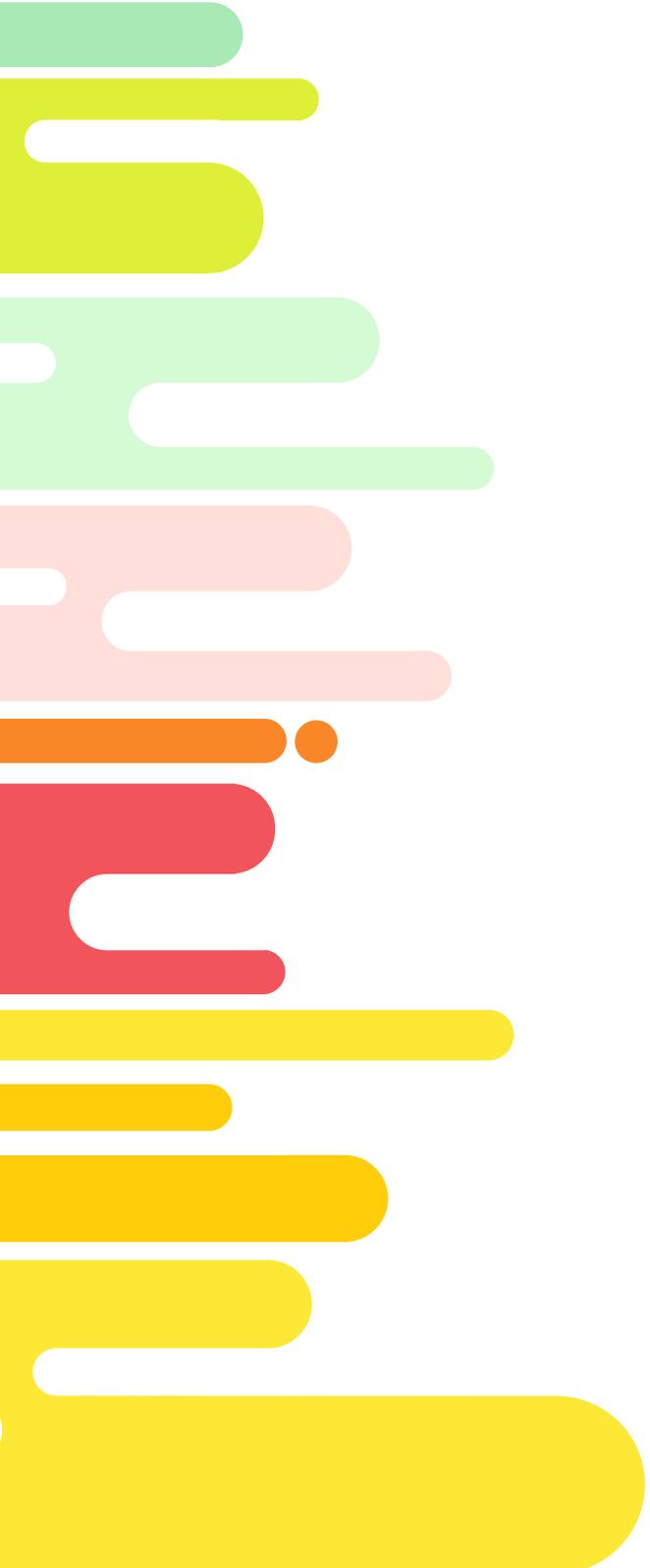




2016 年 饮料行业消费者 洞悉报告



目录

- | | | |
|------|------|------|
| 01 | 02 | 03 |
| 行业概览 | 人群洞察 | 品类细分 |





中国饮料行业市场发展大致经历三个阶段

瓶装水、果蔬汁以及蛋白饮料受到越来越多人的重视，消费者观念已经转变，健康意识逐渐增强

中国饮料行业市场发展



注：中国饮料行业市场的发展阶段，是依据不同品类饮料市场占有率以及增速综合考虑所得。此页报告中提及的饮料行业仅包含碳酸饮料、茶饮料、功能饮料、瓶装水、果蔬汁以及蛋白饮料这六种饮料品类（其中，不包含速溶、鲜榨饮品。下同，不赘述）。功能饮料是指通过调整饮料中营养素的成分和含量比例，在一定程度上调节人体功能的饮料，譬如红牛及脉动。蛋白饮料是指以乳或乳制品、或有一定蛋白质含量的植物的果实、种子或种仁等为原料，经加工或发酵制成的饮料，譬如养元六个核桃

