



《薯类消费 报告》

2026



土豆，人人皆爱，却各有钟情。作为一家拥有全球四分之一薯条市场份额的制造商，麦肯食品对土豆可谓了如指掌——但这一次，我们更想倾听消费者的真实声音！

麦肯食品携手 Pollara Strategic Insights，在 11 个国家对 12,000 多名受访者展开调查——结果即出人意料却又合情合理。

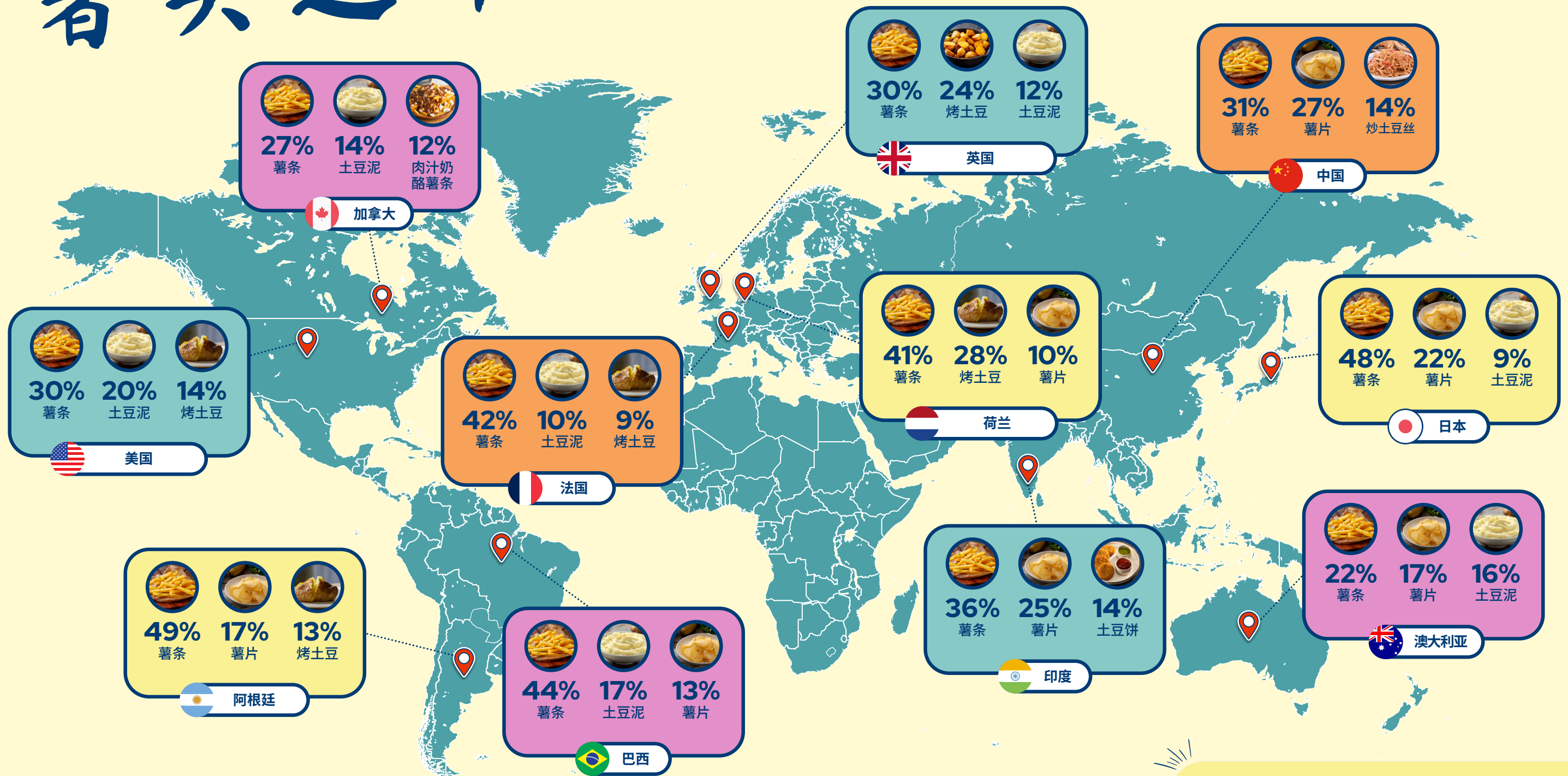
从薯条为日常生活带来的点滴愉悦，到由此衍生的仪式感、在人际关系中的角色，以及那些不言而喻的共识，《薯类消费报告》将带你一探究竟，揭示这看似平凡的土豆，如何一口一口，成为风靡全球的文化现象。

让我们来一探究竟……



全球薯类选择

在所有受访的国家中，薯条当属最受欢迎的土豆菜肴。



放眼全球，难得达成共识的，正是这一口——薯条。



薯条消费规则：

习惯与顾虑

反复蘸酱行为



75%

的印度受访者表示自己会“反复蘸酱”。既然酱料这么美味，为什么只蘸一下呢？



20%

的日本受访者承认自己会“反复蘸酱”（通常会视场合而定）



68%

的加拿大受访者表示，反复蘸酱不可接受

然而.....



