食用油 - 中国 - 2020年12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

“受新冠疫情影响，消费者对食用油的需求不断提升。消费者的用餐习惯从外出就餐变为在家烹饪，这一趋势显著加速了食用油零售市场的增长。在选购食用油时，消费者特别关注营养，并且会经常更换不同种类的食用油。因此，品牌应优化自己的产品组合，通过提供更健康的油种，和改良的传统油种产品，满足消费者的消费升级需求。”

– 鲁睿勋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 为了应对饱和的市场并迎合更健康的烹饪习惯，品牌需要拓展食用油的食用场景
- 提供有益健康的产品，顺应健康饮食这一主流趋势
- 小众食用油如何提高受欢迎程度？

2015-2019年期间，中国食用油零售市场的销售量和销售额呈现逐年增长的态势。这一增长主要归功于消费者的需求升级，愿意购买健康和高档的产品。

受新冠疫情冲击，消费者用餐习惯从外出就餐变为在家烹饪，带动了食用油居家消费的增长。随着年轻一代在家烹饪人数和频率的增加，零售市场的增速明显加快。虽然对健康饮食的特别关注可能会帮助消费者保持在家烹饪的习惯，但健康意识的提高也会改变他们的烹饪和用餐习惯，以及对食用油的选择。因此，品牌有必要升级产品组合，通过健康的食用油产品，迎合消费者烹饪习惯的变化。

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

食用油 - 中国 - 2020年12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

不包括

定义

综述

市场

在家烹饪加速了食用油市场零售量和零售额的增长

数据1: 食用油的零售总量及预测，中国，2015-2025年

数据2: 食用油的零售总额及预测，中国，2015-2025年

优质又健康的食用油所占市场份额不断增加

数据3: 食用油的零售额市场份额（按细分区分），中国，2018-2019年

新冠疫情对食用油的影响

数据4: 新冠疫情对食用油的短期、中期和长期影响

公司与品牌

龙头品牌保持领跑地位，市场结构相对稳定

数据5: 食用油市场领先企业（按市场份额区分），2018-2020年

新品中健康食用油种的占比不断增大

消费者

橄榄油在渗透率方面的受欢迎程度排名不断提高

数据6: 食用油的使用，中国，2020年9月

抓住家庭烘焙需求上升的时机，推广玉米油和小众食用油

数据7: 食用场景，2020年9月

金龙鱼在年轻一代中的人气更高

数据8: 使用的品牌，2020年9月

健康认知为玉米油、葵花籽油和油菜籽油提供了竞争优势

数据9: 对食用油的认知，2020年9月

营养成为必不可少的沟通重点

数据10: 购买考虑因素（按年龄区分），2020年9月

功能性产品将是食用油产品重要的高端化途径

数据11: 食用油相关的态度和行为——部分选项，中国，2020年9月

我们的观点

议题与洞察

为了应对饱和的市场并迎合更健康的烹饪习惯，品牌需要拓展食用油的食用场景

现状

启示

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

食用油 - 中国 - 2020年12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

数据12: 塔原红花籽油

数据13: 金龙鱼King's亚麻籽油

提供有益健康的产品，顺应健康饮食这一主流趋势

现状

启示

数据14: 福临门营养家系列的产品示例，中国，2020年

数据15: 鲁花高油酸花生油和低芥酸浓香菜籽油，中国

小众食用油如何提高受欢迎程度？

现状

启示

数据16: 使用欧丽薇兰橄榄油烹饪水煮牛肉

市场——您所需要了解的

未来的增长更有可能由销售额引领

居家烹饪和烘焙将推动市场的增长

随着对健康饮食的关注，消费者将会持更加谨慎的态度

市场规模与预测

新冠疫情加速了食用油零售市场销售额和销售量的增长

数据17: 食用油的零售总量及预测，中国，2015-2025年

数据18: 食用油的零售总额及预测，中国，2015-2025年

未来的增长将由消费额而非销售量带动

市场因素

居家烹饪和烘焙带动了食用油销售的增长

数据19: 谁负责烹饪和烘焙，2020年9月

数据20: 做不同活动的频率——在家做饭，2020年2-7月

消费者对健康饮食的关注推动了对优质产品的需求

数据21: 生活方式的变化——重要性升高，2020年4月-9月

《健康中国行动》将进一步提高消费者的健康意识

市场细分

优质健康的油种所占市场份额不断增加

数据22: 食用油零售额（按细分区分），中国，2018-2019年

重点企业——您所需要了解的

龙头品牌保持领跑地位，市场结构相对稳定

健康优质油种的"崛起"

