

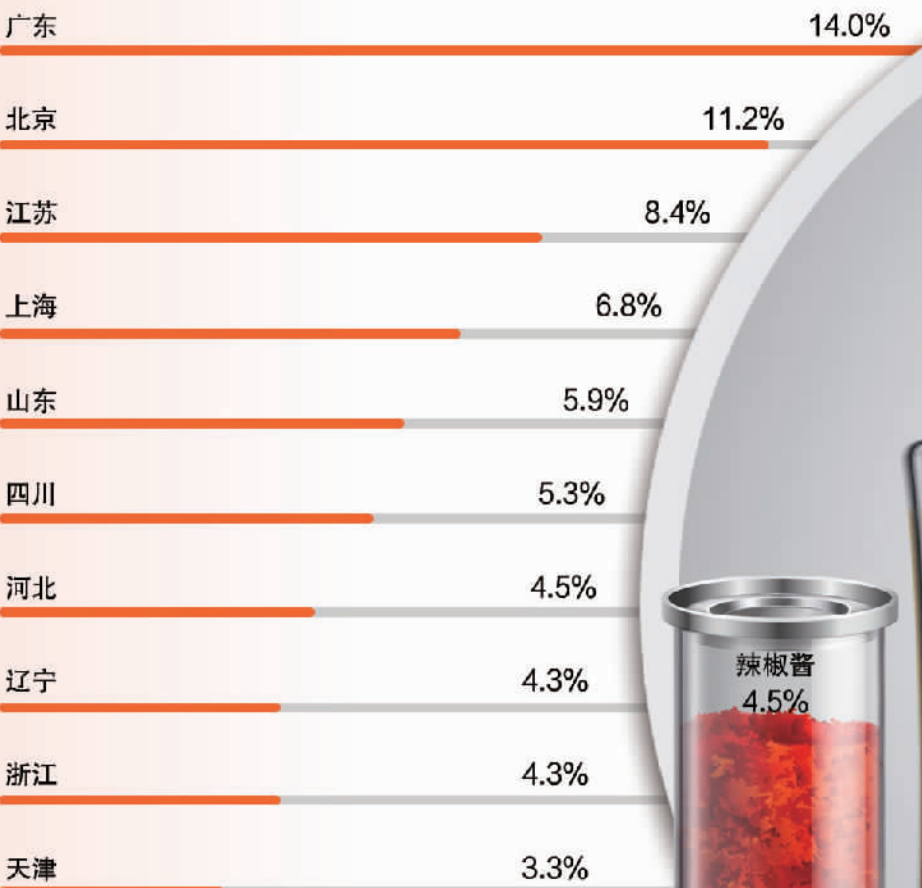
在这里读懂中国消费

五味调和拓展风味边界



1 整体消费情况

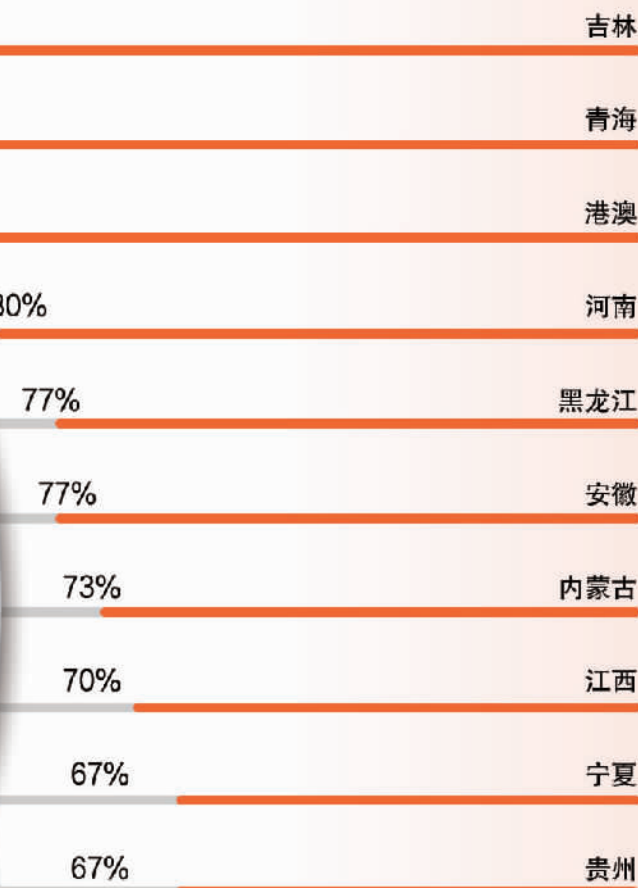
调味品成交额占比TOP10省份



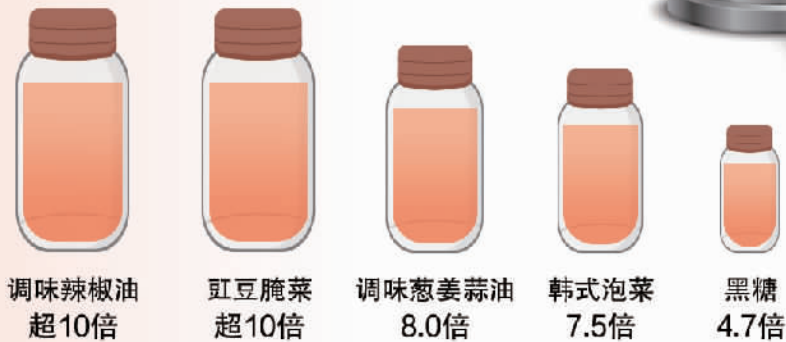
调味品成交额占比TOP5品类



调味品成交量增长TOP10省份



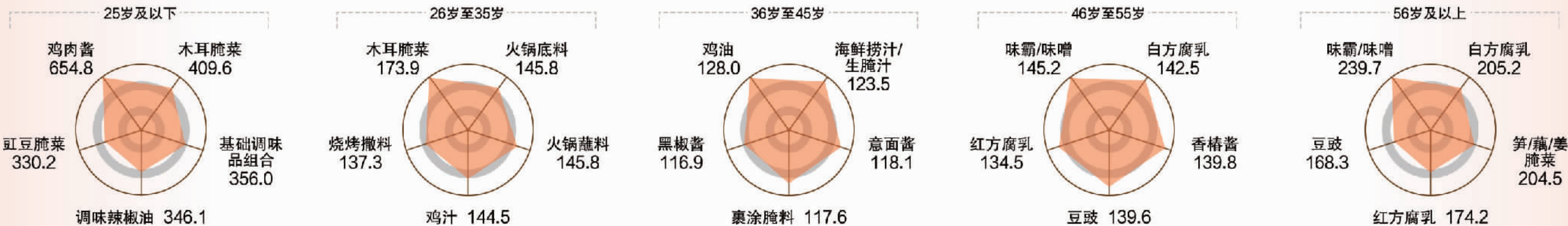
调味品成交量增长TOP5产品



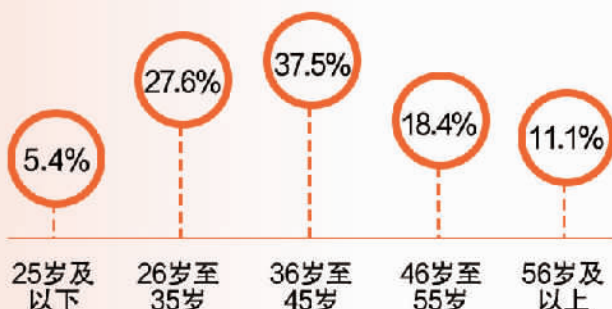
传统的调味品领域不断涌入新变量。当年轻一代走进厨房，他们对饮食的新需求，正在重塑我们的“家常味”。一批强调“健康、天然”的调味品新势力，精准捕捉到了消费者饮食观念的转变，推出了多种主打健康、绿色和丰富口味的调味品。

2 消费者特征

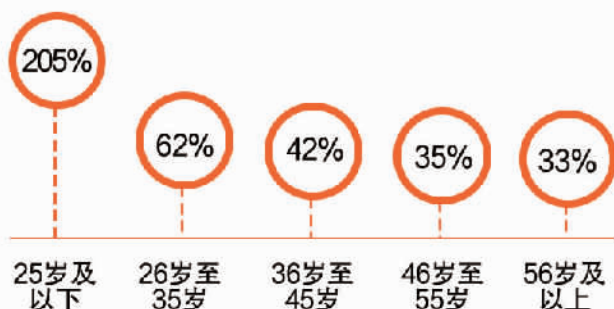
不同年龄段消费者的调味品偏好（指数）



不同年龄段消费者的调味品成交额占比



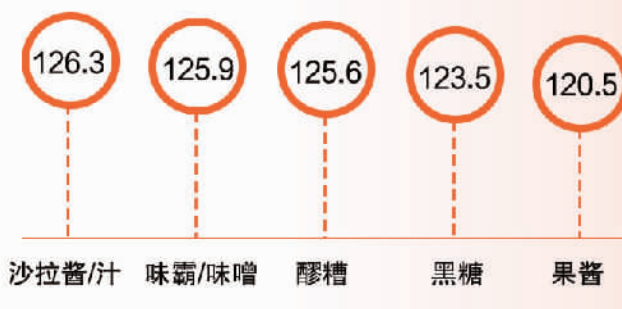
不同年龄段消费者的调味品成交量同比增长



男性消费者的消费偏好（指数）



女性消费者的消费偏好（指数）



不同性别消费者的调味品成交额占比



说数

五味调和，百味生香。调味是饮食文化的灵魂，若调味失当，再好的食材也难成佳肴。如今，厨房里正经历一场味觉升级：调味辣椒油、豇豆腌菜、葱姜蒜复合油等销量快速增长、持续攀升。

