

01 食用油行业概览

- 宏观市场环境概览
- 天猫市场表现概览

02 行业需求洞察

- 少油烟-健康厨房
- 无油烟-健康餐桌

03 内容种草洞察

- 内容种草表达





01 食用油行业概览

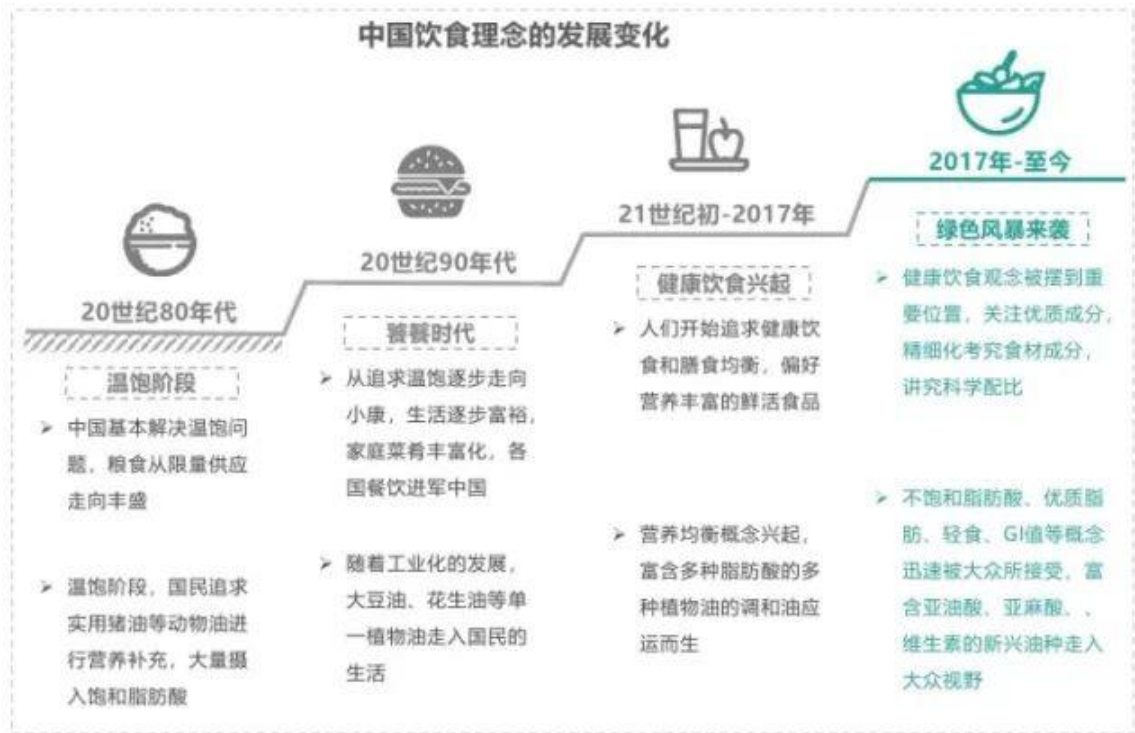
宏观市场环境/天猫市场表现

随着中国经济及生产技术的发展，食用油行业经历了由定量供应到充足供应的高速发展历程，消费者健康理念的崛起将食用油发展带入了健康消费的新阶段

中国食用油行业发展历程



中国居民经济水平的提升及健康理念崛起，消费者在选择食用油时愈加看重营养成分及健康性



数据来源：根据网络公开数据整理；国际通用标准认为，恩格尔系数20-30%为富足阶段。

自然灾害、国际局势等客观因素使全球食用油原材料供给紧缺，国内通过政策保障及本土特色新油种发展抵御外界供给带来的冲击

原材料供应端
自然因素及国际局势共同叠加影响原材料供给

成品生产供给端
原材料供给缩减导致产量走低

国内食用油行业愿景
提升本土原料供给，抵御外部冲击

2021年第四季度开始

拉尼娜再度来袭，作为全球重要大豆产区的南美严重干旱，全球大豆供给进一步缩减

2022年1月5日

南太平洋汤加火山爆发（20世纪最大规模），巨量火山灰进入平流层，影响全球气候

2022年2月24日

俄乌战争爆发，菜籽油原材料出口受限，短期加剧了供应紧张，国内粮价承压上涨

2022年5月23日

农业农村部市场预警专家委员会表示：2021/22年度，食用植物油产量2815万吨，较上月估计数调减144万吨，主要受大豆原材料进口量调减带动，豆油产量相应调减

2016-2021中国精制食用植物油产量及销量情况



国内多项政策保障粮油供应稳定

- ✓ 我国已建立起成熟的粮食储备体系，并持续投放政策性稻谷、小麦和大豆，有效满足企业用粮需求，保障国内粮食价格稳定
- ✓ 今年3月我国食品价格同比下降1.5%，与全球食品价格大幅上涨30%以上的局面形成鲜明对比

