

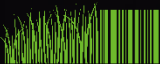


# 2022牛排消费趋势洞察

KANTAR X  天猫新品创新中心 X  X  乌拉圭牛羊肉

2022年3月



# CONTENTS

1. 牛肉宏观市场趋势
2. 聚焦牛排线上市场趋势
3. 牛排消费人群需求转变
4. 牛排消费需求四大场景趋势
5. 市场机会小结



/01

○○○

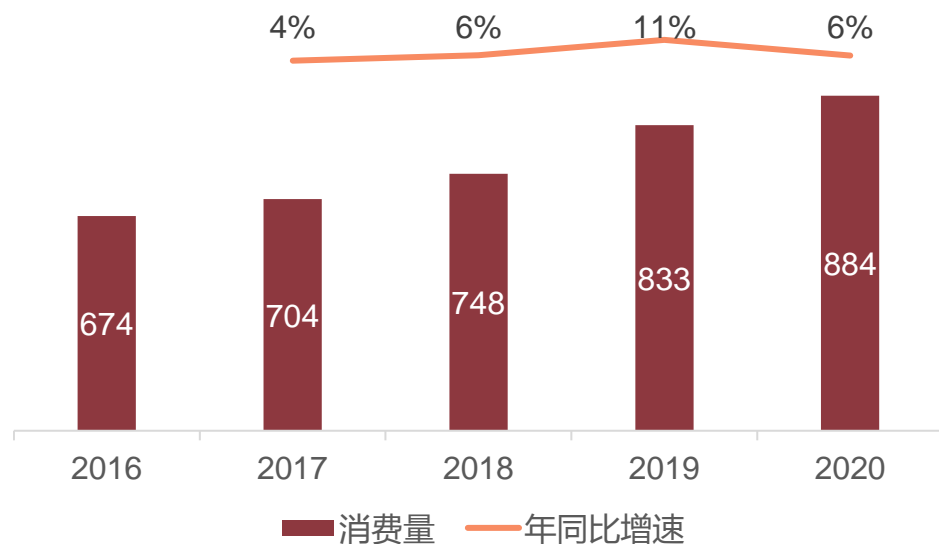
牛肉宏观市场趋势



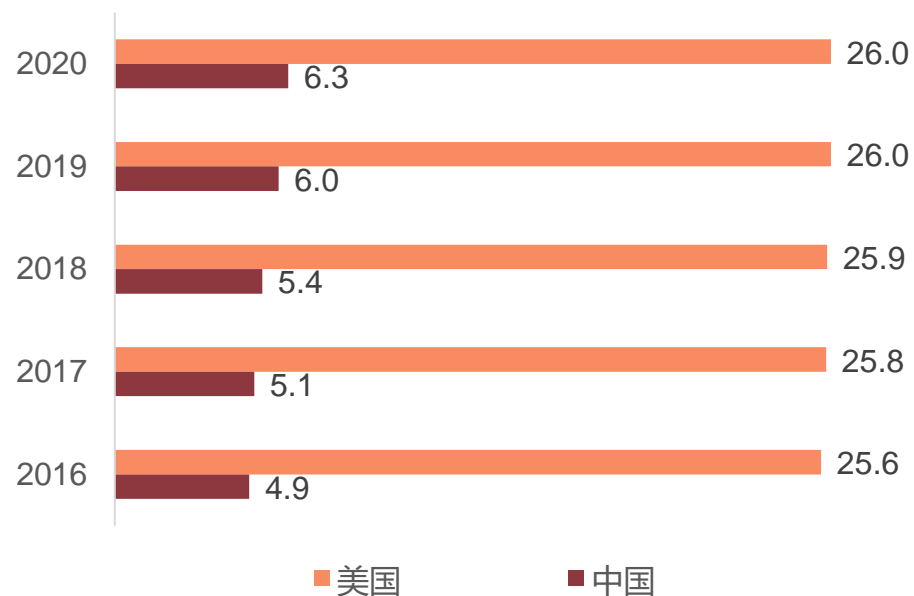
# 牛肉市场快速上升，中国牛肉人均消费仍有巨大提升空间

牛肉消费量快速上升。环比增速达11%，并将随着国内消费升级趋势持续下去  
虽然国内人均消费量上升，但与美国仍有4倍以上差距，发展潜力巨大

2016-2020中国牛肉消费量 (万吨)



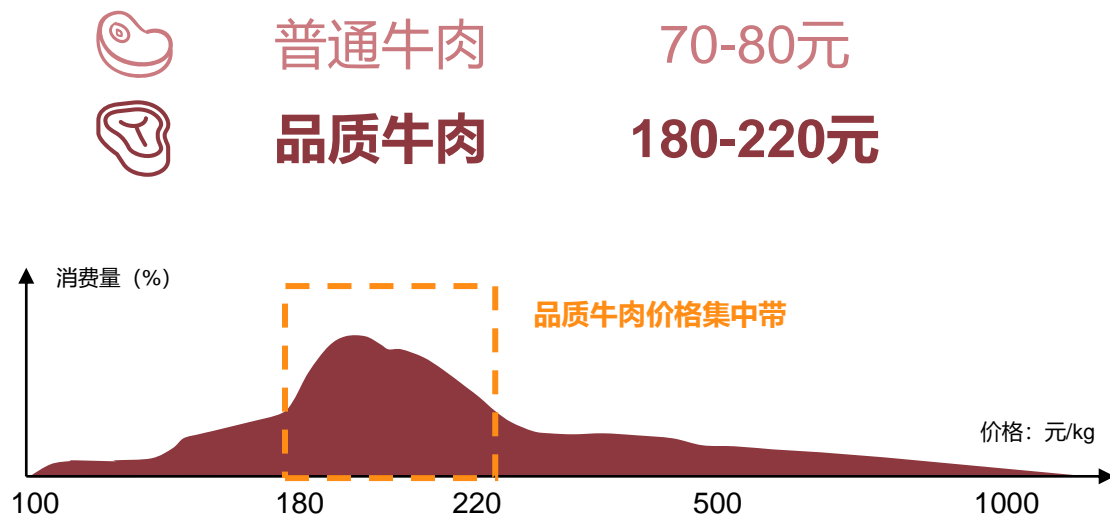
2016-2019中美人均牛肉消费量对比 (kg/人)



