元，同比下滑 12.1%，其中销量同比降 31.1%，均价同比增长 27.5%；swisse 销售额达 2217 万元，同比增 58.7%，其中销量同比增 75.5%，均价同比降 9.6%。膳食营养品行业龙头汤臣倍健销售额略有下滑，价增量减。

从市场份额来看，汤臣倍健市占率同比下降 6.5pct 至 7.8%，swisse 市占率维持不变。

风险提示：宏观经济波动风险、消费复苏低于预期风险、原材料价格

2021.07.24

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_33124

