

TIMON



町芒研究院

2019休闲零食行业研究报告



町芒研究院发布于2020年1月

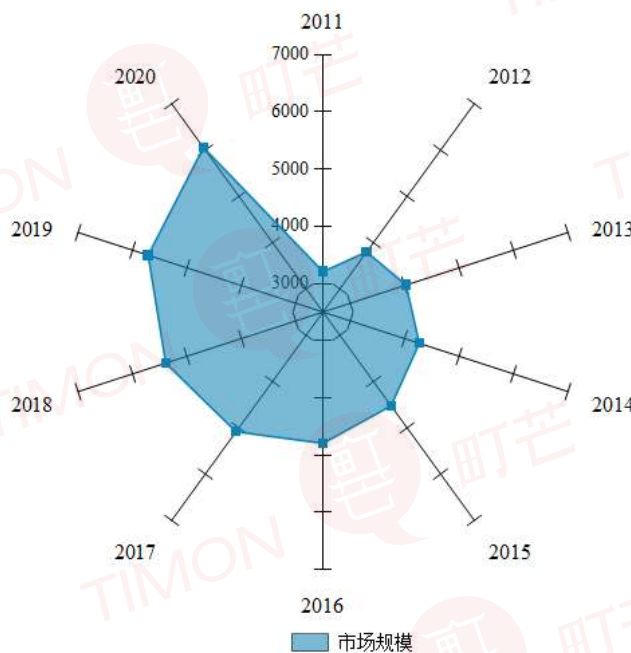
目录

1 休闲零食行业背景	1
2 町芒研究院休闲零食评测	5
2.1 町芒优选指数 (DCI) 分析	6
2.2 标准评测分析	7
2.3 品质评测分析	11
2.4 感官评测分析	15
3 高品质更健康的休闲零食是选择趋势	19
3.1 消费者核心需求转变升级, 高品质 更健康的休闲零食是选择趋势	19
3.2 泛公信力时代, 消费者面对选择 更加困难	20
3.3 町芒, 品质生活, 更懂选择	20



1、休闲零食行业背景

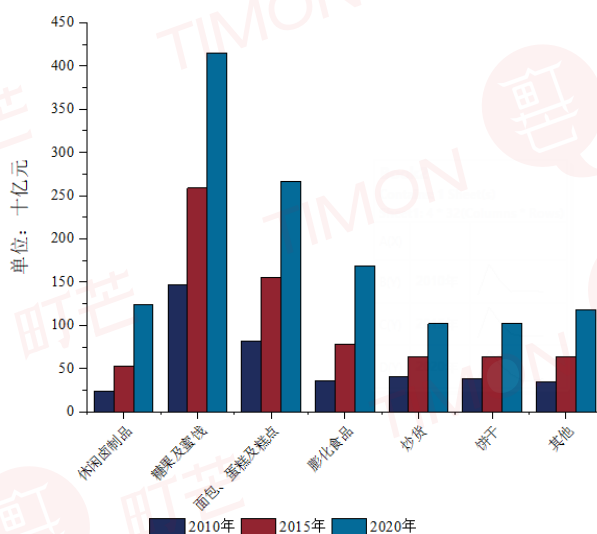
休闲食品能减轻人的心理压力，并能帮助食用者缓解自身情绪，保持心情舒畅。未来随着消费者的消费水平和购买力的不断提升，越来越多的消费者会对休闲零食有更高的需求，甚至作为代餐。整个行业正在向风味化、营养健康化、享受化甚至功能化的方向发展。



2011-2020 年中国休闲零食市场规模及预测

(数据来源：公开资料整理)

目前我国休闲零食市场容量巨大，处于快速发展后的早期成熟阶段，整个市场规模约 5700 亿，且随着生活水平提高，年复合增长率维持在 6.5% 以上，到 2020 年市场规模有望突破 6000 亿元。

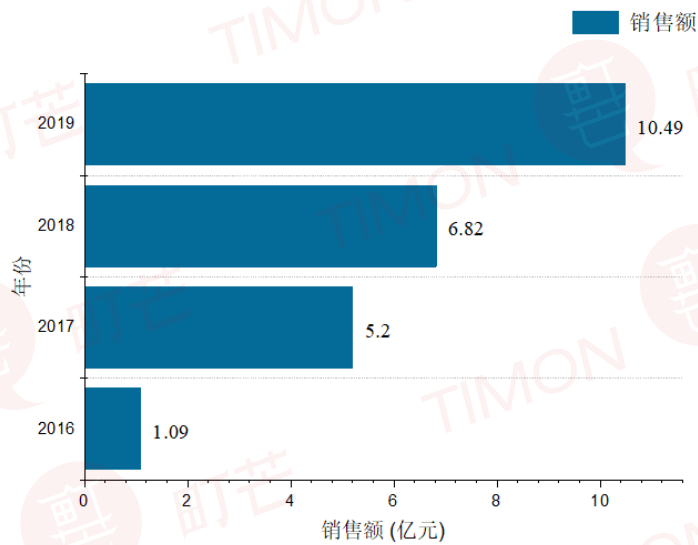


不同类别休闲食品零售市场规模（十亿元）

（数据来源：公开资料整理）

从品类结构来看，休闲食品包括糖果巧克力、坚果炒货、肉干肉脯、果脯蜜饯等，种类繁多，且不断推陈出新。在中国休闲食品行业中，不同类别的产品有着不同的发展速度，预计到2020年，中国休闲卤制品零售市场规模将超1200亿元，糖果及蜜饯市场规模有望突破4000亿元。