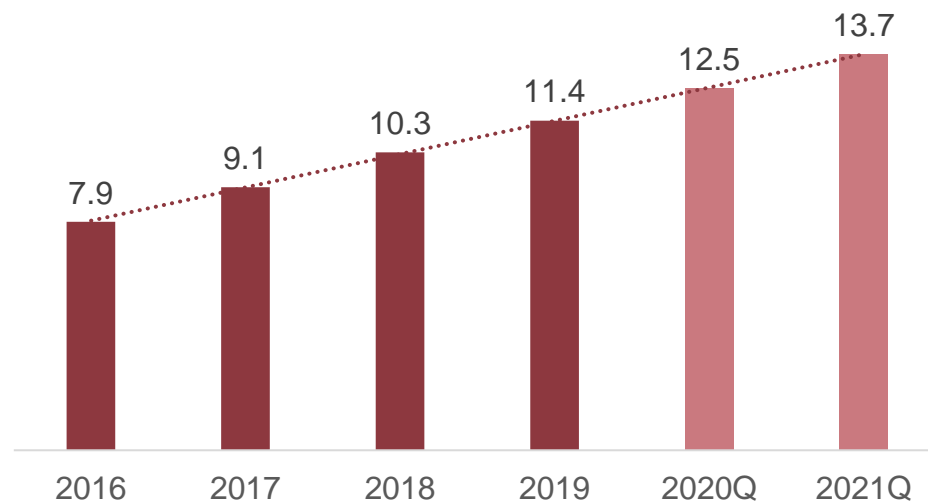
# 品质追求，中国高档牛肉市场需求逐年加大

随着居民收入水平与对品质生活的追求不断提高，品质牛肉消费量增速明显

中国牛肉市场价格区间



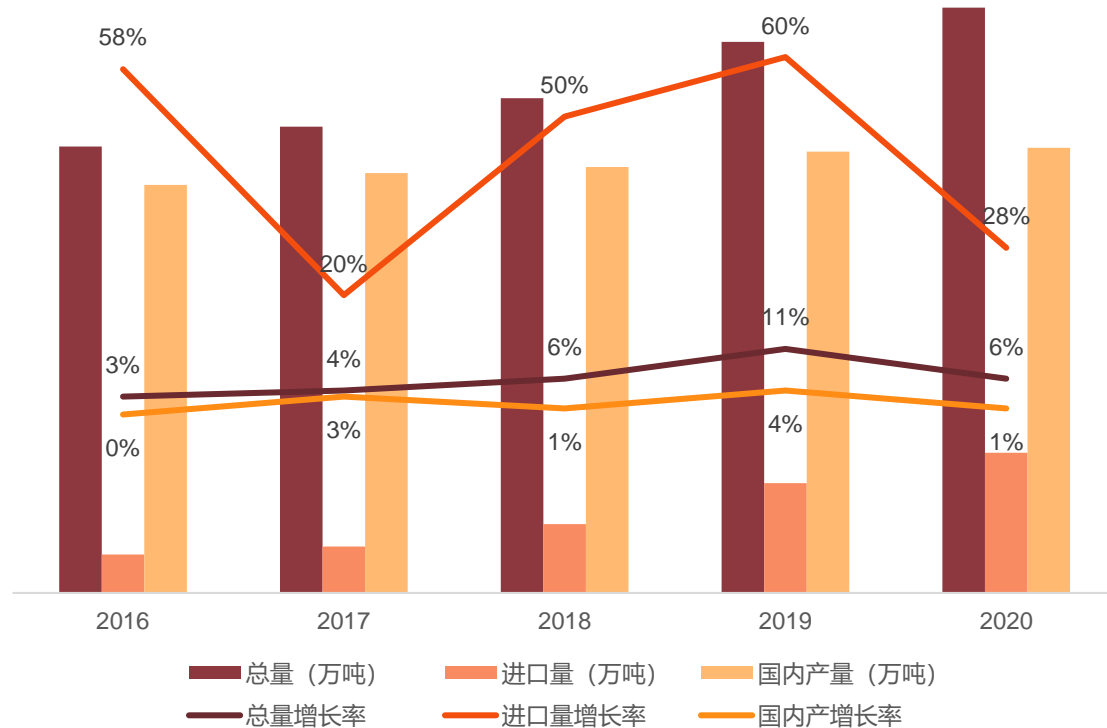
2016-2019中国品质牛肉消费量 (万吨)