大豆等原料对外依赖程度高，恐成潜在供给隐患

我国食用植物油贸易逆差情况 (亿美元)



原料进口依存度

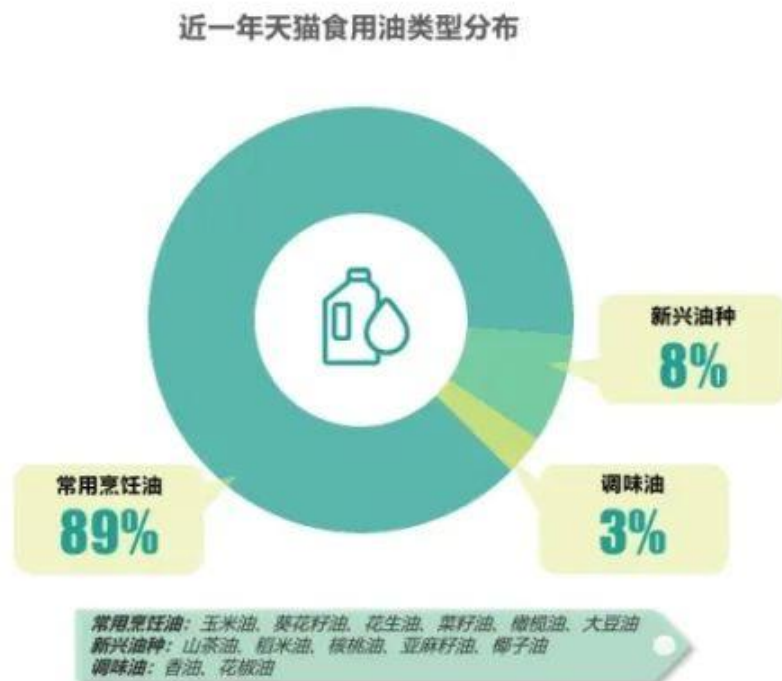
- 大豆油 86%
- 花生油 50%
- 菜籽油 50%

本土特色新油种已初具规模，抵御外部供给冲击

- ✓ **山茶油**：中国特有油种，年产量60万吨，主产区全产业链格局已初步形成
- ✓ **稻米油**：2021年我国稻谷产量创历史新高，国内稻米供应十分充足，稻米油以其均衡的营养比例，拥有“稻谷黄金”的美誉
- ✓ **核桃油**：国际公认的高级食品保健油，我国是世界最大的核桃生产国，核桃年产量达417万吨
- ✓ **亚麻籽油**：我国八大油料作物之一，年产量45万吨位居世界第二

数据来源：TMIC-2021.5-2022.4多市场交叉分析；国家数据统计局；国家粮油信息中心；农业农村部。

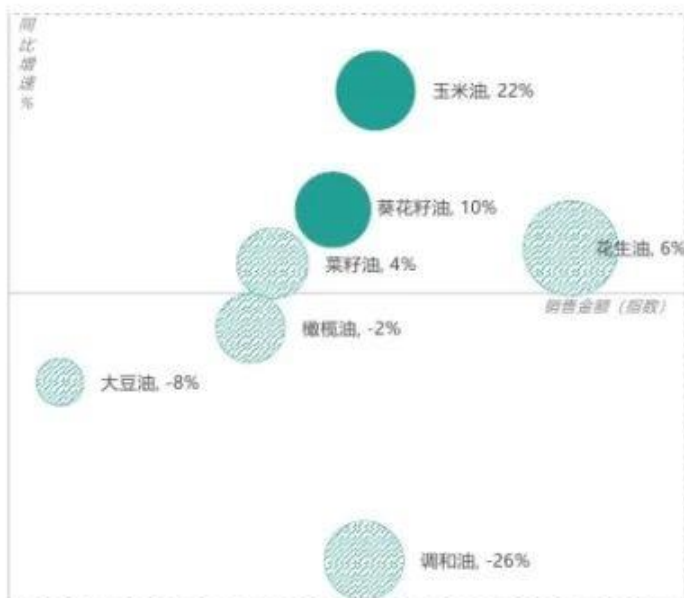
相较于宏观环境，天猫市场表现平稳，常用烹饪油种占据近九成市场份额，新兴油种不断涌现