2019年天猫“双十一”交易额为2684亿元，超出2018年全年交易额549亿元。根据历年双十一的销售情况来看，日用品、食品等都是高频次的消费产品，其中零食行业的成交业绩尤为抢眼。双十一当天休闲食品市场全网销售额达36.2亿元，占全网销售额0.9%，其中海外购占2.1%，而国产零食品牌也展开了激烈的竞争。天猫双十一食品品牌销售排行榜TOP10，三只松鼠为第1名，百草味和良品铺子分别为第4名和第5名。



2016年-2019年“双十一”三只松鼠销售额

(数据来源：公开资料整理)

其中三只松鼠用时 19 分 23 秒销售额破亿元，居天猫全网休闲零食行业交易指数榜首。2019 年三只松鼠双十一销售额为 10.49 亿元 同比增长超 50%。

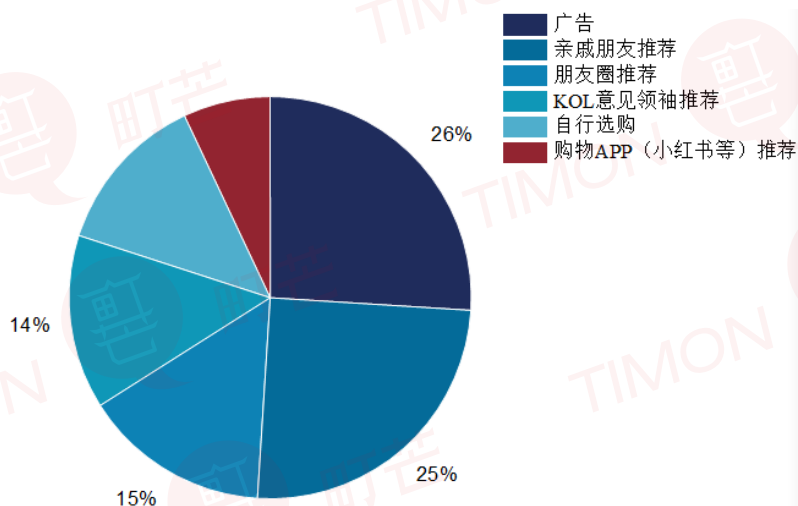
作为普通消费者，在面对任何一类零食时，可做选择的品牌越来越多，除了一系列经典主流品牌之外，同时不断有新的“网红品牌”涌现。消费者为了追求新的口味，进口零食也逐渐成为“吃货”的打卡项目。



(消费者熟知的零食品牌图谱)



2019年10月，町芒研究院针对消费者“如何选购休闲零食”，进行了专项在线问卷调查。



如何选购休闲零食专项调查结果

(数据来源：町芒研究院)

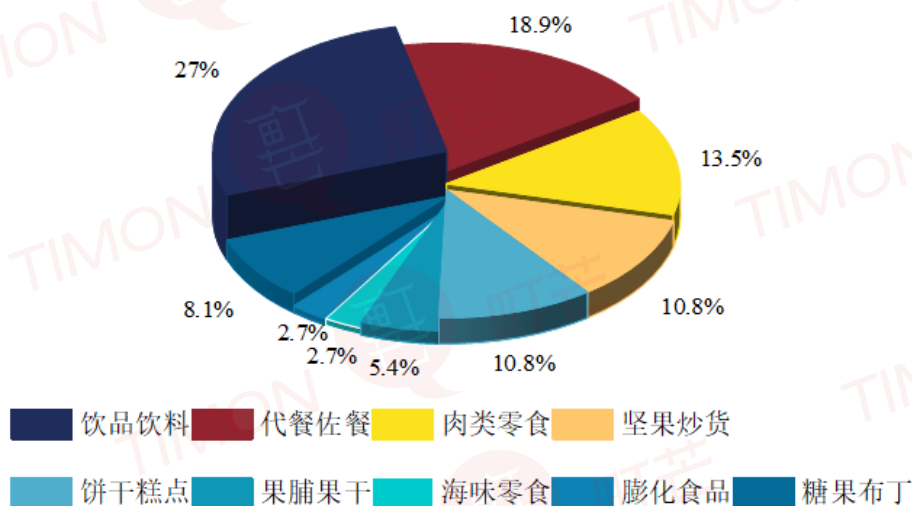
最终调研结果显示，消费者在选购某款产品时，缺乏核心判断力，对产品品质无法判断，容易跟风。26%的人觉着跟着广告买更加可靠，25%的人觉着亲戚朋友推荐的产品更安全更可靠，15%的人习惯于朋友圈推荐，14%的人更相信KOL意见领袖推荐种草，但往往通过这几种方式购买的食物综合品质并不乐观，甚至根本不是自己想要的那一款。

