

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

年轻人成厨房消费新主力



说数

□ 本期点评 董菲

近年来,越来越多年轻人走进厨房,享受下厨带来的乐趣。他们喜爱高科技厨电,享受便捷科技生活;他们使用高颜值厨具,提升厨房整体美感。年轻人享受做饭也爱分享,爱摆盘更爱摆拍,他们把对美好生活的向往通过烹饪尽情释放,成为厨房消费市场中的新主力。

年轻消费者注重享受高科技厨电带来的乐趣。不少年轻消费者为自己置办了智能化产品,家用奶茶机、炒菜机器人、电煮锅、电动榨汁杯等小型厨房电器深受青睐。相关智能厨房产品为年轻人提供多种饭菜做法,极大提升做饭速度,补齐了部分年轻人厨艺上的短板,丰富了年轻人可做的菜品。

年轻消费者看重高颜值厨具带来的视觉满足。在选择厨具产品时,他们会考虑颜值和设计风格。数据显示,高颜值咖啡壶、茶盘茶托、酒具套装等吸引了年轻消费者关注。同样,在烹饪锅具上,高颜值炒锅、砂锅、珐琅锅等产品销量也获得了高速增长。

年轻人下厨成为一种热门的社交方式。年轻人喜欢邀请朋友来家里聚餐或者在社交媒体上分享自己的烹饪经验与美食图片,厨具产品的选择往往也成了年轻人社交的话题,增加了社交互动和交流的机会。

值得注意的是,越来越多年轻人开始注重健康饮食,并喜欢尝试新的食材和烹饪方式,注重多样化和创新性。相关企业在研发产品时,应注重保障产品的安全性及高品质,根据消费者的个性化需求,加大对细分型产品的开发力度,推出更具科技感、更高颜值、更加健康的厨房产品,为消费者提供更好的下厨体验。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



年轻人“下厨”前,喜欢为厨房添置空气炸锅、洗碗机、破壁机等厨房电器,这些产品大多都融入了智能系统,使用起来省时省力。建议相关企业更加注重新科技赋能,加快整合产品资源,实现不同类型产品互通互联,提升产品的智能性和便捷性。

年轻人的生活节奏较快,他们更青睐耗时短、易制作的食材,这为预制菜走红提供了基础。建议相关企业持续提升预制菜口味口感,进一步保障食品品质和新鲜度。同时,还要进一步简化操作流程,提供详细的预制菜操作说明,满足消费者对便捷性的需求。

3 下厨讲究高效率

不同性别年轻消费者的偏好

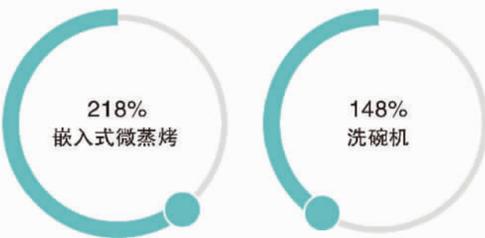
女性更倾向购买预制菜
消费者数量占比达55%

男性更倾向购买速食食品
消费者数量占比达63%

1 擅长使用高科技厨房电器

注:版面数据所涉及消费群体主要为“90后”及“00后”

