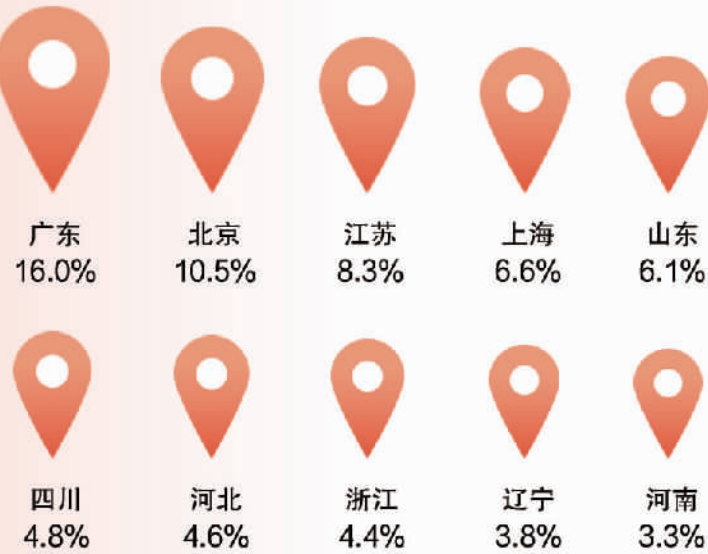


在这里读懂中国消费



休闲食品玩出新花样

零食消费额占比TOP10省份



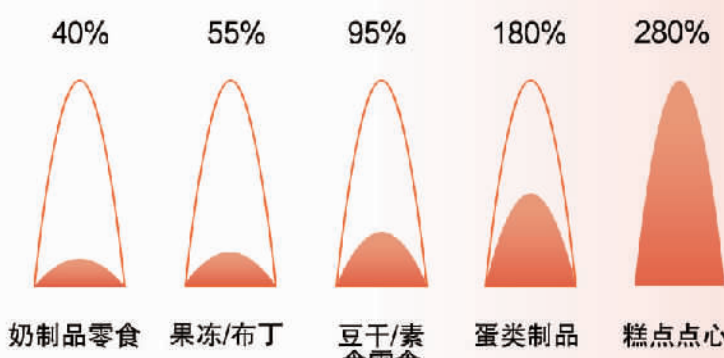
不同性别消费者零食消费额占比



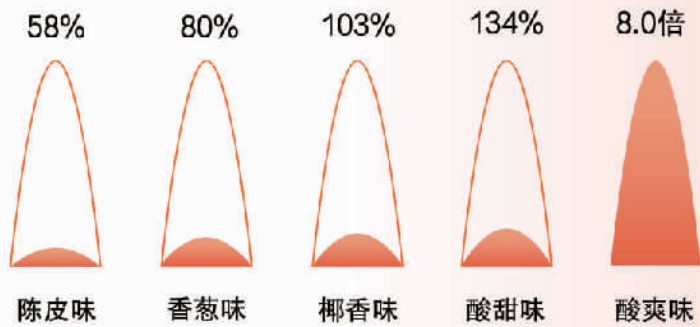
不同口味零食消费额占比TOP5



不同品类零食销量同比增速TOP5

