



厨

下厨房

2025年 基础调味品调研报告

《2025基础调味品调研报告》包含酱油、蚝油、食用植物油品类，基于下厨房用户站内行为数据及问卷的调研结果，对用户的使用习惯、购买行为、品牌认知等分析，并给出相应的营销建议。结论基于真实的用户数据，无商业利益关联。



厨

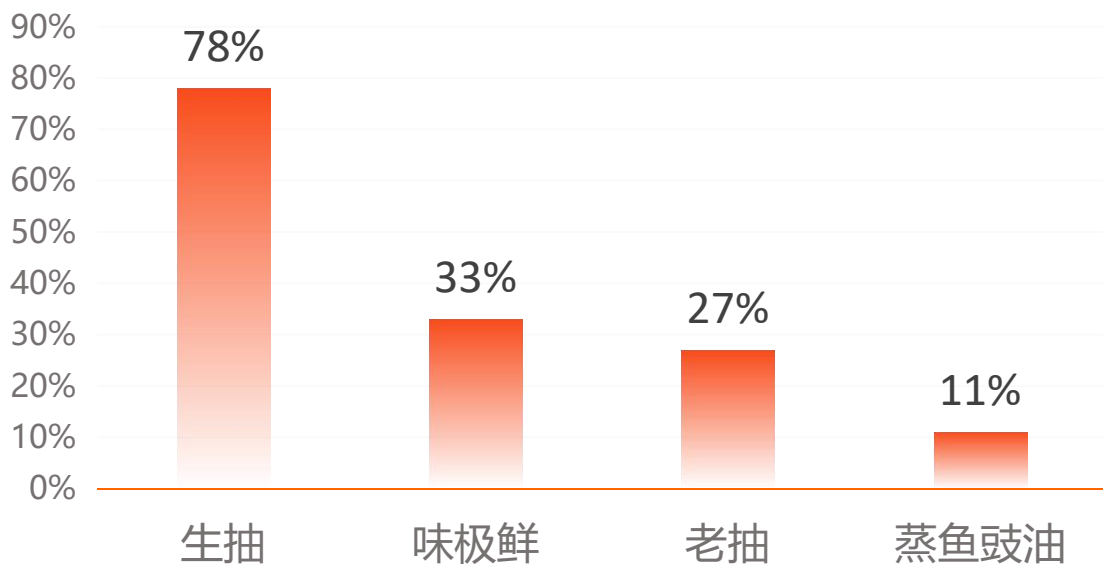
下厨房

2025年 酱油品类调研报告

本报告基于下厨房用户站内行为数据及300份问卷的调研结果，对用户使用酱油的习惯、购买行为、品牌认知等进行分析，并给出相应的营销建议。结论基于真实的用户数据，无商业利益关联。