数据来源: TMIC-2021年5月-2022年4月多市场交叉分析; 数据渠道: 天猫。

常用烹饪油中，花生油占据市场最大份额，玉米/葵花籽油带动市场增长

近一年天猫常用烹饪油品类规模增速(指数)



常用烹饪油特点

高增速油种



玉米油

营养元素: 富含植物甾醇、维生素E、不饱和脂肪酸
特点: 口味清新，油色清亮，稳定性好，少油烟

其他常用油种



花生油

营养元素: 甾醇、麦胚酚、磷脂、维生素E
特点: 气味芬芳，颜色清亮，易被人体吸收消化



橄榄油

营养元素: 富含角鲨烷、维生素、不饱和脂肪酸
特点: 富含不饱和脂肪酸，味道清新可口，适合凉拌冷餐食用



葵花籽油

营养元素: 富含维E、磷脂、锌铁
特点: 芳香浓郁，含有大量的亚油酸等人体必需的不饱和脂肪酸，耐热性好



菜籽油

营养元素: 富含维A、维E、磷脂
特点: 颜色呈深黄色或棕色，有特殊的香味，好消化，具有抗氧化功效



大豆油

营养元素: 富含维E、亚油酸、卵磷脂、钙
特点: 清澈透明，脂肪酸结构均衡，钙含量丰富

常用烹饪油在安全的基础上更重视油品的**营养与健康**，重视脂肪酸和微量元素的**科学配比**

数据来源: TMIC-2021年5月-2022年4月多市场交叉分析; 数据渠道: 天猫。

新兴油种市场中，山茶油占据最大份额，亚麻籽油/稻米油/核桃油等油种以其独特的营养成分逐渐走入大众视野

新兴油种市场占有率



市占TOP5



山茶油

营养元素：单不饱和脂肪酸含量高，富含维生素E、角鲨烯、谷甾醇
特点：油酸含量抗衡橄榄油，可降低胆固醇，耐高温油烟少



稻米油

营养元素：富含植物甾醇、谷维素、角鲨烯、亚油酸、亚麻酸1:1
特点：色泽清亮，有天然稻香味，烟点高不易产生油烟



椰子油

营养元素：含亚油酸、月桂酸、游离脂肪酸、饱和脂肪酸
特点：颜色呈白色，常温下呈固态，易被人体消化吸收，对身体酶和荷尔蒙系统压力小



亚麻籽油

营养元素：富含亚麻酸、亚油酸
特点：滋养肌肤，可预防慢性疾病，适合冷餐食用



核桃油

营养元素：高含量不饱和脂肪酸、角鲨烯、叶酸、天然VA、VD、硒元素
特点：益智健脑，易消化吸收，适合冷餐食用

新兴烹饪油特点

新兴烹饪油正在利用其富含功能性营养成分的特点，生产更具针对性的健康用油

- ◆ 玉米油、山茶油、椰子油在其他油种购买人数缩减时依然保持增长
- ◆ 太累太费时及油烟大不健康是阻碍现代人进厨房的主要原因

	销售额占比	销售额同比增速	购买人数	同比增速%	平均价格
常用烹饪油	花生油	20.13%	6.01%	-0.75%	
	玉米油	14.36%	22.13%	7.35%	
	调和油	14.02%	-25.90%	-41.19%	
	葵花籽油	13.10%	9.96%	-15.13%	
	菜籽油	11.32%	4.45%	-6.37%	
	橄榄油	10.67%	-2.15%	-1.19%	
	大豆油	5.04%	-7.64%	-27.55%	
新兴烹饪油	山茶油	3.50%	7.39%	4.39%	
	亚麻籽油	1.74%	-13.07%	-18.85%	
	稻米油	1.19%	-4.65%	-5.52%	
	椰子油	1.06%	2.95%	13.45%	
	核桃油	0.40%	-69.71%	-72.82%	

购买食用油的消费者规模为何缩减？

阻碍现代人下厨做饭的『两大痛点』



数据来源：TMIC-2021年5月-2022年4月多市场交叉分析；红色标注为增速大于3%，绿色标注为降幅大于3%，数据渠道：天猫

消费者下厨痛点数据来源于TMIC-来吐槽调研，Base=300。

趋势油种减少厨房油烟，提升做饭便捷性，让更多人爱上在家做饭吃饭



1 油烟太大不健康?

解决方案『高烟点 少油烟』

- 更高烟点减少烹饪过程的油烟
- 代表油种：葵花籽油、玉米油、山茶油、稻米油



2 做饭太累太费时?