于是消费者开始不断尝试各种渠道及更换品牌，形成了一个恶性循环，消费者被“收割”的感觉愈加强烈，对于产品、市场和大环境的不信任感已经到达极致。



2、町芒研究院休闲零食评测

为了解决消费者的选择困难，帮助消费者选择安全营养的优质产品，町芒研究院对休闲食品进行了严格评测。截止到 2019 年 12 月，町芒研究院评测休闲零食，包括饮品饮料类、肉类零食类、坚果炒货类、饼干糕点类、果脯果干类、膨化食品类、糖果布丁等 30 余款，涉及 800 多个品牌，评测样品量接近 2000 余个。



2019 年町芒评测休闲零食品类占比

(数据来源：町芒研究院)

评测样本来自线上电商平台、线下连锁商超、活跃社群及网红流量产品，单类产品选品数量基本涵盖市售所有品牌。

町芒研究院对以上每一类休闲零食进行深度综合评测，最终得出所评测产品的町芒优选指数（DCI），消费者可根据所需产品的榜单排名情况进行选择。



2.1 町芒优选指数（DCI）分析

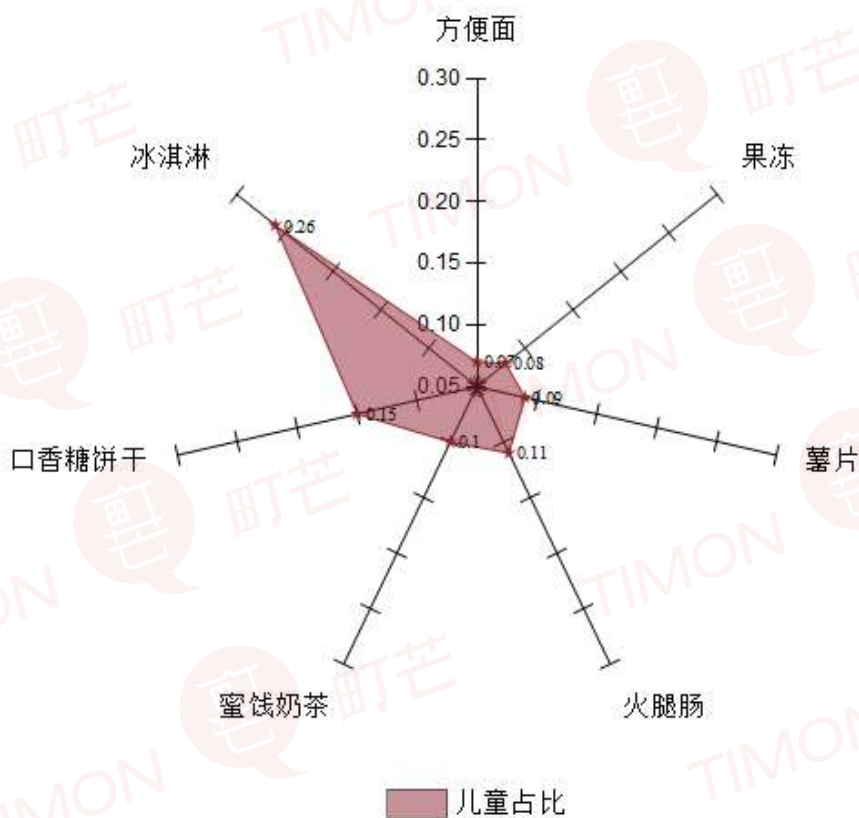
町芒研究院在评测 2000 余款休闲零食样品后，整理分析得出的最终町芒优选指数（DCI）可以看出，目前休闲零食对消费者的健康存在不同程度的安全隐患：

- 1、儿童常吃的零食所含添加剂数量多。
- 2、话梅、肉类零食钠含量普遍偏高，高钠零食占比高达 95%。



2.2 标准评测分析

2018年5月19日，由中国疾病预防控制中心营养与健康所、中国营养学会共同编制的《中国儿童青少年零食指南（2018）》在北京发布。我国2岁及以上人群零食消费率从90年代的11.2%上升至近期的56.7%，零食提供能量占每日总能量的10%左右。儿童青少年正处于生长发育的关键时期，也是养成良好饮食习惯的重要阶段，过多或不合理零食消费行为可能增加肥胖及相关慢性病发生的风险。新版《指南》将更有针对性地为儿童青少年提供零食指导，使零食指南进一步科普化。



