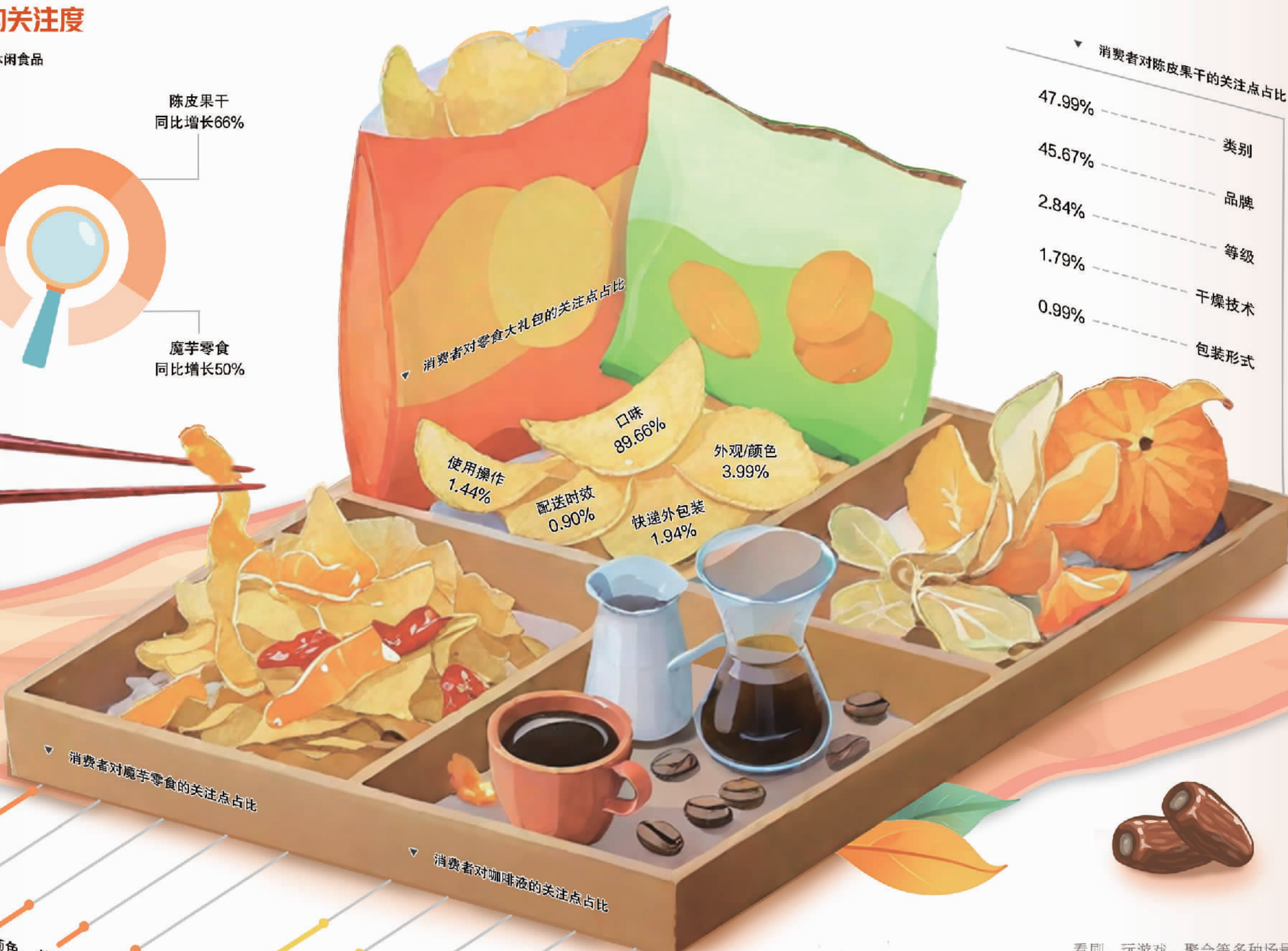
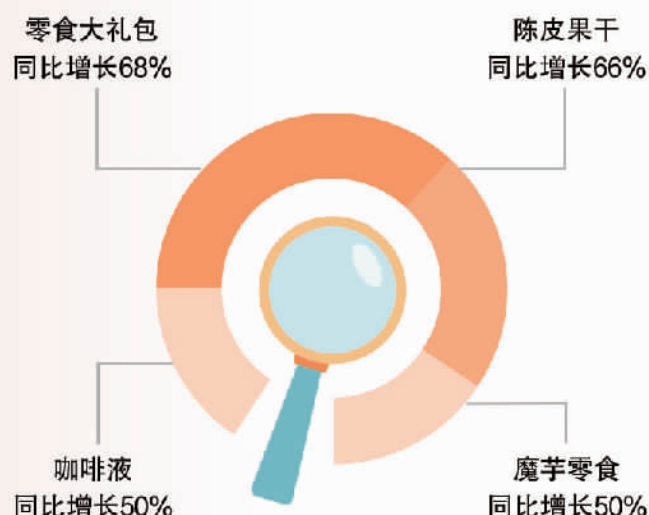