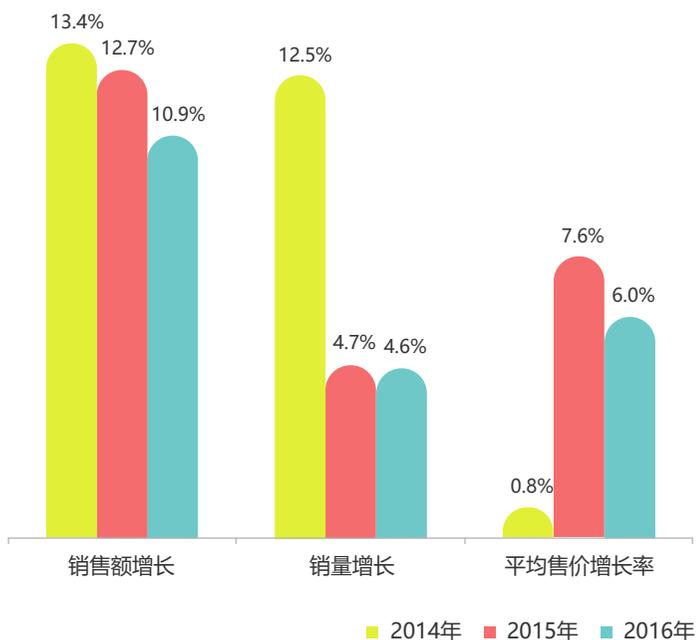
数据来源：国双公开数据整理



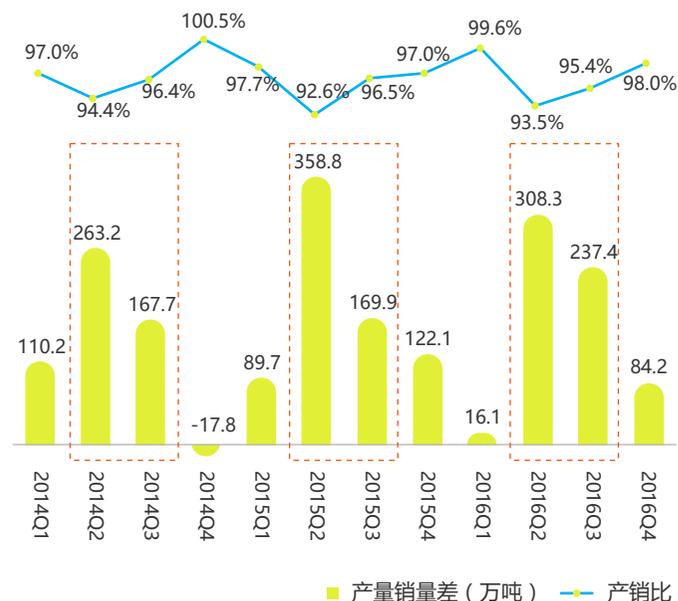
近三年，饮料行业增长趋于平缓，销售额、销量增速双双下降

饮料供需相对平衡，但仍存在一定库存积压现象，Q2、Q3季度尤为明显

2014-2016年国内饮料行业现状分析



2014-2016年国内饮料行业产销形势分析



注：产量销量差=产量-销量，产销比=销量/产量*100%

数据来源：国家统计局

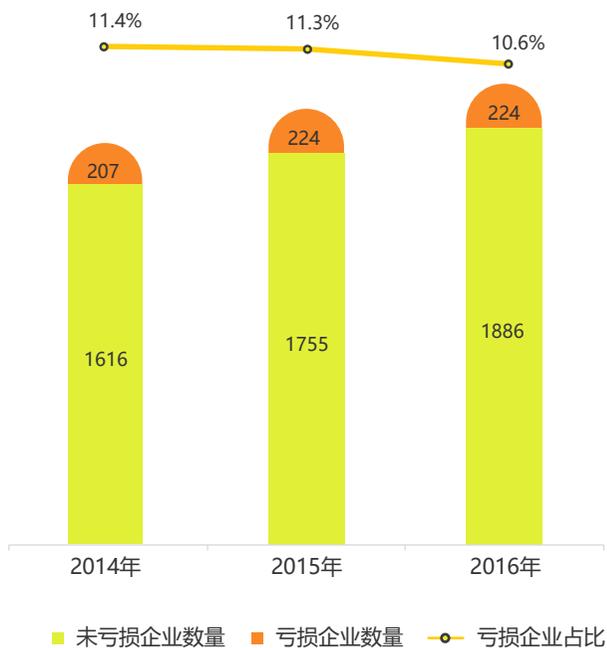


规模以上饮料企业数量逐年上升，亏损企业占比则整体下降

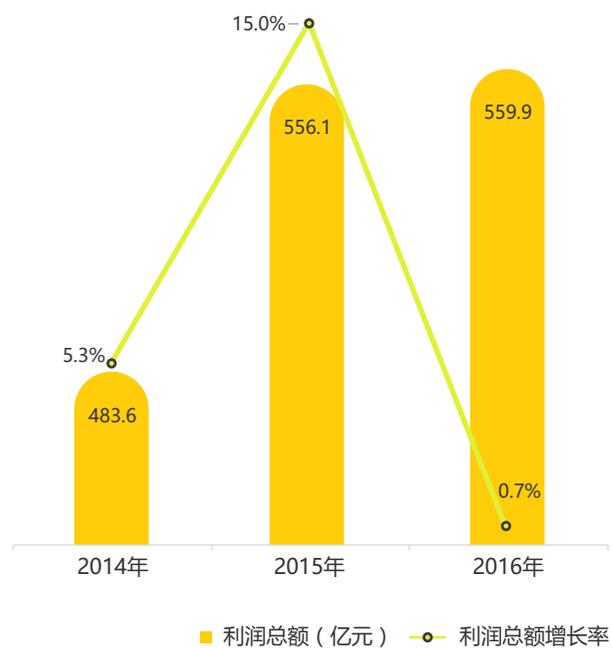
2015年，饮料行业利润总额增长15%

2016年，饮料行业利润额平稳保持，未见回落

2014-2016年国内规模以上饮料企业分析



2014-2016年国内规模以上饮料企业盈利分析



注：规模以上企业是指年主营业务收入达到2000万元及以上的工业法人企业(2011年之后)