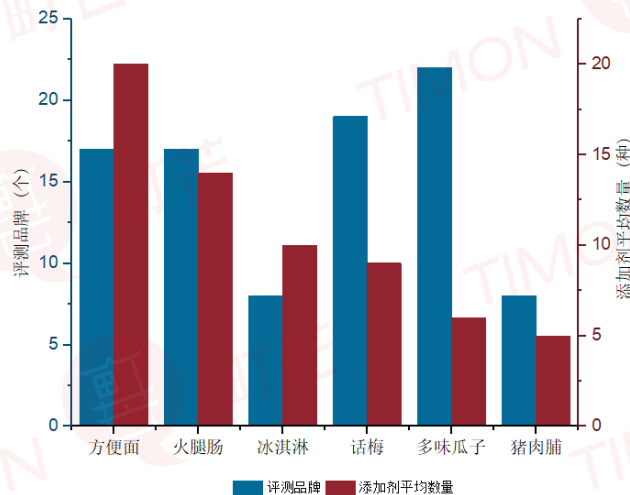
每天食用休闲食品的儿童占比

(数据来源《中国9城市儿童食品添加剂摄入情况调查报告》)

根据《中国9城市儿童食品添加剂摄入情况调查报告》调查数字显示，7%的儿童每天食用方便面，8%的儿童每天食用果冻，9%的儿童每天食用薯片，11%的儿童每天食用火腿肠，每天食用蜜饯和奶茶的儿童比例为10%，每天食用口香糖和饼干的儿童比例为15%，在夏天，每天食用冰淇淋的儿童更是高达26%。



町芒研究院针对 30 余款, 681 种食品的配料表及所含食品添加剂进行了取样统计。其中方便面、火腿肠、冰淇淋、话梅果脯、多味瓜子、猪肉脯等食品所含的添加剂最多。



町芒研究院评测休闲零食及评测零食所含添加剂平均数量

(数据来源: 町芒研究院)

町芒研究院所评测方便面品牌 17 个, 添加剂最多 29 种, 最少有 8 种。方便面中常见的添加剂有谷氨酸钠、焦糖色、柠檬酸、特丁基对苯二酚等。儿童长期食用含柠檬酸的产品, 可能导致低钙血症。所评测的 19 款话梅中, 添加剂最多 15 种, 最少 5 种。这类果脯蜜饯中所含添加剂为柠檬酸、山梨酸钾、苯甲酸钠等。其中苯甲酸钠会破坏维生素 B1, 并影响儿童对钙的吸收。而町芒研究院所评测的 8 款冰淇淋, 不乏 2019 年最火的网红冰淇淋, 其中网红海盐奶酪冰激凌含有 15 种添加剂, 网红双黄蛋含有 8 种添加剂, 冰淇淋中的添加剂以人工香精、增稠剂、人工合成色素等使用最普遍, 而其中有的人工色素, 国外规定不能用于食品。



町芒研究院从休闲零食物质限值、食品添加剂种类等多个维度对 681 种市售休闲零食进行了深度解析。添加剂种类是标准评测的指标之一，添加剂种类越多，标准评测星级越低，而综合评测结果不容乐观，评测的休闲零食中，仅 7.5% 的休闲零食，标准评测达到町芒研究院五星标准（不含添加剂），65.3% 的休闲零食达不到町芒研究院标准评测的三星标准（最高五星）。

据了解，在我国食品添加剂使用标准中，虽然规定了不允许应用于婴幼儿食品的添加剂范围，但是对于婴幼儿的年龄范围并没有相关规定。国际上通常将 3 岁以内的儿童列为婴幼儿。根据调查结果显示，我国很多儿童在 3 岁以前就开始接触各种含添加剂的零食，这些零食通常并不属于婴幼儿食品范畴。由于家长缺乏了解，导致很多 3 岁以内的幼儿通过零食、饮料摄入了多种婴幼儿本不该摄入的食品添加剂。

另外，在町芒研究院评测的零食中，接近 23.5% 的食品添加剂中有阿斯巴甜或安赛蜜。而这两种添加剂也曾被报道与多种不良反应相关。町芒研究院针对该类问题向谷宁®企业质控管家进行咨询了解到，企业在生产过程中，可以通过优化合理把控此类添加剂的使用剂量，同时在保证口味的前提下，选择健康、合适的替代原料。



根据《中国儿童青少年零食指南（2018）》中建议，2-5岁学龄前期是儿童生长发育的关键阶段，如果需要添加零食，应该少量，且要选择健康零食。对于6-12岁学龄儿童，建议优选水果、奶类和坚果，少吃高盐、高糖、高脂肪零食。对于13-17岁青少年，少吃高盐、高糖、高脂肪及烟熏油炸零食。

2.3 品质评测分析

盐，作为最早的烹饪调味品，素有“百味之王”之称，但食盐摄入过多可导致血压升高等健康问题。2019年4日，中国健康教育中心在北京发布《减盐健康教育手册》称，中国目前是全球盐摄入量最高的国家之一。根据中国居民营养状况调查：2012年中国18岁及以上居民人均每日烹调盐摄入量为10.5克，再加上通过加工食品摄入的盐以及食物本身固有的盐，中国居民实际盐摄入量估计在12克左右，远远超过世界卫生组织推荐摄入量(5克)。

