

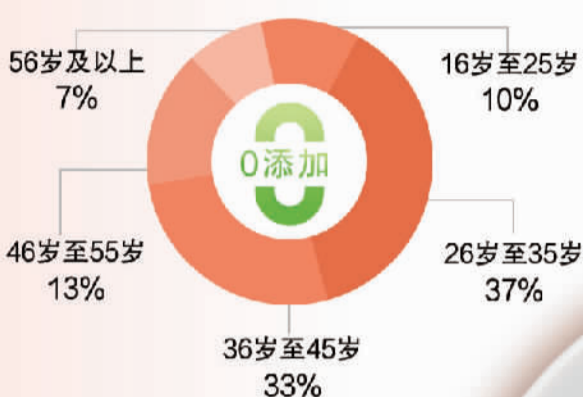
在这里读懂中国消费

更多年轻人喜欢“零添加”食品



消费者特征

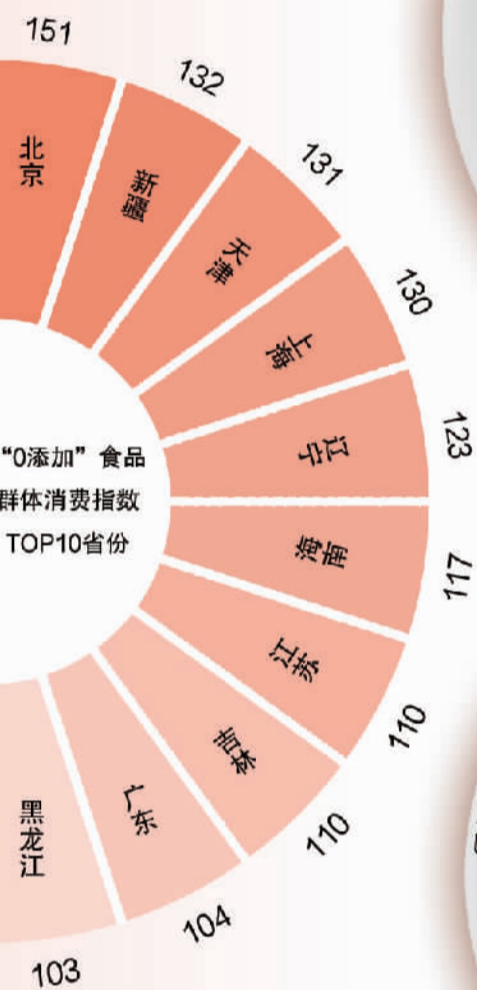
不同年龄消费者“0添加”食品订单量占比



不同性别消费者“0添加”食品订单量占比

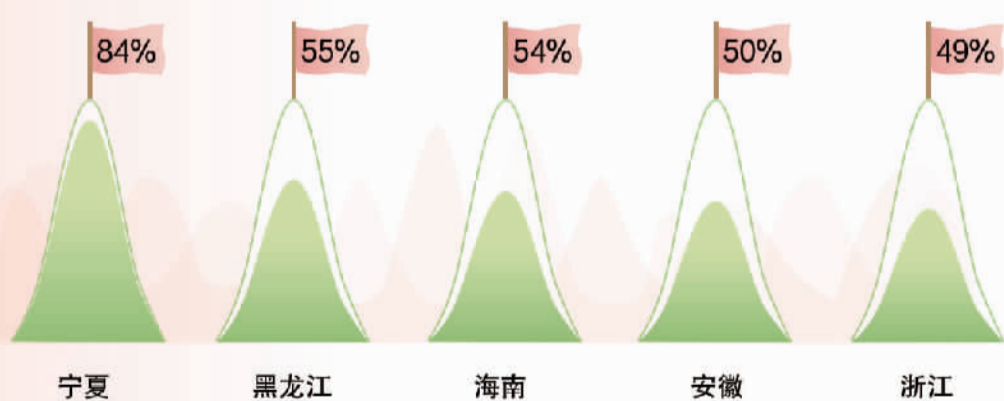


地域特征



