

55岁以上人群的饮食习惯 - 中国 - 2019年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国老龄人口的增长给企业带来大量创新的高质量食品和饮料方面的商机，帮助积极寻求措施提升健康状况的老年人打造营养均衡的膳食。在不远的未来，针对健康问题打造的，在数字平台渠道销售的产品可以帮助品牌和公司接触到更多受众。”

— 徐文馨，高级研究分析师，食品和饮料

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 老年人愿投资健康，解锁巨型潜在市场
- 未得到充分解决的健康问题蕴藏商机
- 信息推送是有效传播的重点

老年人是数量增长最快的细分人群，给市场营销带来了压力。更多老年人开始关注身体健康，表现之一就是积极地追求健康饮食。健康意识的提升为创新企业打好了坚实基础，为满足老年消费者的需求提供高质量、有营养的功能性食品和饮料。刚刚步入老年的消费者的消费习惯已经历过数字化洗礼，但科技品牌和公司仍有空间进一步解锁数字消费潜力，接触到更广泛的消费群体。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

55岁以上人群的饮食习惯 - 中国 - 2019年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

定义

综述

市场

消费者

老年人常见饮食概览

数据1: 食物食用情况 (按最常食用的食品品类区分), 2018年11月

信息推送可吸引老年人注意

数据2: 信息渠道, 2018年11月

为不同线城市消费者量身打造推销方式

数据3: 对健康食品的兴趣 (按部分食品品类区分), 2018年11月

根据老年人主要顾虑进行产品创新

数据4: 对健康食品的兴趣, 2018年11月

带社交功能的购物渠道能赢得更多消费者

数据5: 购物习惯, 2018年11月

健康意识提升促使老年人投资更多

数据6: 整体态度, 2018年11月

我们的观点

议题与洞察

老年人愿投资健康, 解锁巨型潜在市场

现状

启示

数据7: 针对老年人的乳制品新品, 日本和中国

未得到充分解决的健康问题蕴藏商机

现状

启示

数据8: 针对有记忆力衰退和关节问题的老年人的零食和膳食补充剂, 日本

信息推送是有效传播的重点

现状

启示

数据9: 淘宝亲情账号服务

市场与创新——您所需要了解的

老龄化加速推动市场机会增长

向“超级老龄化”邻国学习

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

55岁以上人群的饮食习惯 - 中国 - 2019年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数字化对老年人影响增加

市场增长动力

平均寿命增长带来新机遇

数据10: 平均寿命 (总年数, 按部分国家区分), 2017年

银发一代健康意识提升

先进科技适用于老年人主导的企业

数据11: 拼多多用户界面的主要内容为产品信息推送

数据12: AI助手为老年患者提供信息

谁在创新?

日本: 面向咀嚼困难的老年人的预包装食品

数据13: 朝日集团预加工可微波老年食品, 日本

波兰: 营养强化的老年人酸奶

数据14: 为老年人设计的酸奶饮品, 波兰

美国: 不带年龄刻板印象的微妙营销语言

数据15: 雀巢BOOST麦力添营销横幅

数据16: BOOST麦力添营养饮料为有特殊膳食需求的人群设计

消费者——您所需要了解的

年长消费者重视自我照顾, 对健康的投资提升

熟悉品类中的高端食品饮料有发展潜力

消费者消化更多信息, 营销人员面临挑战

食物食用情况

年长消费者普遍认可牛奶的营养价值

数据17: 食物食用情况 (牛奶品类), 2018年11月

数据18: 食物食用情况 (酸奶品类), 2018年11月

豆浆植根传统饮食广受欢迎

数据19: 食物食用情况 (豆浆品类), 2018年11月

数据20: 食物食用情况 (豆浆品类) (按区域区分), 2018年11月

老年人出于健康考量更喜爱常温饮料

数据21: 食物食用情况——常温液态牛奶 (按城市线级区分), 2018年11月

数据22: 食物食用情况——常温酸奶 (按城市线级区分), 2018年11月

各城市线级五谷杂粮和坚果的热门程度不同

数据23: 食物食用情况——五谷杂粮 (按城市线级区分), 2018年11月

数据24: 食物食用情况——五谷杂粮 (按区域区分), 2018年11月

数据25: 食物食用情况——坚果 (按城市线级区分), 2018年11月

动物蛋白质也是餐桌上的主要组成

数据26: 肉类消费量 (公斤/每人和年增长率), 2013-2023年

数据27: 食物食用情况——肉类, 2018年11月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

55岁以上人群的饮食习惯 - 中国 - 2019年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

信息渠道

年长者倚赖电视和身旁亲友获取信息

数据28: 信息渠道, 2018年11月

数据29: 信息渠道种类数量

一线城市的年长消费者接触更多信息来源

数据30: 信息渠道 (按城市线级区分), 2018年11月

对健康食品的兴趣

不同城市线级的年长消费者偏好的健康食品不同

数据31: 对健康食品的兴趣 (按部分食品品类区分), 2018年11月

固有的饮食习惯激起或抑制年长消费者的好奇心

数据32: 对粗粮饼干的兴趣 (按区域区分), 2018年11月

对健康功能的兴趣

年长消费者注重身体健康

数据33: 对健康食品的兴趣, 2018年11月

刚刚步入老年的消费者关注老化及压力问题

数据34: 对健康功能的兴趣 (按年龄群体区分), 2018年11月

购物习惯

线下零售渠道满足年长消费者的社交需求

数据35: 购物习惯, 2018年11月

偏好的购物渠道反映不同城市线级的生活方式

数据36: 线下零售渠道的购物习惯——生鲜/水果, 2018年11月

数据37: 线下零售渠道的购物习惯——包装食品, 2018年11月

整体态度

年长消费者愿意为健康投资

数据38: 整体态度, 2018年11月

一线城市的年长消费者特别偏好进口食品

数据39: 整体态度 (按特定的说法及城市线级区分), 2018年11月

数据40: 整体态度 (按特定的说法及城市线级区分), 2018年11月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com