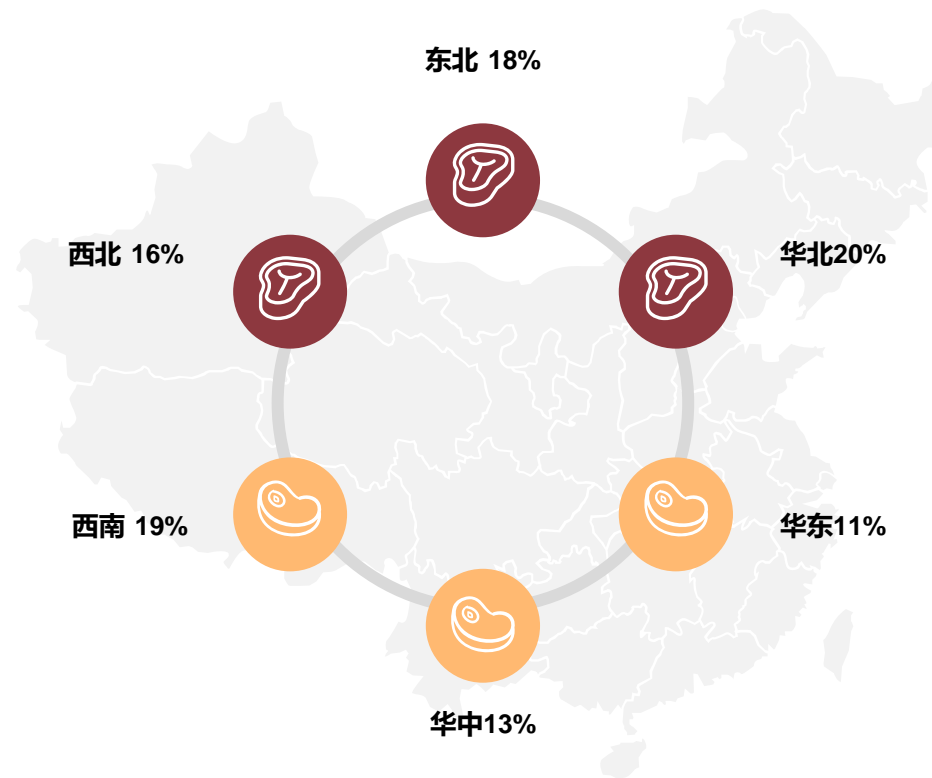
# 疫情影响，进口牛肉增长放缓，国产牛肉迎来新机遇

受疫情影响，2020年进口牛肉总量及金额增速放缓，国产牛肉产量进一步上升，北部产区产量过半，预计2025年中国牛肉自给率将进一步提升至85%左右

2016-2020年中国牛肉进口量及产量（万吨）变化趋势



2020年中国牛肉产区占比分布

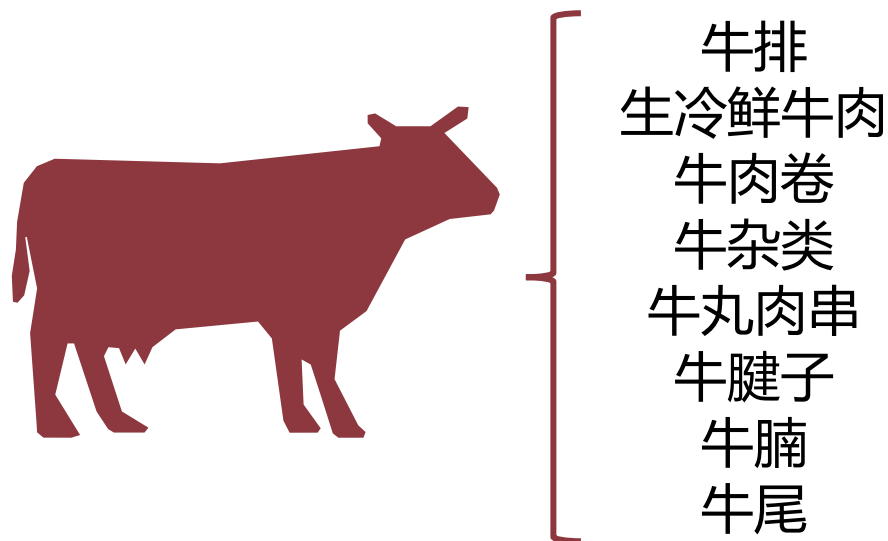


# 线上牛肉产品市场以牛排为核心向各品类发展

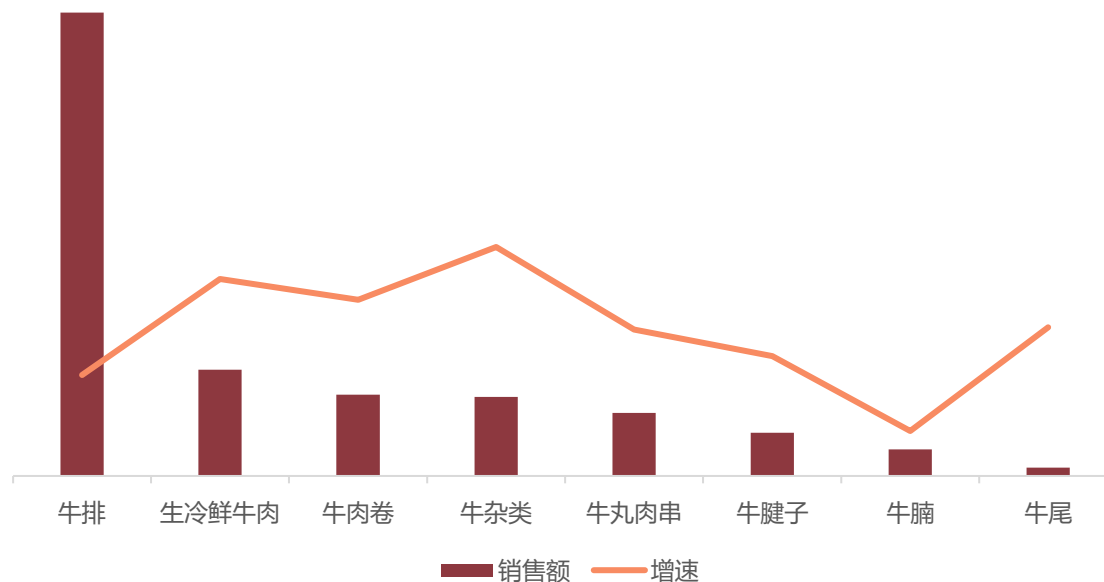
随国民生活水平提升，对于牛肉产品的丰富需求逐渐显现

21年线上市场以牛排为核心品类，逐渐向全牛肉产品发展，伴随供应链及物流完善，生冷鲜牛肉、牛肉卷等品类增长潜力显现

线上销售牛肉产品类型



2021年线上牛肉品类销售额



/02

○○○

聚焦牛排线上市场发展





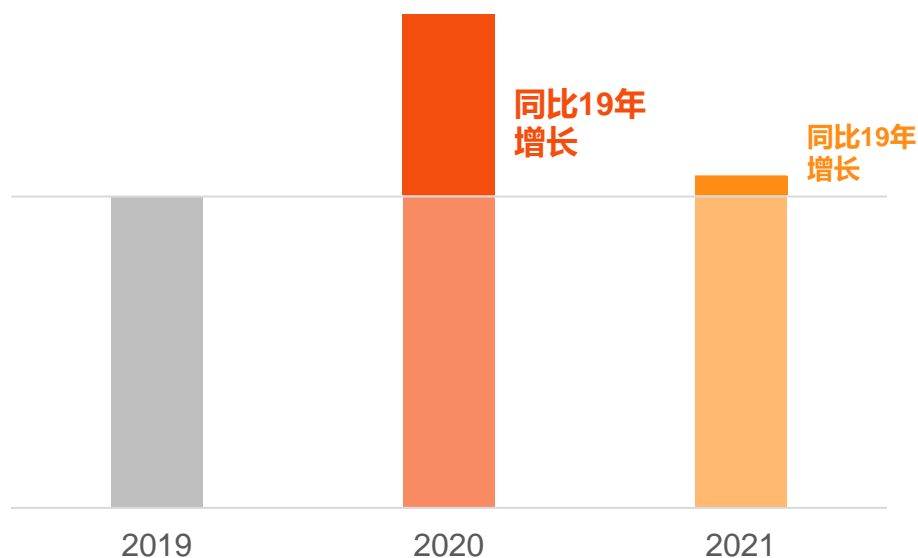
# 线上牛排整体市场平稳，成交客单价稳步上升

21年线上牛排整体市场较19年疫情前：

成交金额上涨

客单价上升

近三年牛排市场成交金额



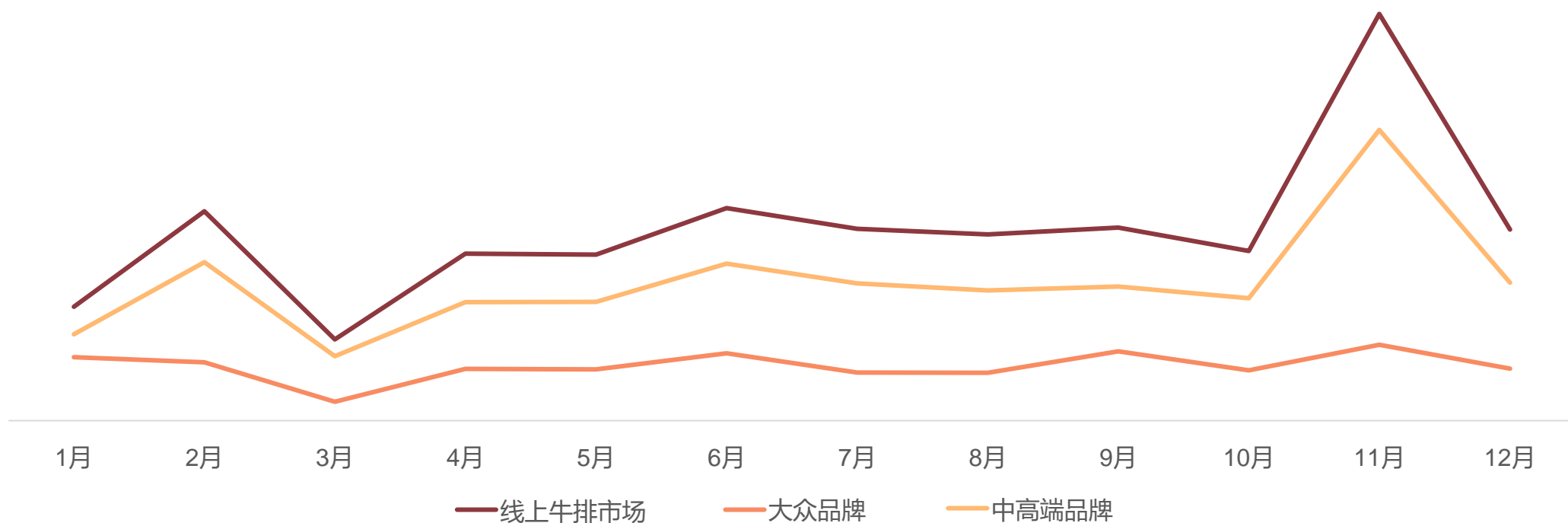
近三年牛排市场客单价



# 整体市场各月销售平稳

市场逐步发展稳定并且不断向好，中高端品牌主导市场整体趋势变化  
牛排作为日常需求的餐桌食材，各月间销售基本平稳，无波峰波谷强趋势变化，大促影响较弱

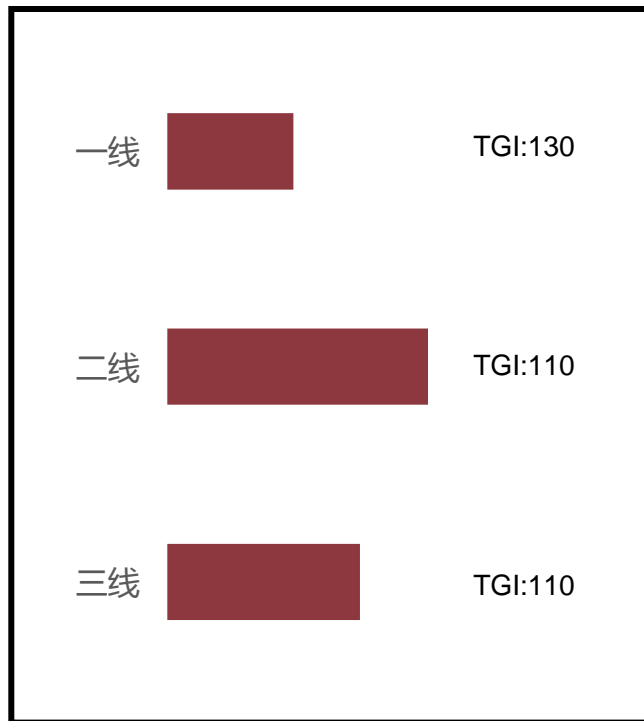