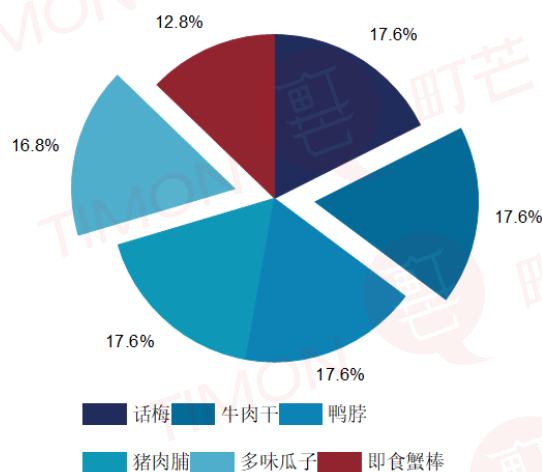
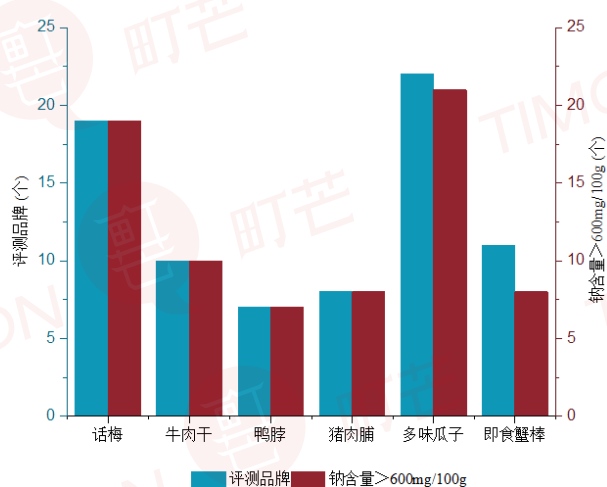
以年轻人比较常见的6类零食为例：话梅、多味瓜子、牛肉干、鸭脖、猪肉脯、即食蟹棒。

町芒研究院针对以上零食进行综合评测，涉及品牌77款。



2.3.1 高钠食品在评测产品中所占比重较高

根据食品安全标准与检测评估司 2019 年 8 月 19 日分布的“中国居民减盐核心信息十条”中对高钠食品的规定，固体食物中钠超过 600mg/100g（即高于 30% 钠的 NRV），即为“高钠”或“高盐”食物。



