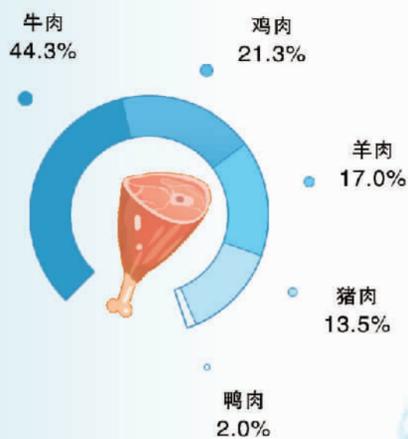


在这里读懂中国消费

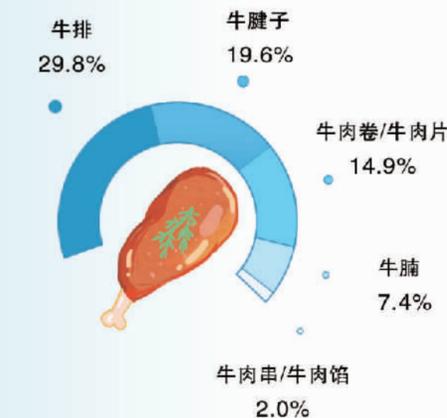
# 肉类水产消费提质升级

## 1 整体消费情况

肉类成交额占比TOP5品类



牛肉成交额占比TOP5品类



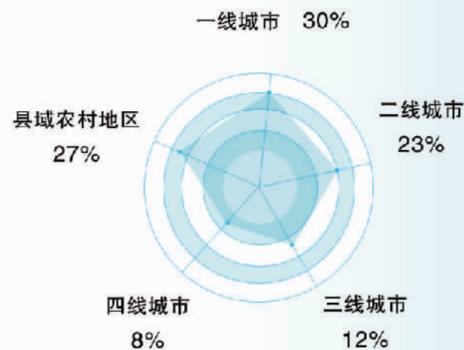
水产各品类成交额占比



鱼类成交额占比TOP5品类

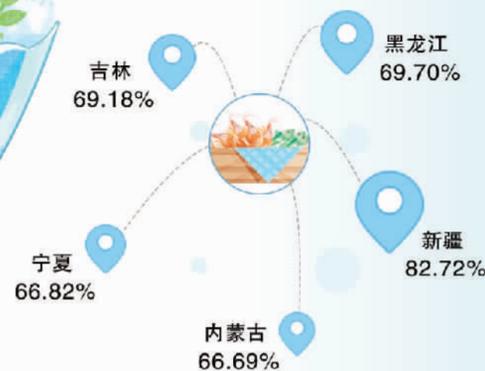
## 2 地域消费特征

各地区肉类水产成交额占比



水产成交额占比TOP5省份

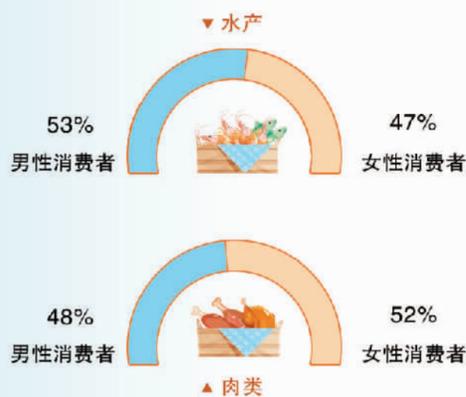
注: 占比=该省份水产成交额/(肉类成交额+水产成交额)



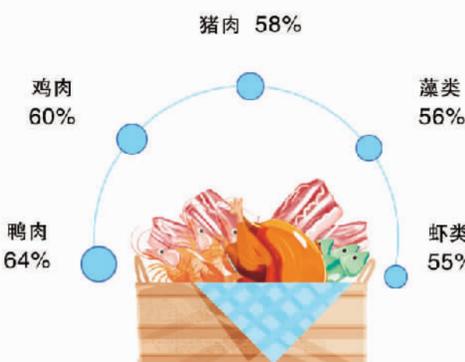
肉类水产的线上消费与线下呈现互补趋势，水产品产量低的省份更倾向于线上购买水产品，畜牧业产量低的省份更倾向于在线上购买肉类产品。偏好线上水产消费的省份大多处于内陆地区，偏好在线上购买肉类的省份则以沿海省份居多。

## 3 消费者特征

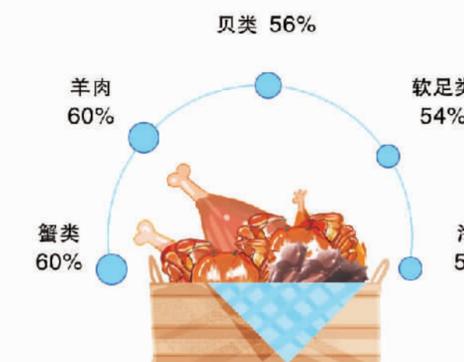
不同性别消费者肉类水产成交额占比



女性消费者肉类水产消费偏好TOP5 (成交额占比)

