

说数

在这里读懂中国消费

菜篮子装满四季鲜

李 苑

古人云：“五谷为养，五菜为充”，蔬菜自古便是华夏饮食结构的重要组成部分。自20世纪80年代末“菜篮子工程”全面启动以来，历经30余载跨越式发展，我国蔬菜产业种植面积突破3亿亩，年产量逾8亿吨，占全球总产量的一半以上，稳居世界蔬菜生产与消费第一大国。如今，各地商超与农贸市场的货架、摊子上，菜品琳琅满目，叶、花、根、茎、果缤纷纷呈、四季不断，美味不再受制于季节更迭与地理阻隔。

丰盛的供给，不仅丰富了百姓餐桌，更重塑了人们的观念：健康、品质、多元，成为当下蔬菜消费的3个鲜明关键词。

健康是首要诉求。《中国居民膳食指南（2022）》建议成年人每日至少摄入300克新鲜蔬菜，“宁可食无肉，不可饭无蔬”的理念正深入人心。数据显示，叶菜类以21.5%的销量占比稳居榜首，成为百姓餐桌上的“绿色压舱石”。薯芋根茎类以60.6%的销量同比增速领跑，其中芋头同比增速高达

268.1%，番薯达172.6%，数字背后，折射出人们对膳食纤维和天然营养的需求。

品质成为健康之上的新共识。品质的底气，首先来自安全底线的不断筑牢。农业农村部数据显示，2026年上半年，国家农产品质量安全例行监测合格率达98.2%，其中蔬菜季度合格率一度高达98.8%。有机蔬菜、绿色产品、地理标志产品等认证品类，让越来越多的消费者愿意为“吃得更好”买单。

多元是美好生活的日常写照。一方水土养一方口味。以富含蛋白质、氨基酸和活性多糖的菌菇类消费为例，北京消费者偏爱平菇的厚实软糯，偏好指数为234.9；广东消费者偏爱松茸的鲜美回甘，偏好指数为406.2；天津消费者青睐杏鲍菇的脆嫩弹牙，偏好指数为300.0。菌菇以42.8%的销量同比增速位列蔬菜品类第三，印证了蔬菜的多元消费活力。