44%

的加拿大受访者表示自己也会这样做



69%

的巴西受访者表示自己会反复蘸酱



对薯条的喜爱，大家很容易达成一致。但当一盘薯条端上桌后，会发生什么？数据显示，共享一份薯条，其实自带一套“看不见的规则”。

反复蘸酱或许会引来非议——但晚上10点后吃点薯条呢？夜宵的快乐，从不需要解释。

夜宵薯条爱好者

那些喜欢在晚上10点以后吃薯条的人占比如下.....



84%

阿根廷是夜宵薯条爱好者人数最多的国家。



78%

美国紧随其后，夜宵薯条需求旺盛。



74%

印度位列夜间薯条消费比例最高的前三国家之列。

初尝即爱 一口倾心

想判断两个人是否真正契合，不妨点一份薯条一起分享。一个人在面对分享薯条时的表现，往往比任何交友资料都更能说明问题。

此外，还有一个有趣的发现……

三分之一

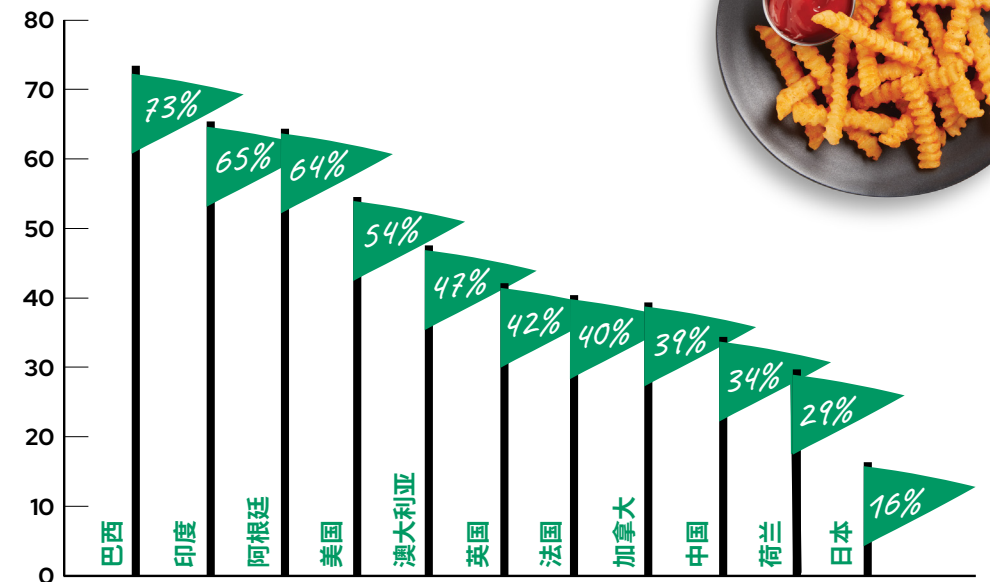
的受访者表示，分享薯条比牵手更能增进亲密感

在巴西和中国，这一比例上升至二分之一。在加拿大，这一比例是六分之一。



在 Z 世代和千禧一代中，认为分享薯条比牵手更能增进亲密感的人，所占比例几乎是婴儿潮一代的两倍——分别为 36% 和 19%。

初次约会分享薯条——可以吗？



嘴里塞满薯条还说话——算不算雷区？

美国	47%
阿根廷	47%
英国	46%
加拿大	45%
荷兰	44%
巴西	39%
印度	38%