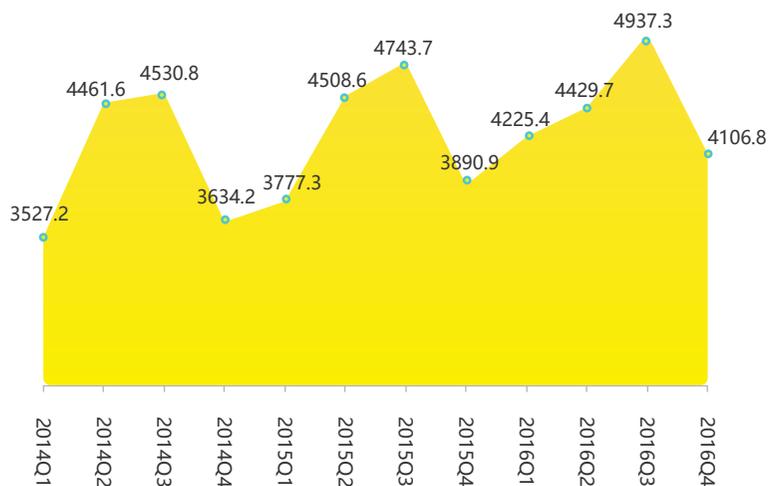
数据来源：国家统计局，中国饮料工业协会



季节特性显著，Q2、Q3是企业主要生产时段

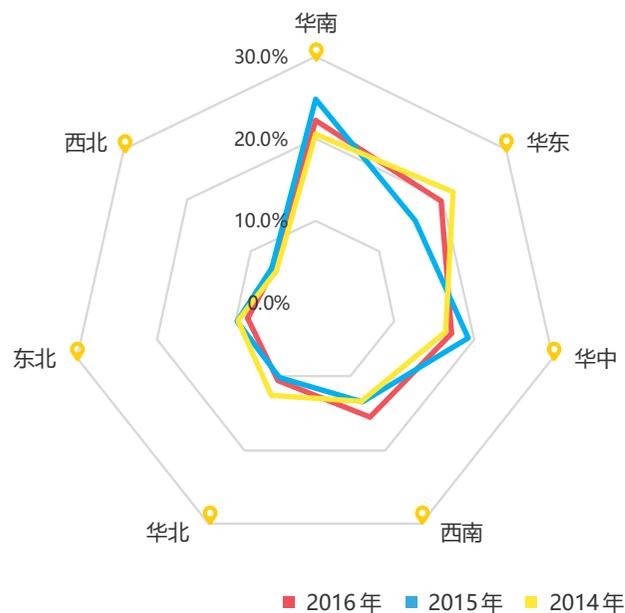
饮料行业产量区域集中度较高，主要集中在我国南部地区

2014-2016年国内饮料产量趋势分析



单位：万吨

2014-2016年国内饮料产量地域分布



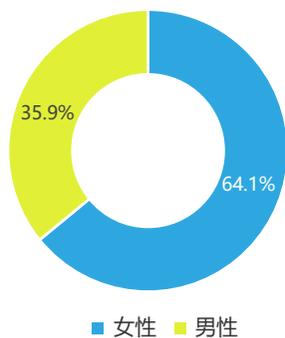




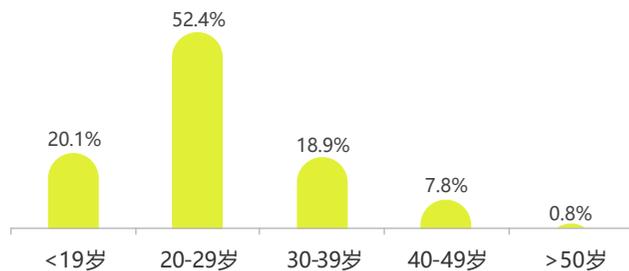
女性、20-29岁人群对饮料关注较多

他们多来自广东、北京和江浙地区

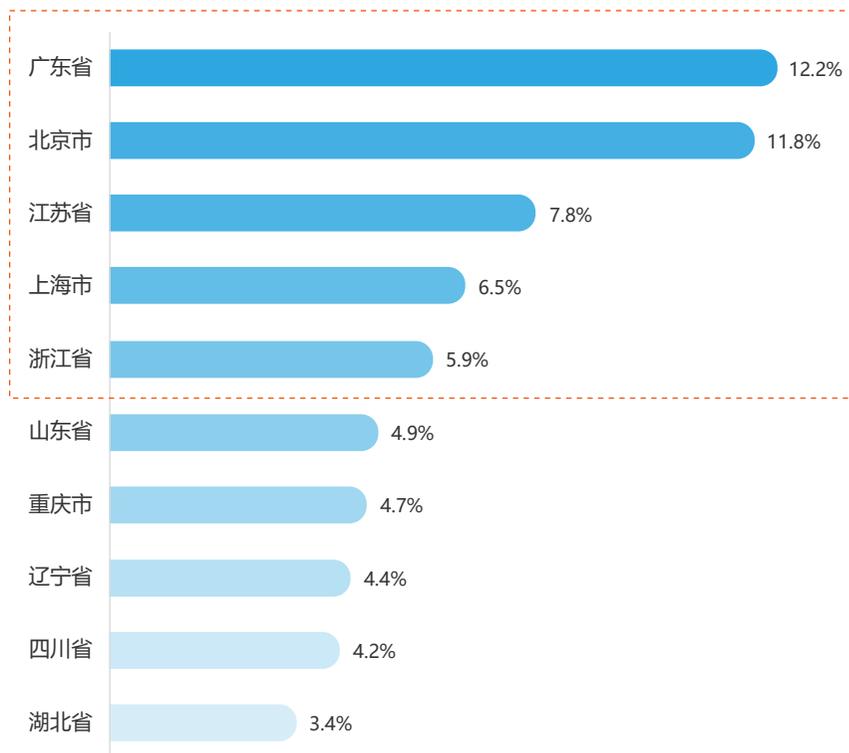
饮料关注人群性别分布



饮料关注人群年龄分布



饮料关注人群地域分布TOP10

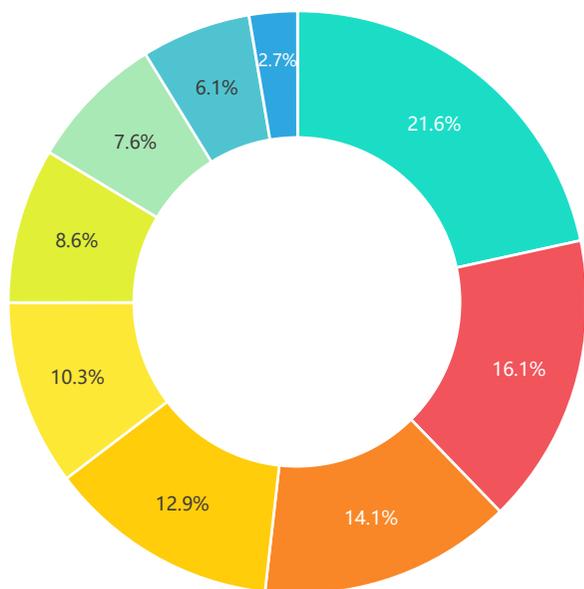




口味和健康是消费者主要决策因素

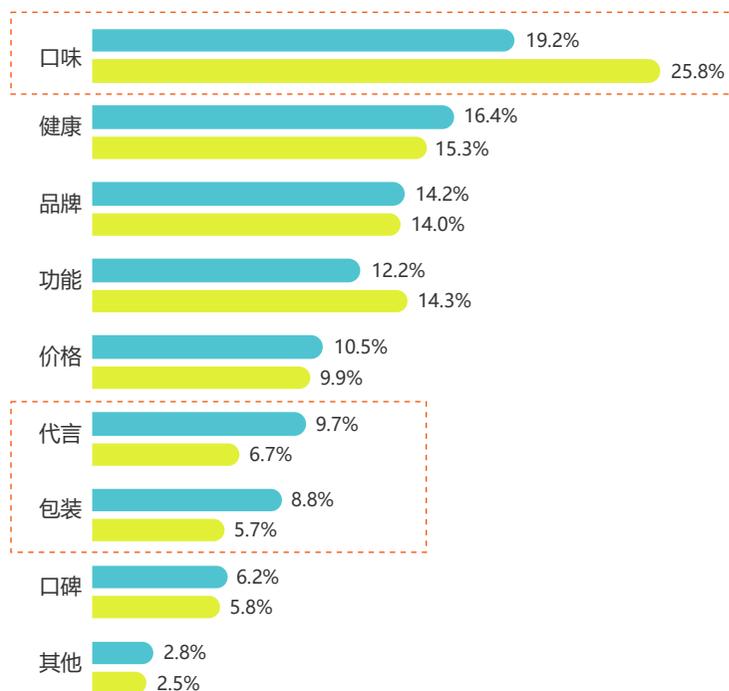
男性更注重口味，而在代言和包装方面，女性则占比较高

饮料决策因素分布