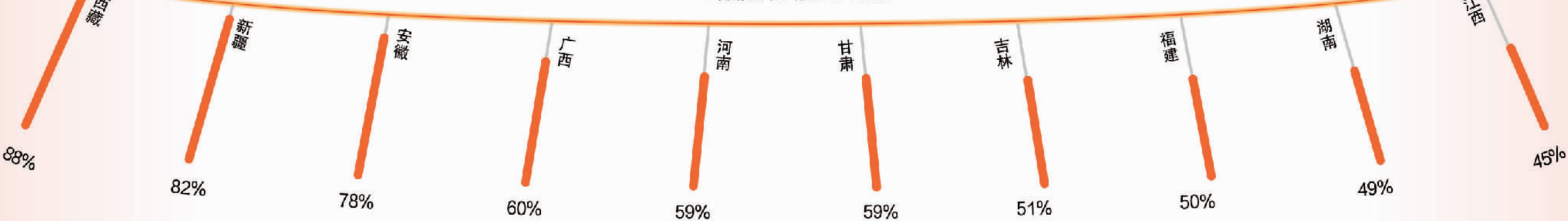


不同口味零食消费额同比增速TOP5

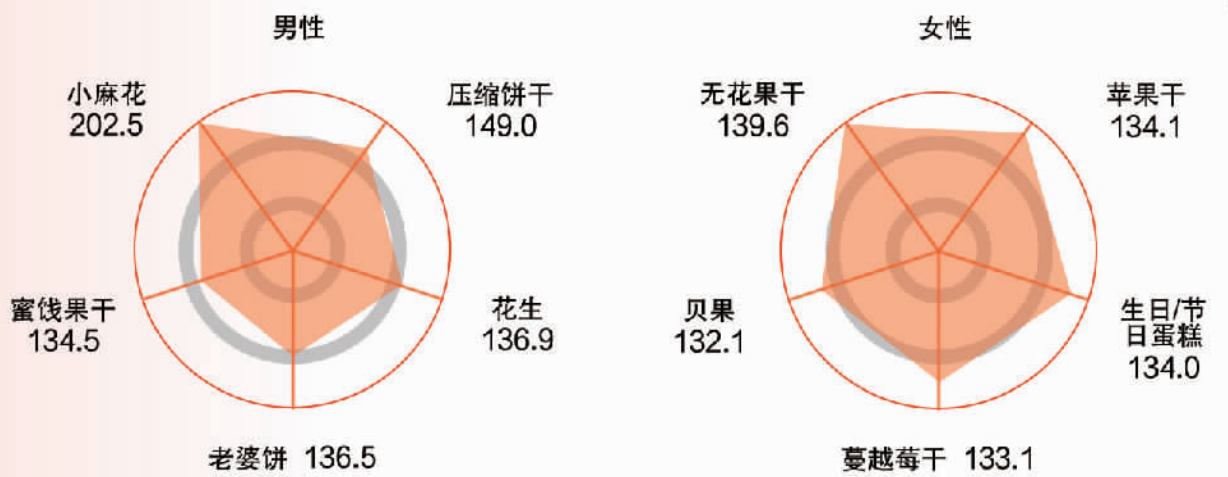


45岁以下的中青年消费者，是休闲零食的主要消费群体，占比超八成。其中，30岁以下消费者更愿意追随热点，兴趣点切换快，关注产品的情绪价值，并以低糖、高蛋白的健康零食为主，他们的消费偏好是休闲零食市场发展的重要风向标。