近一年牛排市场成交金额



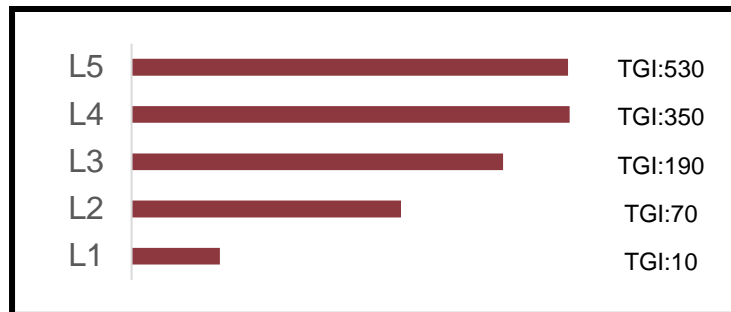
# 消费升级，高消费人群牛排消费热情显著

牛排的购买人群以生活在一二三线的25-39岁妈妈白领中产为主，他们高购买力、高收入，与高消费人群较为匹配，消费观念相对前卫，消费潜力巨大

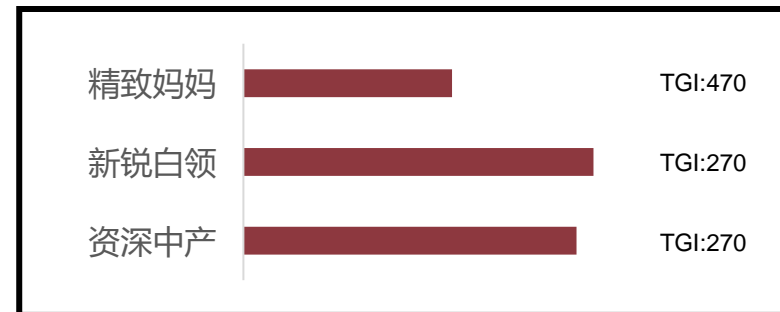
居住在一二三线城市



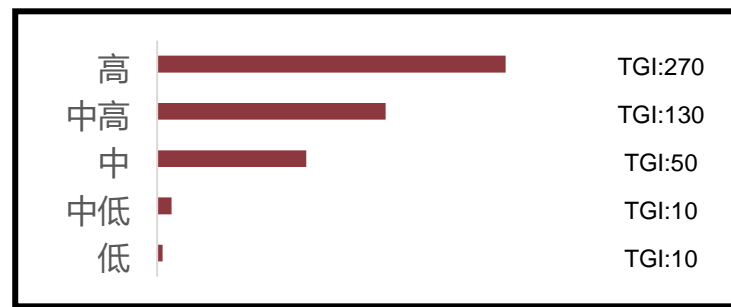
高购买力



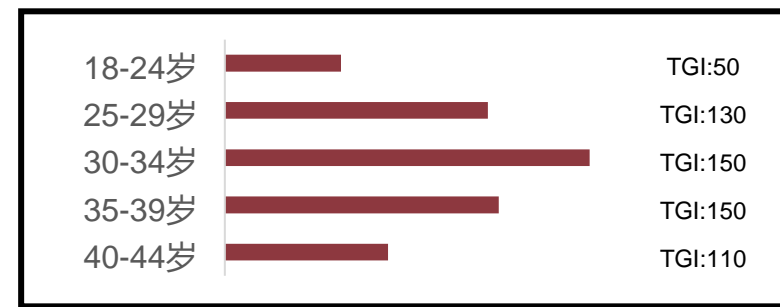
高偏好人群



高收入



30-34岁人群为主





/03

○ ○ ○

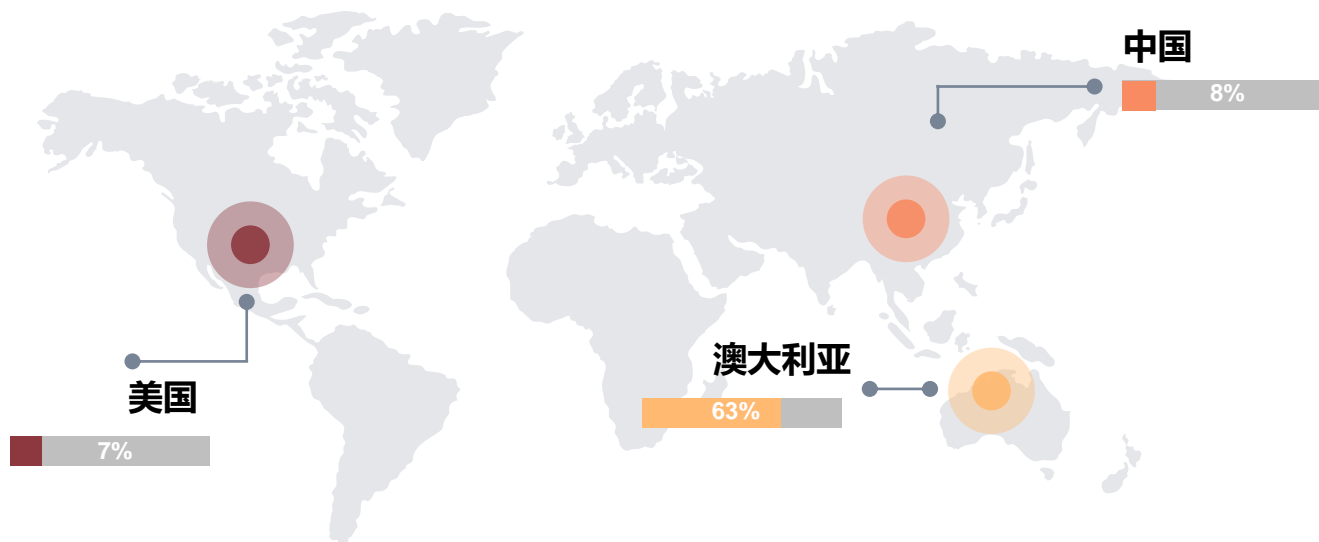
牛排消费人群需求转变



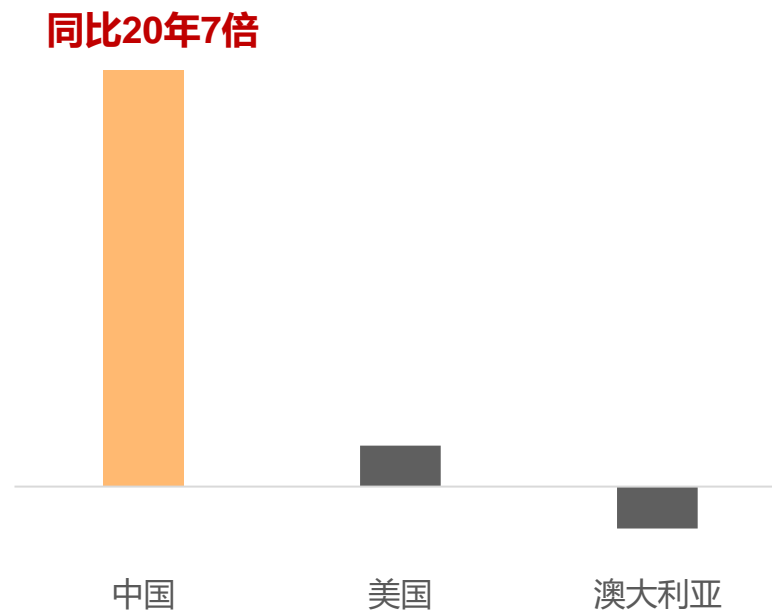
# 线上国产牛排市场快速增长，消费者选择国产多一点

2021年1-11月，线上国产牛排消费增速持续上涨，同比20年增长7倍，相较其他核心产区，增长明显，潜力明显，未来成长具有较大空间

2021年1-11月线上牛排市场成交占比



2021年1-11月线上牛排市场成交同比增速

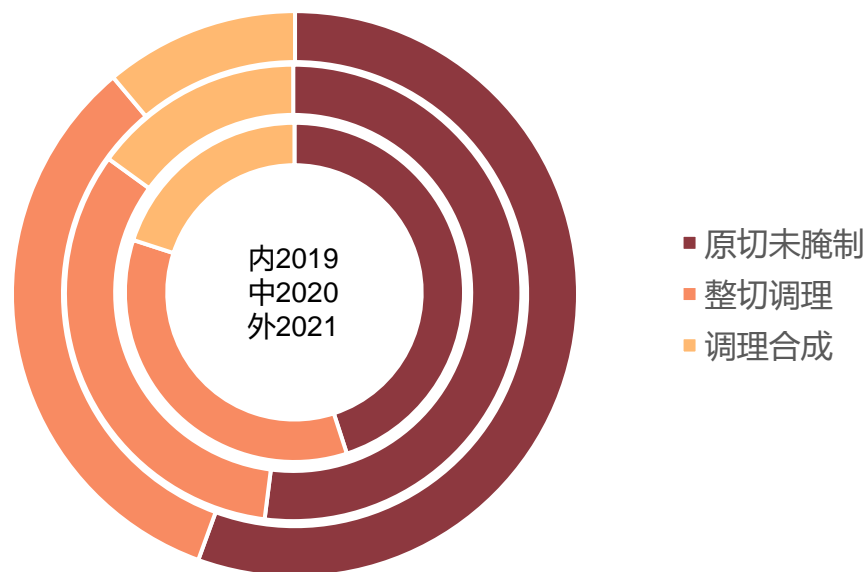


# 原切占据市场半壁江，成为牛排市场主流

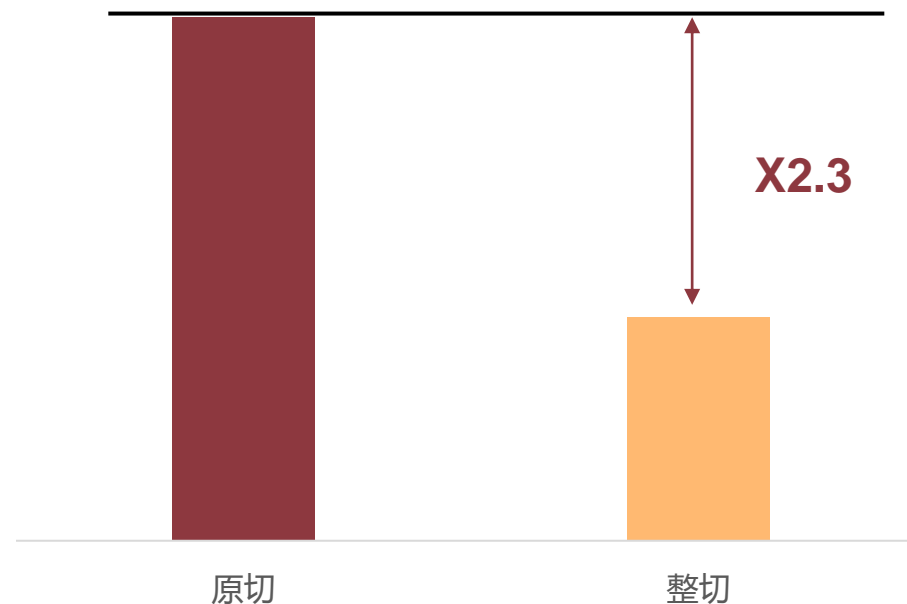
近三年，线上原切牛排市场份额逐年上升，由2019年的4.5成至2021年的5.5成，不断压缩整切及合成牛排市场，受到市场认可