■ 口味 ■ 健康 ■ 品牌 ■ 功能 ■ 价格 ■ 代言 ■ 包装 ■ 口碑 ■ 其他

饮料决策因素-性别分布



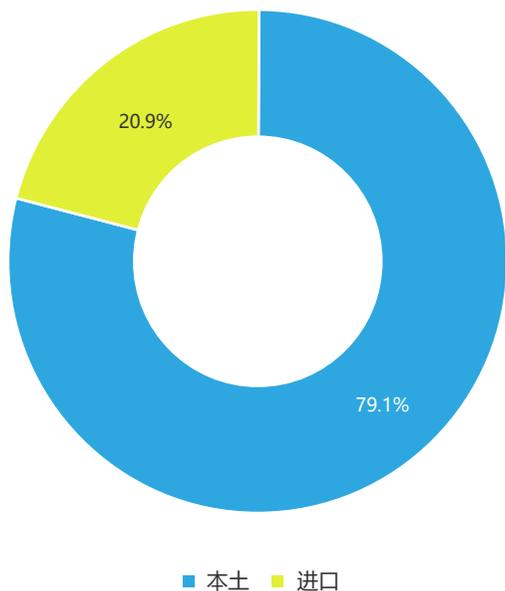
■ 女性 ■ 男性



本土品牌更受青睐，热议内容也与进口品牌呈现明显差别

对于本土品牌而言，消费者对茶饮料讨论较多，而进口品牌则多聚焦在碳酸饮料
本土品牌粉丝效应显著，杨洋、EXO以及李易峰成为话题焦点

饮料关注人群品牌国别分布



本土饮料热议内容



进口饮料热议内容

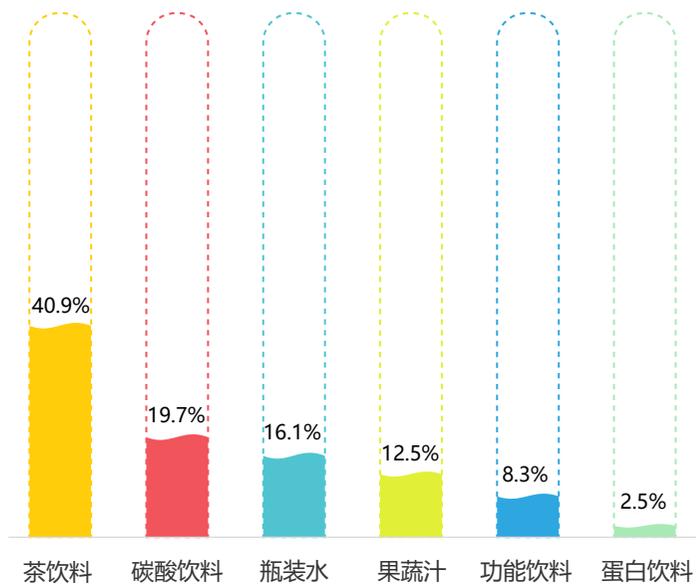




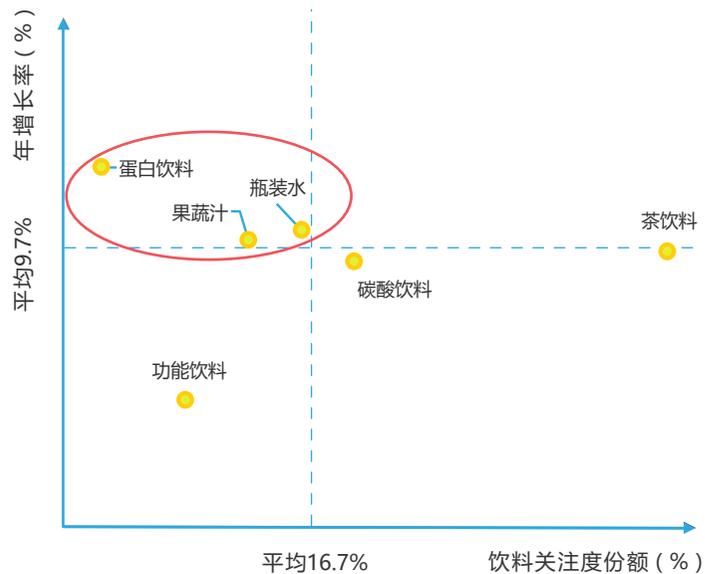
茶饮料及碳酸饮料是人群谈论焦点

人们对瓶装水、果蔬汁以及蛋白饮料愈发重视，增速高于平均水平

饮料关注人群讨论品类分布



关注品类份额-年增长率分析

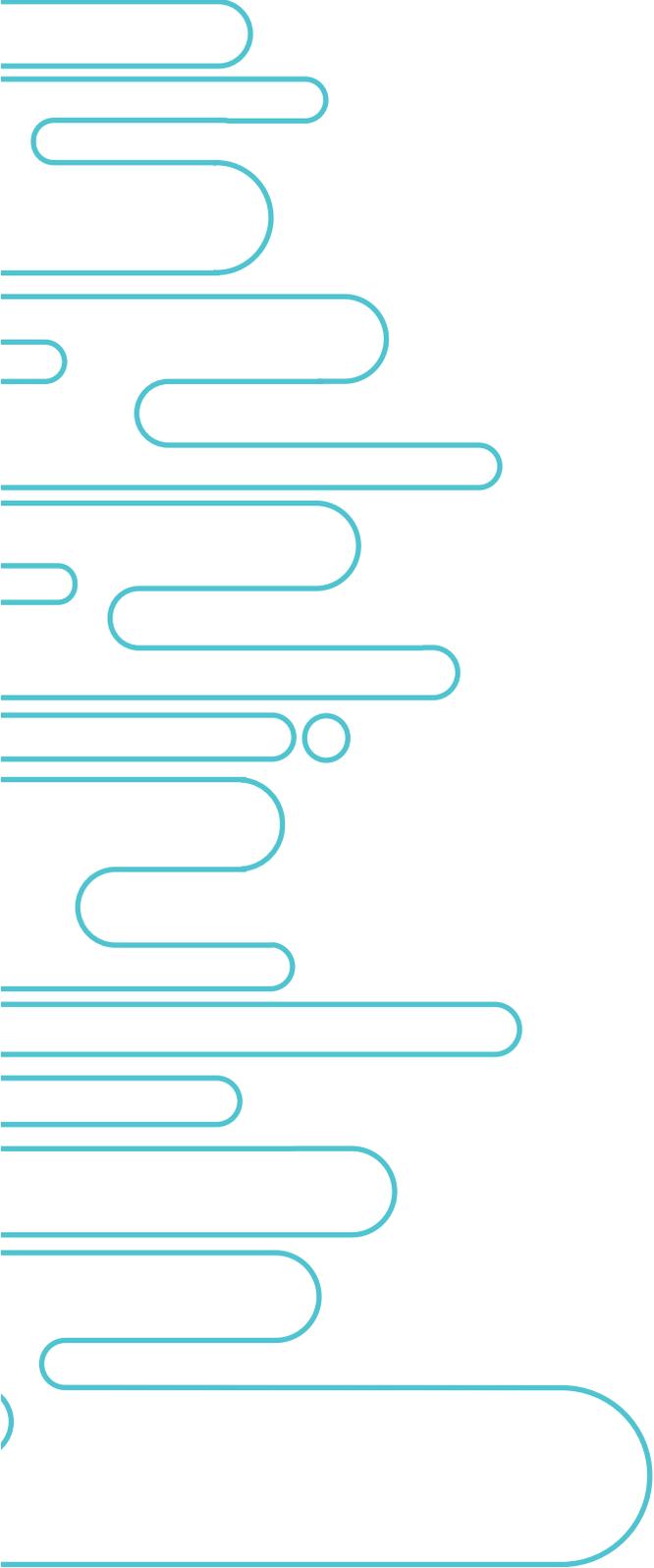




03

品类细分

本章对讨论增速最快的三大品类
进行细致分析：
瓶装水、果蔬汁、蛋白饮料



瓶装水

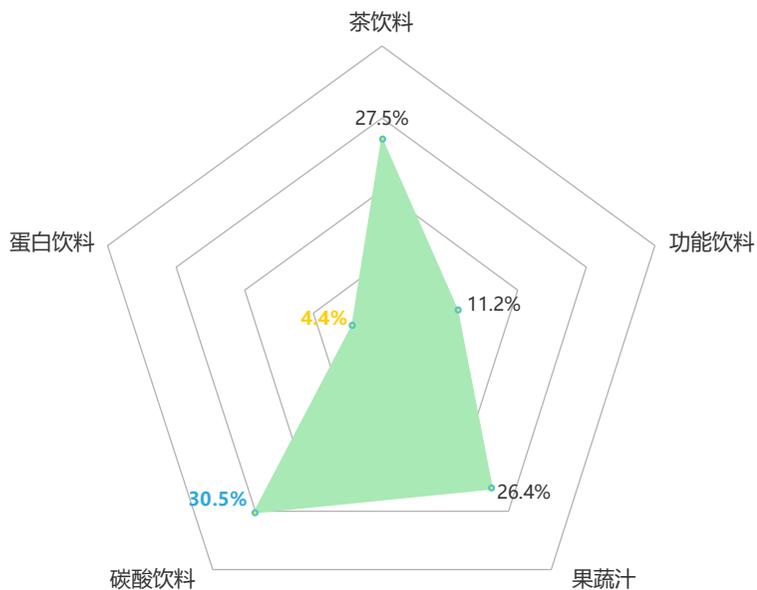