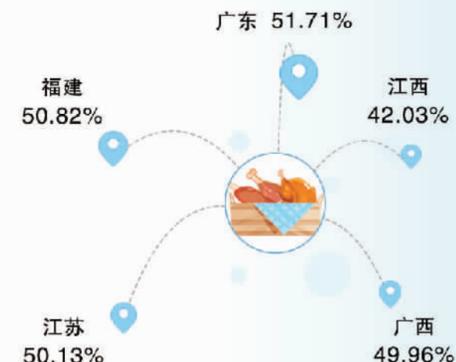


男性消费者肉类水产消费偏好TOP5 (成交额占比)

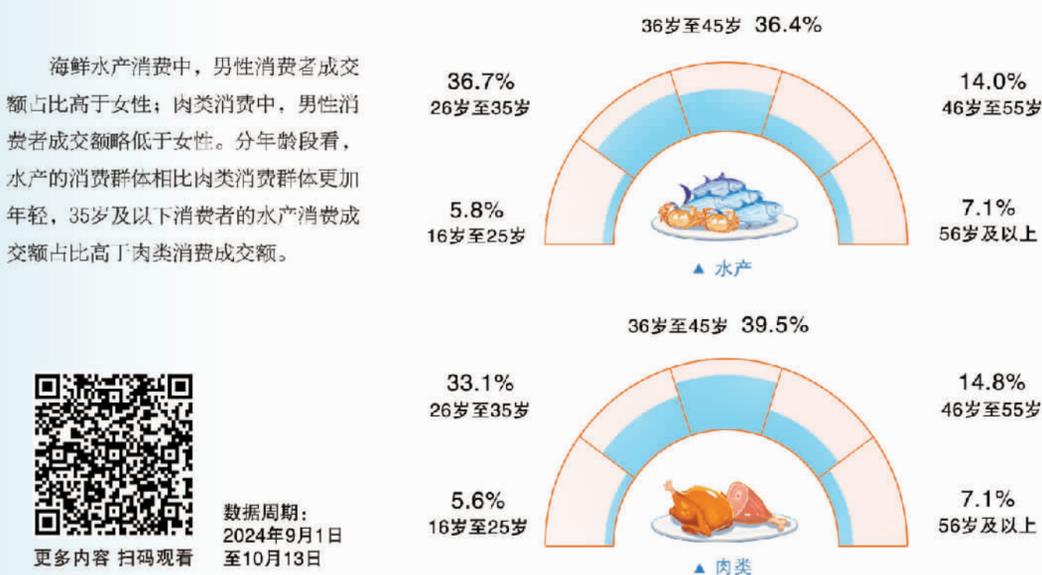


肉类成交额占比TOP5省份

注: 占比=该省份肉类成交额/(肉类成交额+水产成交额)



不同年龄段消费者肉类水产成交额占比



海鲜水产消费中，男性消费者成交额占比高于女性；肉类消费中，男性消费者成交额略低于女性。分年龄段看，水产的消费群体相比肉类消费群体更加年轻，35岁及以下消费者的水产消费成交额占比高于肉类消费成交额。

### 说数

本期点评 杨泽华

肉类食品的丰富程度往往衡量着一个家庭的生活质量。从“吃不上肉”到今天为了健康养生有选择性地吃肉，中国人的肉类消费发生了翻天覆地的变化。近年来，随着全民对营养健康日益关注，肉类消费不断升级，不仅直接推动了畜牧业发展，还带动了加工业、食品制造业、餐饮业、零售业、物流业等行业的发展。

数据显示，肉类线上消费中，占比最高的为牛肉，超过44%；此外，鸡肉占比21.3%，羊肉占比17%，猪肉占比13.5%。牛肉线上消费中，成交额占比最高的品类为牛排，接近30%，牛腩子占比接近20%，牛肉卷/牛肉片占比接近15%。

水产品线上消费成交额占比最高的是蟹类，约为39%；其次是虾类，占比达25.3%；鱼类、海参占比也超过了10%。从鱼类线上消费的细

分品类看，成交额占比最高的为三文鱼，达到21.3%；紧随其后的是黄鱼/黄花鱼，占比16.2%；近年来备受消费者推崇的真鳕鱼成交额占比11.6%，位列线上鱼类消费第3名。

不同性别用户偏好购买不同的肉类水产品。数据显示，男性消费者偏好购买蟹类、羊肉类、贝类、软足类和海参产品。女性消费者更关注家庭消费，鸡肉、猪肉、猪肉等日常家庭烹饪食用的肉类水产消费占比更高。

随着生活水平提高，消费者对肉类水产的品质要求也越来越高，倾向于选择新鲜、安全、无污染的肉类水产品，这促使相关养殖、加工企业不断提升产品质量和食品安全水平。未来，随着消费者需求变化和市场发展，养殖、加工企业应密切关注市场动态，及时调整生产经营策略。



数据周期: 2024年9月1日至10月13日