

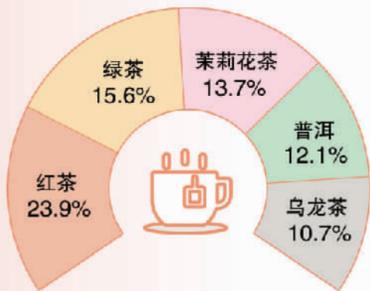
在这里读懂中国消费



# 健康化个性化引领饮食升级

## 1 总体消费情况

茗茶成交额占比TOP5品类

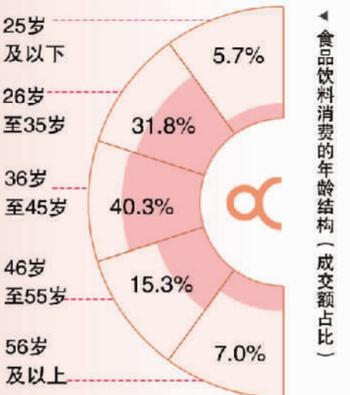


冲饮谷物成交额占比TOP5品类



消费者不仅关注食品饮料的低糖、无糖特点，也延伸到对天然原料、功能性成分等健康属性的关注。建议商家在食材选择上更加注重品质，减轻消费者的健康负担。

## 2 消费者特征



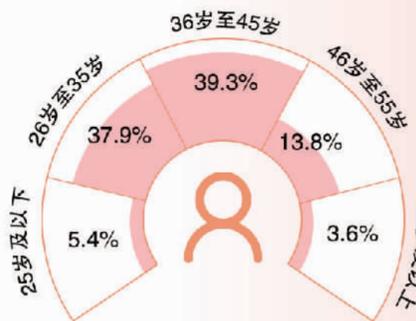
主打药食同源的中式水饮既能满足解渴的基本属性，还具有健康养生的功效，越来越受到消费者欢迎。数据显示，“80后”“90后”消费者成交额占比接近八成，天津、浙江、上海、黑龙江、陕西等省份成交额同比增长均超100%。