澳大利亚	38%
日本	35%
法国	33%
中国	28%

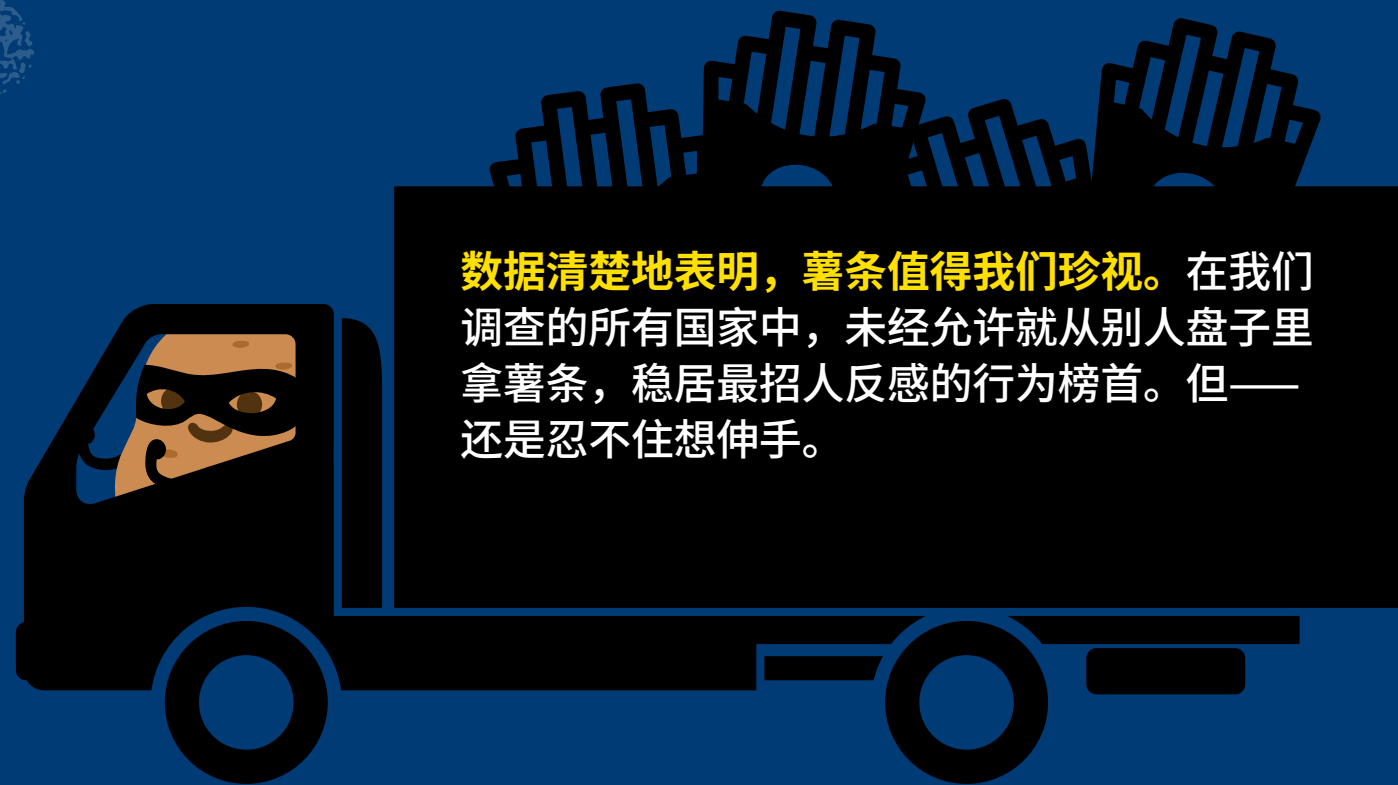
不愿与别人分享薯条——算不算雷区？

印度	44%
阿根廷	42%
巴西	37%
澳大利亚	36%
美国	35%
加拿大	30%
日本	27%
英国	25%
中国	25%
荷兰	21%
法国	20%

薯条是一种国际通用的“爱的语言”，而“薯条测试”或许是最真诚的初次约会方式。



当然，薯条所能揭示的远不止于爱情……



数据清楚地表明，薯条值得我们珍视。在我们调查的所有国家中，未经允许就从别人盘子里拿薯条，稳居最招人反感的行为榜首。但——还是忍不住想伸手。

8%

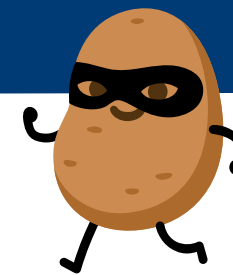
日本人偷吃薯条的比例最低 (8%)，但当自己的薯条被拿走时最容易感到不爽 (82%)。

56%

结果发现，家里最会偷薯条的其实不是孩子。56% 的受访家长坦承，会偷偷从孩子那里顺走薯条，而且从未被抓包。其中，作案主力是妈妈 (61%)，爸爸紧随其后 (51%)。

薯条去向之谜

(承认从别人的盘子里顺走薯条)



49%

的印度受访者承认自己会不问自取。



38%

的加拿大受访者会在拿了别人的薯条后说“对不起”。



8%

的日本受访者会做到守住界限。



愤怒指数报告

(当这种事发生在自己身上时，谁最不爽)