一、用户使用酱油类型详情

用户针对不同酱油类型的使用频率



- **生抽**是用户**使用频率最高**的酱油类型；
- **味极鲜**类产品凭借风味的优势，深受消费者青睐，迅速抢占酱油品类市场。

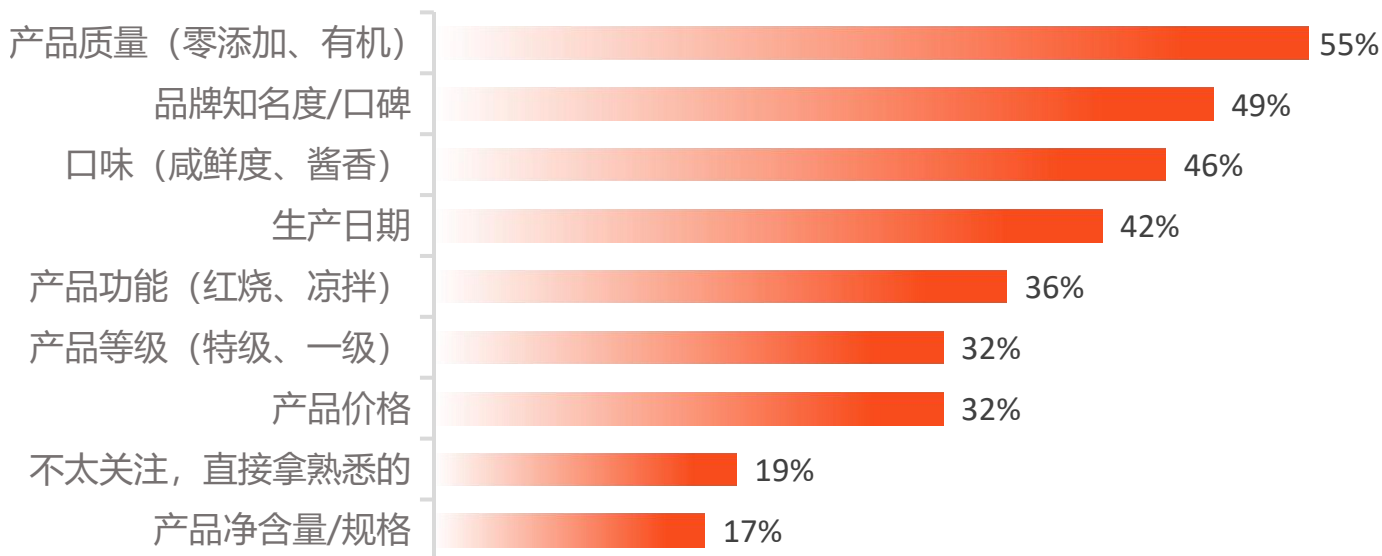


数据洞察

- **老抽**对于用户来说只会在某些特定需给食材上色的烹饪中使用，日常使用频率较低，**无创新性营销与产品，品类老化严重；**
- **蒸鱼豉油**品类使用频率最低，洞察后发现大部分消费者认为其只能用来蒸鱼，**拓宽产品烹饪场景，转变认知**是品牌亟需解决的事情。

二、用户购买酱油关注因素

用户购买酱油时关注的因素



- **产品质量**是用户购买酱油时**最关注**的因素，其次会受到品牌口碑的影响，另外口味也是驱动用户购买的一个主要因素；
- **产品净含量/规格**在用户购买酱油关注的因素中较弱，家庭购买酱油仍以常规瓶装规格为主。



数据洞察

→ **产品质量是重点!** 品牌在产品宣传或包装设计上可以着重突出产品的质量层面卖点，例如零添加、有机大豆等；

→ **新兴品牌潜力巨大**，新兴品牌在口碑层面落后头部品牌，可**转战口味、功能等细分领域**，吸引消费者关注。

三、品牌认知-酱油品牌偏好

海天

李锦记

千禾

43%用户
的选择

厨邦

东古

味事达

17%用户
的选择

用户还尝试过并推荐的其他酱油品牌



Source:下厨房酱油品类调查问卷 (样本容量: 300)

四、产品应用方向-站内热门菜谱

使用【生抽】制作菜谱浏览量TOP6热门菜谱



可乐鸡翅



渍



红烧肉



小荷悠悠清莲语



油焖大虾



悟饭



不焯水不放油红烧肉



Pan小月



可乐鸡翅



冇你...冇我



蒜蓉蒸金针菇



E路拾缘

使用【味极鲜】制作菜谱浏览量TOP6热门菜谱



番茄炖牛腩



咖啡私房菜



酸辣土豆丝



奇异果厨房



凉拌菠菜



Crystal佳佳



酱油蒸蛋



宋欣睿



凉拌菠菜粉丝



二硕饲养员



烤鸡翅 (烤箱版)