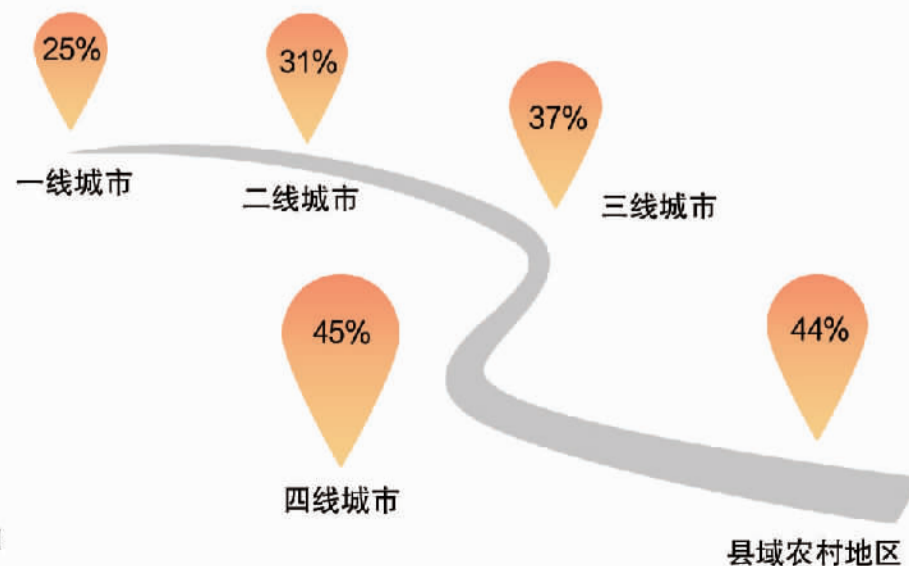
注：群体消费指数=该省份消费者购买“0添加”食品订单量占比/该省份消费者购买全部食品订单量占比*100

“0添加”食品订单量增速TOP10省份

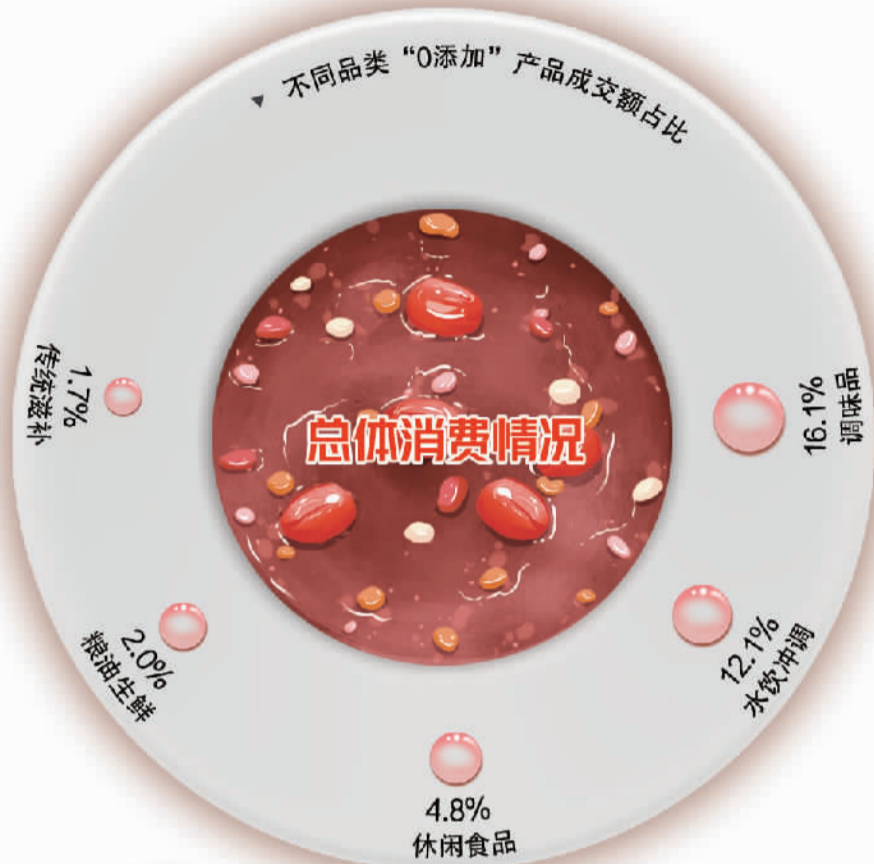


从“0添加”食品订单量增速看，四线城市及县域农村地区的增速超过一二线城市，相关企业可以把目光瞄向下沉市场，推出更多质优价廉的相关产品，品牌知名度打开后，下沉市场将会成为企业的一大增长点。