82%

的日本受访者



81%

的印度受访者



71%

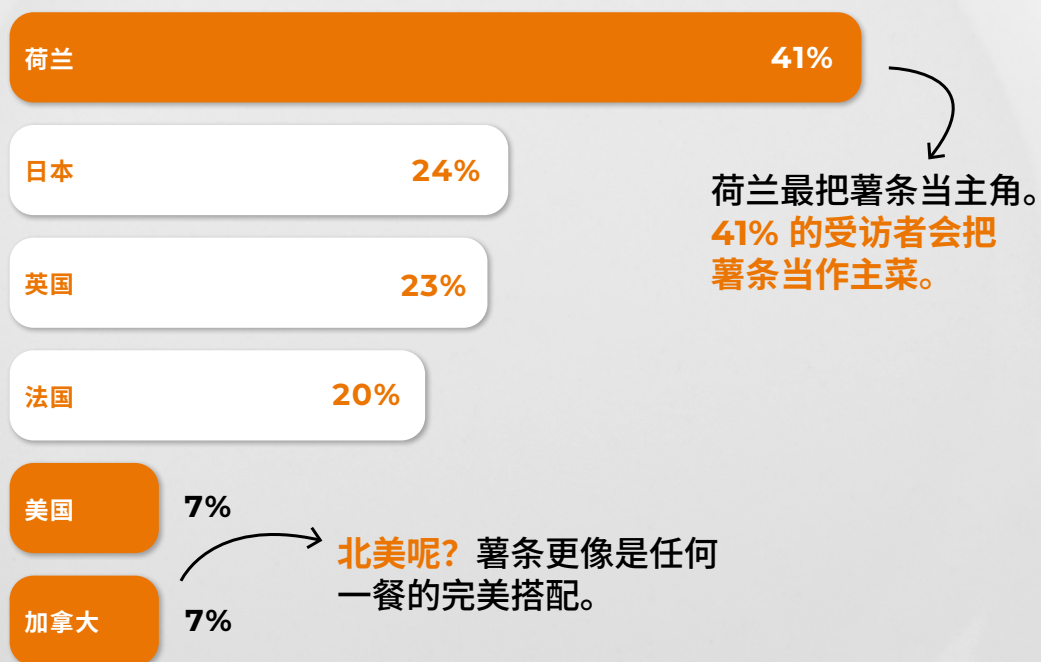
的加拿大受访者



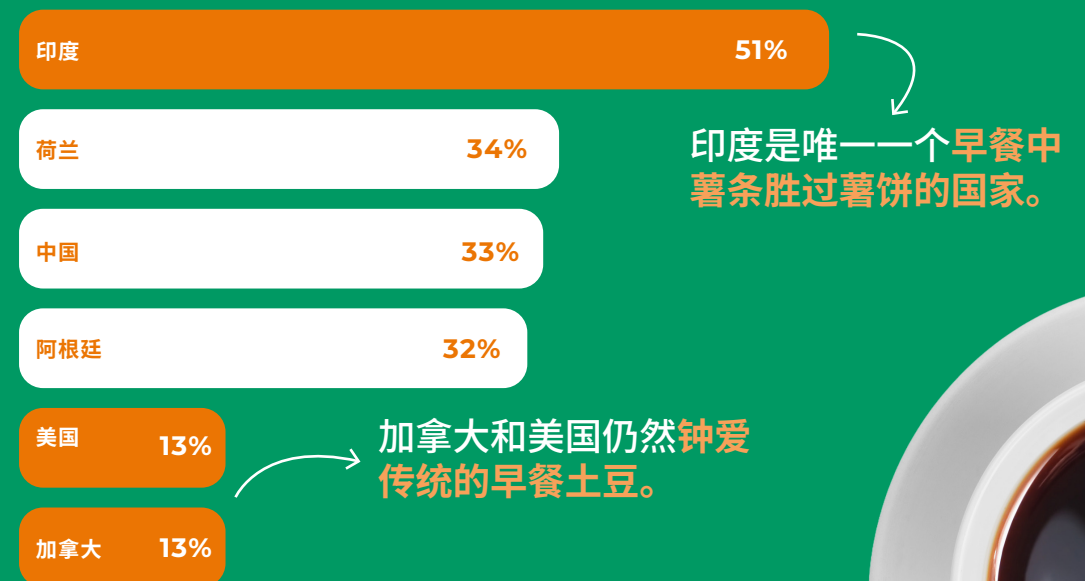
一根小小的薯条， 蕴含着许多哲学

任何时候都适合享用薯条。但每个国家都有自己的薯条哲学，其中一些可能会让你大吃一惊。

薯条当 正餐



薯条当 早餐



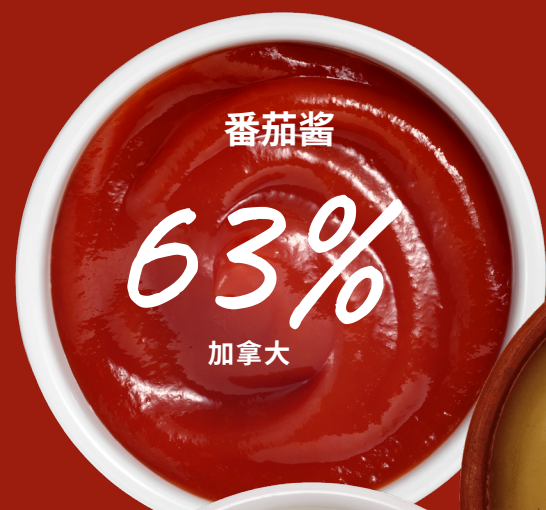
哦！加拿大.....