品类细分



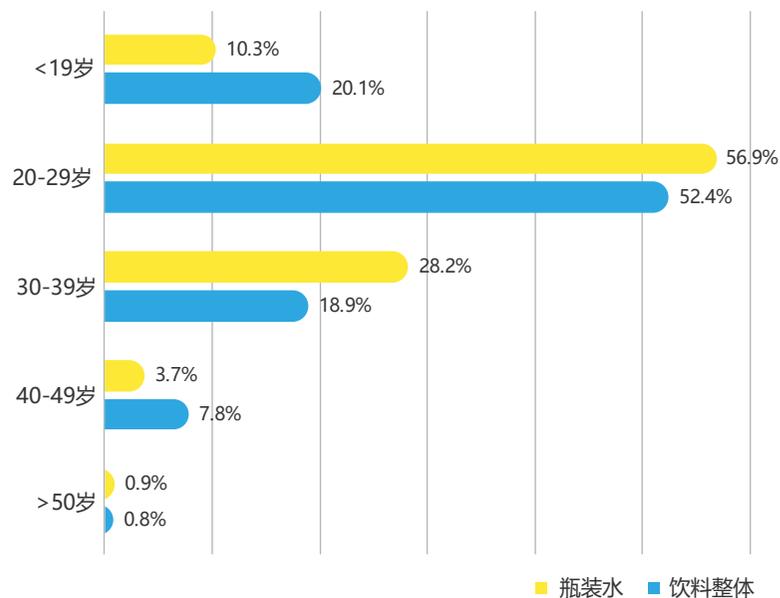
瓶装水与碳酸饮料关联性较强，与蛋白饮料关联最弱

瓶装水人群主要聚集在20-49岁年龄段

瓶装水与其他品类关联分析



人群年龄分布



注：关联是指不同品类饮料中，同时提及多类饮料的比例，如瓶装水与茶饮料的关联=同时提及瓶装水与茶饮料的讨论量/瓶装水的全部关联讨论量

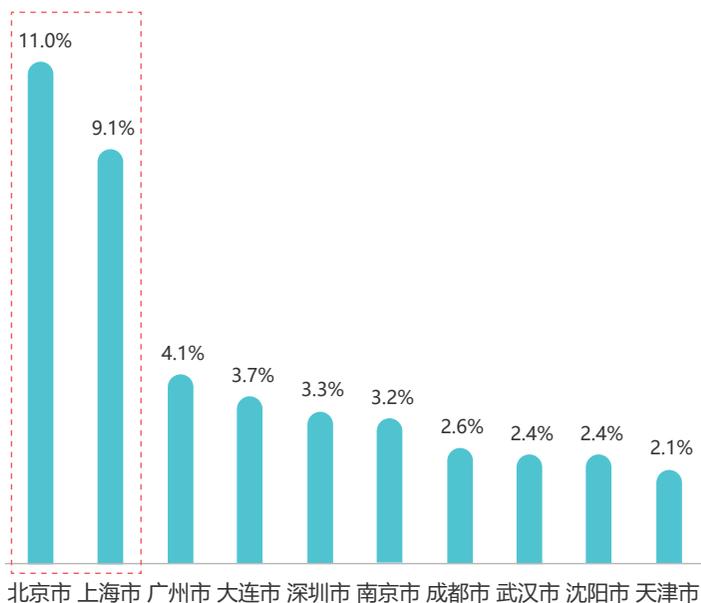
数据来源：国双MediaD产品数据



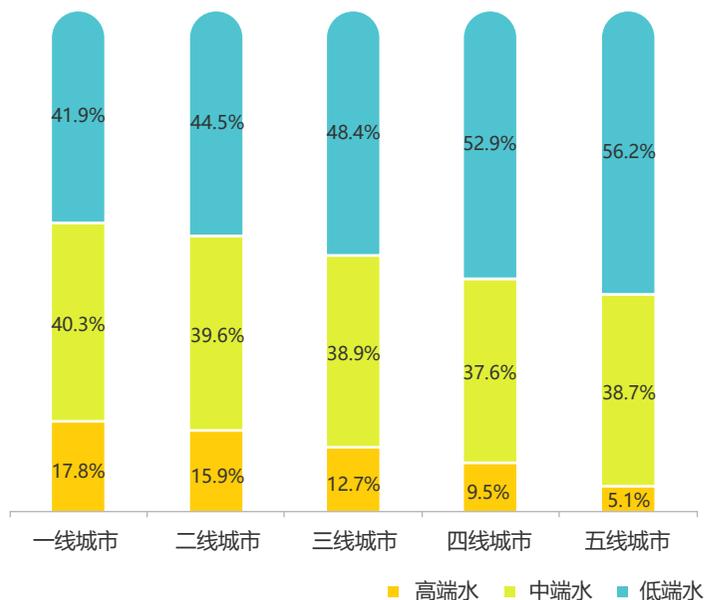
北京、上海对瓶装水的讨论量远超其他城市

随着城市线级下沉，关注高端水的人群逐步缩小，而中低端水则优势愈发明显

关注人群城市分布TOP10



关注人群线级城市-细分品类分布

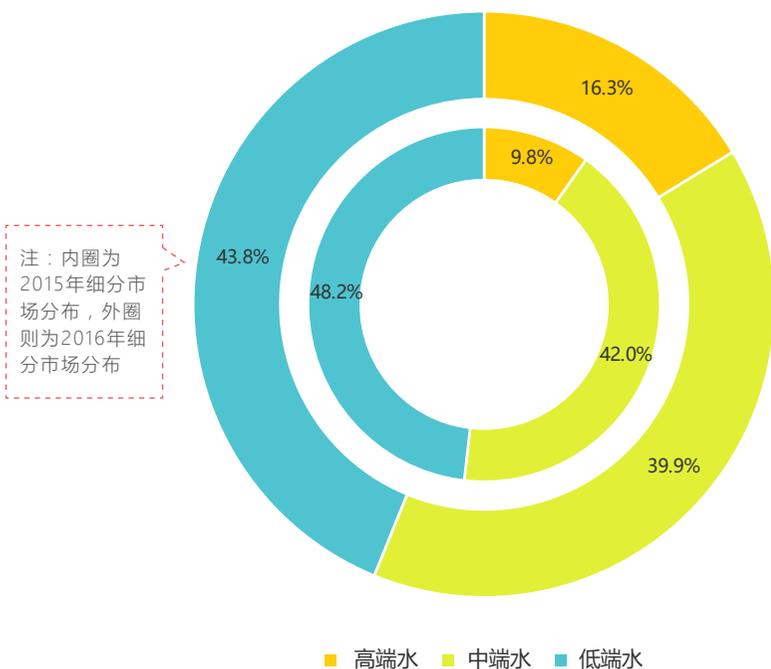




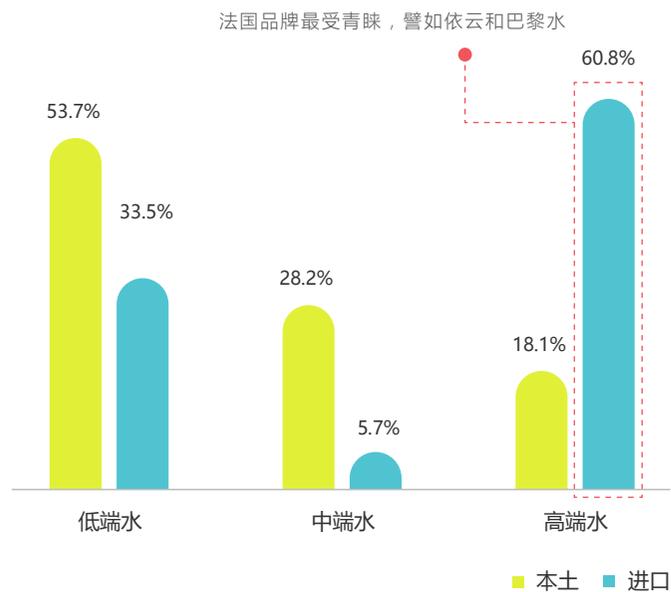
中低端瓶装水虽占主流，但瓶装水高端化已成为趋势

对于本土饮料而言，低端水和中端水被人们提及较多，而进口饮料，高端水则广受重视

瓶装水细分品类关注分布



瓶装水细分品类-品牌国别分布