人间六月水蜜桃

四、产品应用方向-站内热门菜谱

使用【老抽】制作菜谱浏览量TOP6热门菜谱



可乐鸡翅



渍



红烧肉



小荷悠悠清莲语



不焯水不放油红烧肉



Pan小月



可乐鸡翅



有你...有我



红烧肉末茄子



十月佳梅



糖醋排骨



是_煩

使用【蒸鱼豉油】制作菜谱浏览量TOP6热门菜谱



清蒸鲈鱼



木可厨房



手撕包菜



铁头葫芦娃



手撕包菜



我脑公世界最帅



蒜蓉粉丝娃娃菜



孙朱朱



剁椒鱼头



孙朱朱



虾仁豆腐蒸水蛋



E路拾缘



厨

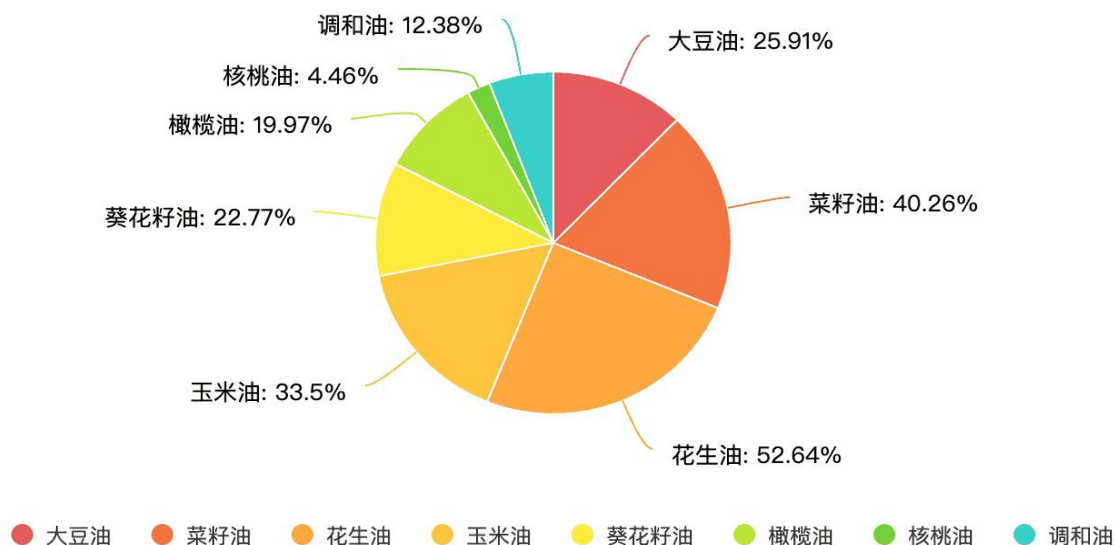
下厨房

2025年 食用植物油调研报告

本报告基于下厨房用户站内行为数据及606份问卷的调研结果，对用户使用食用植物油的类型偏好、购买因素、品牌认知等进行分析，并给出相应的数据洞察。结论基于真实的用户数据，无商业利益关联。

