中老年食品饮料消费趋势 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 影响中老年食品饮料市场的市场因素（含新冠疫情影响）
- 市场策略与新产品趋势
- 当前中老年食品饮料的渗透率与兴趣
- 中老年消费者的饮食变化与原因
- 购买因素与信息渠道信任度
- 对中老年食品饮料的态度

虽然饮食变化的首要原因与健康相关，即想要提前养生，但位居第二和第三的原因则不仅仅关乎健康问题，分别是尝试了新的食品/饮料（41%）和体型管理（不是因为生病）（41%），这说明，趣味和生活方式也是品牌可以在健康宣称之外投资的方面。

认为新冠疫情对其生活质量影响很大的中老年消费者更注重健康问题，相比于感觉疫情影响不大的人群，他们增加了新鲜果蔬的摄入，并减少了盐和蔗糖的摄入。鉴于国内仍有随机疫情爆发，消费者可能会面临新鲜食品短缺的状况，这将促使中老年消费者更频繁地在家中囤积鲜货，并更看重与免疫有关的功能。乳制品、酱料和调味品在这一波疫情中相对更坚挺，这些品类的消费升级兴趣和囤货意愿均较高。社区团购正在回归，但需要在对中老年人科技友好的版本上投资更多。

虽然乳制品是渗透率及感兴趣方面的赢家，但相比于液体牛奶和奶粉，酸奶在不同收入水平之间的百分比差异较大，其中，较高收入水平的消费者高出28个百分点。其中一个原因可能在于，较之酸奶，奶粉和液体牛奶相对而言性价比更高。另一个原因可能在于，酸奶品类专为中老年人群设计的产品选择有限，而超市中却有众多不同价位的中老年人奶粉选择。

发展机遇存在于多个方面。首先，中国有75%的中老年人患有一种及以上慢性病，而消费者数据显示，患有基础疾病的中老年消费者在膳食需求方面更缺乏辅助。日本市场已经表明，食品的功能性应更关注代谢、认知和运动功能，而这些功能尚未在中国市场得到重视。此外，在健康宣称以外，中老年消费者仍希望获得享受；因此，零食、酱料和调味品可能是值得投资的品类。

> “对于中老年人来说，健康是重中之重，但享受同样重要。短期内，营养成分表和健康宣称仍是关键的考虑因素。长期来看，中老年人希望获得在营养与口味上平衡的、专门的纵享型食品饮料。与机能失调和便于使用相关的宣称也是未来的发展方向。”
>
> **—彭袁君，研究分析师**

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

中老年食品饮料消费趋势 - 中国 - **2022**年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 中国中老年人口正在飙升
- 慢性病构成巨大威胁
- 政策支持
- **2022**年新冠疫情影响
- 公司与品牌
- 消费者
- 维生素和乳制品的复购意愿突出
  数据1: 专为中老年人设计的食品饮料的渗透率及兴趣，2022年
- 营养成分表和健康宣称是最重要的购买因素
  数据2: 购买因素，2022年
- 新鲜食品吃得更多，蔗糖和盐吃得更少
  数据3: 饮食改变，2022年
- 改变饮食习惯不只是为了健康
  数据4: 饮食变化原因，2022年
- 子女是中老年群体最信任的信息渠道
  数据5: 信息渠道信任度，2022年
- 大部分中老年消费者认同根据年龄调整饮食习惯
  数据6: 对中老年食品饮料的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 亟需特医食品与膳食指南
  数据7: 利用中老年人熟悉的概念提供饮食指南的产品示例
  数据8: 55+奶香乳浆巧克力全代餐，加拿大，2019年
- 中老年人群也注重享受
  数据9: Java Blossom有机椰子氨基，印度尼西亚，2018年
  数据10: 有机石榴醋，意大利，2019年
- 通过质地与包装，让中老年食品更便利
  数据11: 特慧优嫩滑鸡肉豆泥，日本，2020年
  数据12: 艾草风味米糕甜甜圈，韩国，2020年
  数据13: 蛋白棒，泰国，2020年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

中老年食品饮料消费趋势 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

市场因素

- 中老年人口正在飙升
- 慢性病构成巨大威胁
- 政策支持
- “十四五”国家老年食品发展和养老服务体系规划
- 新规将特医食品纳入国家医疗保险范围内

新冠疫情影响

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场和消费者的影响
- 全国范围内经济状况稳定，但上海状况变差
- 社区团购回归，但中老年群体面临困难
- 不同基础食品品类的消费升级偏好各异