解决方案『冷吃油 无油烟』

- 可冷吃油种避免油烟，并让繁忙的现代人做菜更便捷
- 代表油种：亚麻籽油、核桃油、橄榄油

3 大愿景稳固『中国油瓶』 让中国消费者用国油，吃好油，无负担

✓ 用国油

更强本土特色原料生产
加强国内供给，提升抗风险能力



✓ 吃好油

更新油种探索开发
让消费者吃油更营养健康



✓ 无负担

更多食用方式&场景解决下厨难
让中国消费者好好吃饭





02

行业需求洞察

- 少油烟-健康厨房
- 无油烟-健康餐桌

- ◆ 超50%消费者几乎每天做饭，热炒为主要烹饪方式，对于少油烟的诉求强
- ◆ 因认知不足，当下消费者尚未把『高烟点』作为主要决策因素



消费者理想的热烹饪油产品

- ☆☆☆ 少油烟是消费者对热炒用油的基础健康需求
 - 高烟点: 希望可以提高油的沸点 不要导致油烟过大
 - 没有油烟味: 希望有健康一点的油 油烟味小一点的
- ☆☆ 营养丰富是消费者对热炒用油的进阶的健康需求
 - 营养丰富: 有omega含量, 保护心脑血管; 自主混合配方成分
 - 低脂健康: 配方里脂肪含量要少一点
- ☆☆ 高品质原料是消费者对于热炒用油进阶的原料需求
 - 天然有机: 希望全天然无污染, 对身体好
 - 无添加: 不希望有多余的添加剂
- ☆☆ 简洁、便于使用是消费者对油品包装的升级需求
 - 使用方便: 建议将瓶口设置成倒出防漏的形状; 倒油的口设计能好一点, 要不然老是会漏出来
 - 包装风格: 希望包装简洁大方

消费者当前购买决策因子TOP5



消费者对“高烟点”的认知程度



数据来源: TMIC-消费者调研问卷, Base=200.

经概念科普后，近50%消费者选择把『高烟点』纳入选购食用油的重要考量因素



了解高烟点概念后，消费者中决策因子的变化

Q-当了解了高烟点的概念后 您是否会把高烟点纳入主要购买决策因子?



清晰了解高烟点概念后
近50%消费者会把其纳入重点考量因素

68%热烹饪油消费者为全家选购食用油，并结合特定人群的营养需求进行购买



数据来源: TMIC-消费者调研问卷, Base=200.