从“有什么吃什么”到“想吃什么有什么”，四方风物得以跨越山海、汇于一桌，得益于“菜

篮子”工程织就的流通大网；而这张大网的高效运转，得益于三大关键支撑的协同发力。

一是全国流通网络让蔬菜“跑”得更远。产地直采、跨区域调运体系日趋成熟，南方蔬菜北上、北方蔬菜南下已成常态，人们在家中就能遍享全国各地时令风味。

二是冷链设施让蔬菜“鲜”得更久。从田间预冷、冷藏运输到终端冷柜，全程低温锁鲜大幅降低损耗，延长保鲜期，即便娇嫩的叶菜和菌菇也能跨越千里而风味不减。

三是数字供应链让蔬菜“配”得更准。借助大数据精准预测需求、优化调度，实现产地到餐桌的智能匹配，减少中间环节，提高响应速度，让个性化订单和即时消费成为现实。

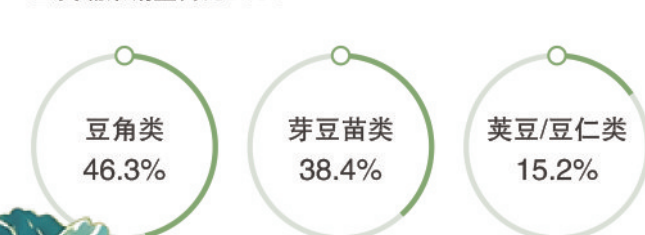
蔬菜细分产品销量同比增速TOP8



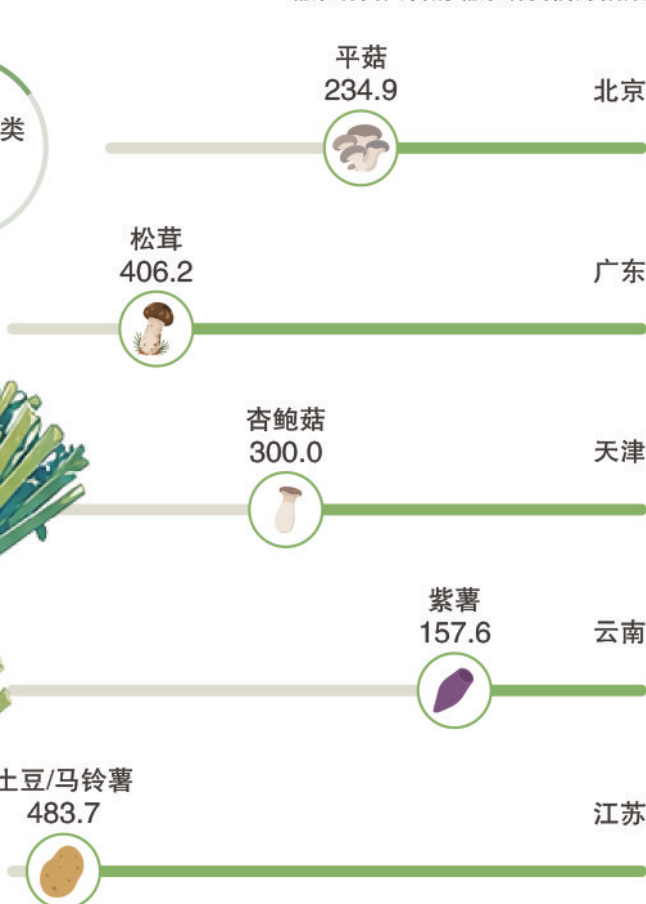
蔬菜销量同比增速TOP3品类