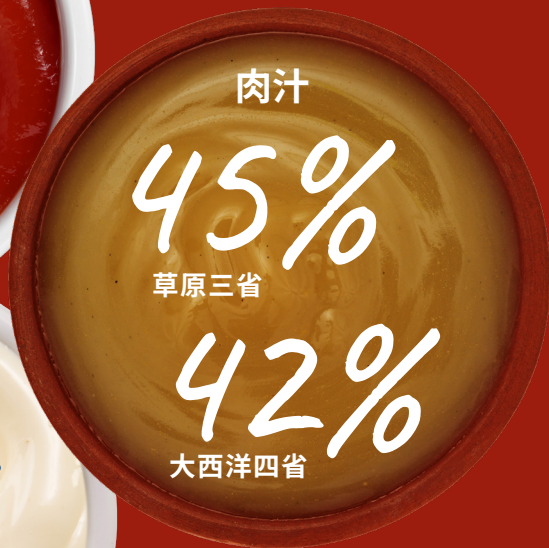
加拿大全民的

至爱

加拿大各地的民众喜欢哪种蘸酱？



番茄酱是加拿大全国人民共同的至爱



但不同配料，折射出鲜明的地区差异



在这个肉汁奶酪薯条的发源地，当地人使用肉汁的比例最低，仅为 17%。

还有**加拿大**。一个按自己“薯条规则”行事的国家——这里也是麦肯食品的发源地。

这就很加拿大



68%

的受访者表示反复蘸酱让他们感到困扰.....

44%

.....的受访者表示还是会这么做。

29%

的受访者会将薯条蘸着奶昔吃。

52%

认为一家餐厅菜单上有没有薯条很重要。

35%

钟爱经典直切薯条，将其列为加拿大最受欢迎的薯条做法。

67%

的受访家长会在孩子没注意时偷吃他们的薯条。

39%

的受访者会在初次约会时分享薯条。



爱尝新鲜 的食客

无论是在加拿大还是世界各地，人们都在乐此不疲地探索薯条搭配的无限可能。



薯条 + 冰淇淋

澳大利亚在这方面领跑全球，43% 的受访者承认会把薯条蘸着冰淇淋吃。美国 (40%) 和印度 (37%) 紧随其后。

抗拒者：
阿根廷 9% | 日本 10% | 荷兰 12%



薯条 + 奶昔

美国在这方面更进一步，48% 的受访者承认会把薯条蘸着奶昔吃。

澳大利亚 35% | 印度 36% | 加拿大 29%

接受度不高的国家：
日本 7% | 阿根廷 9%



薯条 + 巧克力

你试过把薯条蘸着巧克力吃吗？

38% 的印度受访者表示尝试过，这一比例几乎是全球平均水平 (19%) 的两倍
中国 28% | 澳大利亚 22% | 巴西 21%

相对克制者：
荷兰 8% | 阿根廷 7%



薯条 + 下一代

我们也问了受访家长：孩子们是否会把薯条和其他食物搭配？如果会，更喜欢哪种组合？

美国孩子：
59% 冰淇淋 | 57% 奶昔

澳大利亚孩子：
58% 冰淇淋 | 51% 奶昔

日本和阿根廷呢？
孩子们更倾向于传统吃法。

*基于家长反馈



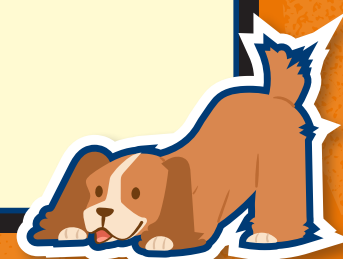
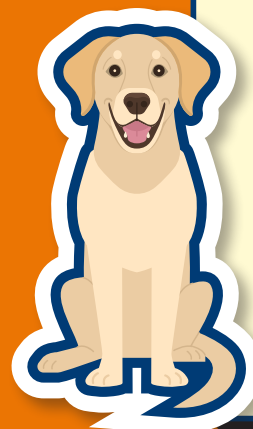
与宠物分享食物