高烟点少油烟场景下的四大主力军

基础下厨



决策因子TOP5

品类>品牌>容量>加工方式>修饰词

- 重视品牌力
- 囤货心智
- 注重营养的高度保留工艺

烘焙妈妈



决策因子TOP5

品类>品牌>生产原料>使用方式>修饰词

- 重视品牌力
- 注重原料来源
- 烘焙替代油

品质吃货



决策因子TOP5

品类>品牌>容量>修饰词>营养成分

- 重视品牌力
- 偏好小包装
- 关注营养价值

养生中老年



决策因子TOP5

品类>修饰词>品牌>细分类型>产地

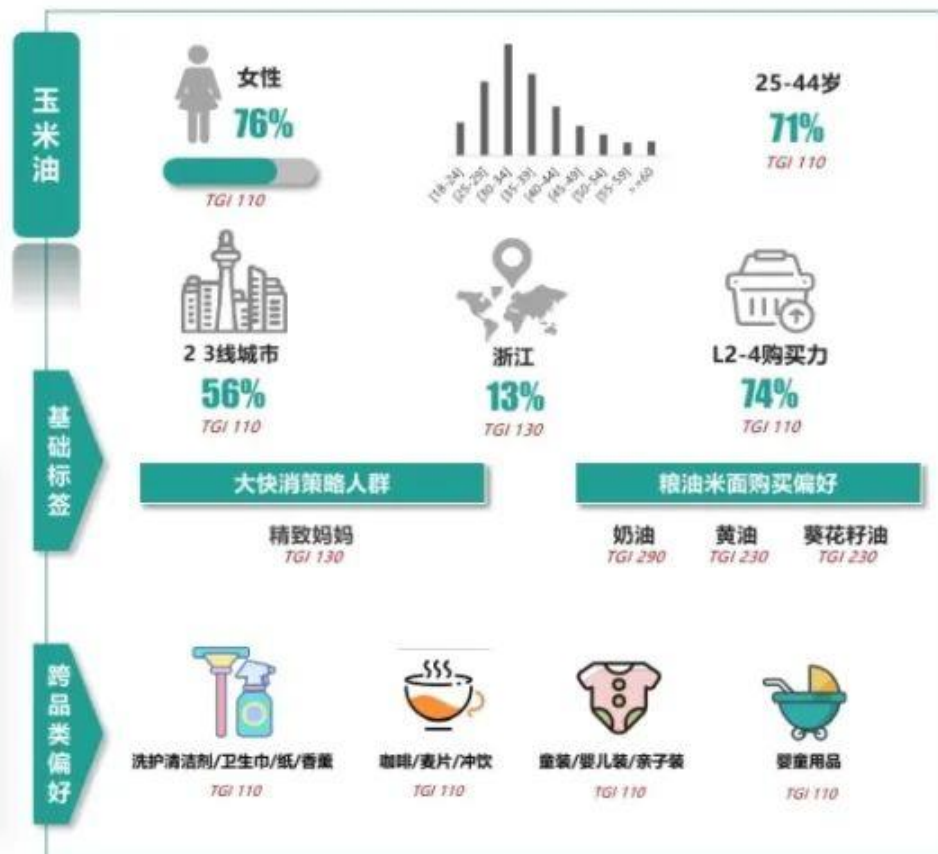
- 偏爱茶油香
- 关注品牌力
- 对产品品质要求高



数据来源: TMIC-2021年5月-2022年4月天猫葵花籽油购买人群画像。



数据来源: TMIC-2021年5月-2022年4月天猫玉米油购买人群画像。





富硒
谷维素

礼包

煮饭

稻米油-当前消费者特征

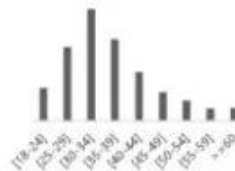
品质吃货

40岁以上，生活在上海/浙江等一线城市，具有高购买力，高学历的都市银发/资深中产/精致妈妈。日常购买偏好海外膳食营养、米/面粉/杂粮、海鲜、乳制品、饮料、速溶咖啡