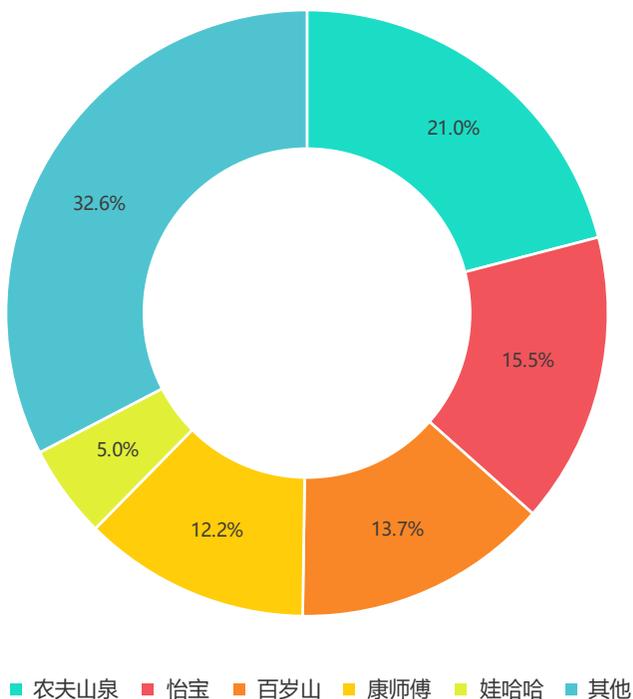




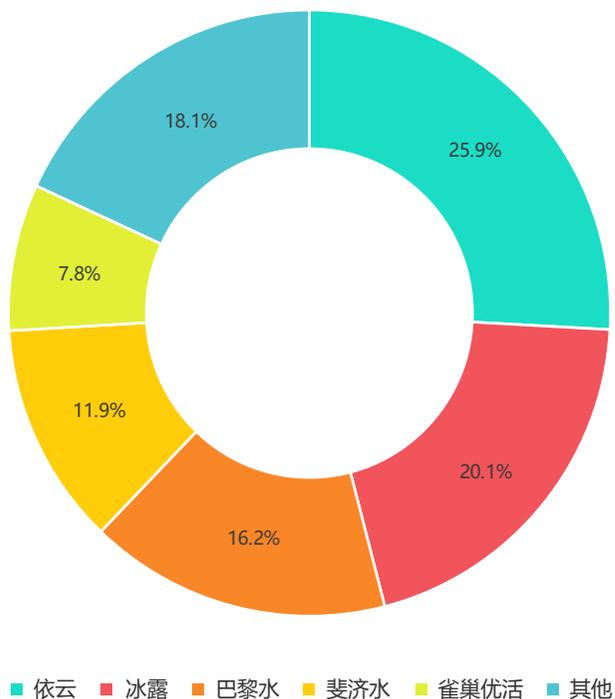
人们对进口品牌认知更加集中，本土则相对分散

农夫山泉在本土饮料中认知度最高，而依云则在进口饮料中被谈及最多

本土瓶装水关注品牌分布

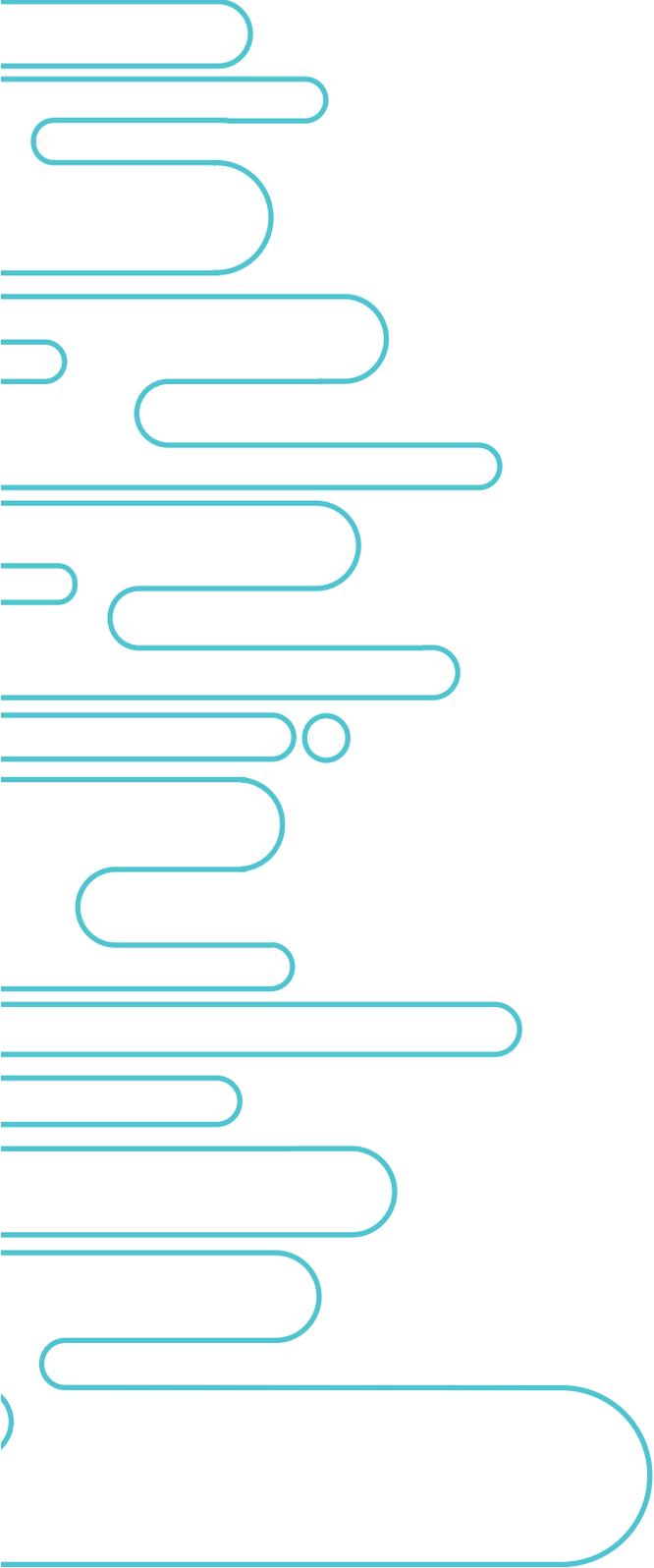


进口瓶装水关注品牌分布



注：国别依据品牌归属地进行划分（下同，不赘述）。

数据来源：国双MediaD产品数据



果蔬汁

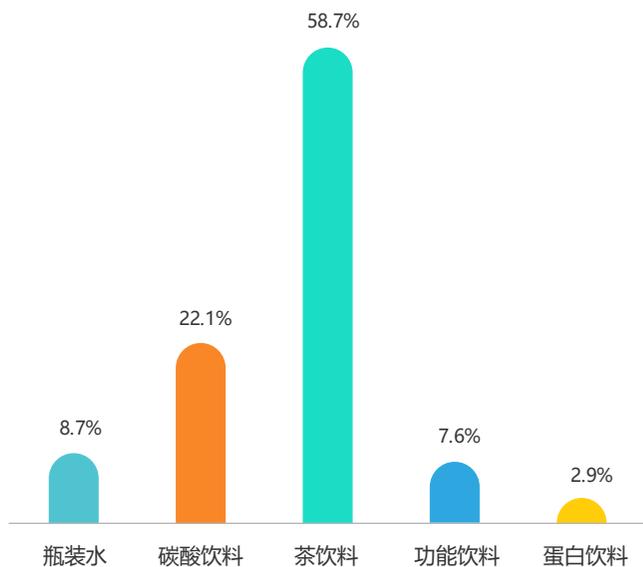
品类细分



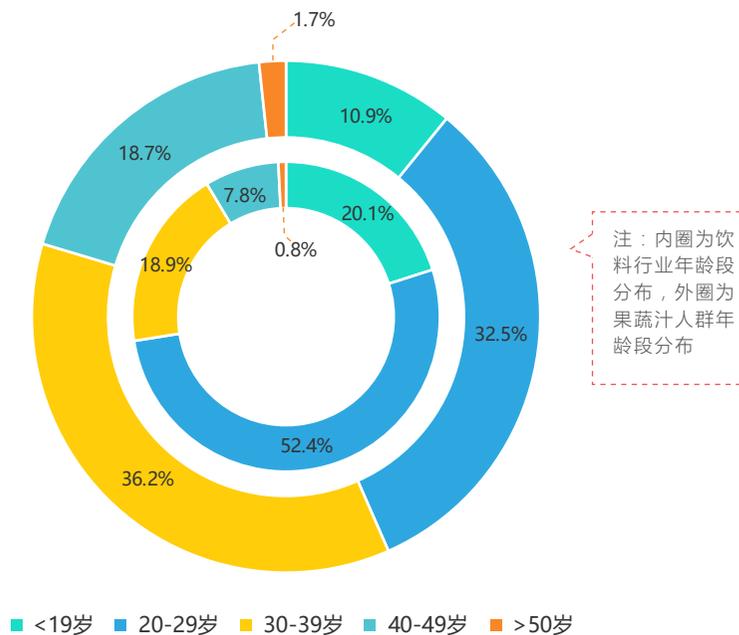
果蔬汁与茶饮料的讨论关联性最高

与整体相比，果蔬汁在30岁以上年龄段人群中更受欢迎

果蔬汁与其他品类关联分析



人群年龄分布



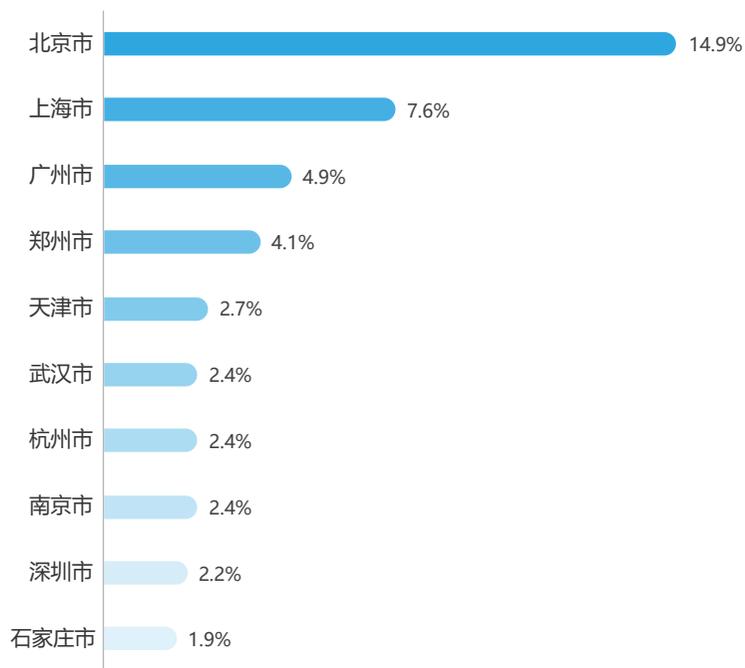
注：关联是指不同品类饮料中，同时提及多类饮料的比例，如果蔬汁与瓶装水的关联=同时提及果蔬汁和瓶装水的讨论量/果蔬汁的全部关联讨论量
数据来源：国双MediaD产品数据