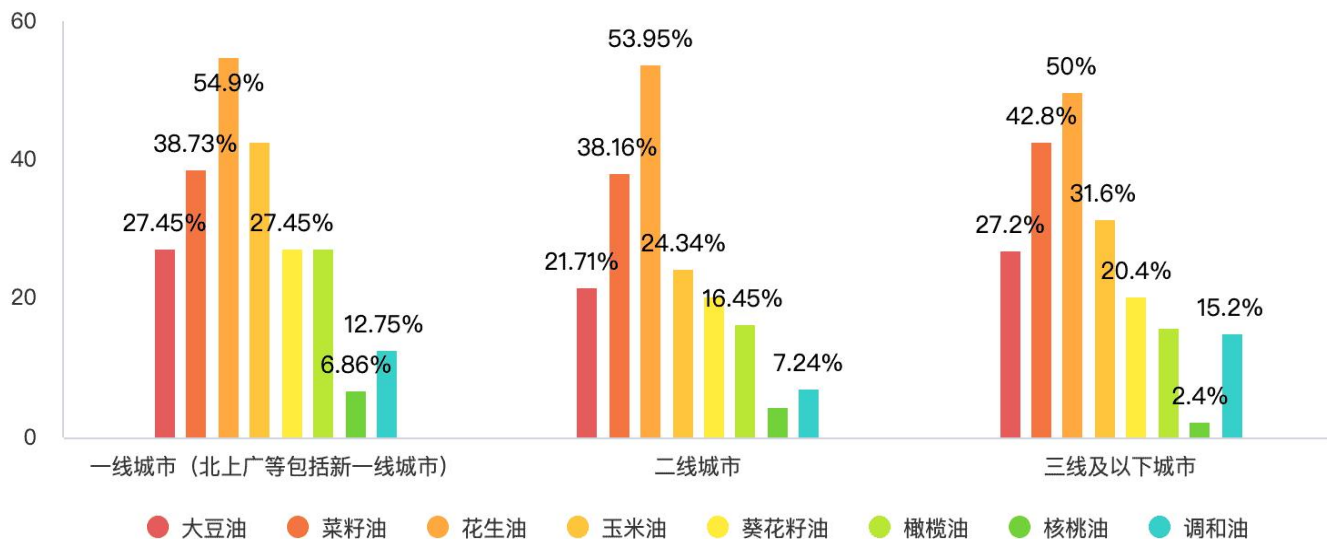
一、用户购买食用植物油类型详情

用户最常购买的食用植物油类型



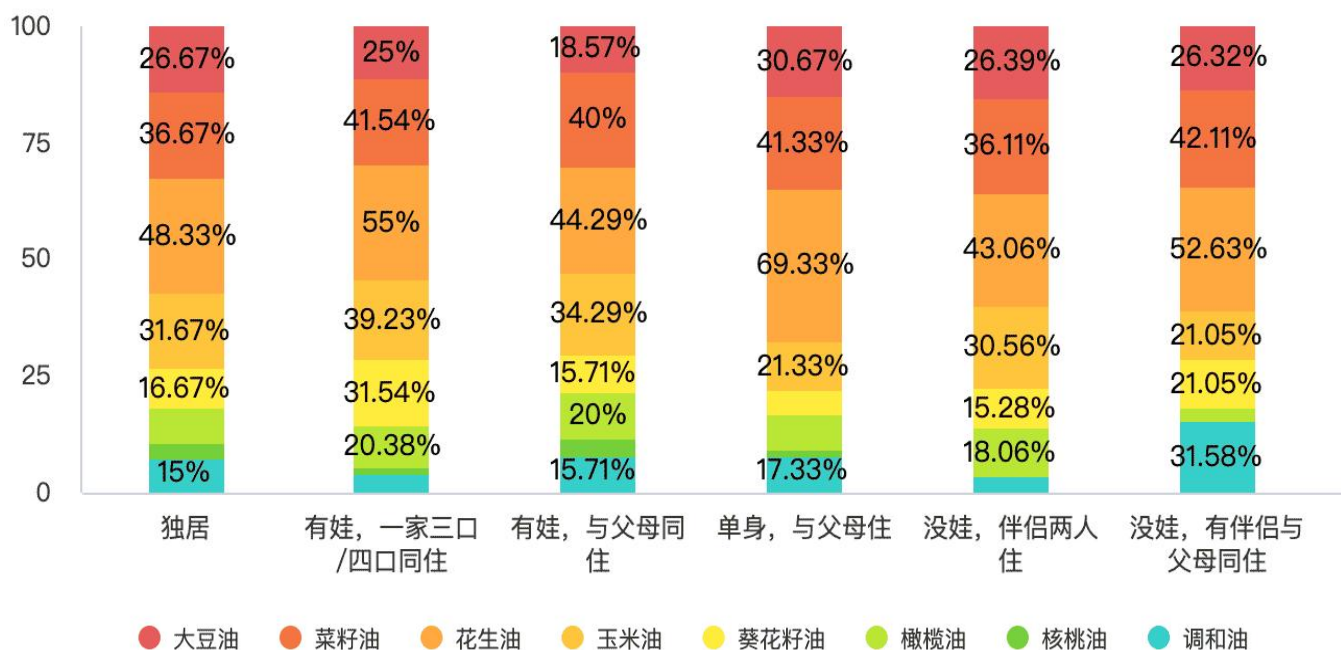
- **花生油** 是用户**购买、使用频率最高**的食用植物油类型；
- 其次，**花生油**和**葵花籽油**的购买使用频率随城市线级提高而提高；三线及以下城市对大豆油的偏好程度明显高于一、二线城市

用户地域类型×食用植物油类型



一、用户购买使用植物油类型详情

用户家庭结构×食用植物油类型



- **花生油** 在单身与父母同住的家庭结构中购买使用比例最高；
- 其次，**玉米油**和**葵花籽油** 在有娃家庭的购买使用比例较高；**调和油类** 在没娃，携伴侣与父母住的家庭结构中最受欢迎！