不同地区消费者“0添加”食品订单量增速



不同品类“0添加”产品成交额占比



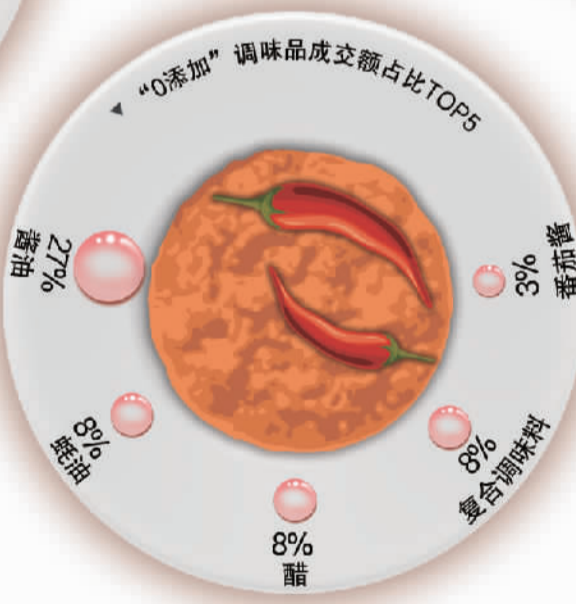
总体消费情况



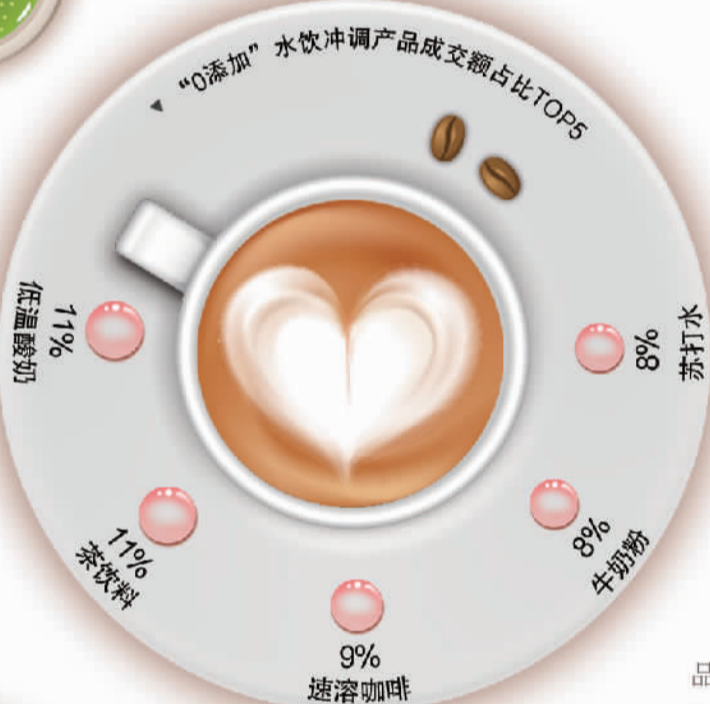
注：群体消费指数=该职业消费者购买“0添加”食品订单量占比/该职业消费者购买全部食品订单量占比*100

从不同品类看，“0添加”调味品和水饮冲调产品销量占比较高，表明消费者越来越关注饮食中所包含的各种成分。此外，面包、中式糕点等“0添加”休闲零食和方便面、面点等“0添加”粮油生鲜产品销量占比较高。

“0添加”调味品成交额占比TOP5



“0添加”水饮冲调产品成交额占比TOP5



说数

本期点评 杨泽华

随着生活水平不断提高，消费者更加关注自身健康，对饮食的要求也越来越高。“0添加”、低糖、少盐、减脂、低卡成为很多人推崇的饮食标准，形成新的消费趋势。

越来越多消费者在购买食品前会认真研究配料表，确保对摄入的成分心里有数。数据显示，68.8%的消费者会关注“0糖0脂0卡”等低热量标签，受访者中，超半数会关注“0添加”相关标签，选购纯天然食品。

数据显示，在调味品和水饮冲调类产品中，“0添加”产品成交额占比较高，分别达到16.1%和12.1%。“0添加”调味品中，销量最高的是“0添加”酱油，占比27%。此外，“0添加”蚝油、醋、复合调味料、番茄酱等销量排在前三位。“0添加”水饮冲调产品中，销量占比最高的是低温酸奶和茶饮料，均达

到11%。

从消费者特征看，26岁至45岁的消费者是购买“0添加”食品的主力，占比70%。从地域消费特征看，“0添加”食品群体消费指数较高的有北京、新疆、天津和上海等省份。宁夏、黑龙江、海南、安徽和浙江等省份的“0添加”食品订单量增速较快。此外，下沉市场对“0添加”食品的消费接受度也在不断提升，县域农村地区“0添加”食品消费增速达到44%，明显高于一二线城市。

从“0糖0脂0卡”到各种“0添加剂”，给身体减负在饮食领域越来越受欢迎，这本质是消费者对食品安全和健康的重视。相关企业要立足消费者需求，通过食品工艺创新，在配料和口感之间寻找平衡，为消费者提供更多营养、健康、天然的产品选择。



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年1月至9月