

奥纬咨询：新冠疫情下，中国消费者饮食习惯的急剧转变为生鲜电商带来机遇

奥纬咨询的调查显示，疫情爆发期间80%的中国消费者改变了饮食习惯，56%的消费者尝试利用新的线上平台购买食品百货。

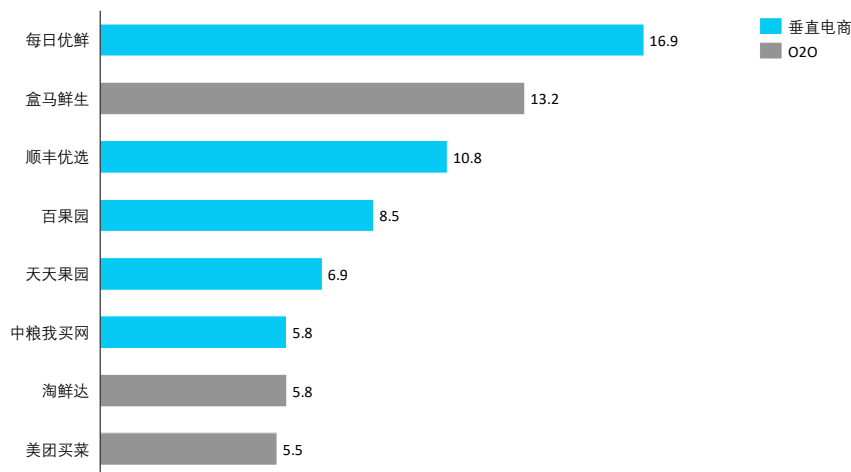
上海，2020年3月3日—在奥纬咨询最近发起的一项调研中，超过80%的受访者表示他们在新冠肺炎爆发期间的饮食习惯发生了变化，其中一半的受访者明确表示，他们在食品类的选择上与以往大相径庭。生鲜电商在疫情期间迎来发展机遇——有62%的消费者表示，在过去的一个月中，他们在网上采购食品的频率更高；而56%的消费者在疫情期间主动探索在从未使用过的电商平台上购物。

生鲜电商经历爆炸性增长，新兴平台受益良多

中国拥有世界上最大的线上生鲜市场，发展势头强劲。疫情期间，消费者出行受限、宅在家中的现状加快了生鲜电商市场渗透的步伐。56%的受访者表示他们在之前没有用过的生鲜电商平台进行购物。

在疫情期间，您是否首次在以下的线上平台购物？

% 受访者



N = 1,000
资料来源：问卷调查，奥纬分析

小众平台与生鲜电商巨头共同受益。在疫情期间，成功吸引新用户目光的行业赢家包括每日优鲜、盒马鲜生和顺丰优选——分别有17%、13%和11%的受访者表示在疫情期间首次使用这些平台；部分垂直电商也吸引了不少新用户，百果园(9%)、天天果园(7%)、美团旗下的美团买菜(6%)以及阿里巴巴旗下的生鲜新零售淘鲜达(6%)等亦成为受访者青睐的生鲜采购平台。

而传统电商平台，例如天猫、淘宝、京东、多点和苏宁等，正如市场预期一样，由于已经实现了很高的渗透率，新用户的获取效果并不突出。然而，这些市场领导者仅凭当前客户群体的客单价增加和购物频率增加就可以实现较为可观的利润。

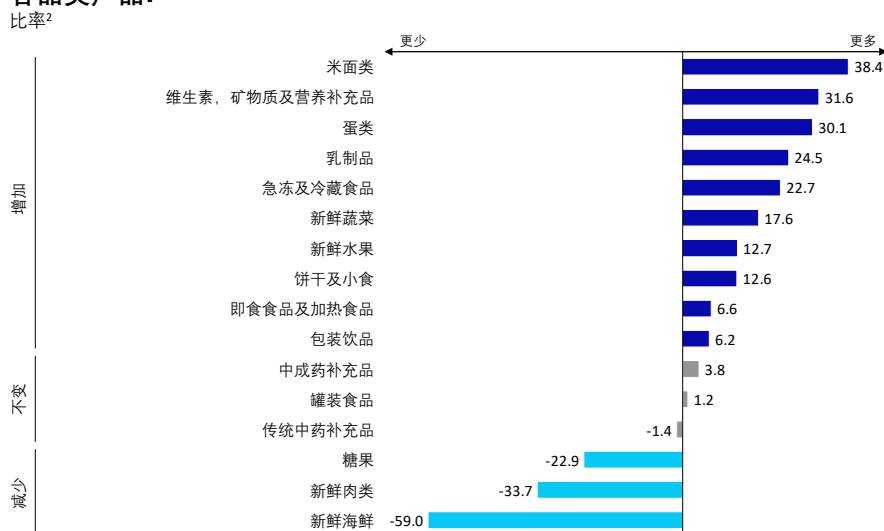
奥纬咨询董事合伙人、大中华区零售及消费品业务主管彭显伦 (Jacques Penhirin) 表示：“消费者的要求越来越高，对健康的重视程度也与日俱增，这为新兴的垂直电商提供了追赶行业领导者甚至进行弯道超车的机会。市场上的传统领导者显然是大多数消费者购物的第一站，但缺货的情况促使他们探索其他平台。具备强大品牌战略和完善商品销售及供应链能力的小众平台，可以借此机会突出重围，捕获和留存这些超预期客流。”