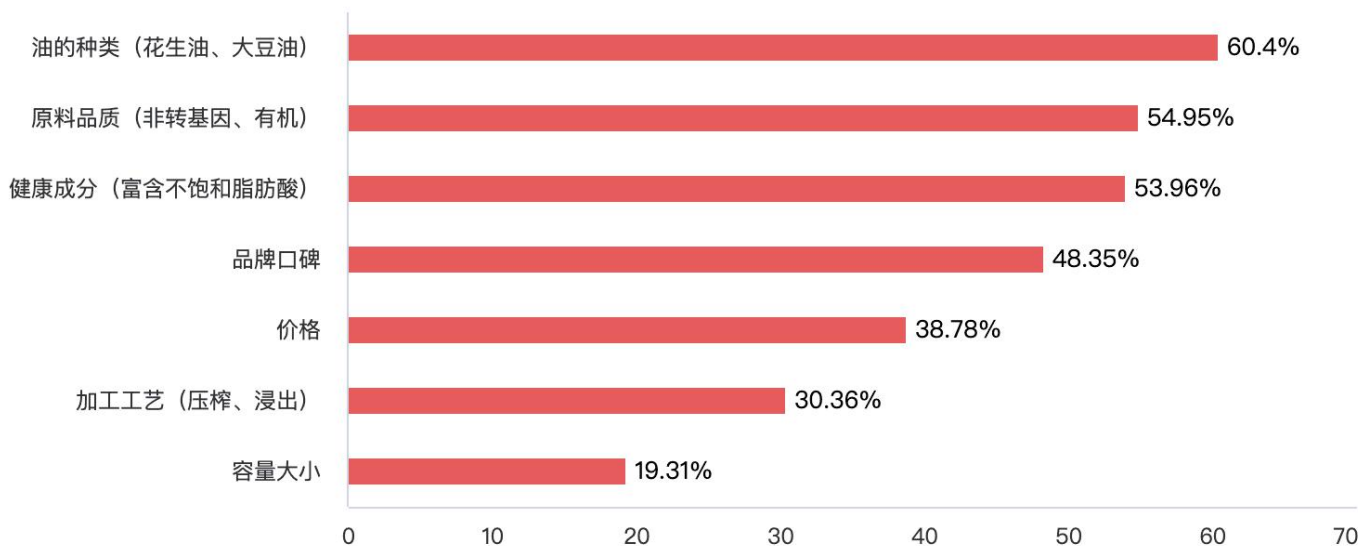
数据洞察

→ **用油类型受地域影响！** 花生油、葵花籽油在一二线城市更受欢迎，小众油类在一二线市场庞大；大豆油在三线城市的需求较高；

→ **家庭结构影响购油类型！** 不同家庭结构的用油偏好不一，**品牌**可结合产品在不同家庭结构的偏好度，建议针对性营销。

二、用户购买食用植物油关注因素

用户购买食用植物油时关注的因素



- **油的种类**是用户购买食用植物油时**最关注**的因素，其次会受到**原料品质**、**健康成分**的影响；
- **产品规格/容量大小**在用户购买植物油关注的因素中较弱，家庭购买油一般以升为单位，对容量不敏感。



数据洞察

- **原料品质是重点！**抛开固定种类偏好因素，用户对其原料品质的关注度较高，关注原料是否为非转基因、有机农产品；
- **健康成分是趋势！**用户在选购油类产品对健康的关注度愈发重视，**品牌可在产品研发、宣传方向强调健康卖点。**