我们还问了大家：会不会把薯条分给宠物？——54% 的美国受访者表示会这么做。

澳大利亚 51% | 印度 51% | 阿根廷 46%

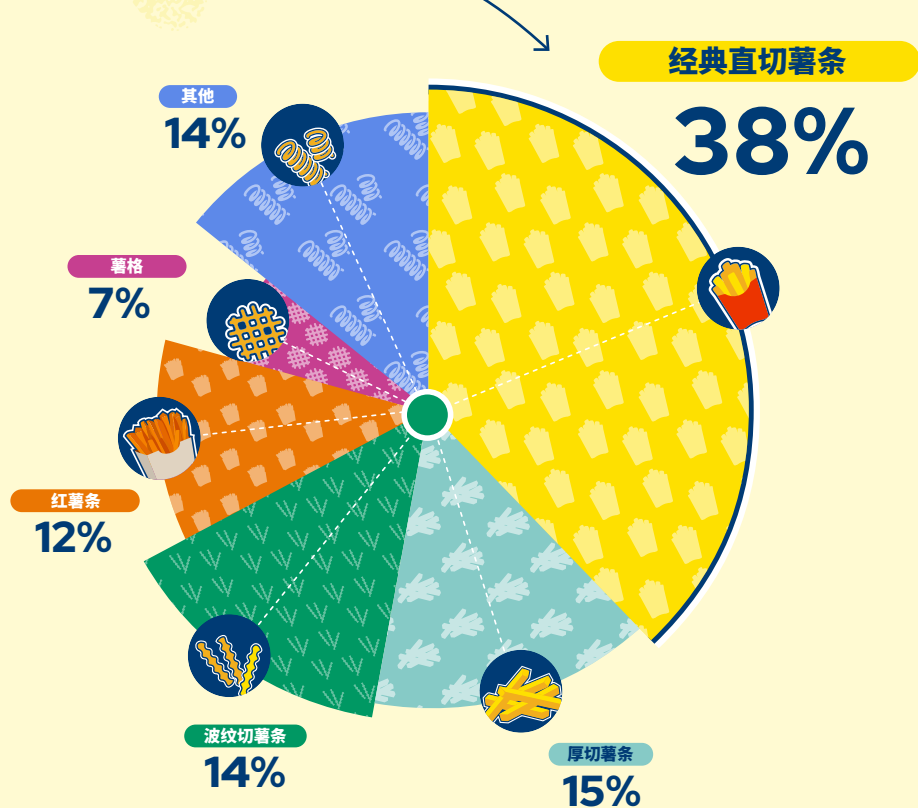
日本（更倾向独享薯条）7%

*与宠物分享前，请确认食物是否适合宠物食用。
并非所有人类食物都适合动物。



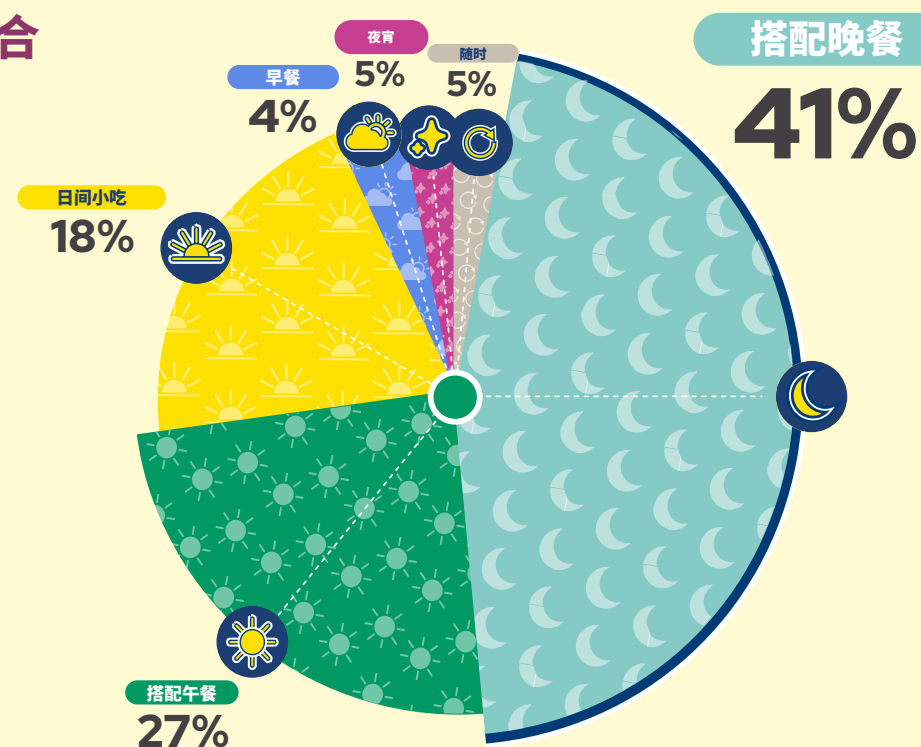
全球都在怎么吃薯条？

最喜欢哪一种薯条做法？

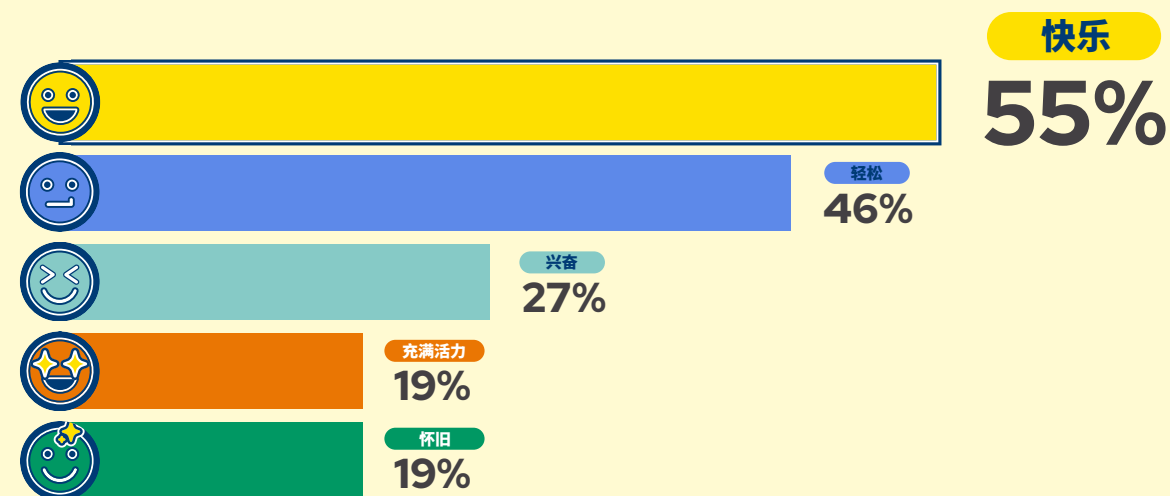


在世界各地，人们不仅喜欢吃薯条，还会用各种新奇的方式蘸着吃，并对此情有独钟。

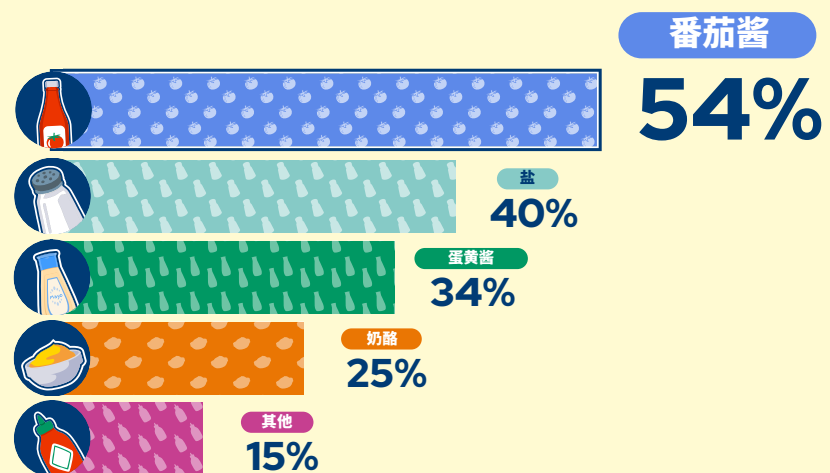
什么时候最适合吃薯条？



吃薯条会让你有什么感觉？



蘸酱选择



管它叫慰藉也好，管它叫快乐也罢。无论你怎么吃，大家都爱薯条。



全球

薯条真相

有些发现惊人地一致。这些是最普遍的薯条行为——无论我们是否愿意承认，它们都把我们联系在一起。

二分之一

的全球受访者曾一边吃着薯条，一边说话



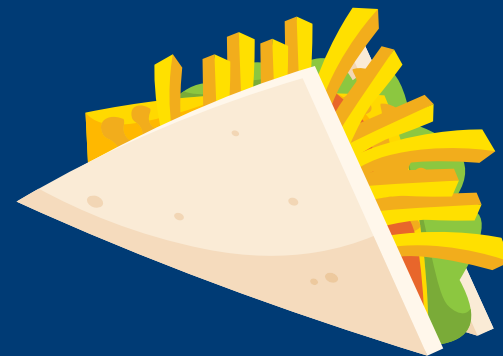
近八成

受访者表示，吃薯条能让他们的心情立刻变好。



半数

受访者会把薯条夹进三明治



89%

的 Z 世代受访者表示，吃薯条能让他们的心情立刻变好……

……这一比例在婴儿潮一代中降至

60%

(有数据显示) 年轻时，薯条带来的感觉就是不一样。



超过四分之三

的受访者表示，当别人未经允许从自己盘子里拿走薯条时，会感到不爽




数以百万计的土豆， 无数个麦肯 笑脸饼


每一个这样的瞬间——偷吃的一根薯条、深夜的嘴馋、第一次约会的那份点单——背后，都是一颗土豆。而在这些土豆背后，常常都有麦肯的身影。

薯条或许风靡全球，但它们都有一个起点。对我们而言，这段旅程始于农场。我们与来自六大洲的 4,400 多位农民合作，将土豆带上全球 160 多个国家的餐桌。

从农场到餐桌，这些土豆究竟能走多远？
我们算了一下。

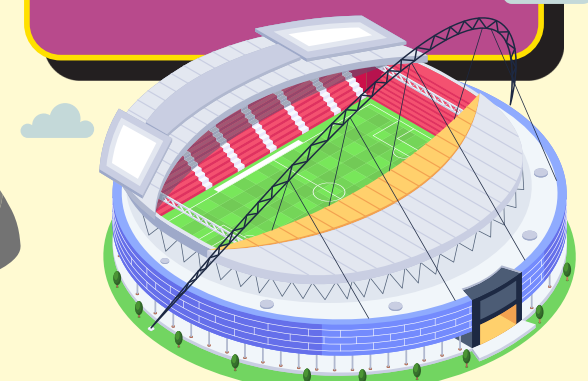


