



# 农林牧渔行业植物油调研专题 系列报告一：在哪能买到“最 心仪”的油？



食用油按照品类可分为食用动物油和食用植物油。在我国消费结构中，食用植物油占食用油消费主导地位。根据线下调研，各地区消费油种和品牌略有差异，基本形成全国型品牌+地方特色品牌，基础油种+地方风味油种为矩阵的消费结构；以时间为纵轴来看，基本形成品牌大单品+阶段性新品爆品的陈列方式。从线上渠道来看，各平台略有差异。

社区团购品类较少，主要为各品牌主推的中低端产品，用户通过前往提货点获得产品。

线上商超产品最为齐全，各品牌主推产品及最新特色产品均有售卖（线上商超仅考虑品牌自营店和旗舰店）。

从渠道价格来看，社区团购<线上旗舰店<线下商超。社区团购的出现，一定程度上，扰乱了原有的终端价格体系。各家粮油企业要么通过换包装、该规格、做特供，要么通过补贴经销商，限制窜货等方式应对社区团购的“廉价”标签。目前看来，社区团购所供油品主要是价格相对便宜的基础油种或常年出售的大单品，而价格较贵的油，如橄榄油、山茶油暂未出售。分油种看，基础便宜油种各渠道价格差异大。根据国家粮油信息中心数据显示，目前几大油种价格从低到高依次为豆油、玉米油、葵花籽油、菜油和花生油。通过比较渠道调研数据发现，基础油种各渠道价格差异较大，风味油价格差异相对较小，如金龙鱼非转基因纯正玉米油在多多买菜平均价格为12元/升，在上海虹口区京东便利店为17.72元/升，跨幅达62.07%；鲁花5s压榨一级浓香花生油在美团优选平均价格为29.6元/L，在上海闵

行区永辉生活为 35 元/L，跨幅为 18.25%。另外，同一油品，新包装较老包装有明显溢价，以金龙鱼非转基因纯正玉米油为例，不同渠道新老包装价格差异可达 62%。从各品牌油种布局来看，小包装油寡头竞争明显，金龙鱼产品矩阵丰富，渠道布局广而深。金龙鱼在三类渠道铺货品类最齐全，金龙鱼菜籽油、玉米油在社区团购中均有布局，而福临门、西王等相同品类在上海地区的社区团购中占比较小。各品牌在风味和营养概念上持续发力，聚焦“乡愁”和“健康”，为品牌优势和价格“保驾护航”。特别说明：本文以上海地区 8 月线上线下价格为分析样本，后期将持续跟踪线上线下植物油价格及各类售卖“打法”，推出更多角度的植物油调研专题。

风险提示：调研数据较局限，数据更新不及时。

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_34906](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34906)