在这里读懂中国消费

休闲零食蕴藏商机

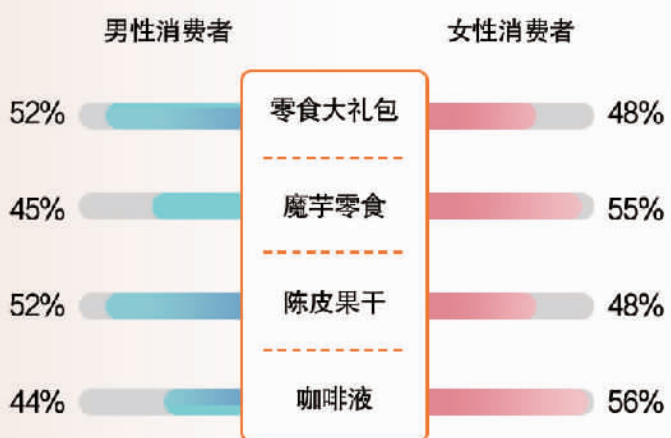
1 休闲零食的关注度

搜索热度增长明显的休闲食品

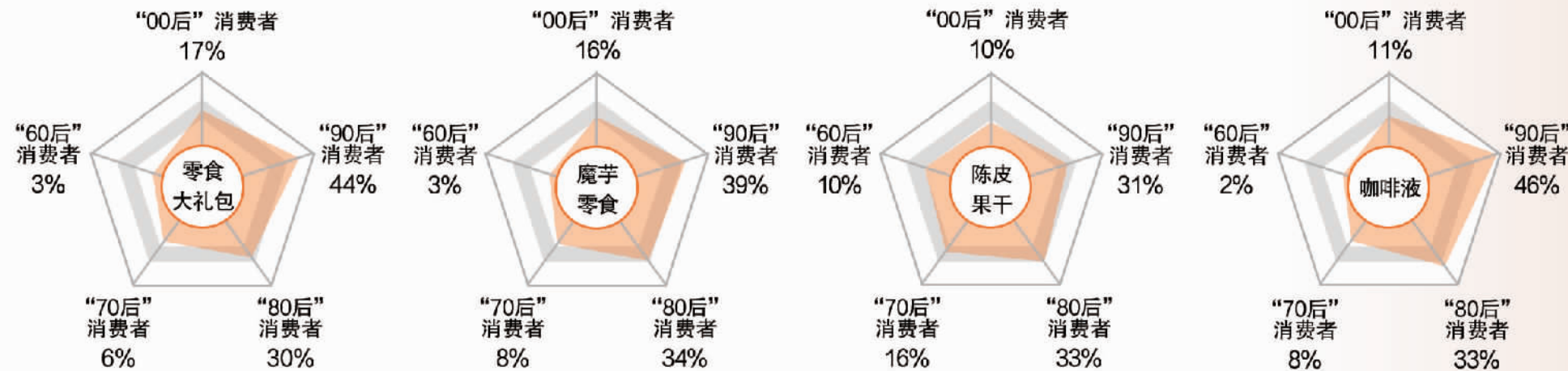


2 消费者特征

不同性别消费者休闲零食销量占比

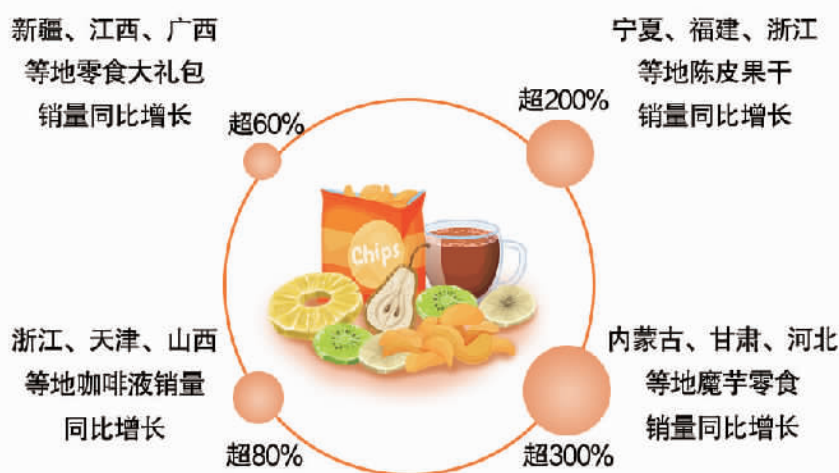


不同年龄段消费者休闲零食销量占比



从年龄看，“90后”是休闲零食的消费主力，在多个产品的销量占比上都占第一位，中老年消费者更加偏爱陈皮果干。从性别上看，男性消费者偏爱零食大礼包和陈皮果干，女性消费者更喜欢魔芋零食和咖啡液。

休闲零食的地域消费偏好



说数

无论是旅行出游还是宅家观赛，休闲零食成为不少消费者必备的食品。数据显示，7月休闲零食的销量呈现出显著增长趋势，抗饿低热量的陈皮果干、咸鲜有味的魔芋零食以及口味选择十分丰富的零食大礼包等获得了消费者的关注。