6 类休闲零食高钠食品所占比重

（数据来源：町芒研究院）

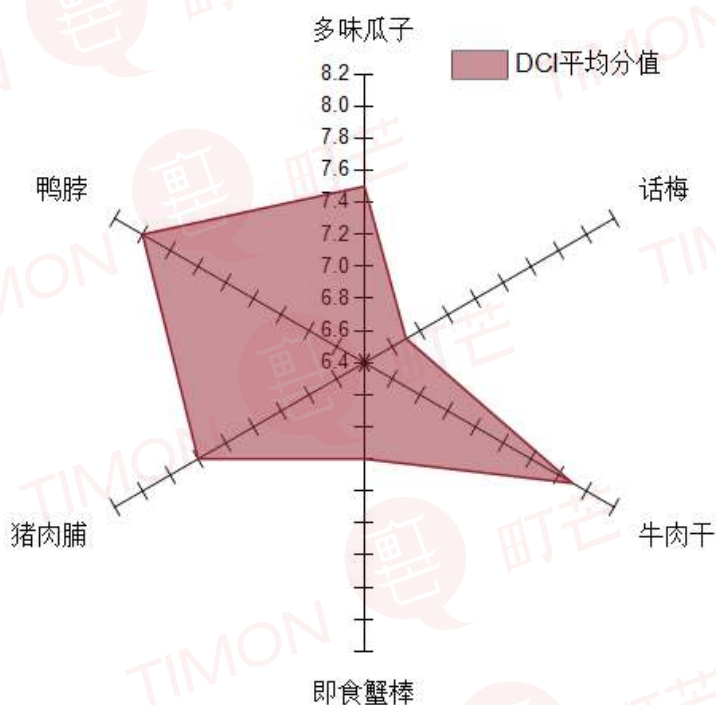
町芒研究院所评测的 77 款休闲零食品牌中，高钠零食占比高达 95%。其中



话梅、牛肉干、鸭脖、猪肉脯所评测产品均为高钠食品，占比高达 100%。

2.3.2 高钠食品 DCI 评分均值普遍较低

钠含量作为品质标准中的重要评测指标，钠含量越高，品质标准星级越低，相应该产品的 DCI 评分也就越低。（DCI 评分采用 10 分制，最高分为 10 分）



6 类休闲零食 DCI 评分情况

（数据来源：町芒研究院）

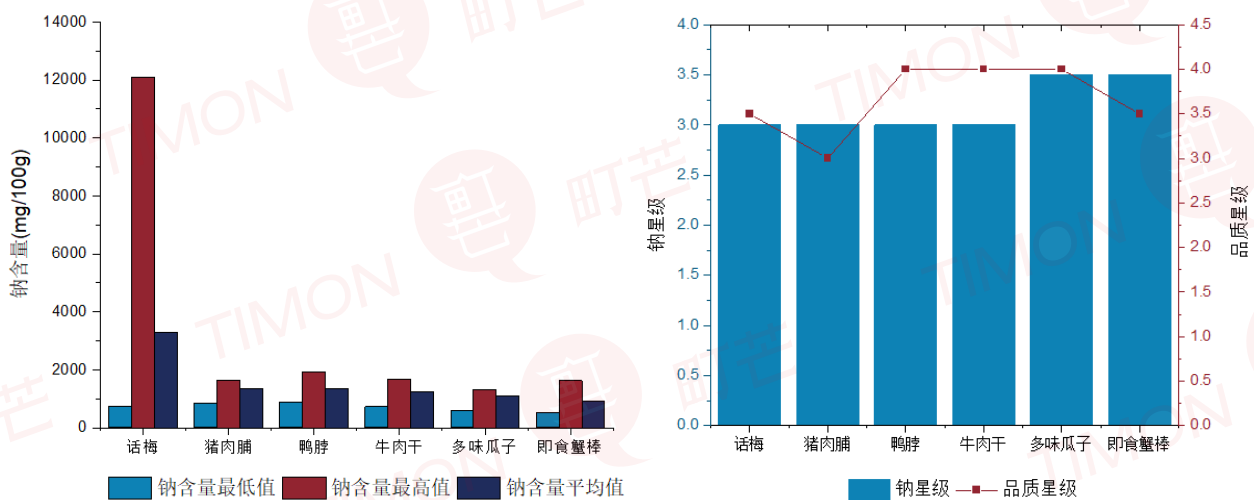
结合町芒优选指数（DCI）可以看出，该类高钠食品的 DCI 评分普遍较低，

6 类产品 DCI 评分均值最高为鸭脖 8.0 分，均值最低为话梅 6.7 分。



2.3.3 6类休闲零食钠含量平均分整体偏低，品质星级较低。

町芒研究院对6类休闲零食所有评测产品钠含量进行统计分析，得出每款产品钠含量分值以及该款产品的品质星级。



6类休闲零食钠含量与品质星级的关系

(数据来源：町芒研究院)

根据6类休闲零食每款产品包装上钠含量的标识值，结合町芒优选指数计算标准，对产品钠含量进行打分（1分-5分）发现，该产品所得平均分整体偏低，最高3.5分最低3分，而品质星级最高4星，最低3星。其中话梅的钠含量在6类产品中最高，平均值为3291.3mg/100g，19款产品钠含量平均得分3分，其品质星级平均3.5分。即食蟹棒的钠含量相对较低，平均值为900.8mg/100g，但仍然超过了高钠食品限值。



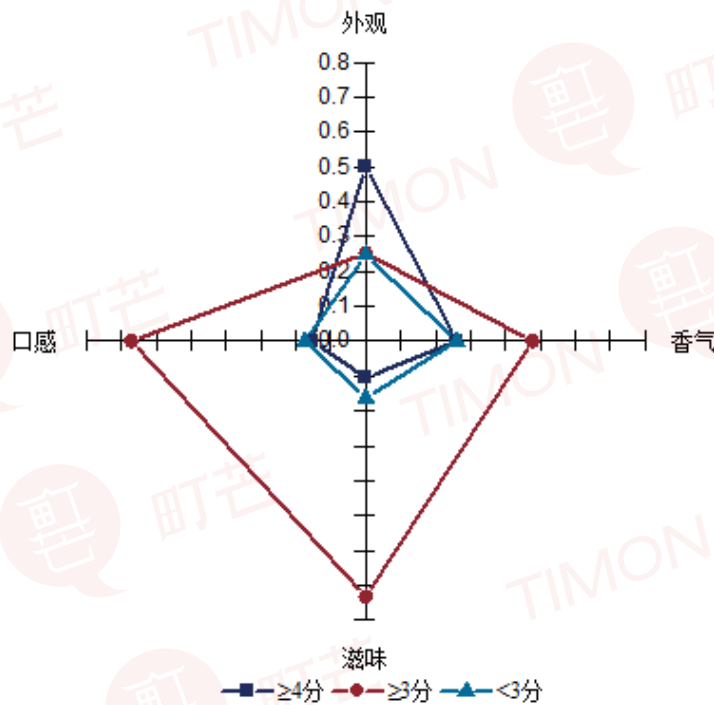
2.3.4 生产工艺造成产品高盐特色

话梅、蜜饯类干果在制作时都会放入盐或糖等多种配料进行盐腌或糖渍，不仅口感好，也利于保存，但含盐量和含糖量很高。

话梅生产工艺流程：原料选择→腌渍→晒干→漂洗→日晒→配料→配汁→干燥→包装。在制作过程中，100g 青梅需要用 20g 左右盐浸泡，用盐量非常多。不过在制作过程中，也会有不少盐分流失，但最后的成品话梅里，钠含量依然较高。