  数据14: 50-59岁消费者的消费升级/降级计划，2022年

  数据15: 消费者最想囤的食品饮料，2022年

营销活动

- 旺旺涉足中老年无糖食品

  数据16: 旺旺爱至尊系列
- 农夫山泉通过综艺节目推广中老年饮用水

  数据17: 农夫山泉赞助的《忘不了餐厅》综艺节目

  数据18: 农夫山泉锂水，中国，2019年

新产品趋势

- 全球概况

  数据19: 具有中老年宣称的食品饮料新品占比，全球，2017-2021年

  数据20: 具有中老年宣称的食品饮料前10个市场，2017-2021年

  数据21: 具有中老年宣称的食品饮料前10个公司/母公司，2017-2021年
- 日本市场重点
- 功能重点：代谢、认知和运动功能

  数据22: 具有中老年宣称的食品饮料的功能性、减少和添加宣称类别中的前10个宣称，日本，2017-2021年

  数据23: 日本具有代谢相关功能的中老年食品饮料示例，2019-2020年

  数据24: 日本具有认知相关功能的中老年食品饮料示例

  数据25: 日本具有运动相关功能的中老年食品饮料示例
- 便于使用：具有清晰指南

  数据26: Smile Care Food体系

  数据27: 黄色标签说明

  数据28: 红色标签说明

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据29: 经Smile Care Food认证具有黄色和红色标签的中老年食品示例

- 渗透率及兴趣中国市场的品类与功能

数据30: 具有中老年宣称的前10个食品饮料品类，2017-2021年
数据31: 乳制品、零食和调味品品类的中老年食品示例，中国
数据32: 中老年食品饮料前10个宣称，中国，2017-2021年
数据33: 中老年食品饮料增长最快的前10个宣称，中国，2017-2021年
数据34: 具有消化健康和皮肤、头发健康宣称的中老年食品示例，中国

渗透率及兴趣

- 乳制品整体胜出.....

数据35: 专为中老年人设计的食品饮料的渗透率及兴趣，2022年

- .....但"继续购买"意愿大相径庭

数据36: 买过且会继续购买专为中老年人设计的产品*（按个人月收入区分），2022年

- 饮食不妥协；从零食、酱料和调味品入手

数据37: 买过且会继续购买专为中老年人设计的产品，2022年
数据38: 买过且会继续购买专为中老年人设计的产品，2022年

购买因素

- 营养成分表和健康宣称是最重要的购买因素

数据39: 购买因素，2022年
数据40: 购买中老年与儿童食品饮料的前7个因素，2022年

- 年龄宣称或可成为助力

数据41: TURF分析——购买因素

- 生活受疫情影响的消费者更关注健康宣称

数据42: 新冠疫情的影响，2022年
数据43: 购买因素的百分点差异（按消费者细分群体区分）*，2022年
数据44: 压力的来源（按消费者细分群体区分），2022年

饮食改变

- 多些新鲜食品，少些蔗糖和盐

数据45: 饮食改变，2022年
数据46: 饮用牛奶和酸奶的改变（按城市线级区分），2022年
数据47: 担忧与不担忧健康状况或衰老的消费者的饮食改变差异，2022年
数据48: 营养需求，2021年

- 追求饮食更健康的消费者将继续购买哪些品类？

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据49: 买过且会继续购买专为中老年人设计的产品*（按消费者细分群体区分），2022年

饮食变化原因

- 饮食改变并非全部出于健康担忧
  数据50: 饮食变化原因，2022年
  数据51: 部分饮食变化原因（按受新冠疫情影响程度区分），2022年
- 身患疾病的中老年消费者在饮食方面缺乏辅助
  数据52: 很难在市面上找到专为中老年人设计的食品饮料（按饮食变化原因区分），2022年
  数据53: 我不知道如何挑选适合自己的健康食品（按饮食变化原因区分），2022年
- 有机食品定期配送有机会助力体型管理
  数据54: 我愿意花钱购买定期配送（如每天/每周一次）的有机食材（按饮食变化原因区分），2022年
  数据55: 购买因素（按饮食变化原因区分），2022年

信息渠道信任度

- 中老年人最信任自己的子女
  数据56: 信息渠道信任度，2022年
- 酱料和糖是多渠道安全之选
  数据57: 非常相信的信息渠道（按"买过且会继续购买专为中老年人设计的产品"区分），2022年
- 网络新闻平台能够有效进行健康饮食教育
  数据58: 非常相信的信息渠道*（按消费者细分群体区分），2022年

对中老年食品饮料的态度

- 多数中老年消费者愿意根据年龄调整饮食
  数据59: 对中老年食品饮料的态度，2022年
- 大部分中老年人会为"专为中老年人设计"买单，但其需求尚未得到满足
  数据60: 对中老年食品饮料的态度，2022年
  数据61: 对中老年食品饮料的态度，2022年
- 整体健康：饮食运动双管齐下
  数据62: 对中老年食品饮料的态度，2022年
  数据63: 对中老年食品饮料的部分态度（按消费者细分群体区分），2022年
  数据64: 对中老年食品饮料的态度——决策树分析

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

中老年食品饮料消费趋势 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有