稻米油



TGI 110



40岁+
37%

TGI 180



TGI 190



TGI 300



TGI 140

基础标签

大快消策略人群

都市银发 TGI 210 资深中产 TGI 170 精致妈妈 TGI 170

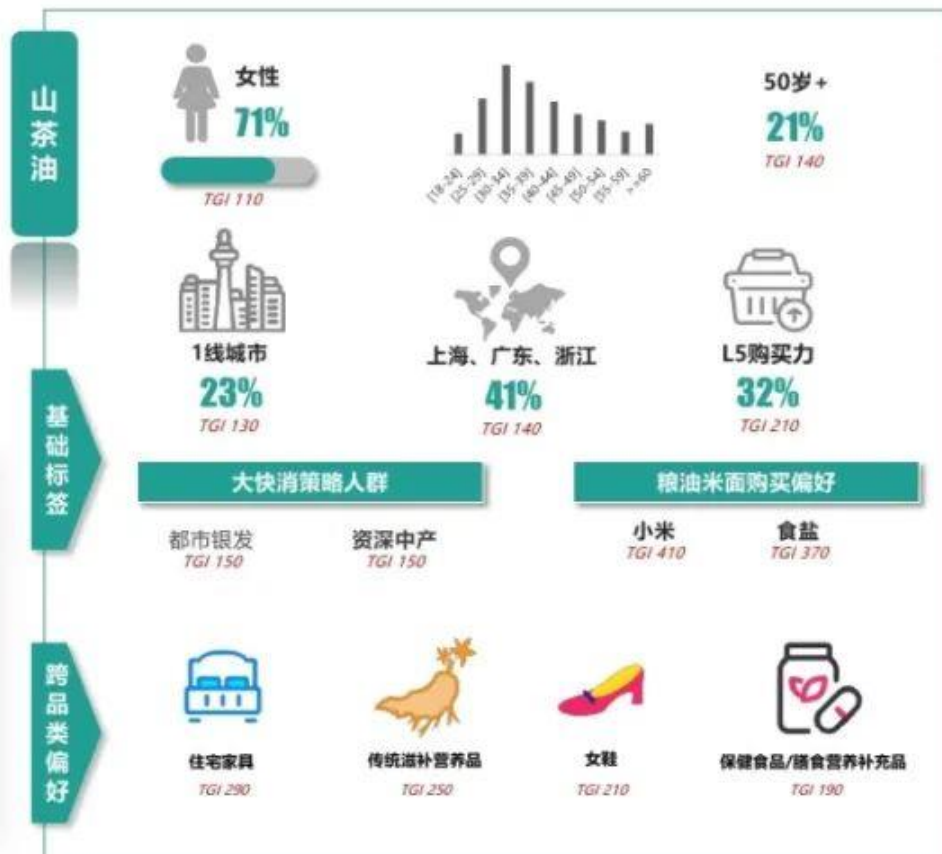
粮油米面购买偏好

玉米油 TGI 290 食盐 TGI 270

跨品类偏好



数据来源: TMIC-2021年5月-2022年4月稻米油购买人群画像。



数据来源: TMIC-2021年5月-2022年4月天猫山茶油购买人群画像。

高烟点少油烟场景下的山茶油，怎么玩“破圈”？



金浩

专注茶油二十八年

- 国内高品质原料供给：产自茶油之乡-永州祁阳山
- 金浩独创茶油生产工艺：6S压榨工艺，保障品质与营养
- 高烟点，微油烟：不易起烟，更符合中国人烹饪习惯



东方山

原生态 高端送礼佳品

- 国内高品质原料供给：源出800M黄金海拔，天生天养无污染
- 烹饪5用高烟点：烟点高达200°C，油烟少，营养物质丰富
- 礼仪之邦、就送东方：玻璃礼盒装，高端珍贵





『高烟点 少油烟』 健康厨房场景

- 消费者做饭频率高，以热炒为主要烹饪形式
- 主要购于家庭及特定人群偏好高
- 少油烟是亟待解决的核心需求
- 现有『高烟点』心智还需对消费者加强教育

葵花籽油

玉米油

山茶油

稻米油

少油烟场景关键点 概念普及

借助油品高烟点特性
减少烹饪过程中产生的油烟
让下厨更健康



如何选择更适合你的高烟点食用油？



葵花籽油：为全家囤货备油；



玉米油：偏爱DIY烘焙；



山茶油：来自大自然的原生态好味道；



稻米油：稻香爱好者，送礼佳品；



做饭太累 如何破解?

冷吃油 无油烟

——冷吃无油烟 做饭更省力

代表
油种

» 核桃油

» 亚麻籽油

冷吃油逐渐受到大众关注，消费者通过冷吃来节约下厨的时间，避免厨房油烟，并起到健身消暑及营养补充等效果

65%热炒习惯消费者
对食用油冷吃有兴趣



选择理由



冷吃油使用方式



消费者对冷吃油的包装设计上较高期待，咖啡液/奶茶粉包等小包装设计方便携带现开现吃，喷嘴设计可以精准控制油量摄入帮助减脂

消费者理想的冷吃油产品

易于携带的小包装和喷嘴设计是消费者希望有的外观

- **外观设计：**偏好于防漏、方便携带的小包装。如：咖啡液、奶茶粉包等，或是像蜂蜜一样带滴油尖端的小包装；同时希望有喷雾装的产品
- **包装风格：**希望简洁一些，颜色、款式多样化

添加辣椒等丰富口感或配备料包方便消费者自行调味

- **配备料包：**一些消费者希望能自己进行手动调味
- **丰富口感：**希望添加辣椒、青花椒、茶油等让冷吃油口感更丰富

清淡纯正是消费者对于冷吃油的期待

- **口味要求：**清淡一些，不要太腻
- **无添加：**不要添加其他味道，不要掩盖食物本味

干净卫生、健康安全是消费者对冷吃油的品质需求

- **油品成分：**成分天然健康、配料展示清晰明了
- **成分要求：**新鲜、低脂、非转基因、有机

冷吃油需求层级

★★★
包装

- 易于携带小包装
- 控制摄入喷雾装

★★
口感

- 清淡纯正，不掩盖食物本味
- 调料口味添加，让口感更丰富

★
健康

- 健康成分，配方透明

当前主要冷吃油种的消费主力群体规模尚小，以老年人和小镇宝妈为主



亚麻籽油-当前消费者特征

保养党

TGI较高人群年龄在50岁以上，生活在华北地区1、3+线城市的高学历女性，购买力偏高的资深中产和都市银发

日常偏好购买麻油，其他粮食：菜、菜、蛋粉、馒头、面条、肉制品。对食品品质高平端，粮油米面价格接受度高/特高

当前市场消费者规模：65W



核桃油-当前消费者特征

小镇宝妈

集中在25-39岁，生活在华北地区四五六线城市，购买力偏高的精致妈妈和小镇青年

日常做好购买菜油、粉子、玉米、银耳、奶类、饮料、婴童用品、玩具、童装。有基础的下游需求，对食品品质和粮油米面价格接受度一般

当前市场消费者规模：20W

数据来源：TMIC-2021年5月-2022年4月天猫亚麻籽油&核桃油购买人群画像。

亚麻籽油人群破圈机会点：

亚麻籽油：打入健身减脂圈层，提供健康轻生活解决方案



数据来源：TMIC-需求洞察。

核桃油：突破受众年龄阶层，为重度用脑者提供『快充』能量

只有宝宝需要补脑?