原切市场商品数为整切市场的2.3倍，原切市场蓬勃发展

2019年-2021年线上牛排类型市场份额占比



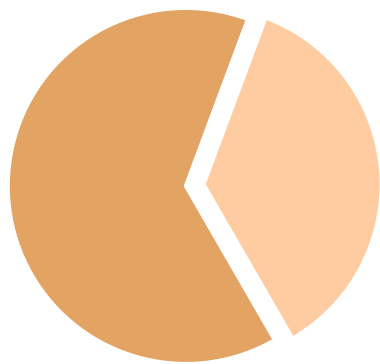
2021年线上牛排类型商品数



# 原切助力市场结构化升级，UV单客价值提升

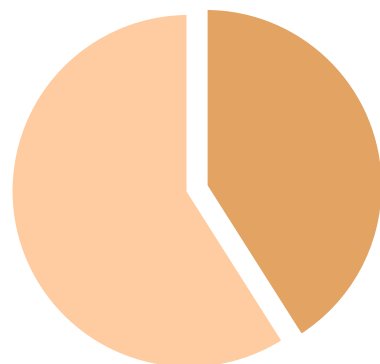
原切牛排188元以上产品4成的销量为原切市场贡献了6成的销售额，而整切7成的销售份额由销量8成的0-158元产品贡献，原切比整切价格升级更明显，UV单客价值提升

线上原切牛排销量占比



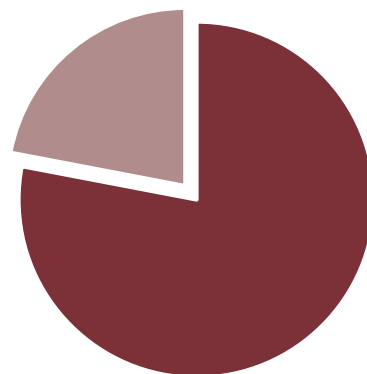
■ 0-188元 ■ 188元+

线上原切牛排销售额占比



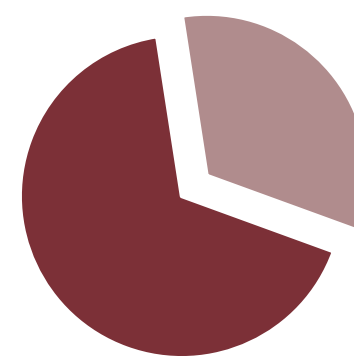
■ 0-188元 ■ 188元+

线上整切牛排销量占比



■ 0-158元 ■ 158元+

线上整切牛排销售额占比



■ 0-158元 ■ 158元+



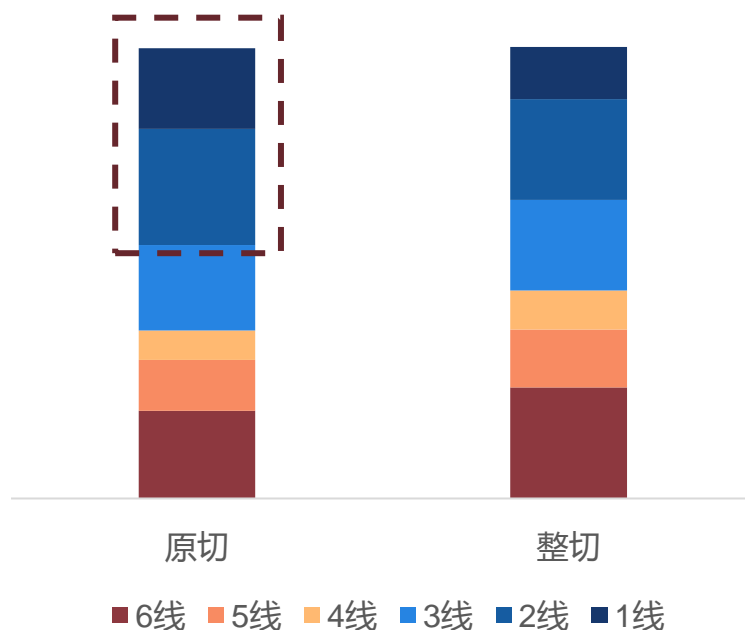
# 整切消费者开始购买原切，一二线高消费人群花费更多

整切消费人群不断向原切迁移，原切销售额在一二线及高消费力购买者中，占比高于整切

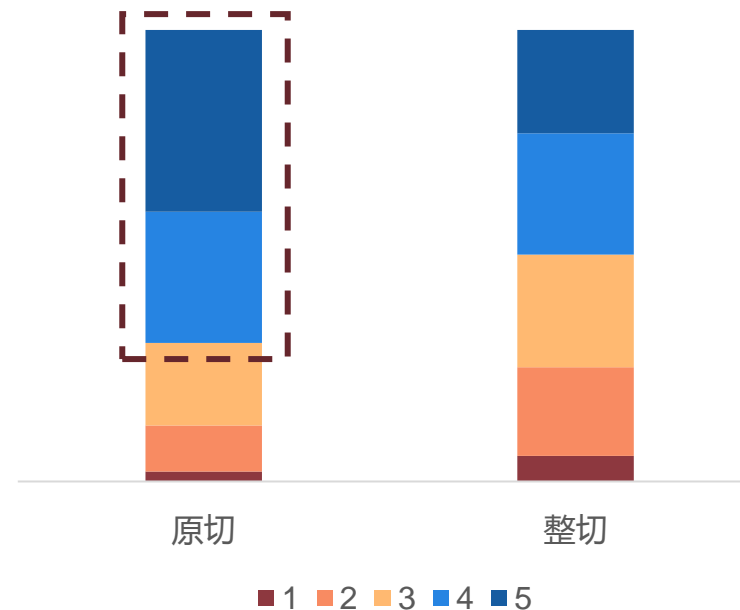
线上原切与整切转移关系



线上原切与整切销售额城市等级占比



线上原切与整切销售额消费能力占比



# 原切家庭牛排



## 大希地

1. 纯原切：0添加，非腌制
2. 低温杀菌：可吃三分熟
3. 口感：表面雪花纹路丰富，口感肥润香滑
4. 口味：自带牛肉奶香味，以优质原料肉夺得大奖



## 大庄园

1. 排酸：专用速冷库、排酸库和冷冻库
2. 分割：使用国外先进的屠宰分割设备，经过64道工序和18道关键控制点控制
3. 多重检疫：由国家驻厂兽医和留学新西兰德国的专业技术人员层层把关
4. 冷链仓储：实行先进的冷链仓储系统



## 烧范儿

1. 产地：优质牧场、屠宰分割、排酸处理、湿式熟成
2. 原切：不添加，拒绝腌制合成
3. 谷饲：5种谷物精养：科学配比，自然雪花沉淀，成就细腻口感
4. 检验检疫：进口原料出入库消毒流程，每款产品都能追溯原产地

