

说数

粮油调味赛道细分品类升级

田疏墨

在这里读懂中国消费



民以食为天，粮油调味是人间烟火的底色，也是一日三餐的起点。走进商超粮油调味区，色泽鲜亮的特色调味品、主打健康的各类食用油、汇聚南北风味的方便速食一应俱全，琳琅满目。近期消费数据显示，居民粮油调味品消费亮点颇多，品类结构持续优化，品质需求不断提升。

从“吃饱”到“吃好”，风味升级是调味品赛道最鲜明的特征。酱油、盐、醋等传统基础品类仍占据市场主流，构成民生消费的稳固底盘；而特色风味、复合调味品类的增长势头更为突出：调味辣椒油同比增速达242.1%，领跑全品类；辛香浓郁的木姜子油、藤椒油，香辣脆爽的木瓜丝腌菜，以及基础调味品组合的增速均接近或超过50%。消费者对调味品的需求，早已不再局限于去腥、提鲜的基础功能，而是转向更丰富的味觉层次与差异化口感。无论是烹制硬菜还是简单凉拌蘸食，调味品正从烹饪的“配角”逐步升级。

方便食品领域呈现地域风味速食化、全国化的特征。依托食品加工与保鲜技术进步、线

上线下流通网络完善，天南海北的地道风味正加速打破地域边界，走进全国大众的日常餐桌。将地域风味标准化、速食化，已成为方便食品品类创新的重要路径。数据显示，冷面销量同比增速高达7.7倍；西北羊肉泡馍、凉粉凉皮、广西螺蛳粉等预制主食销量占比位居前列；冲泡粥、燕麦米饭、冲泡米饭等速食主食类产品销量增速均超200%。消费者对方便食品的期待不再仅仅是“凑合吃一顿”，也可以是“足不出户吃遍全国”。品类的丰富也让方便食品覆盖了早中晚餐、一人食、轻食代餐、户外露营等更多场景，精准适配消费者兼顾口味与效率的用餐需求。

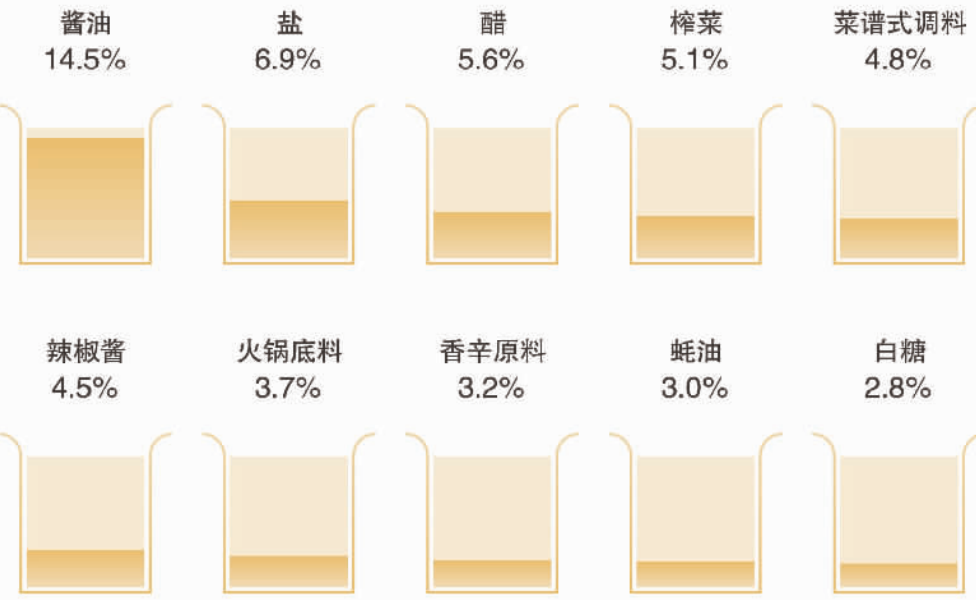
米类与食用油的消费，显现出精品化、健康化、场景化的升级趋势。米类方面，产区品牌效应十分突出：东北大米凭借口感优势和长期积累的市场口碑备受青睐，黑龙江五常大米销量占比达34.5%，黑龙江哈尔滨、辽宁沈阳、辽宁盘锦产区紧随其后，前四大产区合计占比接近九成，地理标志品牌的市场价值充分释放，“认产区选好米”已成为消费者选购米类产