金龙鱼

鲁花

福临门

31.68%用户
的选择

胡姬花

多力

长寿花

12.71%用户
的选择

四、特殊植物油应用方向-站内热门菜谱

使用【玉米油】制作菜谱浏览量TOP3热门菜谱



纸杯蛋糕
有爱烘焙



皮蛋瘦肉粥
能过冬的蝈蝈



戚风蛋糕
Tinrry甜悦

使用【核桃油】制作菜谱浏览量TOP3热门菜谱



黄金玉米烙
小鱼师妹1331



蔬菜松饼
三才一汤



迷你馄饨
太受欢迎了思密达

使用【橄榄油】制作菜谱浏览量TOP3热门菜谱



纸杯蛋糕
有爱烘焙



香煎鸡胸肉
鸡蛋花蒋蒋鸡蛋花



番茄龙利鱼
Flora的小生活

特殊油品应用方向：玉米油常应用于烘焙场景、核桃油常应用于宝宝辅食制作、橄榄油常应用于西餐烹饪



厨

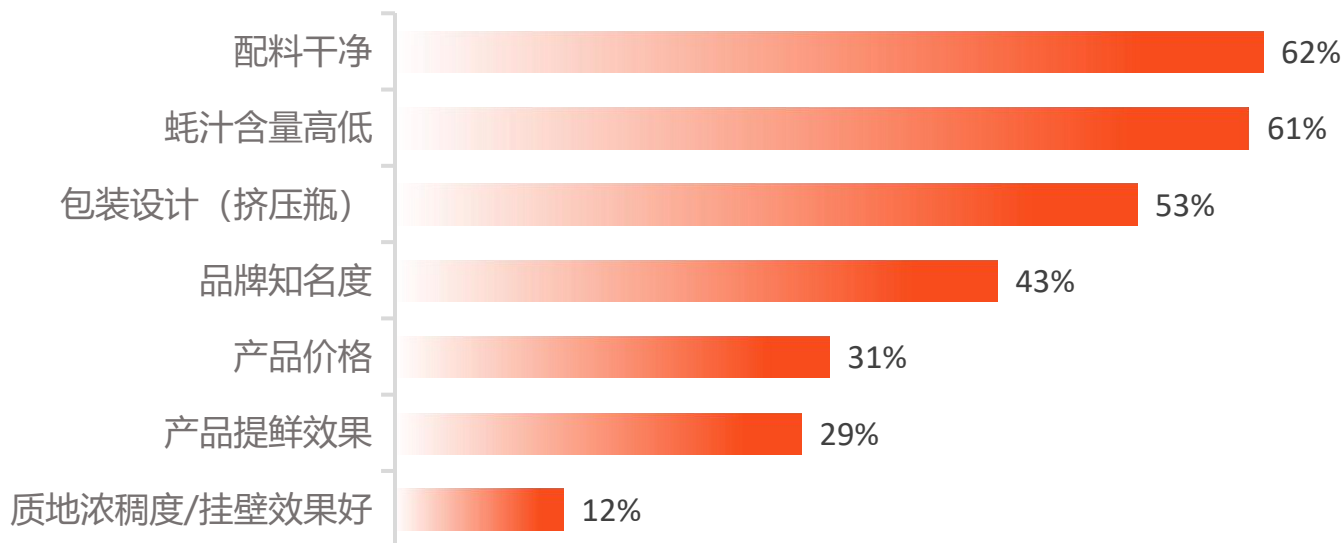
下厨房

2025年 蚝油品类调研报告

本报告基于下厨房用户站内行为数据及300份问卷的调研结果，对用户使用蚝油的习惯、购买行为、品牌认知等进行分析，并给出相应的营销建议。结论基于真实的用户数据，无商业利益关联。

一、用户购买蚝油关注因素

用户购买蚝油时关注的因素



- **配料元素**是用户购买蚝油时**最关注**的因素，包括配料是否干净、主料蚝汁含量的高低，都是主要决策消费者选择购买意愿的因素
- **产品提鲜效果和质地浓稠度**在用户买蚝油关注的因素中较弱，用户对于鲜度、浓稠度的选择上并不敏感