/04

○ ○ ○

牛排消费需求四大场景趋势



# 牛排市场消费者需求以产品为主导

## 牛排市场 消费者需求（搜索词） 整体分布情况

搜索关键词类型

搜索规模（占比）

01

产品

24%

消费者在搜索牛排时大多有目标的**产品类型**，原切、西冷、战斧、菲力等有最高的搜索UV热度。

02

品牌

22%

**品牌**的搜索热度紧随其次，消费者对此市场的品牌关注度较高，大希地、小牛凯西、天海藏、顶诺，热度较高

03

产地

10%

主要产地包含了**澳洲、国产**等，消费者也会针对**特定产区**进行搜索如神户等

搜索关键词类型

搜索规模（占比）

04

规格

9%

在消费者选择规格时，主要以**整条、厚切**为主

05

等级

6%

消费者更偏爱**M9、M12、雪花**等

06

健康

5%

消费者在搜索时也会将健康纳入考量，其中**新鲜、减脂、保鲜**的搜索更多

# 高端 | 健身 | 宝宝 | 懒人四大牛排需求场景



# 高端牛排场景

高端牛排场景下，近一个月同比去年同期，件单价上升，成交用户数上升，而成交额上升较低，因此销量出现负增长，受到高件单价影响，转化率为四大场景中最低

对比整体市场，21年5月开始，上升趋势与整体市场拉开差距

线上高端牛排市场情况



成交额

上升



件单价

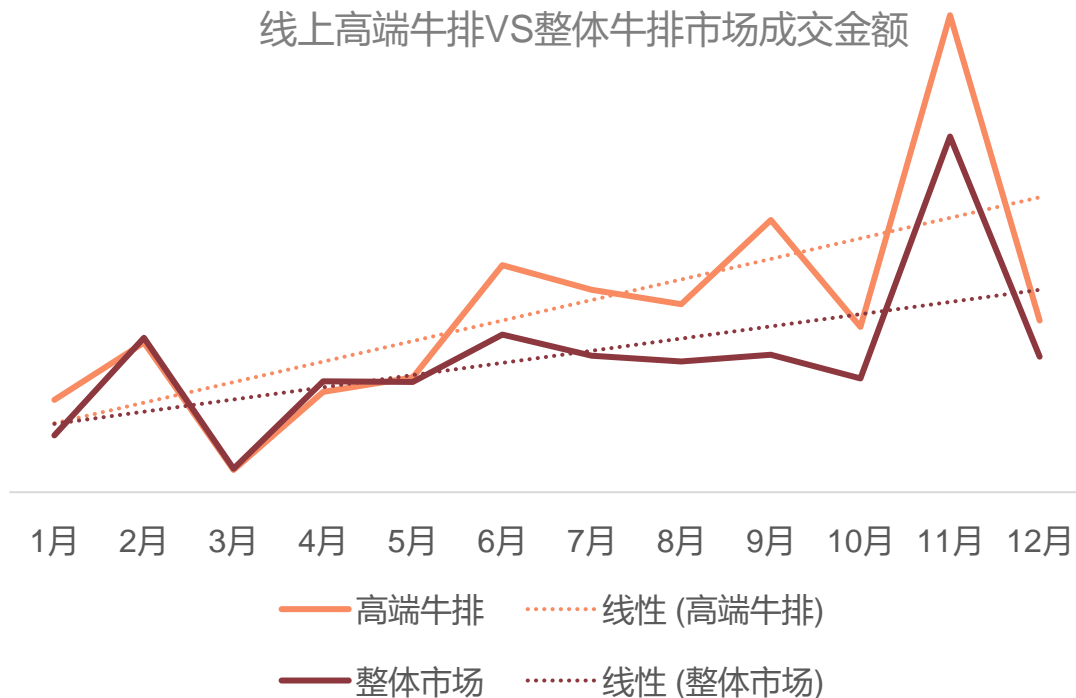
上升



成交用户

上升较低

线上高端牛排VS整体牛排市场成交金额

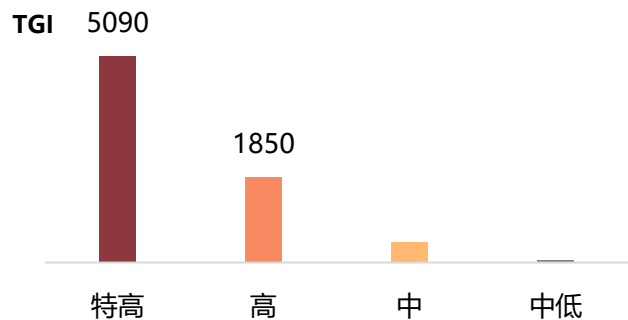


# 高端牛排场景用户



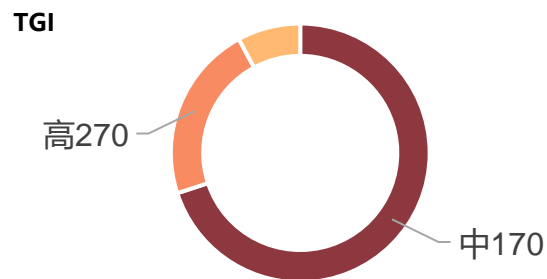
## 牛排类目价格接受层级

价格可接受层级为特高，且呈现高占比，特高TGI值



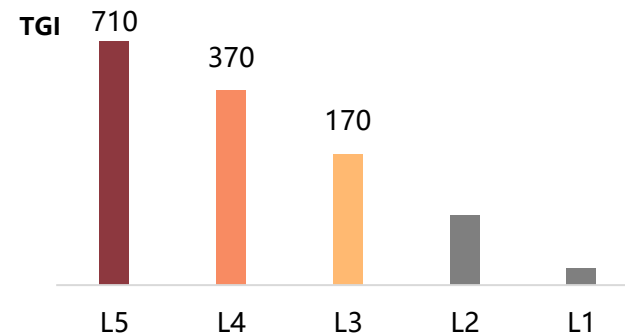
## 住房档次

预测住房档次在中高档次占比高，高档更为显著



## 购买力层级

消费层级相对于整体牛排市场人群，L5占比更高，且特征更为显著



# 高端牛排



## 泰森

- 1.品牌：全球最大的肉类生产供应商之一，肉类领域全球第三
- 2.谷物饲养：营养出众更健康，饱和脂肪酸含量高，油花纹理清晰，细嫩爽口
- 3.纹理清晰：肥美多汁看得见，牛种基因优良，肉质紧实，营养丰富



## 肉管家

- 1.饲养：玉米饲养为主的牛，无草腥味，
- 2.口味：汁水丰盈，肉香浓郁，嚼劲十足
- 3.原切：0添加，肉味香浓
- 4.等级：choice级别，冷冻分切，有效保护牛排品质



## 牛叫兽

- 1.牛种：安格斯牛、全球优选牧场、谷饲喂养
- 2.原切：不注水、不拼接、不滚揉、不加胶体、不加增稠剂
- 3.口味：甜味肉质更为鲜嫩，奶香味更浓
- 4.包装：生鲜贴体包装技术



