

说数

月饼风味各有所爱

李 瞳

“小饼如嚼月，中有酥与馅”，千百年来，一枚月饼承载的，从来不只是口腹之欢，更是团圆之情与人间烟火。数据显示，今年月饼市场风味百态、各有千秋，细细品来，倒有几分“老树新花”的意趣。

先说“经典”。在各类特色月饼口味中，蛋黄莲蓉以50.8%的销售额占比独占鳌头，奶黄流心月饼以27.0%的销售额占比紧随其后。可见无论潮流如何流转，那一口绵密的传统味道，依然是消费者心中“月饼”二字的正解。搜索端的热度更印证了这份偏爱——五仁金腿月饼的搜索量同比增长534%，无蔗糖月饼、蛋黄莲蓉月饼也分别上涨了509%和494%。老味道不但没老，反而借着佳节的到来愈酿愈浓。

再说“新潮”。若以为月饼消费市场是一成不变的，便小看了这届食客。今年在消费市场上最出风头的，当数那些“出其不意”

的新奇口味：酒味、梅菜、香菜三款月饼的销售额同比增长均超过10倍，麻辣口味销售额同比增长6.7倍，鱼子酱口味销售额同比增长4.1倍，蟹味、松露、榴莲等口味的销售额也各自涨了2倍有余。从“甜咸之争”到“万物皆可入馅”，消费者用舌尖完成一场又一场“站队”。传统为骨、新潮为翼，今年的月饼市场十分热闹。

热闹之外，“健康”二字也悄然成为消费者的关注重点。低糖/控糖型月饼的销售额同比增长256.7%，轻养生型月饼增长171.4%——黄精、茯苓、枸杞、山药等滋补食养原料，纷纷走入馅料中。从搜索量看，无蔗糖月饼跻身前列。健康型月饼的买家则以36岁至45岁人群为主。

人群与地域之间的消费差异，也别有一番“风味”。数据显示，16岁至25岁消费群体独爱云腿酥皮月饼；56岁及以上的长者，

则对老式五仁月饼情有独钟。女性消费者偏爱奶皮子的绵软，男性消费者钟情云腿酥皮的咸香。

值得留意的还有月饼消费场景的变化。过去月饼多是走亲访友的节礼，如今除了馈赠需求，自购尝鲜的占比正在稳步提升。不少消费者会主动选购不同口味的小包装月饼，自己品尝或是和同事好友分享，让“赏月吃饼”从一年一度的仪式，变成日常也能碰得到的小满足。

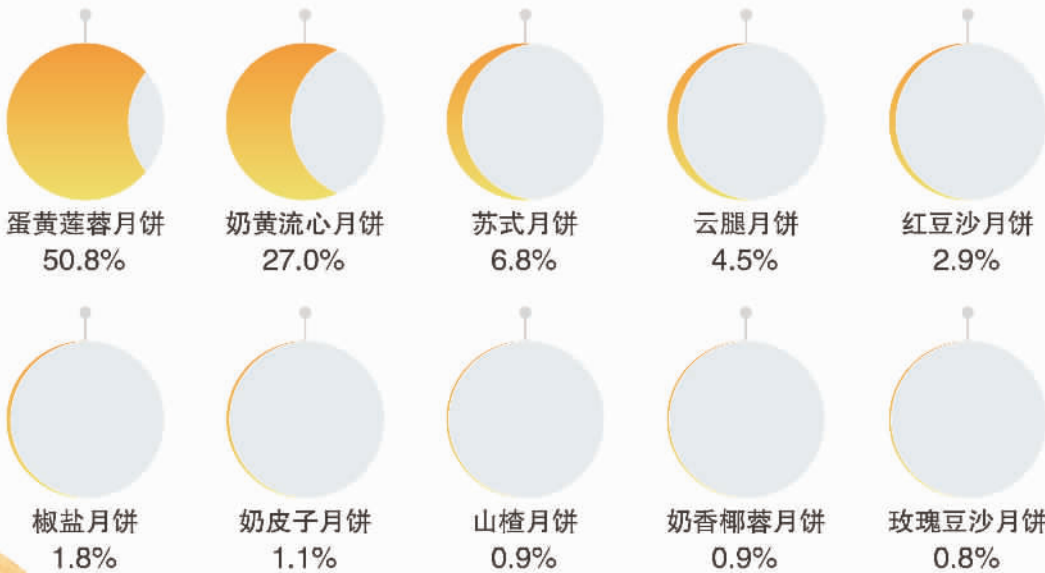
如今，月饼承载的意义正在慢慢延伸：它依然是刻在中国人骨子里的中秋符号，装着阖家团圆的美好期许，也慢慢跟上了现代人对生活的新期待——可以守住经典的滋味，也能包容新奇的尝试；可以承载人情往来的温度，也能简简单单取悦自己。一口月饼里，尝得到传承的味道，也品得到生活的新变化，这大概就是中秋佳节最动人的烟火气。