从消费者特征看，“90后”是当之无愧的“零食大王”，在多个产品的消费中都占据榜首，“80后”对于休闲零食的喜好较为均衡。不同性别对零食的偏好各有侧重，男性消费者偏爱零食大礼包和陈皮果干，女性消费者购买了更多的魔芋零食和咖啡液。

从消费地域特色看，内蒙古、甘肃、河北等地的消费者对魔芋零食的热情最高，相关商品的销量同比增长超300%。除了在有着陈皮文化底蕴的南方地区备受追捧外，近年来陈皮果干也逐渐在其他地

区获得认可和喜爱，宁夏、福建、浙江等地陈皮果干的销量同比增长超200%。新疆、江西、广西等地消费者更加喜欢大而全的零食大礼包，销量同比增长超60%。

零食品类不断扩充，满足了消费者多元化需求。从以往的辣条、汽水、薯片、虾条等，到现在的坚果炒货、糖果蜜饯、肉干肉脯、烘焙糕点以及生鲜食品等，在提供多层次味觉体验风格的同时，不少休闲零食也更多追求融入文化元素，推出国风零食系列等。

我国零食市场正处于快速发展的早期阶段，庞大的市场需求带来前所未有的行业商机。相关企业要结合市场反馈，开发更加多元的休闲零食品类，满足消费者对场景、文化、口味等多层次的需求。

本期点评 董菲



数据周期: 2024年7月