母婴食品消费者全生命周期品类偏好排名中



1-3岁宝宝

核桃油品类偏好 NO.2

TA们也需要!



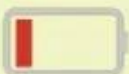
加班族

【成人】搜索词下载量 +200%



备考党

【学生】搜索词增速 +167%



用脑过度

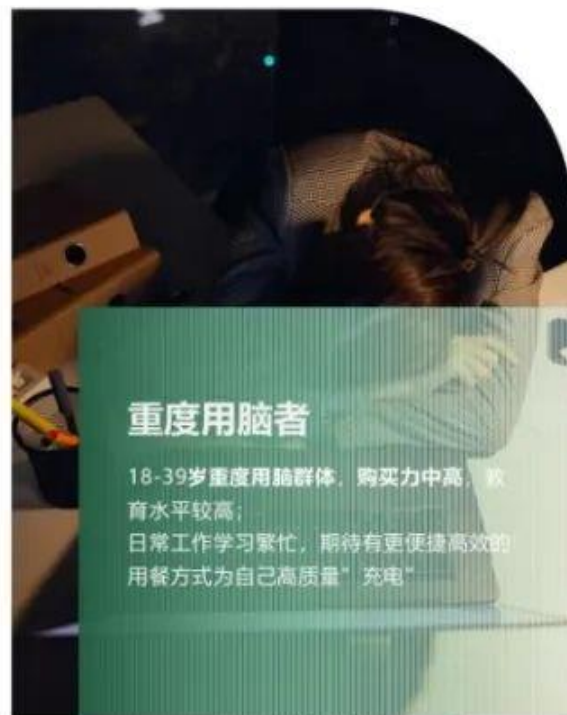
原料-核桃：『食补健脑』心智深入人心



“

核桃油中的磷脂是组成大脑和神经细胞必不可少的成分，承担传达信息的重任；核桃油中的亚麻酸和亚油酸能够在人体的作用下合成DHA，助于提升记忆力。

”



重度用脑者

18-39岁重度用脑群体，购买力中高，教育水平较高；日常工作学习繁忙，期待有更便捷高效的用餐方式为自己高质量“充电”

无油烟场景下的新兴油种，如何玩“破圈”？

御福年-核桃油
时尚健身上班族破圈



- ✓ **无需开火直接食用**：让生活和工作有营养，无需开火就可以直接食用
- ✓ **时尚国潮风**：时尚国潮风，健康美又瘦

KING'S-核桃/亚麻籽油
健身减脂&用脑人群破圈



- ✓ **核桃油-做更聪明的KING'S**
- ✓ **亚麻籽油-做自己健康的KING'S**

晟麦-亚麻籽油
健身减脂人群破圈



Sanmark | 有机亚麻籽油 5ml*21袋

改善内环境
让“清透”由内而外

一餐一小袋
随时吃够满满Omega-3

血管通畅 摆脱油腻 身体轻盈

- ✓ **生酮饮食必备**：低碳、生酮、健身人群必备好油
- ✓ **小包装便携&定量**：5ml*21小袋的小包装，定量便携，即开即用

备注：人体每天所需不饱和脂肪酸为1600-1800mg，我国居民每天摄入量仅为400mg，不到标准的25%。



『冷吃油 无油烟』 健康餐桌场景

- 冷吃油消费者做饭频率略低，更看重便捷
- 健身减脂是冷吃油消费者购买的主要动机
- 购于自用偏好高，小包装需求显著
- 外观设计升级是亟待解决的核心需求（便携小包装设计适合现开现吃；喷嘴设计可以精准控油）

亚麻籽油

核桃油

无油烟场景关键词 人群破圈

亚麻籽油：健身人群破圈

- 18-29岁年轻女性群体，购买力中高，多为学生、职员及媒体从业者，处于单身及恋爱期；
- 注重个人生活品质及个人形象状态，对健身减脂、摄入量控制及便捷性要求较高

核桃油：受众年龄延展破圈

- 18-39岁重度用脑群体，购买力中高，教育水平较高；
- 日常工作学习繁忙，期待有更便捷高效的用餐方式为自己高质量“充电”



03

内容种草洞察

内容种草表达

- ◆ 淘宝平台是主要种草渠道，相对于热烹饪油，冷吃油消费者更偏向从线上种草
- ◆ 对比测评、健康科普、食谱介绍、健身餐食是消费者偏好的种草内容

种草渠道偏好



种草内容偏好



#数据来源: TMIC-调查问卷, Base=400.