这一趋势背后，是消费者已不再局限于油盐酱醋等基础调味需求，转而追求更丰富的味觉体验。调味品不再是简单的增色提味佐餐配角，而是升级为从“吃饱”到“吃好”的饮食体验载体。此外，无论是家庭餐桌、户外露营，还是朋友欢聚、独自用餐，调味品正融入多元消费场景。人们对烹饪效率的追求和对口味的探索，拓展了“风味”的边界，这不仅关乎味蕾的满足，更指向生活品质的提升。

数据显示，2024年我国调味品行业市场规模约为4981亿元。当前，调味品消费面临双重挑战：一是同质化竞争加剧。当腌菜、复合油等产品被简单复制争相模仿，缺乏核心配方、工艺壁垒的企业极易陷入低价混战；二是健康化升级需求迫切。随着消费理念升级，“减盐减糖”“成分透明”等消费共识正改写市场规则，传统高盐、高添加型调味品承受较大转型压力。

如何在健康与美味间找到动态平衡？这不仅考验企业的研发实力，更是对消费需求的细腻洞察与精准回应。

健康美味升级不能简单做“减法”，要通过风味物质的复配，在低盐、低糖、少添加的基础上保持风味出众，让“吃得安心”成为标配；要根据不同场景开发定制，比如，为聚会、露营、独居等设计专属调味包，降低烹饪门槛；还要深耕风味融合与工艺创新，借助生物发酵、低温萃取等技术，以天然风味替代人工添加剂，让“尝得新奇”满足舌尖上的探索。

当健康成为底线，便捷成为标配，风味成为亮点，调味品行业才能走向高质量、可持续的未来。

李苑



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年7月至8月