### 经济日报携手京东发布数据-

# 饮食消费注重营养价值

1 饮食消费结构变化

**→**② 在这里读懂 中国 消 费

### 说数

□ 本期点评 董 菲

随着经济高质量发展及收入水平持续提升,人们 的饮食需求也在发生变化。今年上半年,从饮食产品 的销售趋势看, 消费者在满足基本饮食需求后, 会更 加注重食品品质和营养价值、追求更高品质的饮食

一方面,消费者更加注重多元饮食文化,更愿意 尝试不同饮食和生鲜产品,咖啡、低温奶、奶酪黄 油、冲饮谷物等成为消费者关注的重点品类。以咖啡 为例,随着消费观念和消费习惯的变化,消费者希望 能"随时随地"享用美味咖啡,这让咖啡液、速溶咖 啡粉等产品的消费获得高速增长。

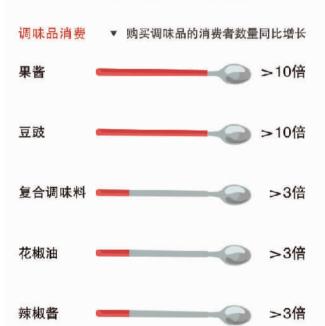
另一方面, 消费需求升级促进了传统饮食产品 的创新。方便食品种类更加丰富, 螺蛳粉、酸辣粉 等新品层出不穷;饮料产品的健康属性被逐步认 可,各类无糖低糖饮料站上"C位";在米、蛋、奶 消费上,人们则更愿意购买高品质、高营养价值的

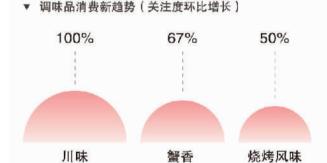
此外, 随着互联网和智能技术快速发展, 新技 术也不断赋能饮食行业,帮助其实现线上线下融 合,持续提升生产效率和服务质量。如通过冷链配 送让新鲜食物安全送达、全面提升消费者购物

总体来看, 消费者对饮食产品的需求是全方位升 级,包括质量、种类、口味、功能等。对此,政府部 门和相关企业对食品安全要更加重视, 必须保障食品 生产、加工、运输、销售等各流程环节的安全, 保障 消费者的饮食安全和权益, 这也是行业发展的基础与 根本。同时,消费者体验是企业赢得市场的重要因 素,因此食品企业需要关注消费者的需求和反馈,提 供优质的产品和服务。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

### 细分品类消费情况

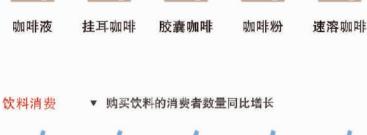




当前, 低糖低脂产品、功能性食品备受消费者 青睐,表明消费者对饮食产品的营养、健康、功能 等提出了更高要求。接下来, 相关企业可在膳食搭 配、营养均衡等方面下功夫,完善产品结构、增强 产品品质。同时,还要做好健康营养知识的普及, 帮助消费者更好地了解自身产品的营养价值。

数据周期: 更多内容 扫码观看 2023年上半年





>3倍

>2倍



▼ 消费者数量占比增幅TOP10品类 +2.1% 调味品 6.2% 乳品 +1.9% 方便食品 5.0% 饮料 +1.3% 咖啡 5.8% 糕点 饮料 +1.3% 6.3% 方便食品 蛋类 低温奶 +0.8% +0.8% 9.2% 调味品 +0.7% 杂粮 +0.5% 冲饮谷物 +0.4% 方便食品消费 ▼ 购买方便食品的消费者数量同比增长 ▼ 方便食品消费新趋势(关注度环比增长) >4倍 >3倍 >2倍

## 735% 663% 轻便小巧

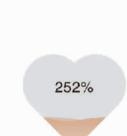
▼ 咖啡消费新趋势(关注度环比增长)





287%

清香甘醇



334%

冷链保鲜

新口味

多元化发灰趋势,催生了更丰 富的饮食产品进入市场。其 中,不少新型产品展现了强劲 的发展势头, 如乳品中的低温 奶、咖啡中的咖啡液等,这些 新产品满足了消费者在不同场 景下的消费需求。建议相关企 业在营销推广新产品时重视产 品的品质和安全,以提升消费

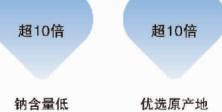
消费者

对饮食产品需求呈现



466%

豆香浓郁



▼ 饮料消费新趋势(关注度环比增长)





者的认知度与口碑。

▼ 米的消费新趋势(关注度环比增长)

超10倍 超10倍

超10倍 超10倍

▼ 蛋的消费新趋势(关注度环比增长)

超10倍

超10倍

超10倍

▼ 低温奶的消费新趋势(关注度环比增长)

超10倍

米蛋奶消费

超10倍

脂肪含量高 含蛋白质 健康养胃

香嫩口感

新鲜健康

珠圆玉润

儿童健康

易吸收

成长发育

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 朱双健