如果把麦肯加拿大在 2025 年
从本地农民采购的土豆排成一
条线，足以从温哥华到圣约翰
斯往返近 60 次。



麦肯阿根廷公司的新鲜土豆排开
后，足以往返地月距离 6 次。

麦肯印度公司每年的土豆总量，可铺满
恒河全长，往返超过 13 次。



麦肯英国公司每年的土豆
总量，几乎可以填满温布
利球场的三分之二。

*基于内部数据和标准参考假设的示意性估算。数据基于年度加工量，并结合各地标或距离的标准参考测量及土豆近似尺寸进行换算。



薯条的未来

每一根薯条的背后，远不止食物本身——是田野，是农民，也是一次次关于种植方式的选择。美味的薯条并非偶然——一切早在第一口之前就已铺就。
这正是我们使命的起点。

再生农业是这一使命的核心，贯穿我们土豆种植、采购与生产的每一步。



麦肯承诺，到2030年，所有土豆种植土地将全面采用再生农业实践。

这一转型已在稳步推进，目前我们全球69%的土豆种植面积已纳入再生农业框架。该框架以农民为中心，既是一条迈向进步的途径，也为农民从传统农业模式向更具再生性的种植模式转型提供指引。

麦肯的再生农业原则：



确保农场韧性

通过增强农场的长期竞争力与气候适应能力，改善农民生计



提升作物与生态系统的多样性

增加农场种植作物的多样性，促进生物多样性发展，并推广28种经济作物和覆盖作物



保护土壤，优先采用活体植物

确保土壤全年被作物残留或活体植物覆盖



尽量减少土壤扰动

通过减少耕作，维持土壤结构并锁住土壤中的碳



降低农化投入影响，优化用水

精准管理农药、肥料及灌溉用水



整合有机和畜禽粪肥

通过施用绿肥、堆肥或畜禽粪肥，提升土壤有机质含量与肥力

我们深知，再生农业并非千篇一律。它因作物、地理环境、气候以及世界各地的不同地区而异——正因如此，我们构建了一套框架，旨在根据农民的实际情况提供支持。

因为薯条的未来始于田间。

*数据基于各区域主体的报告汇总，涵盖种植调研、田间报告和内部验证流程，并在特定区域内基于具有代表性的种植户样本进行详细计算。已纳入和已参与的比例适用于我们的全部土豆种植面积，该面积自2022年以来持续增长。数据涵盖麦肯食品有限公司直接或间接控股的子公司，但不包括其运输子公司 Day & Ross, Inc. 和 Day & Ross USA, Inc.，也不包含截至2025年6月30日前24个月内完成收购的公司及其子公司。不包括 Sérya。如需了解再生农业框架和各阶段详情，请访问：