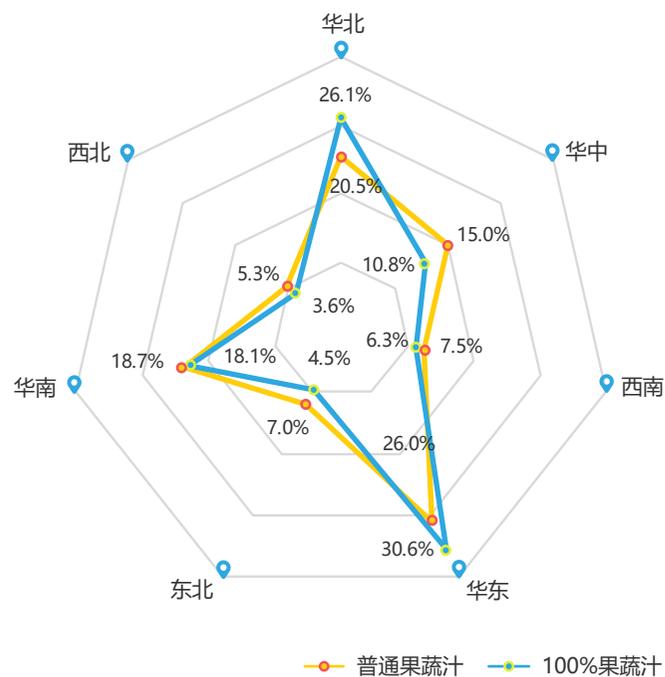
北京喜爱果蔬汁程度远高于其他地区

与普通果蔬汁相比，100%果蔬汁在华北、华东地区更受大家欢迎

关注人群城市分布TOP10



关注人群区域-细分品类分布

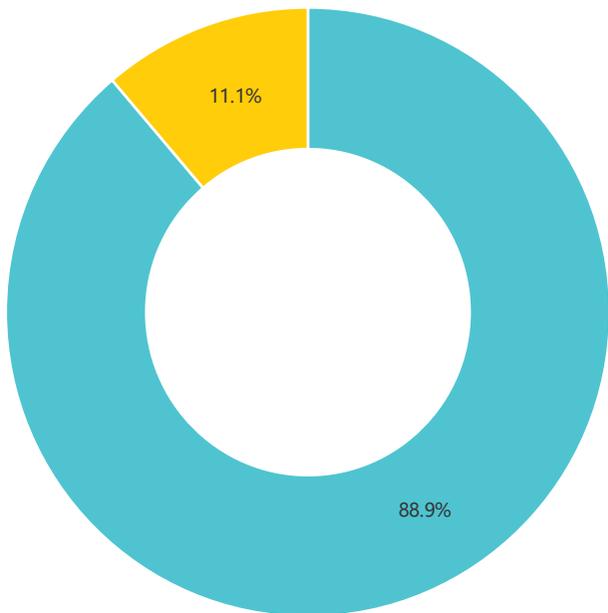




普通果蔬汁是人们谈论的重点

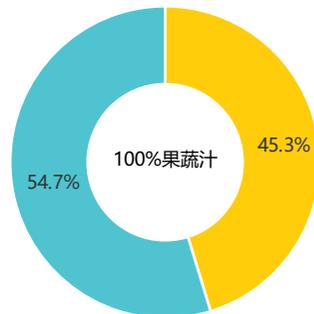
对于果蔬汁饮料，消费者对于本土品牌更加青睐

关注人群细分品类分布

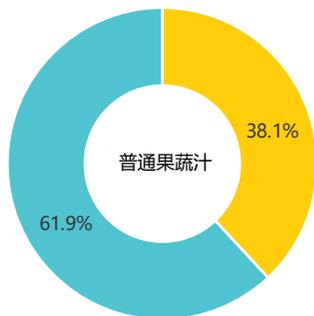


■ 普通果蔬汁 ■ 100%果蔬汁

关注人群细分品类-品牌国别分布



■ 进口 ■ 本土



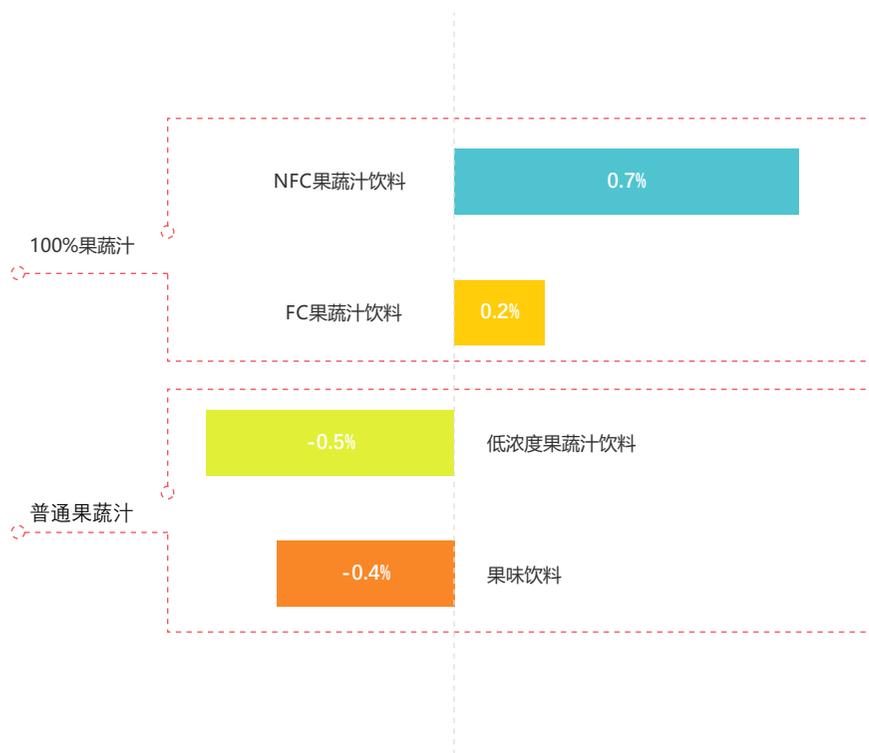
■ 进口 ■ 本土



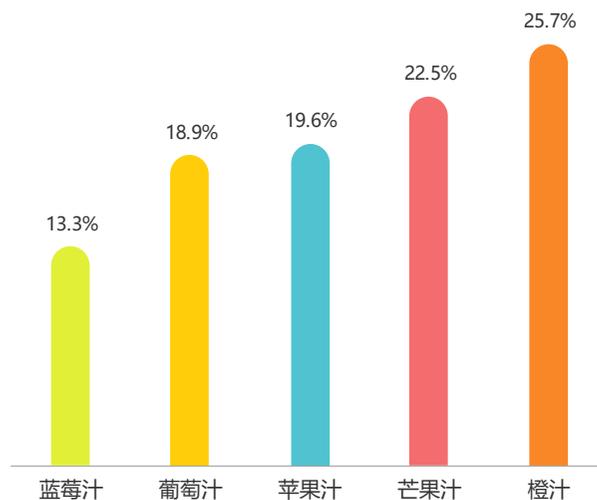
人群对100%果蔬汁偏爱有所增加，对普通果蔬汁热爱程度有所下降

果蔬汁饮料关注者的喜好口味主要包括橙汁、芒果汁以及苹果汁等

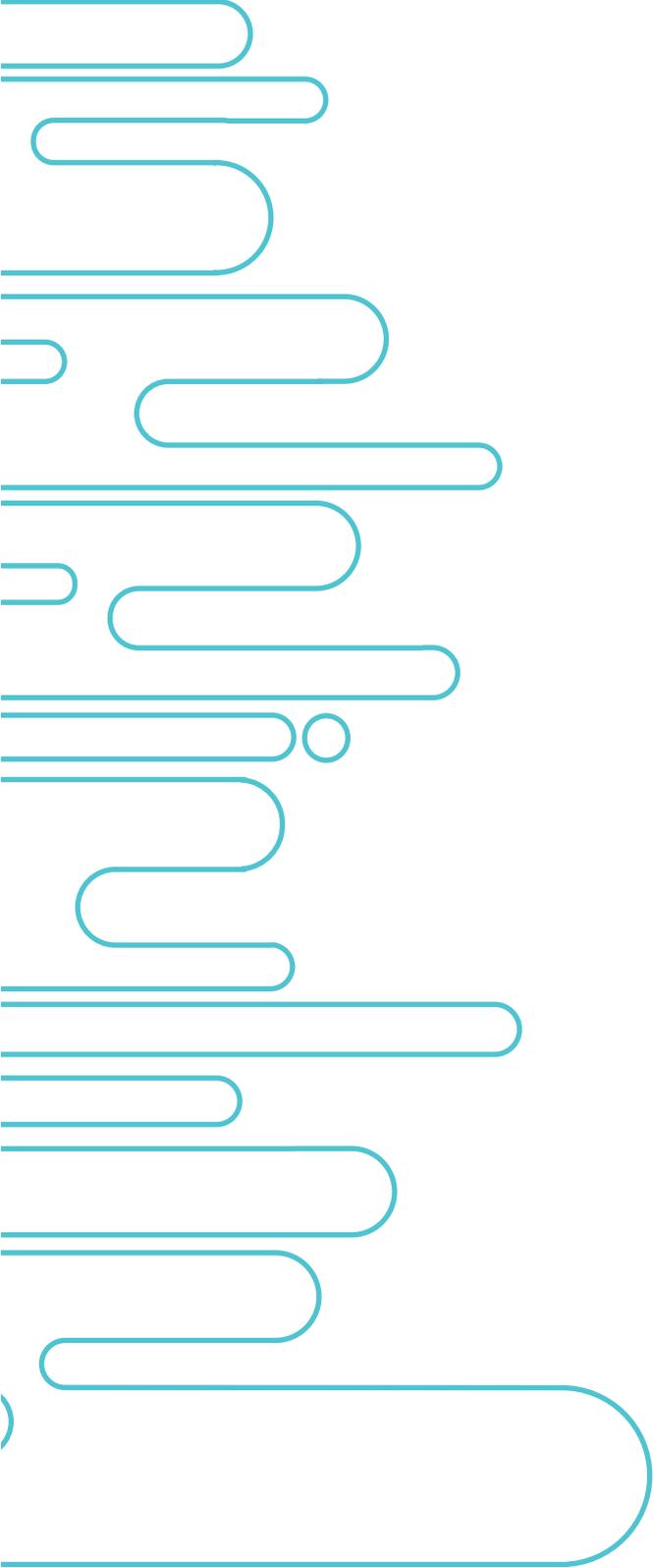
细分品类讨论量变化



细分人群关注口味TOP5分布



注：NFC果蔬汁饮料，即水果或者蔬菜经过榨汁后直接进行巴氏杀菌，在低温环境中加工而成的非浓缩还原100%果蔬汁。FC果蔬汁饮料，是指在浓缩果蔬汁原料中加入浓缩过程中失去的天然水分等量的水，从而制成浓缩还原100%果蔬汁
数据来源：国双MediaD产品数据



