

中老年食品饮料消费趋势 - 中国 - 2023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。
- 最新营销活动与新产品趋势。
- 中老年人之中的零食渗透率与购买因素。
- 对流行食品饮料的消费与兴趣。

出乎意料的是，超过90%的中老年受访者了解调查列出的所有热门食品饮料。就未来的购买意愿而言，即饮茶高居榜首。除了即饮茶，西式快餐、方便速食和咖啡几大品类也有超过60%的受访者愿意尝试，说明这些市场应该注重针对中老年人的营销或适老产品的创新。

新冠疫情之后，中老年人尽管对新冠病毒的担心程度有所减轻，但仍会格外注重增强免疫力。中老年人的生活将因这种信心而逐渐恢复正常，随之参加更多户外活动和社交聚会，例如与亲朋好友外出就餐。

虽然许多食品饮料其实有一些面向中老年人的功能性益处，但现阶段中老年宣称仍然处于较低水平。此外，中老年人正在积极尝试在年轻群体中流行的食品饮料，也非常愿意持续购买上述产品，但营销活动总是忽视这一庞大的人群。

短期内，机遇仍将集中在免疫力强化方面。未来，帮助中老年人调整身心以便维持工作状态到65岁将是必然的创新方向。



“未来几年，政策将对我国中老年人的生活产生重大影响。新冠疫情之后，免疫支持对中老年人而言仍是头等大事。帮助中老年人调整身心以便工作到65岁必将是未来的创新方向。”

——彭袁君，高级研究分析师

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

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
- 定义

综述

- 议题与洞察
- 将低GI概念引入餐饮业
数据1: 成人糖尿病患者食养原则和建议，中国，2023年
- 通过食品饮料帮助用户缓解更年期症状
数据2: 助眠乳制品示例，中国，2022年
数据3: C2 Freeze草莓樱桃风味红茶，越南，2022年
- 将地方特色酱料与调味料组合装打造成孝敬老年人的绝佳礼品
数据4: 农耕记2022年秋季特别菜单
- 市场综述
- 新政策将深入改变中老年人以后的生活
- 对新冠病毒的担忧有所减轻
- 《中国老年人膳食指南》发布
- 我们的观点

市场因素

- 相关新政策
- 延迟退休
- 医保改革
- 对新冠病毒的担忧有所减轻
数据5: 新冠感染情况与担心，2023年
- 老年营养改善行动
数据6: 老年营养改善行动标志

营销活动

- 血糖控制食品店落地社区
数据7: 武汉解唐忧门店，中国，2022年
数据8: 解唐忧微信小程序
- 中老年奶粉品牌邀请专家探讨免疫力
数据9: 飞鹤的专家背书，2022-2023年
数据10: 伊利和雀巢与专家合作，2023年

新产品趋势

- 中老年宣称仍处较低水平

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

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

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11: 具有中老年宣称的食品饮料新品* (按前十大子品类区分)，中国，2020-2023年 (截至3月)
- 低GI产品兴起
 - 数据12: 低GI食品饮料新品* (按前十大市场区分)，2020-2023年 (截至3月)
 - 数据13: 低GI食品饮料新品* (按前十大子品类区分)，中国，2020-2023年 (截至3月)
 - 数据14: 具有其他减少/功能性宣称的低GI产品示例，中国，2022-2023年
 - 数据15: 君乐宝简醇0添加蔗糖风味酸牛奶，中国，2023年
 - 数据16: 云耕物作红参红糖姜茶，中国，2023年
 - 针对更年期问题的食品饮料与日俱增
 - 数据17: Nipper & Co Lady Pause女性更年期围绝经期草本茶，英国，2023年
 - 数据18: Smiley Tea & Herbs更年期舒缓茶，尼日利亚，2023年
 - 数据19: Bio Delice天然豆奶粉，喀麦隆，2023年
 - 数据20: New Food Soygurt黑莓风味大豆液态酸奶替代品，哥斯达尼加，2022年
 - 全球市场的中老年零食与酱料/调味料
 - 数据21: Prozis白巧克力覆盆子风味蛋白棒 (Prozis White Chocolate-Raspberry Flavoured Protein Bar)，西班牙，2023年
 - 数据22: 中老年食用油、调味料与餐桌调味品示例，全球，2019-2023年

零食消费频率

- 坚果与种子类在中老年人群中是明星零食
- 数据23: 零食消费频率，2023年
- 有益健康的产品可以帮助不太健康的品类提升人气
- 数据24: 须尽欢低GI奶酪味冰淇淋，中国，2023年
- 获取富裕中老年客群的机遇与注意事项
- 数据25: 零食消费频率——每周几次 (按家庭月收入区分)，2023年

零食购买因素

- 加强营养最为重要.....
- 数据26: 零食购买因素，2023年
- 数据27: 零食购买因素——加强营养宣称 (按对新冠的担心程度区分)，2023年
-而味道对拓展受众仍然至关重要
- 数据28: TURF (累积无重复到达率和频次) 分析——购买因素，2023年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

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



- 中等收入的中老年人对许多因素关注较少，但无添加宣称可以助力品牌破局
数据29: 零食购买因素（按家庭月收入区分），2023年
- 不同零食类别的关键购买因素不同
数据30: 零食购买因素（按“零食消费频率——高频与中频”区分），2023年
数据31: 零食包装上的无添加宣称，2023年
数据32: 具有无添加宣称的每日坚果，中国

饮食变化

- 饮食趋势未受新冠感染高峰影响
数据33: 新冠防控措施放开之后的饮食变化，2023年
- 60岁以上的人群更积极地减少摄入不太健康的食物
数据34: 部分食物的饮食变化——吃得更少（按年龄区分），2023年
数据35: 饮食变化——和放开以前差不多（按家庭责任区分），2023年
- 厨房小家电可以强调减糖从而吸引中老年人
数据36: 健康饮食的厨房小家电会吸引我购买（按“部分食物的饮食变化——吃/喝得更少”区分），2023年
数据37: 小熊驾到儿童奥尔良烤翅腌料，中国

对烹饪和调味料的态度

- 通过厨房智能家电提供更便利和更健康的饮食
数据38: 对烹饪和调味料的态度，2023年
数据39: 盒马鲜生“空气炸锅美食”，中国，2023年
- 中老年人希望获得更独家的体验
数据40: 蔡林记纯芝麻酱，中国
- 酱料与调味料的包装和宣传应更明智
- 小包装是可行方案
数据41: 对酱料与调味料的态度——部分描述（按年龄区分），2023年
数据42: 海天mini系列，中国
- 成熟的概念可让宣称更易理解
数据43: 海天零添加系列，中国

包装需求

- 大多数中老年人遇到过食品饮料包装问题
数据44: 包装需求，2023年
数据45: 包装需求（按年龄区分），2023年
- 信息标注与产品包装都需适老化
数据46: 每日乳业，韩国，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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



数据47: 扫描包装二维码即可播放信息的家乐氏麦片

食品饮料新尝试

- 中老年人愿意尝试.....
数据48: 食品饮料新尝试，2023年
-但被访者对预调鸡尾酒与气泡水的偏好呈两极化
数据49: 未来的购买意愿*, 2023年
- **50-54岁**的中老年人是值得投资的客群
数据50: 食品饮料新尝试——试过且会再购买（按年龄区分），2023年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 研究方法：TURF分析
- 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



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](https://www.mintel.com)。