大型厨房电器的消费者数量环比增长



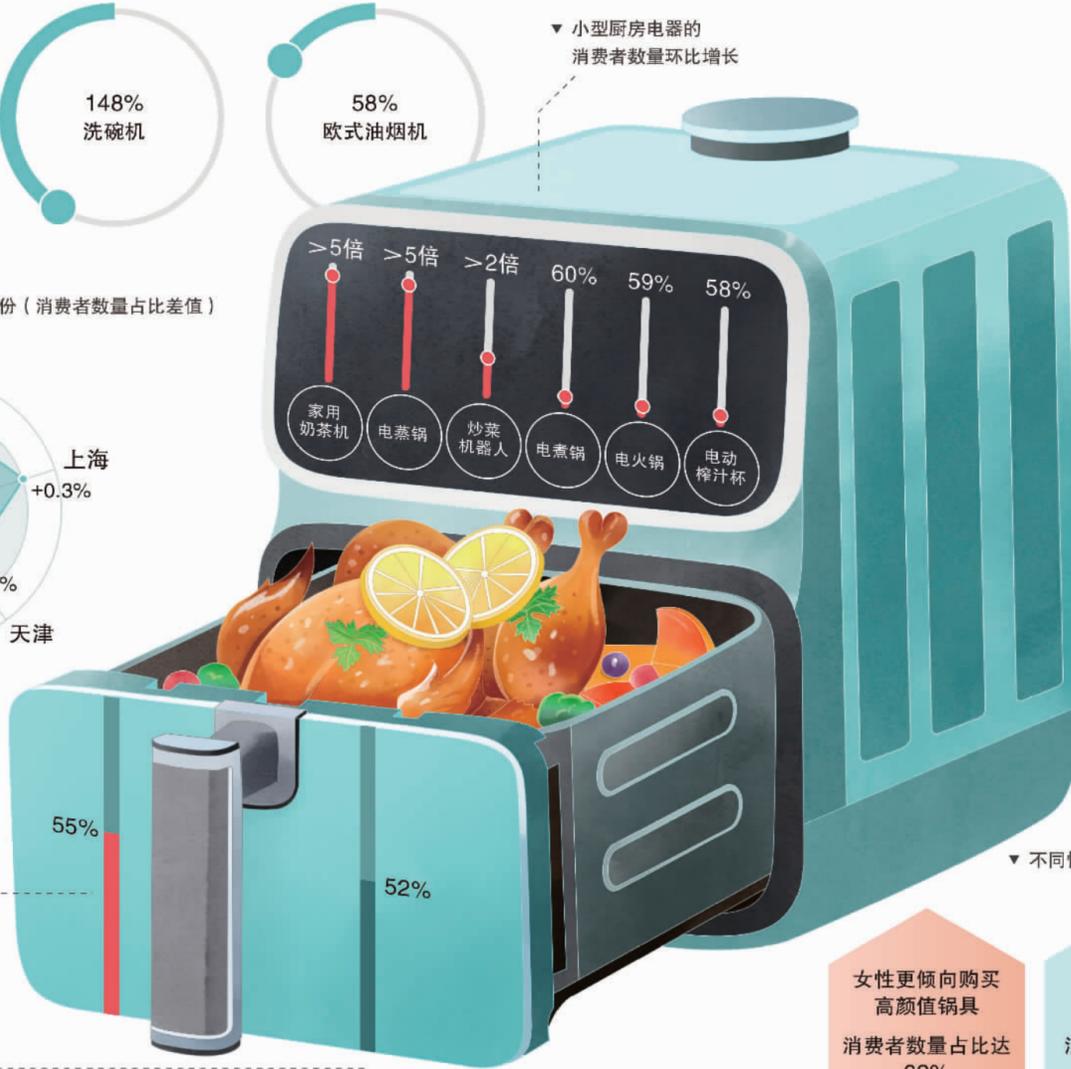
消费者数量占比增幅TOP5省份(消费者数量占比差值)