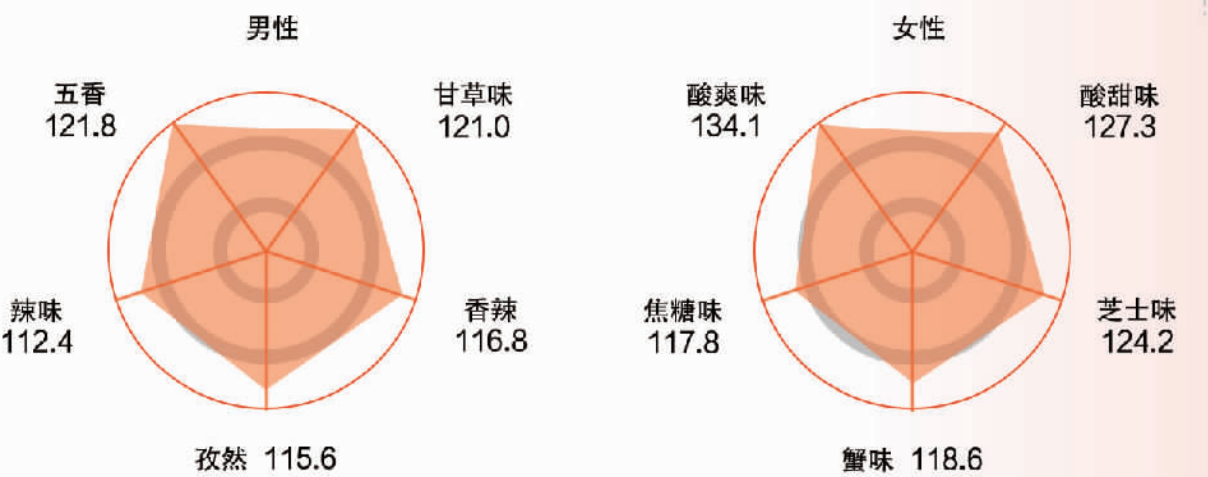
零食销量同比增速TOP10省份



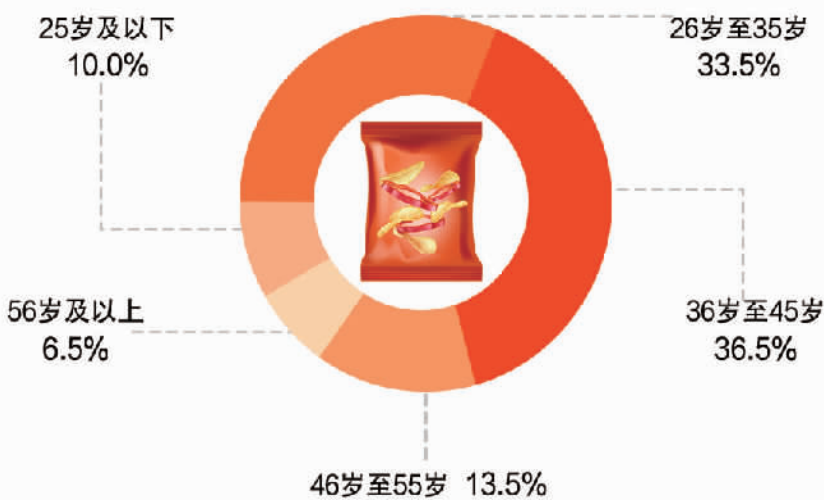
不同性别消费者零食消费偏好指数TOP5



不同性别消费者零食口味偏好指数TOP5



各年龄段消费者零食消费额占比



说数

近年来，我国休闲食品市场呈现出蓬勃发展势头，市场规模已突破1万亿元。从传统的瓜子糖果巧克力，到辣条和低糖蛋白棒，再到火出圈的地域风味零食，消费需求多元化与渠道创新驱动市场不断迭代。

消费需求升级是休闲食品市场增长的核心引擎。如今的消费者早已不满足于“解馋”，而是追求健康、尝新和情绪价值的三重满足。消费者对营养和健康的关注度不断提升，低糖、低卡、添加少成为基本要求，推动休闲食品行业从传统的高热量产品向减肥、控糖、助消化等功能性和健康导向的产品转型。年轻消费者热衷尝新，使得不同食材或口味创新组合的“跨界”零食快速走红，休闲零食的品类边界不断拓宽。此外，休闲零食既是解压神器也是怀旧载体，无论是“复活”经典产品引发情感共鸣，还是通过味蕾享受带来放松和即时愉悦，都让零食消费拥有了穿越经济周期的韧性。

互联网渠道、内容平台和即时零售的快速发展为零食消费打开增长空间。电商平台渗透率持续提升，内容平台凭借娱乐性与社交属性，通过直播带货、短视频和笔记种草，精准触达目标人群。这不仅激发了消费者的购买热情，也让不少小众地方特产从“区域爆款”成长为“国民零食”，进一步激活市场需求。

当前，我国人均休闲食品消费量远低于发达国家，随着收入提高与消费意识升级，市场还有很大发展潜力。相关企业需要在创新上持续发力：配方上坚守“干净”底线，将健康理念与美味体验更好结合；深耕地域特色与跨界组合，让传统风味焕发新生；包装兼顾高颜值与社交分享属性，打造“第一眼吸引力”；品牌内涵融入国潮、怀旧等元素，与消费者建立深层情感联结。唯有精准把握消费者需求，在健康与美味、创新与经典、新奇与品质之间找到平衡，才能在万亿级市场中站稳脚跟，拥抱未来增长。



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年7月13日至10月12日