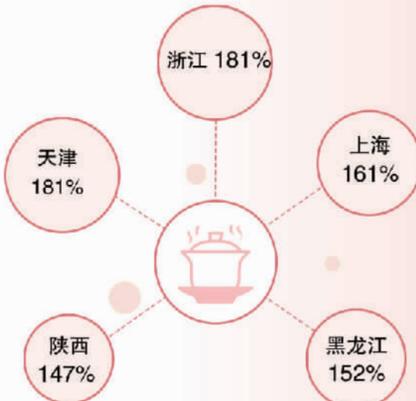
数据周期：2025年2月



各年龄段消费者购买中式水饮的成交额占比



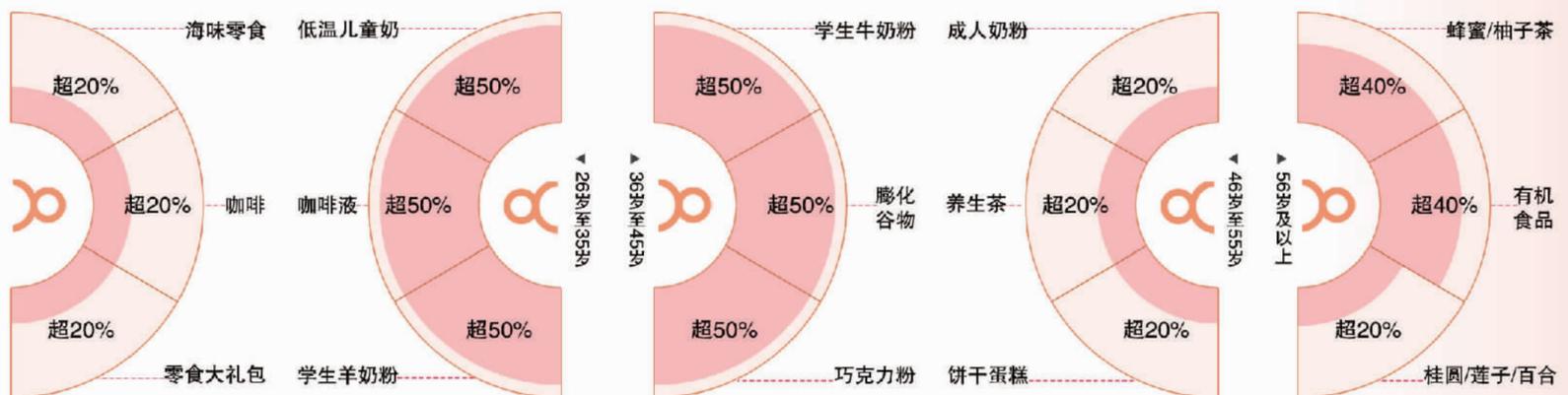
中式水饮成交额同比增长TOP5省份



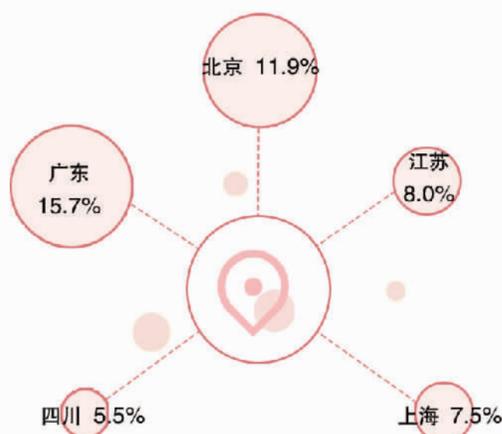
中式水饮成交额同比增长TOP5



各年龄段人群食品饮料消费偏好（成交额占比）



食品饮料成交额占比TOP5省份



## 说数

近年来，消费者对食品健康的要求越来越高，倾向于购买既能满足味蕾又对身体有益的食品。消费者不仅关注产品的营养成分，对原材料、生产工艺、添加剂等细节也提出了更高要求。不断壮大的食品饮料行业为消费者提供了更多元、更优质的产品 and 消费体验。休闲食品中，饼干/膨化食品、豆干/素食零食、熟食腊味成为成交额占比位列前三的产品。饮料品类中，果蔬汁、碳酸饮料、茶饮类是主流选择，成交额占比居前三位。麦片、果蔬粉、混合麦片最受消费者欢迎，成为冲饮谷物食品中的营养担当。茗茶品类中，红茶、绿茶和茉莉花茶占据了一半多的成交额。从消费趋势看，健康化、个性化引领食品饮料行业趋势。随着消费者健康意识不断提升，主打健康元素的食品饮料更受关注，诸如低糖、低脂、高蛋白、零添加等天然营养的零食饮品，以枸杞等药食同源食材为原料的中式水饮等均受消费者追

捧。以中式水饮为例，近期桂圆水、绿豆水的成交额同比增长超10倍、6.6倍，红枣枸杞水、红豆薏米水等成交额增长均超80%。此外，一些创意包装、定制口味等个性化食品饮料也受到消费者尤其是年轻人的喜爱。从消费者特征看，“80后”消费者是食品饮料产品的消费主力，成交额占比40.3%；其次是“90后”消费者，成交额占比31.8%。从各年龄段消费者偏好看，“00后”消费者青睐海味零食、零食大礼包和咖啡；“90后”消费者偏好购买低温儿童奶、学生羊奶粉和咖啡液；“80后”消费者买走了更多的学生牛奶粉、膨化谷物和巧克力粉；“70后”消费者热衷于购买成人奶粉、饼干蛋糕和养生茶。消费者对健康食品饮料的需求，推动了行业的创新升级。相关企业应进一步打造差异化产品特色，满足不同人群的多元化消费需求，持续挖掘食品消费潜力。

曹凤娟