2.4 感官评测分析

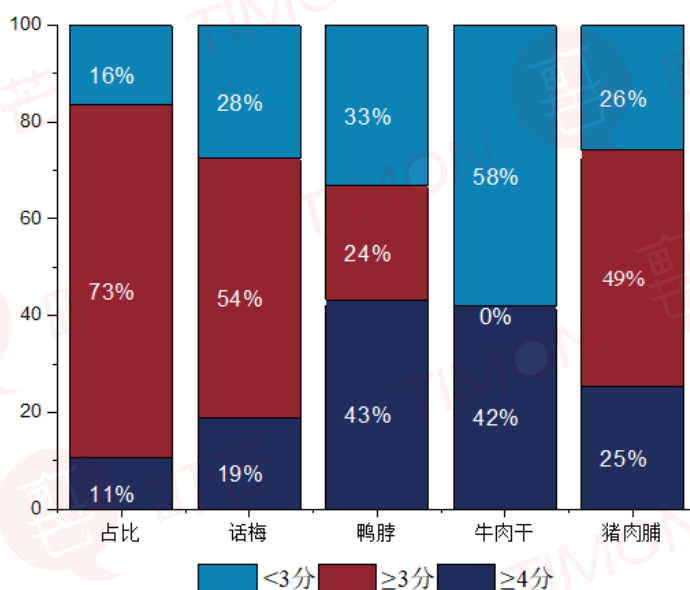
町芒研究院为了从专业角度及消费者角度两方面，对休闲零食感官品质进行全方位解读，聘请了数十位专业感官评测师、二十位优秀感官评测师及上百位线下体验官，对町芒研究院评测的话梅、鸭脖、牛肉干、猪肉脯进行感官评测。



町芒研究院测评休闲零食感官分值分布

(数据来源: 町芒研究院)

町芒研究院从产品外包装、色泽、质地、香气、滋味及口感等多维度对休闲零食进行解读。外观评分大于等于3分以上的产品占75.3%，低于3分的产品占24.7%。据研究表明，休闲零食“吃货”用户画像为90后猪猪女孩80后宝妈。该类年轻群体更加青睐高颜值，有设计感的产品包装，同时对产品是否便于储存和携带更加在意。话梅、鸭脖、牛肉干、猪肉脯等小零食满足开袋即食，小袋包装+拉链密封锁的产品包装更加受欢迎。



町芒研究院测评休闲零食线下体验馆感官分值分布

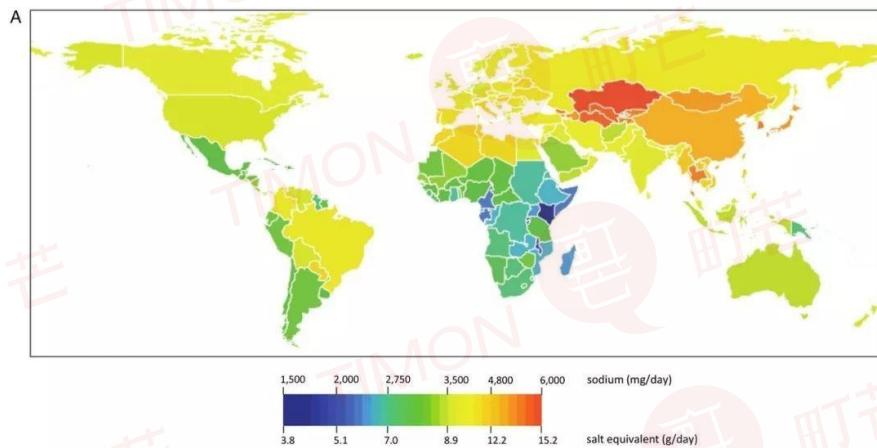
(数据来源：町芒研究院)

由于町芒研究院测评的话梅果脯及肉类零食中，有 100%都属于高钠产品，因此此次测评中经町芒研究院专业感官评测团队研究从营养、健康方便考虑决定，将该类高钠产品的滋味均定为 3 分。但为了更真实的了解线下体验官（消费者）的消费习惯，对线下体验滋味的评测没有要求。结合所有感官评测师的评测，发现该类高钠零食的滋味评分大于等于 3 分以上的产品占 83.7%，低于 3 分的产品占 16.3%，其中钠含量均值最高的话梅和鸭脖，滋味评分在 3 分以上的分别占比为 58%和 86.6%。从町芒研究院对休闲零食的口感评测中，82.6%的线下消费者都认为该类高钠零食咸味适宜，且均能接受这类口味，数据表明中国人群饮食具有口味重的特点。



同时食品安全标准与检测评估司于 2019 年 8 月 19 日发布的“中国居民减盐核心信息十条”中也指出，目前我国居民食盐平均摄入量为 10.5 克，但健康成人每天食盐摄入量不应该超过 5 克（1 克盐约等于 400 毫克钠）。

英国医学杂志《柳叶刀》一组调查数据：在中国，五分之四被调查群体每日平均盐摄入量 12.5g，是中国膳食指南规定（6g）的两倍多。杂志相关研究认为，中餐重盐的特质直接与健康风险挂钩，也发出“中国菜太咸了”的提醒。这份研究主要作者、加拿大麦克马斯特大学人口健康研究所 Andre Munter 教授表示，钠摄入量超过 5 克（相当于 12.5 克盐）的国家如中国，应将他们的摄入量降至适当范围内。