品的主要依据。细分品类中，粥米产品同比增速达155.1%。作为专门适配熬粥场景的细分产品，粥米口感软糯易煮，既满足了消费者对主食口感、烹饪场景的精细化需求，也契合了日常饮食清淡健康的趋势。食用油产品中，牛油果油、山茶油分别增长68.6%、30.1%，反映出营养与食用价值已成为消费者选购食用油的重要考量。

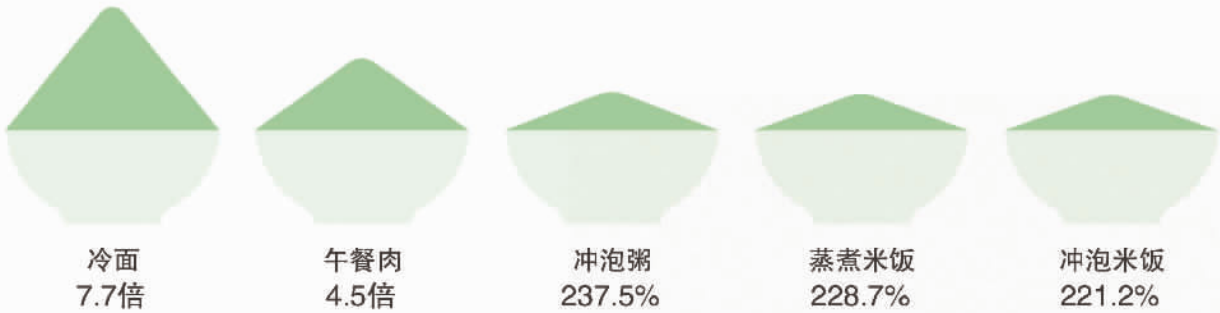
从消费群体特征看，26岁至45岁中青年群体消费占比在六成以上，是粮油调味品采购的绝对主力。这一群体乐于尝试新鲜口味，注重食材品质、饮食健康与烹饪效率，正是拉动特色调味、品质粮油、风味方便食品等品类快速增长的核心人群。

当前，粮油调味品市场风味升级、健康升级、场景细分的趋势持续深化。对于相关生产和流通企业而言，既要守住刚需品类的品质底线，保障民生供应稳定，也要精准捕捉消费需求的细微变化，在美味与健康、传统与创新之间找到平衡。