不同性别年轻消费者偏好

女性更倾向购买空气炸锅
消费者数量占比达55%

男性更倾向购买洗碗机
消费者数量占比达52%



+0.5% 广东

+0.5% 浙江

+0.3% 江苏

+0.2% 江西

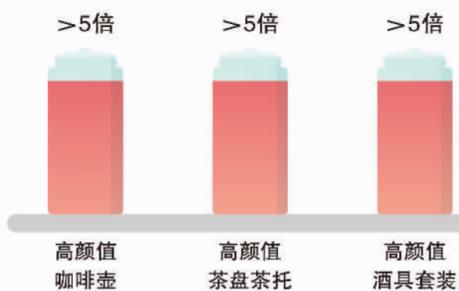
+0.1% 安徽

不同性别年轻消费者的偏好

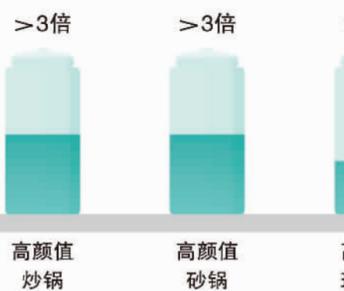
女性更倾向购买高颜值锅具
消费者数量占比达62%

男性更倾向购买高颜值酒具
消费者数量占比达69%

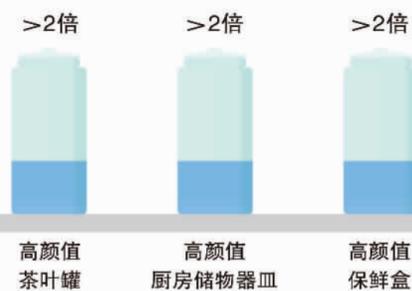
水具、酒具、茶具的消费者数量环比增长



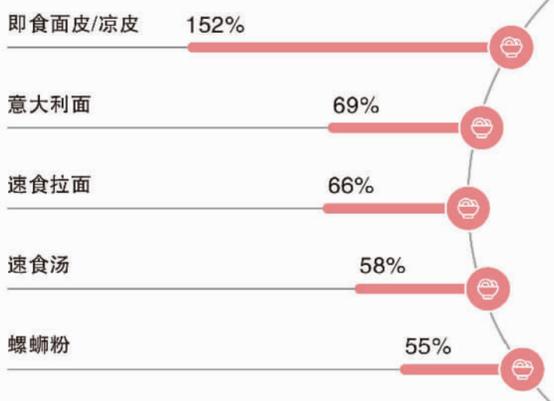
烹饪锅具的消费者数量环比增长



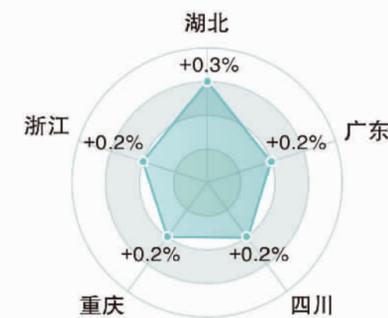
厨房配件的消费者数量环比增长



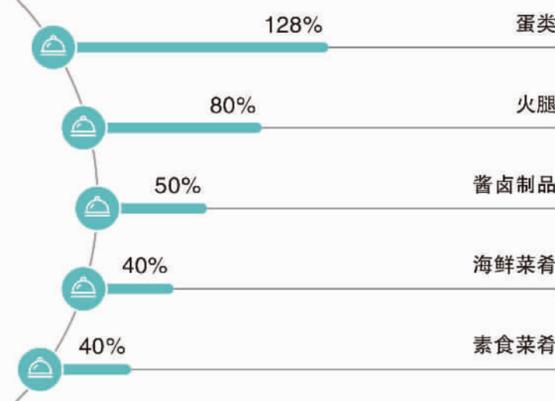
速食食品的消费者数量环比增长



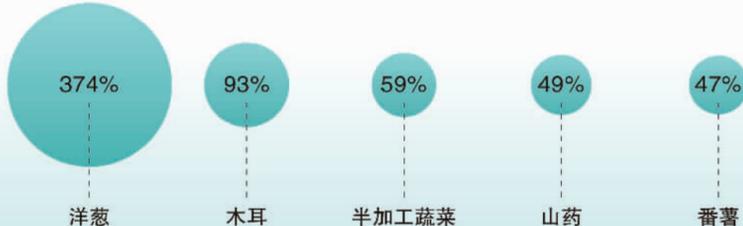
消费者数量占比增幅TOP5省份(消费者数量占比差值)



预制菜的消费者数量环比增长



蔬菜的消费者数量环比增长



水果的消费者数量环比增长



数据周期: 2023年5月23日至5月30日(环比周期为2023年4月23日至4月30日)