营销内容种草：

营销种草『攻略1』——消费者语言转译更易懂：用『少油烟』替代『高烟点』，直击消费者痛点



茶油葱香拌面~香肠米饭卷~鲜虾豆腐汤~

早上好~今天做了面而不腻的葱油拌面,还有小朋友特别喜欢的香肠米饭卷,数字葱鲜虾豆腐汤也受到一致好评,还有补充维生素的拌面菜~又是元气满满的一天~

今年新到的花梨木的山茶油,本着“少油烟地好油”的原则,第一时间出山茶油,色深金黄,质地清润,做出的食物香而不腻,而且看了配料表完全无添加,还有营养的膳食纤维,也了解到山茶油能净化,少油烟,还有滋养功效,可高温加热,也可凉拌生食,是真正的健康好油~最健康的花梨木山茶油只存在于有机认证,家里有小朋友的,吃的也放心~

“山茶油易消化,少油烟,还有滋养功效,可高温加热,也可凉拌生食,是真正的健康好油~”



宅家不焦虑!日常食物国货清单

多力葵花籽油

我家好爱吃这种油,用它炒菜油烟少

它含有植物甾醇和维生素E高

还是非转基因物理压榨

好多美食家都认证,这油健康又好吃,强烈推荐!

“我家好爱吃这种油,用它炒菜油烟少,含植物甾醇,维生素E高,还是非转基因物理压榨”



稻米油 | 新生代炒菜专用油

稻米油最大的特点就是烟点高,油烟少,所以是最适合

“稻米油最大的特点就是烟点高,油烟少,所以是最适合炒菜的油~就油的稳定性来说,煎炸也是不错的选择”

数据来源：桌面研究。

营销内容种草:

营销种草『攻略2』——科普达人备书+实验验证更可信：专业对比及分析，让种草内容更具可信度

概念专业科普及科学选择食用油

科普烟点概念+实验验证



如何挑选健康食用油？基于化学成分的科学分析
68 淘宝头条 · 2020-10-20

内容亮点

科普食用油的营养元素，烟点概念



【油闻】哪种食用油烹饪油烟较少？
上）（小崔热线 2018年12月29日）
15E 没击推 · 2018-12-30

内容亮点

专家科普油烟危害，结合实验来验证食用油的油烟问题

宝妈对比测评

内容亮点：作为经验丰富的宝妈，从自身经验对多款产品进行对比科普



健美运动员科普测评

内容亮点：从专业健美运动员的角度对比测评多款食用油



营销内容种草:

营销种草『攻略3』——场景化沟通更有趣：结合时下大热破圈场景做心智软植入，让种草内容更具吸引力

居家防疫快手菜/囤货指南

内容亮点：宅家必备，搭配居家场景，步骤简单好上手



健身减脂健康食谱

内容亮点：记录减脂日记，结合时下热门减肥方法进行安利（生酮饮食、防弹咖啡、巴德维疗法等）



数据来源：桌面研究。

总结:

报告核心内容总结

行业趋势及『3大愿景』



『愿景1-用国油』

加强本土特色油种供给
提升抗风险能力



『愿景2-吃好油』

更新油种探索开发
让消费者吃油更营养健康



『愿景3-无负担』

更多食用方式&场景
解决下厨难 习惯好好吃饭

下厨『两大痛点』解决方案

痛点1-油烟大不健康



解决方案『高烟点少油烟』

借助葵花籽油、玉米油、稻米油、山茶油高烟点特性，减少烹饪中产生的油烟，下厨更健康

痛点2-太累太费时



解决方案『冷吃油更方便』

通过健身场景&高度用脑场景进行人群破圈，吃油无油烟，更便捷

营销种草『三板斧』



『攻略1』

消费者语言转译更易懂



『攻略2』

科普达人备书+实验更可信



『攻略3』

场景化沟通更具吸引力

2022食用油行业趋势白皮书

天猫美食
Tmall Food



天猫新品创新中心
Tmall New Product Innovation Center
黑马工厂



有谋
Uwise

2022年5月