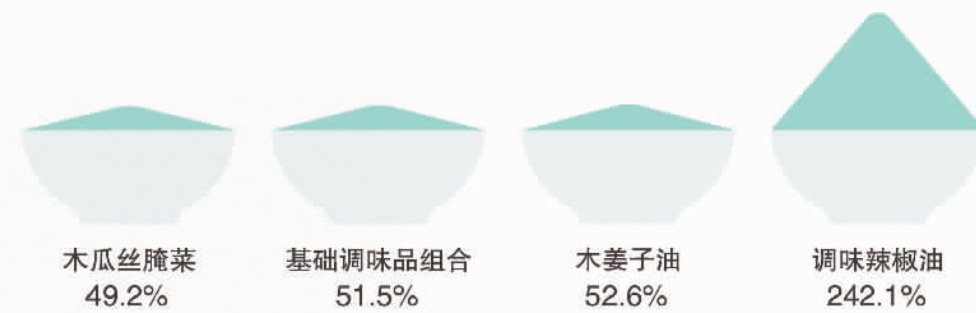
调味品销量占比TOP10



方便食品销量同比增速TOP5



调味品销量同比增速TOP5



食用油销量同比增速TOP3



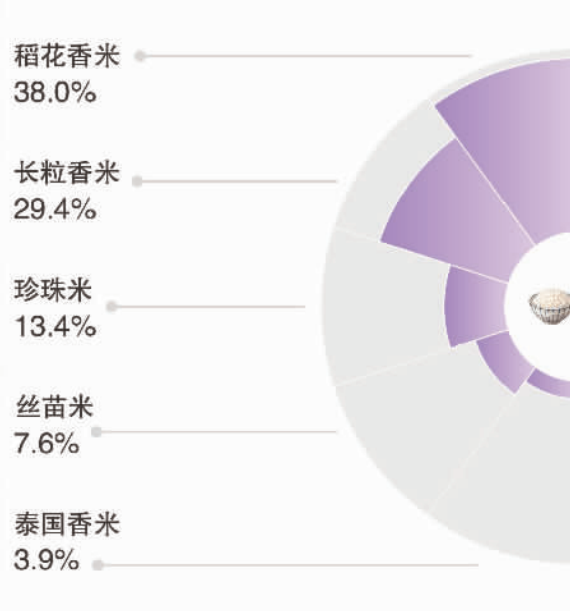
方便食品销量占比TOP5



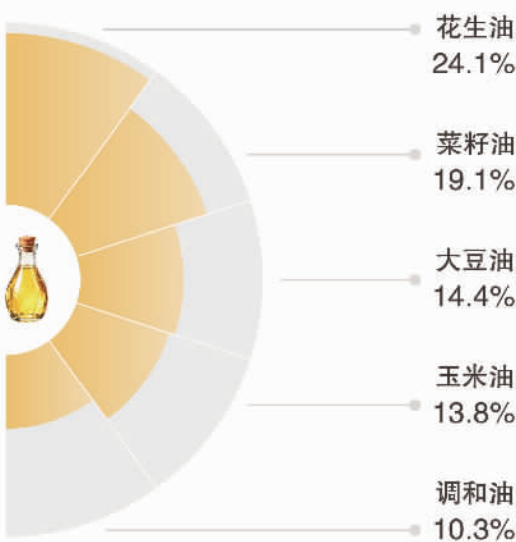
粮油调味品销量占比TOP5



米类产品销量占比TOP5



食用油销量占比TOP5



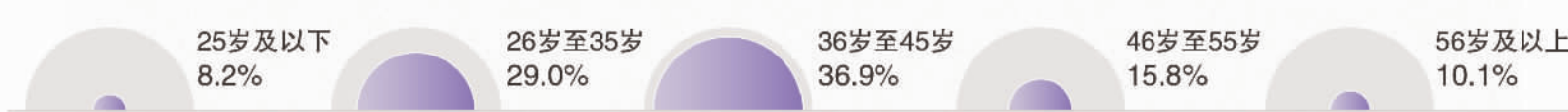
米类产品销量同比增速TOP3



不同性别消费者粮油调味品销量占比



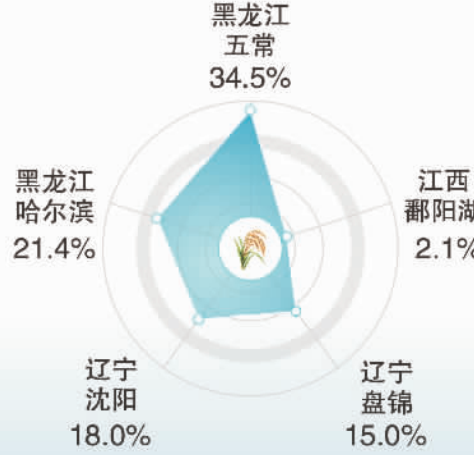
不同年龄段消费者粮油调味品销量占比



粮油调味品销量占比TOP10省份



各产区米类产品销量占比TOP5



数据周期：
2026年8月1日
至9月20日

更多内容 扫码观看