（颜色越红，代表盐摄入量越多）

该图颜色代表 20 岁以上人群，食盐摄入量的平均值，颜色越红，代表盐摄入量越多（2010 年）。饮食偏咸的中日韩三国，在盐摄入上，力压全球大多数国家。



按照成人每天建议摄入钠 2200mg 来计算，仅仅吃下 1 包话梅（按照一包话梅 80g 计算），钠含量就已经接近一天的摄入量。而话梅、蜜饯、肉脯在制作时都会放入盐或糖等多种配料进行加工，不仅在口感上更好，也利于保存。然而所含盐量却要命的高，许多国人不知不觉就把自己泡进了盐罐子。

町芒研究院认为，中餐重盐的特质直接与健康风险挂钩，而过量摄入盐，正是高血压、心脏病、肾病、中风等疾病的重要成因之一。为了改变中国高盐饮食的特点，让中国饮食逐渐趋于健康。我们应该从日常饮食做起，同时关注婴幼儿的日常饮食，逐渐培养低盐饮食习惯。这也需要我们食品企业以身作则，不能以迎合市场为目的，生产的所有休闲零食应该从健康出发，严格按照健康饮食配比去生产相关产品。

3、高品质更健康的休闲零食是选择趋势

3.1 消费者核心需求转变升级，高品质更健康的休闲零食是选择趋势

在快速的经济背景发展下，消费者的消费观念从单纯性的物质到生理升级，从生理需求到健康、心理的转变，从高昂价格的消费转变成了注重健康的消费理念。单纯的物质消费已经不能满足新的社会消费主体用户。同时消费者开始注重产品的品质，对健康食品的诉求逐步增强，追求更健康的生活方式。消费者更愿



意选择低热量、低脂肪、低糖、低钠，且更健康更营养的食物。

即便消费者有更高的需求，但快节奏的生活使得他们对于选择分辨品质产品的过程保持着懒惰的心态。

3.2 泛公信力时代，消费者面对选择更加困难

正如町芒研究院的在线调研结果显示，多数消费者在面对选择时无从下手，只能跟着广告买，跟着微商买，跟着感觉买，人云亦云被动“种草”。然而受消费习惯变化、消费升级的驱动，人们即使愿意购买健康且营养价值更高的产品，但是并不知道该如何去选择。

3.3 町芒，品质生活，更懂选择

对于町芒研究院的评测结果，目前市面上的休闲零食确实存在所含添加剂种类多且高钠食品占比高等问题。对于添加剂合法，且用量规范的情况下，对人体健康及安全是没有问题的，但町芒优选榜单（DCI 评分）仍然更倾向于添加剂较少，且钠含量较低的零食。那些少用添加剂、用天然添加剂或天然原料进行物理方法处理，来代替添加剂使用的综合品质较高的产品，那些能够满足特殊群体低盐淡口需求的食物，能够通过 DCI 榜单，得到更直接更公正的曝光和认证。町芒



希望为那些追求更高品质生活的消费者提供选择依据，让他们面对选择不再迷茫。

同时，基于休闲零食添加剂种类多、钠含量高的问题，谷宁®结合町芒的测评数据，实验室大数据（全程保密，只用作分析）、食安通数据，以及休闲食品的市场反馈，编写《休闲食品企业年度质量分析报告》，并结合全国食安重点监控数据与休闲食品安全发展趋势，对休闲食品企业发展方向给出建议。

希望通过町芒的努力，能让消费者在选择的同时更加轻松和笃定。不需要经历町芒复杂的筛选过程，就能够得到最正确的选择。而谷宁只需要进行专业的“体检”，而不是“治病”，让品质成为一种产品常态，而非“难能可贵”的品格。同时，町芒更希望自己是一双发现良心企业的眼睛，让好的产品可以让更多人知道，不再让所谓的广告成就天下，让社会回归常态，让更好的产品成就每个人的品质生活。



町芒优选指数（DCI）

町芒优选指数（DCI）由町芒研究院研究发布，从执行标准（Standard）+品质标准（Quality）+感官标准（Sensory）三个维度综合评测一款产品，得出该款产品的最终指数，即町芒优选指数（DCI），数值越高代表综合品质越好。町芒优选指数（DCI）从多个维度考量，为消费者推出品质上乘的产品，进而引导消费者为品质生活做出聪明选择。

町芒研究院对市售产品进行大数据筛选，每一个评测产品至少筛选对比上百种同类型产品，进行全方位解读；检测样品送往独立食品检测实验室，由超百位实验室人员为样品出具具有法律效力的检测报告；最终根据检测报告，通过严苛的标准对一个产品进行全生命周期的判断。最终以独特的DCI榜单，直接体现产品的品质，通过榜单，优质产品能够得到具有公信力的认证。

町芒优选榜单，为消费者提供选择依据，解决选择困难。