市场份额

龙头品牌保持领跑地位，市场结构相对稳定

数据23: 食用油市场领先企业（按市场份额），2018-2020年

自有品牌食用油产品的出现可能改变未来的竞争格局

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

食用油 - 中国 - 2020年12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

数据24: 苏鲜生食用植物调和油，中国，2020年

竞争策略

覆盖多元化销售渠道，提高渗透率

为新零售渠道开发定制产品

数据25: 盒马X多力联名款食用油，中国

数据26: 盒马X多力联名款食用油的产品示例，中国，2019年

推广香味卖点，建立感官期待

数据27: 鲁花"特别香"食用油的产品示例，中国，2020年

谁在创新？

健康食用油替代品的市场份额占比持续增大

数据28: 食用油新品中的占比（按成分区分），中国，2009-2019年

数据29: 食用油新品中的占比（按成分区分），全球，2009-2019年

数据30: 新兴小众食用油的产品示例，中国，2020年

多品牌联动，吸引年轻一代

数据31: 金龙鱼X京东超级品牌日，中国，2019年

数据32: 福临门沂蒙土榨花生仁油故宫纪念版，中国，2020年

使用创新包装，为消费者带来提升的便利性

数据33: 多力铂金甄选食用油，中国，2020

数据34: 多力铂金臻选食用油的建议食用场景，中国

数据35: 莱瑞的产品示例，中国，2020年

食用油和保健品之间的模糊界限

数据36: 西王玉米胚芽油，中国

消费者——您所需要了解的

消费者定期换用不同种类的食用油

花生油广泛用于焖炖和烤，而玉米油更多用于烘焙

营养成分是产品沟通的重点

食用油的使用

花生油的渗透率最高，但消费者的确经常换用不同种类的食用油

数据37: 食用油的使用，2020年9月

数据38: 食用油使用情况的频度分析，2020年9月

价格和味道提高了特定油种在年轻一代中的人气

数据39: 食用油的使用——部分选项（按年龄区分），2020年9月

营养价值推动产品在较年长消费者中的流行

数据40: 食用油的使用——部分选项（按年龄区分），2020年9月

葵花籽油和小众食用油备受富裕家庭青睐

数据41: 食用油的使用——部分选项（按家庭月收入区分），2020年9月

食用油偏好因地域而异

数据42: 食用油的使用——部分选项（按区域区分），2020年9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

食用油 - 中国 - 2020年12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

数据43: 食用油的使用——部分选项（按城市线级区分），2020年9月

食用场景

主流食用油的使用场景较为类似

数据44: 消费场景，2020年9月

烘焙是玉米油受欢迎的食用场景

橄榄油最常用于凉拌和烘焙

使用的品牌

三大品牌引领市场

数据45: 使用的品牌，2020年9月

金龙鱼尤其深受18-24岁的消费者的欢迎

数据46: 使用的品牌——部分选项（按年龄区分），2020年9月

规模较小和专注特定油种品牌的渗透率因地域而异

数据47: 使用的品牌（按区域区分），2020年9月

对食用油的认知

花生油和菜籽油与"味道好"和"香味浓郁"的关联性最强

数据48: 对食用油的认知，2020年9月

橄榄油与"健康"和"高档"的关联性较强

"健康"和"味道好"是提高小众食用油人气的两大营销要点

购买考虑因素

营养成分已成为必不可少的沟通重点

数据49: 购买考虑因素，2020年9月

30-49岁的消费者重视非转基因

数据50: 购买考虑因素（按年龄区分），2020年9月

推广性价比和味道两大特点，吸引年轻消费者群体

食用油相关的态度和行为

食用油消费将更加以健康为导向

数据51: 食用油相关的态度和行为——部分选项，中国，2020年9月

数据52: 食用油的使用——同意/不同意"相较一年前，我减少了食用油的使用量"，2020年9月

30-39岁的消费者对油种和包装的升级需求更大

数据53: 食用油相关的态度和行为——部分选项，中国，2020年9月

数据54: 食用油相关的态度和行为——部分选项（按年龄区分），2020年9月

品牌对于购买决策十分重要，但是消费者忠诚度较低

数据55: 食用油相关的态度和行为——部分选项，中国，2020年9月

附录——市场规模与预测

数据56: 食用油的零售总量及预测，中国，2015-2025年

数据57: 食用油的零售总额及预测，中国，2015-2025年

附录——市场细分

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

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

数据 58: 食用油零售额（按细分区分），中国，2018-2019年

附录——研究方法与缩写

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