烹饪和烘焙习惯 - 中国 - 2021年

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

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

- 后疫情时代的居家烹饪和烘培活动
- 健康意识高涨下的烹饪趋势
- 烹饪和烘培的菜谱信息来源
- 健康饮食以及减盐的途径
- 不同场景的餐食需求

每周在家烘培至少几次的男性比例随着年龄增长而下滑。与此同时，相较于独居消费者，成员较多的家庭（尤其是有小孩的家庭）更常在家进行烘培活动，这意味着烘培产品可瞄准现代家庭中的年轻男性。

新冠疫情的爆发促使消费者更重视健康饮食，也增加了他们的居家时间。在宅经济的浪潮下，消费者持续投资家用食品。这也为厨房食品和家电品牌开创商机，拥抱消费者在后疫情时代的新生活方式。

根据英敏特报告《新冠疫情下的中国消费者：2020年6月28日-7月2日》，2020年2月新冠疫情期间，每天或几乎每天在家做饭的消费者比例达82%，但在2020年6月，当消费者的生活逐渐恢复常态后，该比例降至66%。虽然多数消费者在过去6个月仍每周在家做饭至少几次，但其中仅有三分之一每天或几乎每天做饭。

新冠疫情爆发后，消费者对健康饮食的意识持续上涨，因此对饮食中的不健康食物更加谨慎。相较于中国市场盛行的无糖产品（尤其是饮料品类），减盐在新产品开发中较少获得关注。消费者减少盐摄入量和保持饮食清淡的意愿为低钠选择以及盐替代品提供了商机。

“自新冠疫情爆发以来，消费者对健康饮食的日益重视驱使他们更常采用更健康的烹饪方式，以及保持饮食清淡。开发低/无/减钠解决方案存在机遇，其关注度目前仍不及无糖产品，以迎合消费者不断演变的口味偏好。与此同时，品牌应积极地利用数字渠道激发消费者在烹饪和烘焙上的探索欲，并强化与他们之间的情感联系。“

- 鲁睿勋，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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

烹饪和烘焙习惯 - 中国 - 2021年

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

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

- 市场
- 疫情之后崛起的"宅经济"
- 厨房小家电拉近消费者与厨房的距离
- 《健康中国行动》倡导合理膳食
- 消费者
- 现代家庭中的新手父母值得特别关注
  数据1: 烹饪和烘焙频率，2021年
- 对健康饮食的关注促进烹饪习惯的改变
  数据2: 烹饪习惯的趋势，2021年
- 短视频平台与社交媒体是最热门的菜谱信息来源
  数据3: 菜谱信息来源，2021年
- 消费者主要从烹饪与加工食品着手控制盐的摄入量
  数据4: 减少盐的摄入量，2021年
- 便捷的早餐、纵享的午餐与健康的晚餐
  数据5: 不同场景的餐食需求，2021年
- 多吃新鲜果蔬，其次为保持饮食清淡
  数据6: 健康饮食的定义，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 开发低盐/无盐解决方案以迎合消费者对清淡饮食的需求
- 现状
- 启示
  数据7: 带有低/无/减钠宣称的新品占比（按品类区分），中国，2016-2021年
  数据8: 六月鲜轻盐酱油系列，中国，2021年
  数据9: 低钠产品示例，法国、日本和英国，2019年和2021年
- 通过升级的方便面锁定居家早餐场景
- 现状
- 启示
  数据10: 定位为早餐的方便面产品示例，韩国和越南，2016年和2021年
- 利用数字渠道吸引消费者

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- 现状
- 启示

市场因素

- 生活方式的改变推动"宅经济"
  数据11: 消费变化趋势——花费变多了，2020-2021年
- 厨房小家电加强消费者与烹饪活动的联系
  数据12: 厨房小家电的拥有情况和购买意向，2021年
- 健康中国行动明确提出合理膳食
- 短视频的崛起助力推广居家烹饪与烘培

烹饪和烘焙频率

- 虽然频率下滑，但在家做饭仍是主要的餐食解决方案
  数据13: 烹饪和烘焙频率，2021年
  数据14: 烹饪和烘焙频率——在家做饭（按年龄区分），2021年
  数据15: 烹饪和烘焙频率——部分选项（按年龄区分），2021年
- 拥有小孩是烹饪活动的分水岭
  数据16: 烹饪和烘焙频率——在家做饭（按居住成员区分），2021年
- **25-39**岁女性最热衷于烘培，而年轻男性值得特别关注
  数据17: 烹饪和烘焙频率——在家烘焙（按性别和年龄区分），2021年
  数据18: 烹饪和烘焙频率——在家烘焙（按居住成员区分），2021年

烹饪习惯的趋势

- 健康饮食趋势推动消费者改变烹饪习惯
  数据19: 烹饪习惯的趋势，2021年
  数据20: 烹饪习惯的趋势——用得更多了，2019年 vs 2021年
  数据21: 煮面产品示例，中国，2021年
- 营养价值认知度影响烹饪习惯
  数据22: 烹饪习惯的趋势——用得更少了（按居住成员区分），2021年
- 年轻消费者意识到了轻食的重要性，但还做得不够
  数据23: 烹饪习惯的趋势——用得更多了（按年龄区分），2021年

菜谱信息来源

- 短视频平台与社交媒体是最受欢迎的菜谱信息来源
  数据24: 菜谱信息来源，2021年
  数据25: 菜谱信息来源——部分选项（按年龄区分），2021年
- 中老年群体更依赖电视烹饪节目，而年轻消费者青睐节目的娱乐性
  数据26: 菜谱信息来源——部分选项（按年龄区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

减少盐的摄入量

- 有小孩的消费者在烹饪时减少盐与其他调味品的用量
  数据27: 减少盐的摄入量，2021年
  数据28: 减少盐的摄入量——部分选项（按家庭构成区分），2021年
- 更多消费者减少叫外卖的频率以达到减盐目的
  数据29: 减少盐的摄入量，2018年 vs 2021年
  数据30: 减少盐的摄入量——部分选项（按年龄区分），2021年
- 较富裕的家庭与一线城市的消费者寻求低盐/无盐的替代品
  数据31: 减少盐的摄入量——购买低盐/无盐的食品（按家庭月收入和城市线级区分），2021年
  数据32: 带有低/无/减钠宣称的食品产品示例，中国，2021年

不同场景的餐食需求

- 推出便利性升级的健康早餐解决方案
  数据33: 不同场景的餐食需求，2021年
- 工作日需要健康与便捷，休息日则重视纵享
  数据34: 不同场景的餐食需求，2021年
- 年轻消费者于大多数场景都不愿在口味上妥协
  数据35: 不同场景的餐食需求——工作日午餐（按年龄区分），2021年

健康饮食的定义

- 保证足量且丰富的食品摄入是首要关键
  数据36: 健康饮食的定义，2021年
- 促进健康的清淡饮食被重视
  数据37: 健康饮食的定义——饮食清淡（按年龄和居住成员区分），2021年
- 最少加工在营销沟通中变得重要
- 健康饮食无需将肉类排除在外
- 教育程度较高的消费者对健康饮食有更多维的解读
  数据38: 健康饮食的定义频度分析（按教育程度区分），2021年
  数据39: 健康饮食的定义（按教育程度区分），2021年
  数据40: 带有低/无/减卡路里宣称的餐食解决方案与调味品的产品示例，中国，2020-2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 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

同主题过往报告

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有