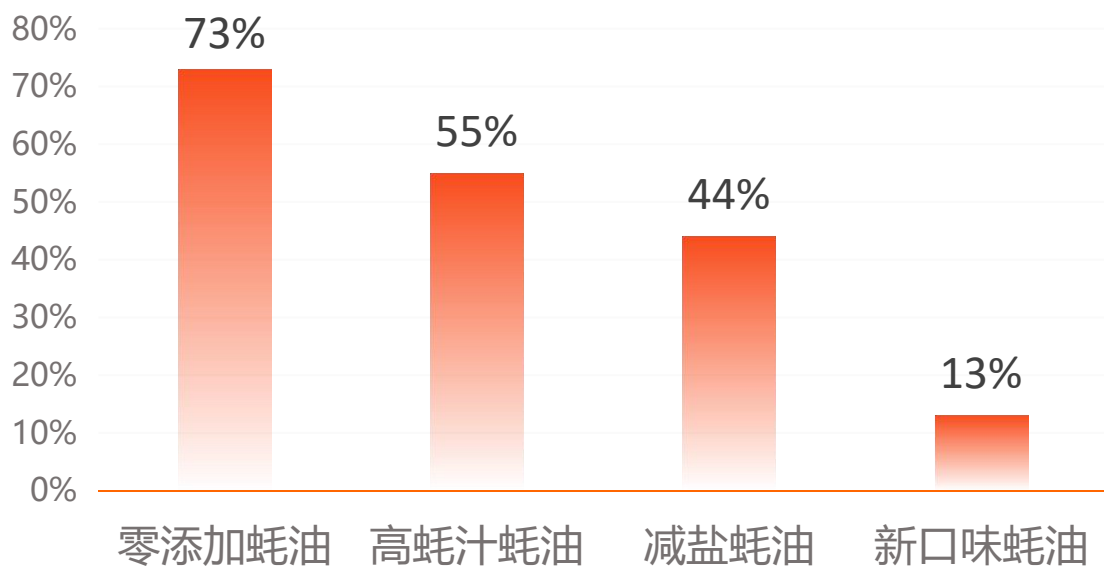
数据洞察

→ **配料层面是重点!** 配料是否干净、蚝汁配料含量高低是用户购买时最关注的元素，品牌可以在营销中**重点突出配料配方优势!**

→ **包装设计受到关注!** “蚝油保存要得当”认知全民化，挤压瓶类便捷使用的包装收到用户青睐。

二、用户偏好尝试蚝油类型

用户更愿意尝试的蚝油产品类型



- **零添加蚝油**是用户**更偏好尝试的**蚝油类型，配料仍是消费者的关注重点；
- **减盐、新口味（如菌菇）**类蚝油产品对用户的偏好影响不高。



数据洞察

→ **用户更愿意为纯净买单！** 用户对蚝油产品的选购评判标准就是配料是否纯净、主要原料（蚝汁）含量是否高；

→ **模式化产品创新可能并不适用蚝油品类！** 调味品市场健康化、新口味的模式化产品研发方向在蚝油品类的应用偏好度上不高。

三、品牌认知-蚝油品牌偏好

NO.1

海天

NO.2

李锦记

NO.3

厨邦

76%用户
的选择

63%用户
的选择

18%用户
的选择

NO.4

味事达

NO.5

太太乐

NO.6

欣和

8%用户
的选择

7%用户
的选择

6%用户
的选择

用户还尝试过并推荐的其他酱油品牌



Source:下厨房蚝油品类调查问卷 (样本容量: 300)

四、产品应用方向-站内热门菜谱

使用【蚝油】制作菜谱浏览量 TOP9 热门菜谱



香煎豆腐



陈可可的厨房



鱼香茄子煲



莫晒之



油焖大虾



ZhaonXue



手撕包菜



圆猪猪



手撕包菜



铁头葫芦娃



三汁焖锅



乔伊丝699



水煮肉片



嫚丽1008



手撕包菜



我脑公世界最帅



蒜香炒花甲



每天都是彭彭

蚝油应用方向： 玉在使用蚝油制作的历史菜谱中，筛选出浏览TOP9的热门菜谱，其口味方向上都偏向**家常下饭，重口调味**的菜式；其中，**手撕包菜**的露出率最高，后续在**内容上可偏向此类国民化菜式进行蚝油品类使用的教育**

—— 关于下厨房 ——

下厨房成立于2011年，深耕美食垂直领域14年，为美食爱好者提供了从菜谱查询到社区分享功能，平台菜谱量近400万篇，美食作品近8000万张。

—— 关于下厨房用户研究院 ——

专注美食相关的内容洞察及消费行为研究，基于美食大数据，结合问卷、访谈等多种研究方法，还原消费者真实的决策路径、使用行为与偏好，剖析当下美食趋势。

在这里可以获取：

- 前沿【菜谱趋势报告】，洞察消费者偏好
- 可视化【菜品数据分析】，分析食材、口味、功能与场景趋势
- 多平台对比的【热门内容模型】，辅助选品、内容创作、营销方向
- 结合时令/热点等【内容选题洞察】，提升市场共鸣度
- 针对个性化【定制数据报告】与联合共创内容合作机会