https://www.mccain.com/media/4594/mccain_regenag_framework_2024.pdf

McCain

方法说明



调研时间

2026 年 1 月 26 日至 2 月 15 日

样本说明

覆盖 10 个国家，每国至少 1,002 名成年人（年满 18 岁），加拿大额外样本量为 2,008 人，采用在线问卷的调查方式。儿童相关数据基于家长对其饮食习惯与偏好的反馈。

语言

调查以英语、法语、西班牙语、日语、简体中文、繁体中文、葡萄牙语和荷兰语进行。调查采用符合各地区使用习惯的术语和拼写方式（例如，英式英语与美式英语的差异，以及“chips”与“french fries”的区别）。

可靠性

在线调查无法确定误差范围。作为参考，下表展示了同等样本规模下的概率抽样误差范围。

加权处理

数据已基于人口普查数据进行加权处理，按性别、年龄和次区域（例如州、省等）进行调整，以确保样本具有各国成年人口的代表性。

调研标准

Pollara Strategic Insights 是加拿大调研洞察委员会 (CRIC) 的成员，本次调研按照 CRIC 标准开展。

加拿大

访谈次数 误差范围

2,008 ±2.2%

美国

访谈次数 误差范围

1,008 ±3.1%

英国

访谈次数 误差范围

1,003 ±3.1%

法国

访谈次数 误差范围

1,002 ±3.1%

澳大利亚

访谈次数 误差范围

1,007 ±3.1%

阿根廷

访谈次数 误差范围

1,005 ±3.1%

日本

访谈次数 误差范围

1,003 ±3.1%

中国

访谈次数 误差范围

1,012 ±3.1%

印度

访谈次数 误差范围

1,010 ±3.1%

巴西

访谈次数 误差范围

1,011 ±3.1%

荷兰

访谈次数 误差范围

1,010 ±3.1%

受访者总数

12,079 ±3.1%

访谈次数

误差范围