# 健身牛排场景

健身人群牛排消费，近一个月同比去年同期，成交用户数上升6成，成交额上升7成，件单价上升不明显，因此成交用户数帮助健身牛排市场实现高增，消费者对健康饮食的需求提升

对比整体市场，21年3月开始，上升趋势与整体市场拉开差距，且在9月非大促期间出现阶段性上涨

线上健身牛排市场情况



成交额

上升7成



件单价

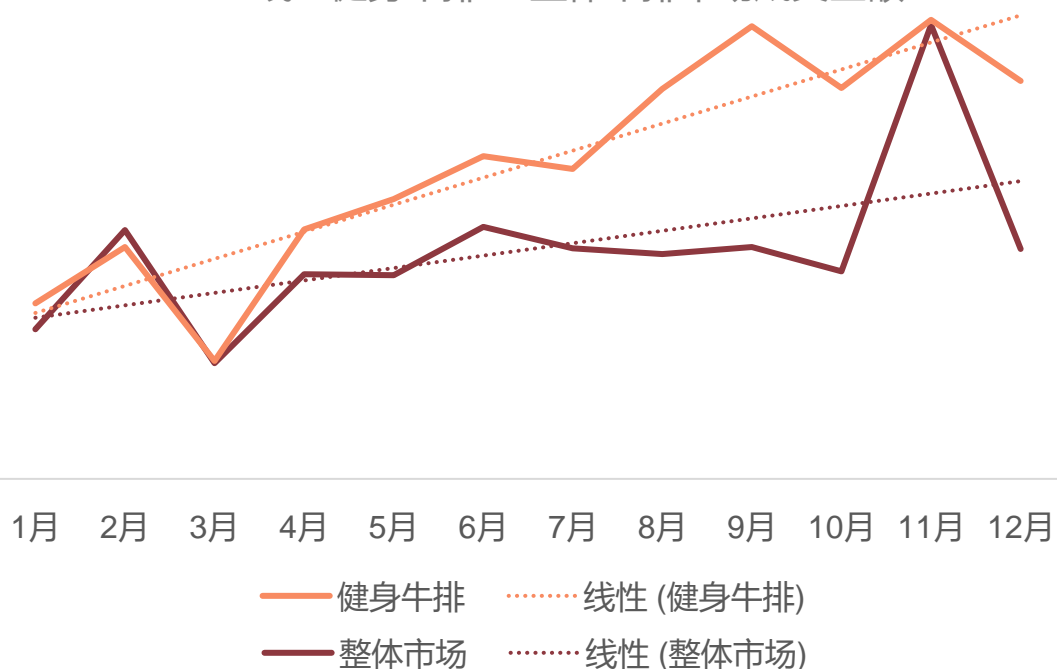
上升



成交用户

上升6成

线上健身牛排VS整体牛排市场成交金额

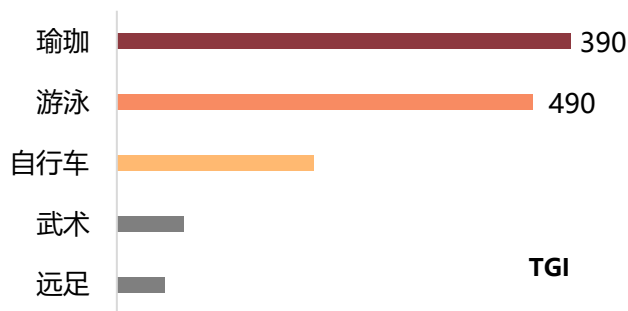


# 健身牛排场景用户



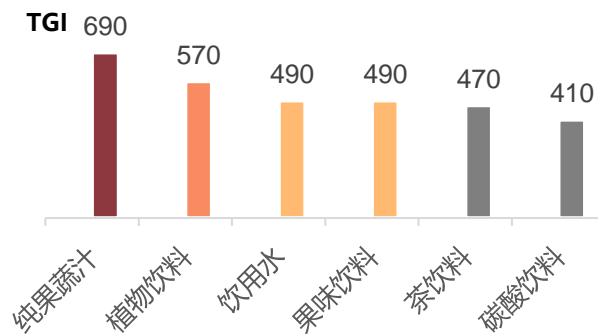
## 运动偏好

热爱瑜伽和游泳，且呈现高占比



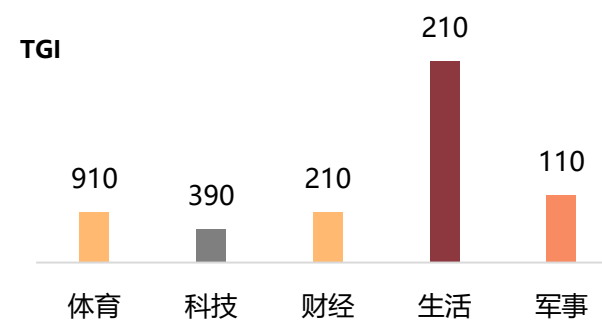
## 饮料偏好

对健康的纯果蔬汁，植物饮料具有高偏好



## 视频资讯偏好

热爱生活，关注与体育相关的视频资讯



# 健身牛排



## 精道

- 1.产地：**乌拉圭生态牧场优质肉源，采用6~12个月的安格斯幼龄牛种，无激素饲养
- 2.部位：**取材于牛背脊上方，一块油花形似眼睛的部位。肉质柔软肌间纹理丰富，煎后口感香嫩多汁
- 3.原切：**0添加纯手工精细切割，不含任何添加剂，保留了牛肉的天然口感



## 西捷

- 1.肉源：**来自乌拉圭的草饲眼肉，天然散养，低脂肪，低热量，口感紧实饱满，有弹性。
- 2.健身：**为健身研制，瘦多肥少
- 3.原切：**不拼接，0添加，非腌制



## 圣农

- 1.产地：**源自新西兰生态牧场，高标准品质，0生长激素
- 2.原切：**原切，0防腐剂，安全无添加
- 3.成分：**食用新鲜牧草，瘦肉比高，富含蛋白质

# 优秀草饲肉源地——乌拉圭



## 得天独厚的自然条件

1. 乌拉圭温带湿润气候，舒适的温度、丰富的降水和肥沃的土地，大量天然牧草
2. 80%的土地都用于饲养牲畜和动物，多采用自由放牧形式，是世界上牛可以不受限制自由漫步的大牧场之一
3. 纯天然潘帕斯新鲜牧草草饲喂养、自由生长，牛的体质更强壮



## 牛肉品质的保证

1. 全球唯一的100%可追溯系统
2. 10多年前开始，乌拉圭法律就规定每头牛都必须安装识别耳标，确保从牧场到工厂各个生产环节的安全，保证产品质量
3. 拒绝使用任何形式的抗生素和激素，坚持牛肉天然、健康的喂养，极少人工干预，从而生产出让消费者更加放心的牛肉



## 关键数据支持

1. 400年牛肉生产和出口经验
2. 150年优良牛肉生产史
3. 全球第8大、中国第3大牛肉供应国
4. 超过50%的乌拉圭牛肉都运往了中国
5. 平均每头牛拥有2个足球场大的生长空间

# 儿童牛排场景

儿童牛排场景下，近一个月同比去年同期，成交用户数上升较低，成交额上升3成，件单价上升2成，因此客单价帮助儿童牛排市场实现高增，消费者对儿童牛排的需求提升

成交金额趋势与整体市场一致

线上儿童牛排市场情况



成交额

上升3成



件单价

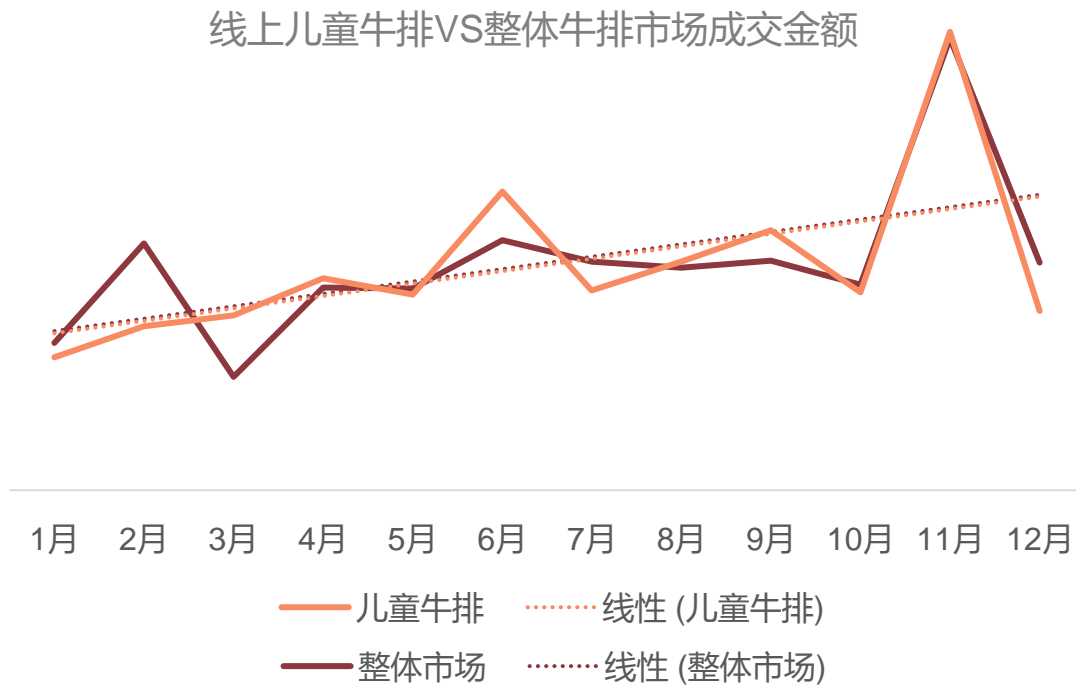
上升2成



成交用户

上升

线上儿童牛排VS整体牛排市场成交金额

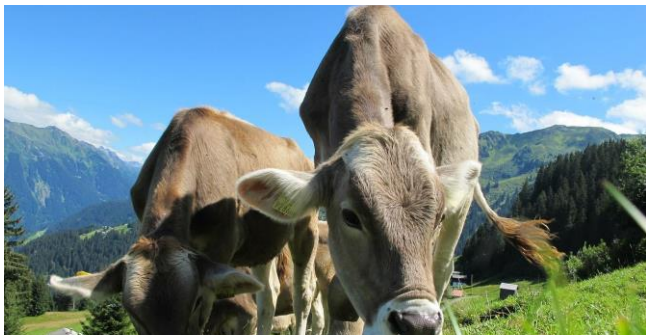
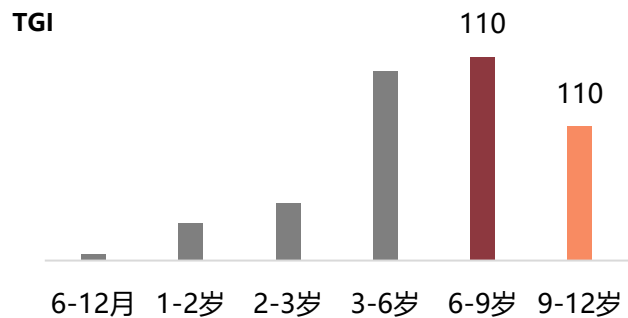