蛋白饮料

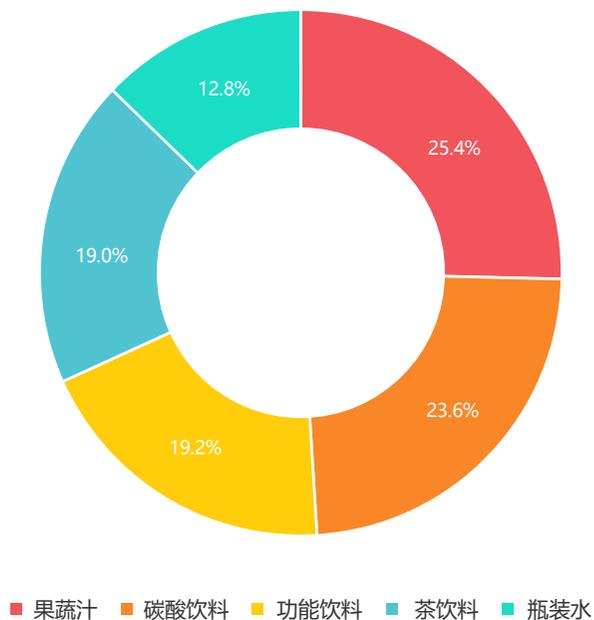
品类细分



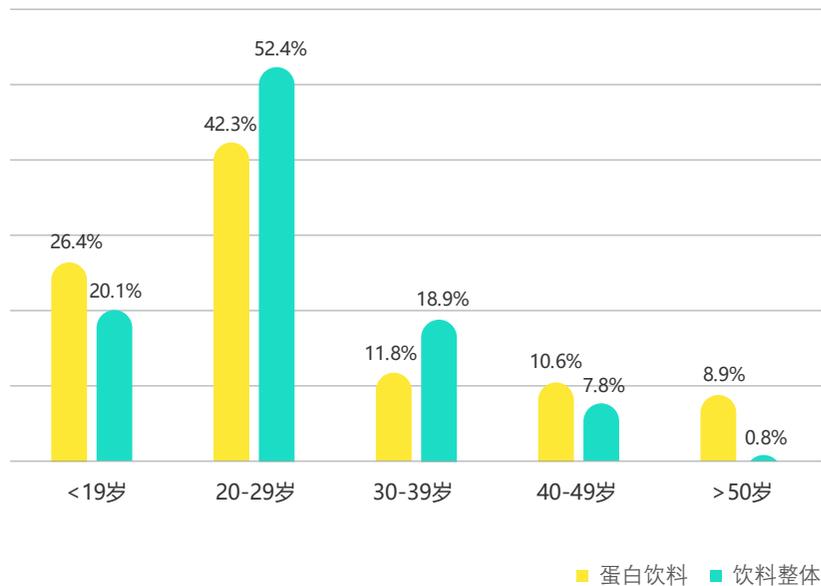
果蔬汁是蛋白饮料的主要关联讨论对象

相比于整体，蛋白饮料更多集中在小于19岁以及大于50岁的人群中

蛋白饮料与其他品类关联分析



人群年龄分布



注：关联是指不同品类饮料中，同时提及多类饮料的比例，如蛋白饮料与果蔬汁的关联=同时提及蛋白饮料和果蔬汁的讨论量/蛋白饮料的全部关联讨论量

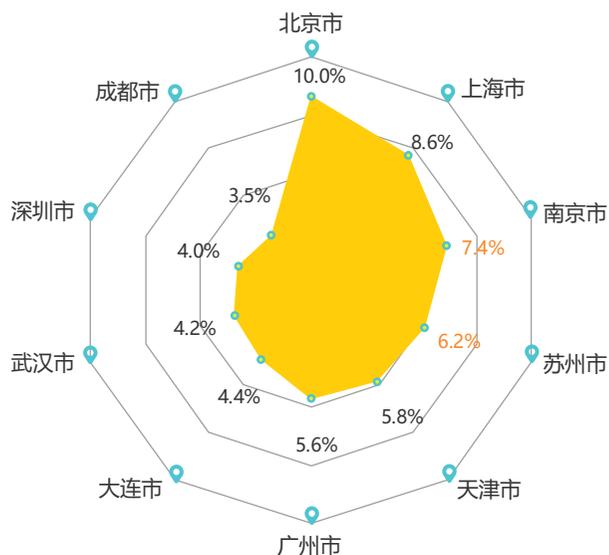
数据来源：国双MediaD产品数据



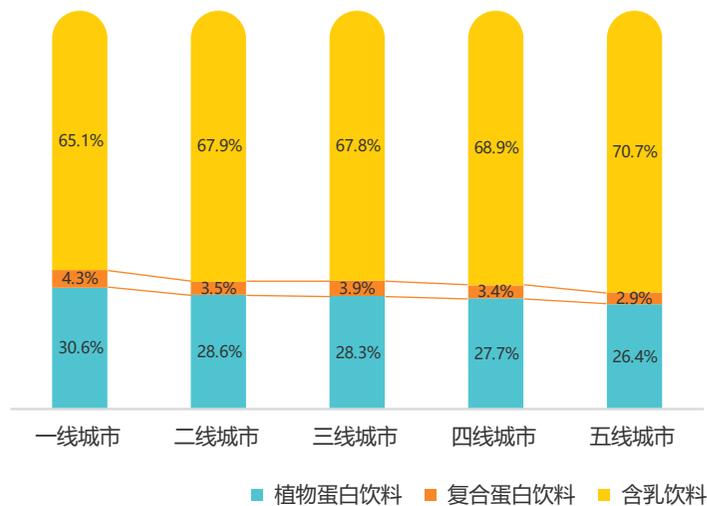
蛋白饮料在南京以及苏州讨论较多，仅次于北京、上海

低线城市对含乳饮料需求量大，而一线城市则对植物蛋白以及复合蛋白饮料更感兴趣

关注人群城市分布TOP10



关注人群线级城市-细分品类分布



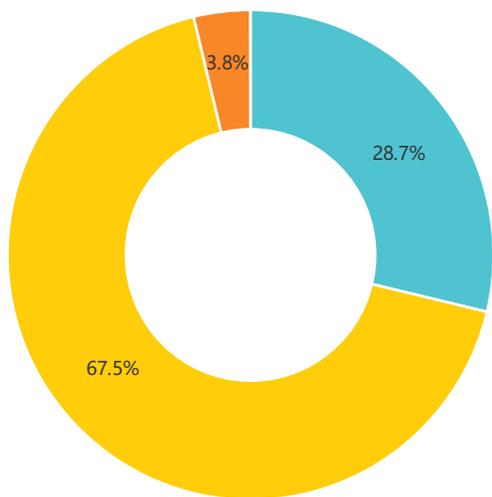
注：复合蛋白饮料是指以乳或乳制品，和不同的植物蛋白为主要原料，经加工或发酵制成的饮料，譬如花生牛奶
数据来源：国双MediaD产品数据



含乳饮料是消费者谈论最多的细分品类

植物蛋白饮料表现突出，较去年相比，人群占比增多1.4%，增速高达12.2%

关注人群细分品类分布

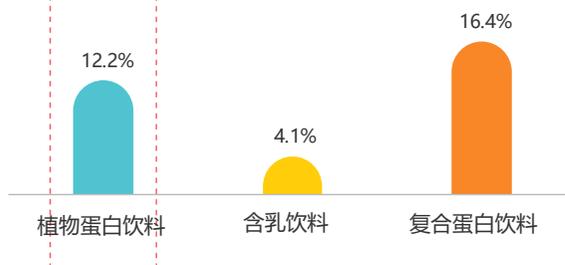


■ 植物蛋白饮料 ■ 复合蛋白饮料 ■ 含乳饮料

关注人群细分品类份额变化



关注人群细分品类增速

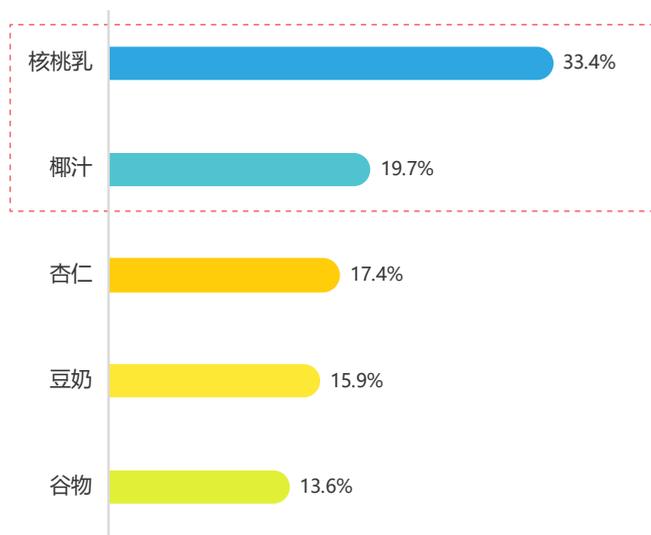




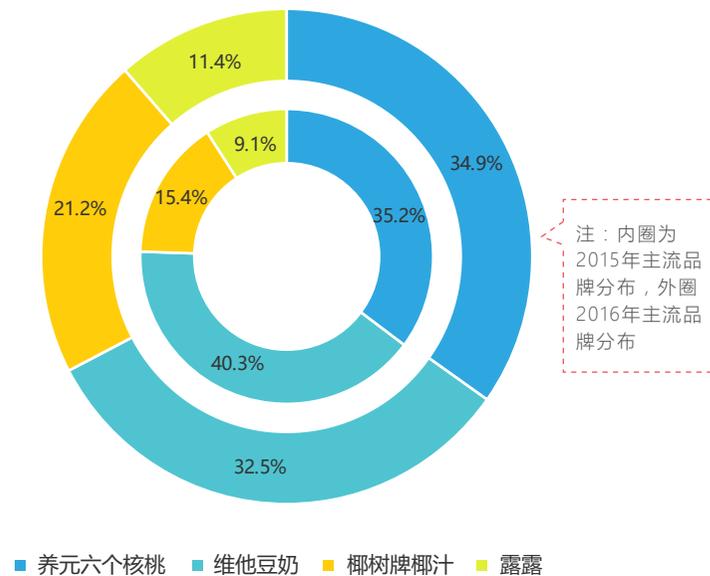
核桃乳和椰汁是人们最喜爱的口味

椰树牌椰汁较受追捧，关注者占比显著上升

植物蛋白人群关注口味TOP5分布



植物蛋白人群主流关注品牌变化



关于国双数据中心

国双数据中心是一个数据信息共享机构。基于OLAP技术的强大交互式数据挖掘平台，我们将PC、移动等多个数据源的数据进行聚合、关联、交叉，通过归因模型、富媒体热力图等多种方式对用户行为、网站页面点击情况等进行研究，以满足企业不同视角的数据挖掘需求，呈现不同深度的数据分析报告。我们的研究范围覆盖诸多行业与媒体类别，涉及上百个维度和指标。我们长期跟踪网站质量与网民行为，同时关注媒体影响与行业趋势，定期发布中国互联网网站质量、网民行为趋势、媒体影响力等方向的研究成果。国双数据中心，专注数据，创造价值，与您分享中国互联网数据的未来。



国双数据中心
GRIDSUM DATA CENTER

北京国双科技有限公司对本材料凡涉及的内容，包括但不限于文件所载的文字、数据、图形、照片等拥有完全的著作权，受著作权法保护。禁止任何媒体、网站、公司、个人或组织以任何形式或出于任何目的在未经本公司书面授权的情况下抄袭、转载、摘编、修改本文件内容，或链接、转帖或以其他方式复制用于商业目的或发行，或稍作修改后使用，前述行为均将构成对本公司之侵权，本公司将依法追究其法律责任。如引用发布，需注明出处为国双数据中心。

【免责声明】

本报告的各项内容和数据仅用于研究和参考，任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果，本公司以及国双数据中心不承担任何的法律责任，请任何第三方在接受该免责声明的前提下，在法律允许和经过授权的条件，合理使用本报告。

作者 Author

王克强

国双科技北京总部

徐瑛

国双科技北京总部

设计团队 Design Team

李东升

国双科技北京总部

许维芳

国双科技北京总部

张路

国双科技北京总部

鸣谢 Thanks

步明薇

国双科技北京总部

崔维福

国双科技北京总部

李可欣

国双科技北京总部

刘嘉

国双科技北京总部

田苗

国双科技北京总部

王晶晶

国双科技北京总部

杨杰

国双科技北京总部

张宁

国双科技北京总部

联系我们

北京总部

地址：北京市海淀区知春路 76 号翠宫饭店写字楼 8 层

邮编：100086

电话：(86-10) 8261 9988

传真：(86-10) 8261 9993

深圳分公司

地址：深圳市福田区彩田路东侧橄榄大厦 2505-07 室

邮编：518000

电话：(86-755) 8271 6566

传真：(86-755) 8271 6766

成都分公司

地址：成都市高新区天府大道北段 1700 号环球中心 W1 号

门 1723、1725

邮编：610015

电话：(86-028) 6626 9550

传真：(86-028) 6517 7229

上海分公司

地址：上海市静安区南京西路 1468 号中欣大厦 40 层

邮编：200040

电话：(86-21) 6289 0099

传真：(86-21) 6289 9993

广州分公司

地址：广东省广州市天河区林和西路 161 号中泰国

际广场 A 座 33 层

邮编：510620

电话：(86-020) 2881 6028

传真：(86-020) 2881 6029

哈尔滨分公司

地址：哈尔滨市南岗区长江路 398 号工大集团大厦 16 层

邮编：150000

电话：(86-451) 8289 2189

传真：(86-451) 8289 8025



国双数据中心

GRIDSUM DATA CENTER