在这里读懂中国消费

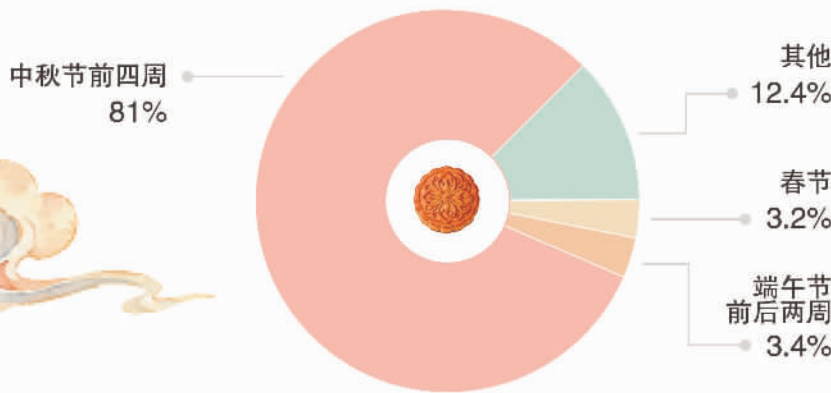


1 整体消费情况

▼ 特色月饼品种销售额占比TOP10

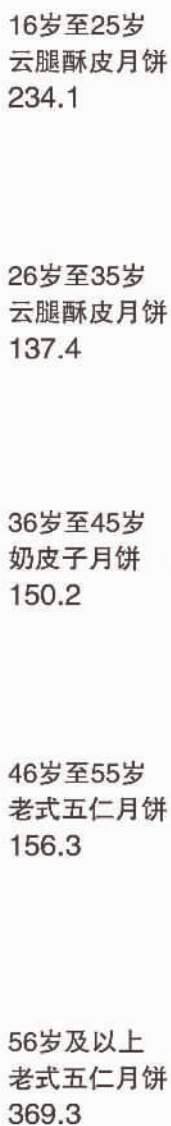


▼ 全年月饼热销节点（销售额占比）

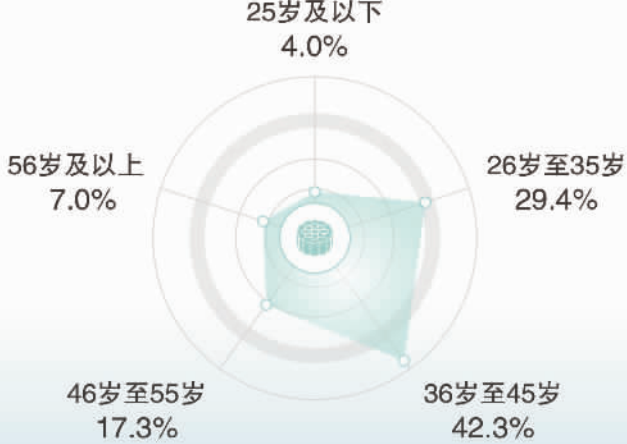


2 消费者特征

▼ 不同年龄段消费者月饼口味偏好指数



▼ 各年龄段消费者健康型月饼销售额占比



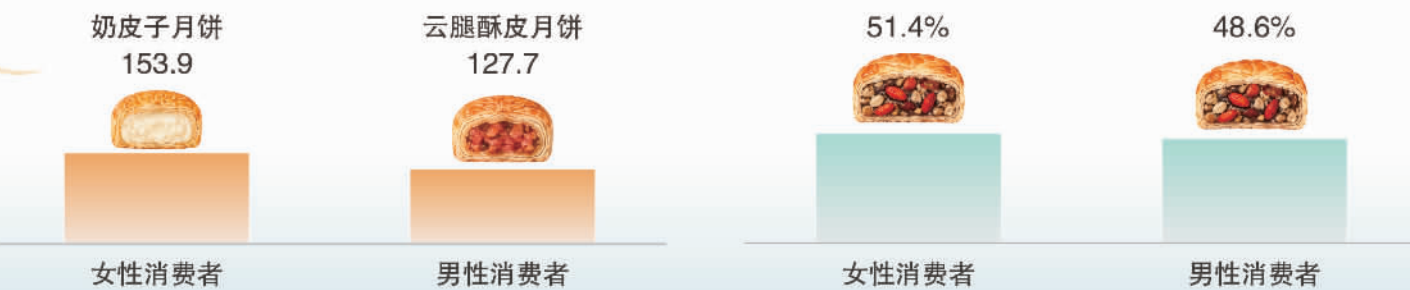
▼ 新奇口味月饼销售额同比增速

▼ 不同包装类型的月饼销售额同比增速



▼ 不同性别消费者月饼口味偏好指数

▼ 不同性别消费者健康型月饼销售额占比



更多内容 扫码观看

数据周期：
2026年8月28日
至9月16日