# 儿童牛排场景用户



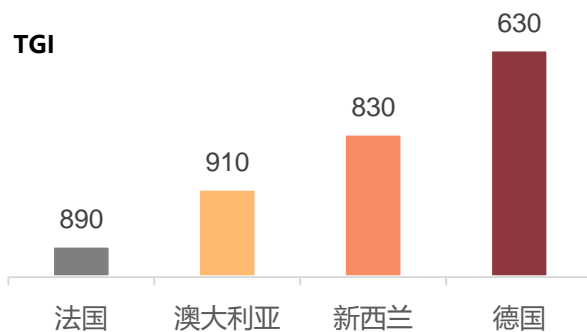
## 宝宝年龄

孩子年龄集中在6-12岁，对高蛋白食物有一定需求



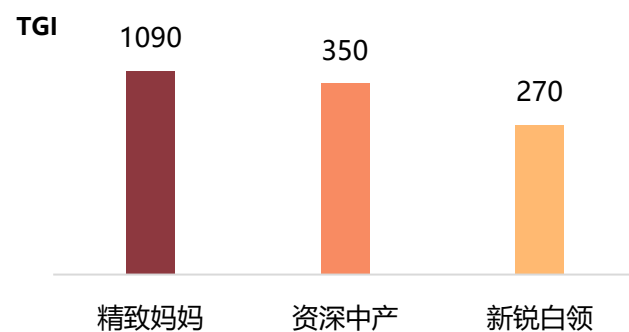
## 牛奶产地偏好

对国外产奶源具有显著偏好，特别是澳大利亚产区牛奶



## 重点人群标签

相对于整体牛排市场人群，精致妈妈特征更为显著



# 懒人牛排场景

懒人牛排场景下，近一个月同比去年同期，成交用户数上升5成，但成交额上升2成，因此客单价相较有所下降，低客单价阻碍了懒人牛排市场增长

对比整体市场呈现下降趋势，大促期间无法实现有效增长，在产品力方面有待加强

线上懒人牛排市场情况



成交额

上升2成



件单价

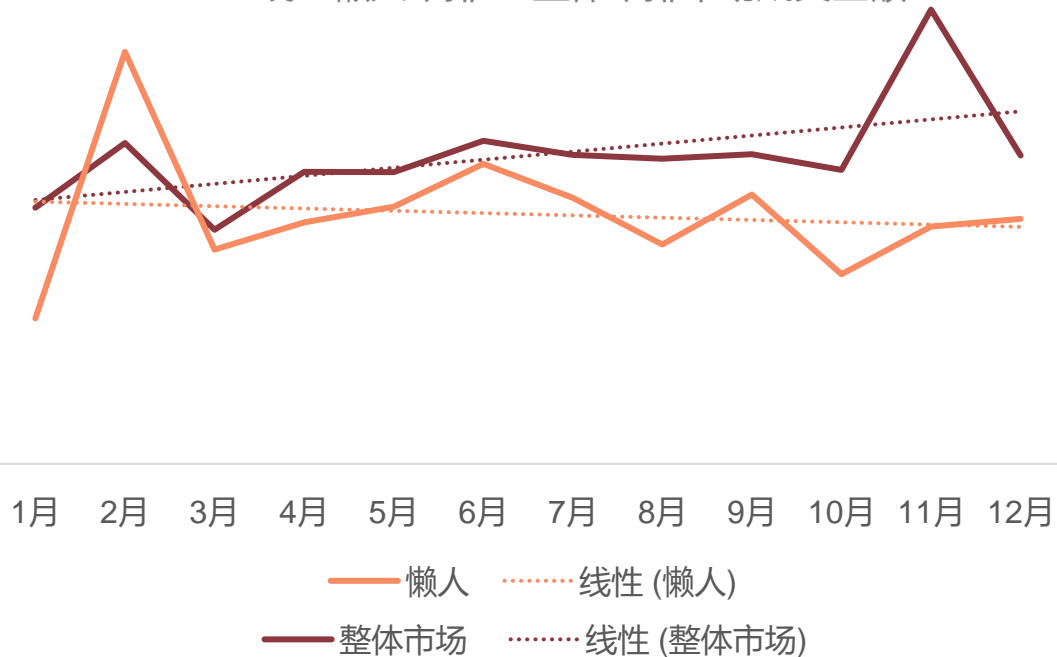
上升



成交用户

上升5成

线上懒人牛排VS整体牛排市场成交金额

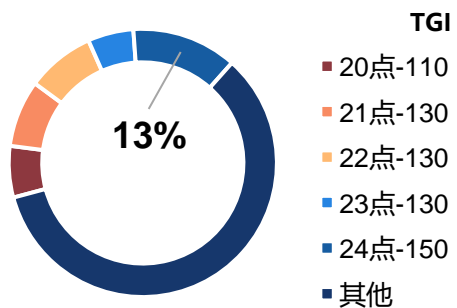


# 懒人牛排场景用户



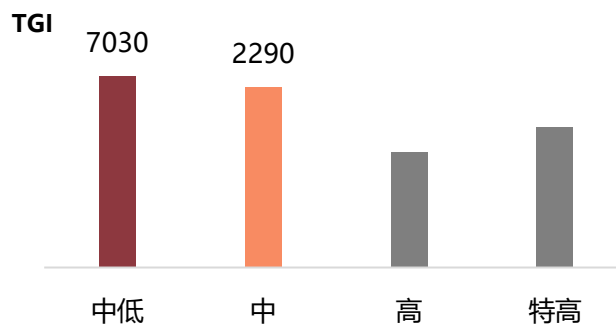
## 购物时间偏好

购物时间集中在24点之后，且有高偏好度



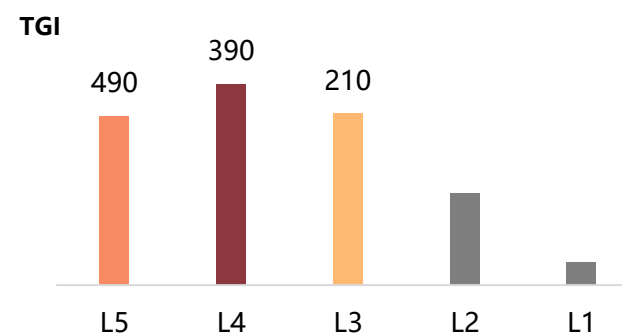
## 牛排类目价格接受层级

预测牛排类目价格接受层级中，该场景下购买人群更容易接受中低价格段的牛排



## 购买力层级

消费层级相对于整体牛排市场人群，L4占比更高，且特征更为显著





/05

○○○

市场机会小结



# 抓住市场发展趋势，助力找到未来新机会



进口牛肉增长放缓，国产牛肉迎来新机遇  
聚焦品质化，高消费人群对自身高品质和精致生活的追求，伴随中国高档牛肉市场需求逐年加大，将会进一步推动牛肉品质趋势和市场消费升级  
线上牛肉市场以牛排为核心向生冷鲜牛肉、牛肉卷等多类型牛肉产品发展

## 牛肉市场全面增长



牛肉品质升级趋势明显，原切牛排逐步替代整切牛排成为市场主流，冷鲜牛肉快速兴起带动更健康消费发展，助力市场结构化升级，UV单客价值提升  
价格驱动市场整体上升，实现低销量助长高销售额  
从消费者购买习惯的转变中，抓住品质升级的核心，进一步实现整体市场价格升级

## 牛肉品质升级



聚焦四大需求场景，从消费者需求本身出发，开发延申出与场景高度匹配的牛排产品，突出产品差异化，抓准具有未来前景的细分市场，也会进一步提高消费者对产品的关注和满意度  
以健身人群为例，可针对乌拉圭等南美草饲优势，快速推出低脂牛排产品满足市场需求。

## 四大需求场景延申



KANTAR X



X inac X

乌拉圭牛肉行业协会 | National Meat Institute



THANKS