不同年龄结构的消费者对于生鲜电商的偏好也略有不同。生鲜电商的渗透率在25-34岁的人群中高达94%，而这一比率在55-65岁人群中仅为72%。此外，年轻一代也更热衷于尝试使用新的电商平台。在25-34岁的受访者中，有63%的消费者在疫情期间探索了新的电商平台，而55-65岁的人群中只有28%的消费者尝试过探索新平台。

社交电商也实现了较为强劲的增长。当人们待在家里时，社区微信群成为了居民社区团购的主要渠道。32%的受访者表示他们在社交电商上购物的频率较平时更高，另外9%的受访者更是在疫情暴发期间首次体验了微商购物的魅力。

食品品类的选择正在发生变化

在疫情爆发的过去一个月中，与平日相比¹，您购买了更多、相同还是更少的各品类产品？



N = 1,000; 1. 不考虑减少外出用餐的影响; 2. 增加购买的受访者百分比和减少购买的受访者百分比之间的净差异;
资料来源: 问卷调查, 奥纬分析

米面类和速食食品的销量激增。42%的受访者增加了米面类食品购买量，其中高达55%的消费者出于囤货的心态而进行购买。速食食品（包括方便面及加热食品）也面临着相同的趋势，28%的受访者增加了速食食品购买量，其中有42%的人出于囤货心态。

随着新鲜肉类的供应减少，**蛋类及奶制品成为蛋白质的成功替代品。**分别有35%和33%的受访者表示他们购买蛋类和奶制品的数量增加了。随着消费者在疫情期间愈加重视增强免疫力，新鲜蔬菜和水果也出现相同的增长趋势，分别有40%和37%的受访者表示其采购量增加。

冷冻冷藏产品成功替代了新鲜肉类和海鲜产品份额。调研中显示，43%的受访者对冷冻冷藏类的食品购买量有所增加，其中有57%的受访者表示他们出于囤积食品用来备用的目的而选择购买急冻及冷藏食品。

随着人们对健康的高度关注，保健产品开始受到关注

疫情期间，人们高度关注增强免疫力的方法以抵抗潜在的感染，保健品近乎成为了消费者一种本能上必选的产品。38%的受访者购买了更多的维生素和膳食补充剂（VMS），且该需求在各个年龄段之间并没有显著差异。

调研还发现消费者并未出现对中药的过度追捧。只有18%的受访者表示在疫情期间购买了更多中成药，14%的受访者增加了传统中药的消费。

“消费者在品类选择上的变化可能是暂时的。疫情结束后，多数食品选择可能会恢复正常，但消费者对保健品的需求趋势或将持续下去。消费者预防疾病及保健意识的重现将会深刻改变市场，并为健康食品零售商提供更多机遇。国外流行的‘超级食品’——即营养均衡、营养价值比一般食品更高的食品——正逐渐发展出带有中国特色的对应产品。”彭显伦总结道。

- 完 -

媒体联系：

童颖，奥纬咨询

电话：+86 21 8036 9313

邮箱：eva.tong@oliverwyman.com

刘芷含，奥纬咨询

电话：+852 2201 1717

邮箱：sophie.liu@oliverwyman.com

欢迎关注我们的微信公众号



关于本调研

相关在线调查问卷于2020年2月在中国地区投放。奥纬咨询调研了1000名来自不同城市的消费者在新冠肺炎疫情期间饮食采购方面的偏好。在这1000名受访者中，有60%为女性，40%为男性；其中72%的受访者每月收入在10000元至25000元人民币之间。

关于奥纬咨询

奥纬咨询（Oliver Wyman）是一家全球领先的国际性管理咨询公司，在全球29个国家的60个城市设有分支机构，拥有深厚的行业经验和在战略、运营、风险管理、组织转型等领域的精深专业能力。奥纬咨询在全球范围内有5000多名专业人士，帮助客户优化业务、改善运营、改进风险管理、提升组织绩效，从而抓住最具吸引力的机遇。奥纬咨询是Marsh & McLennan Companies（纽交所代码：MMC）全资拥有的子公司。如需了解更多信息，请访问公司网站www.oliverwyman.com。