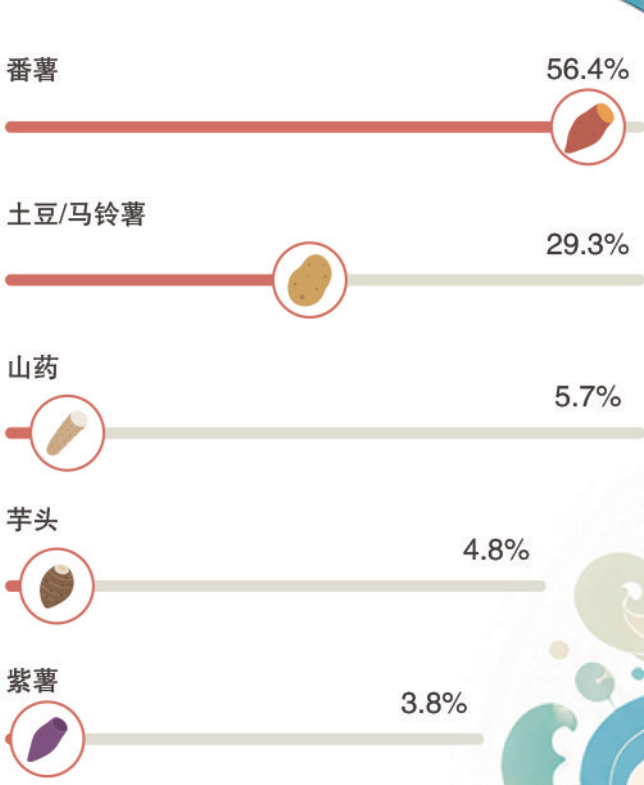
豆类蔬菜销量占比TOP3



蔬菜消费大省的蔬菜消费偏好指数



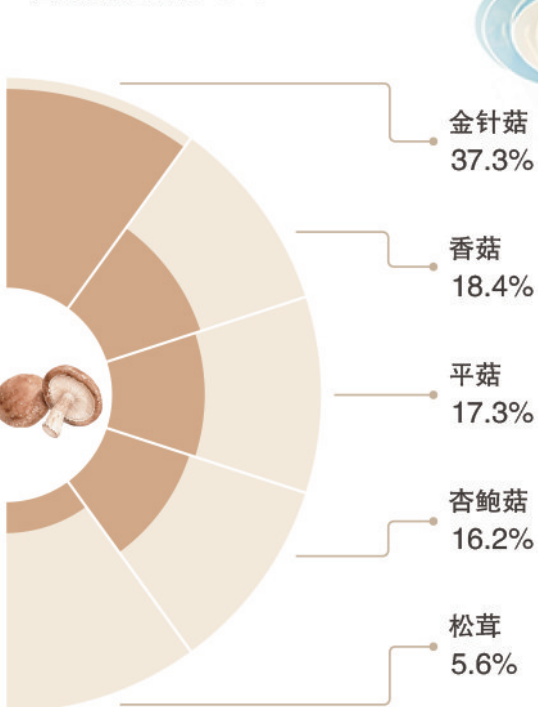
薯芋根茎类销量占比TOP5



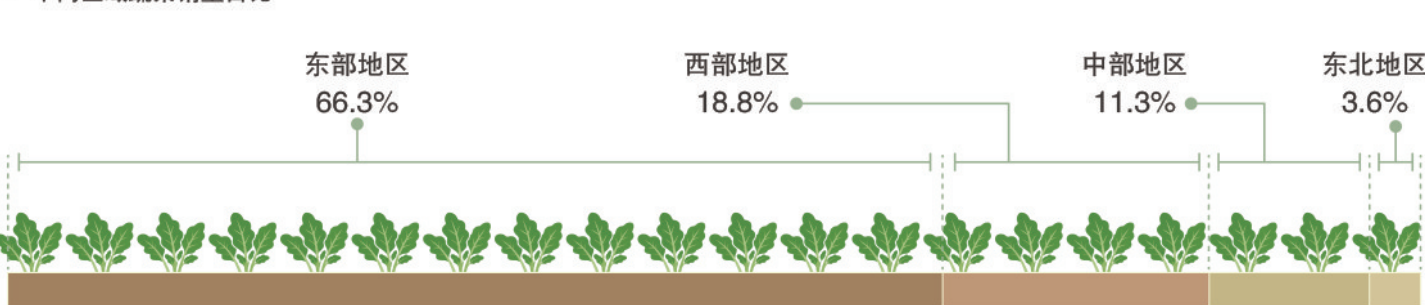
蔬菜销量占比TOP5品类



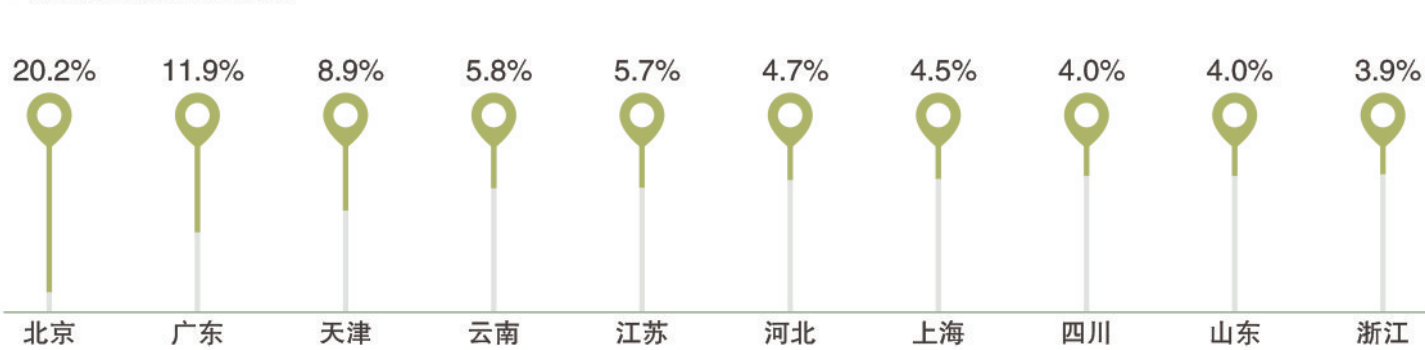
菌菇类销量占比TOP5



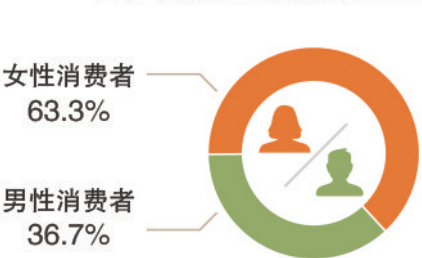
不同区域蔬菜销量占比



蔬菜销量占比TOP10省份



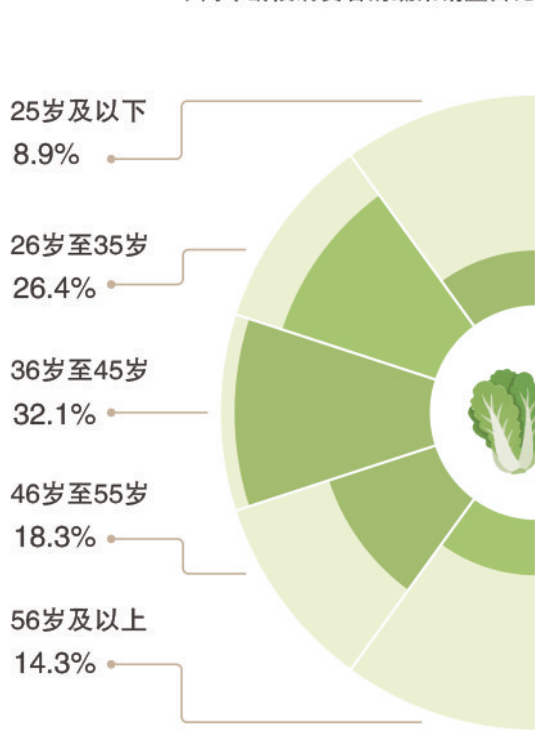
不同性别消费者的蔬菜销量占比



不同性别消费者的蔬菜消费偏好指数



不同年龄段消费者的蔬菜销量占比



数据周期：
2026年7月4日至
8月16日