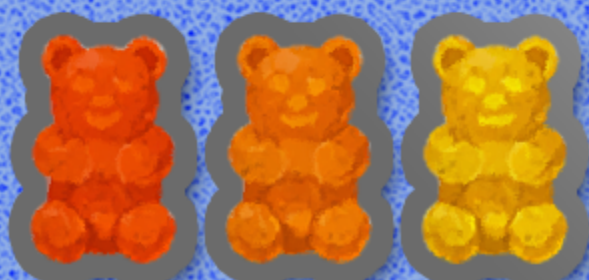


2026 年轻人

「零食消费」 报告



调查对象

性别：

女性 77.7%

男性 22.3%

年龄层：

18岁以下	1.6%	28-32岁	33.8%
-------	------	--------	-------

18-22岁	11.7%	33岁及以上	23.3%
--------	-------	--------	-------

23-27岁	29.6%
--------	-------



零食网红化

像短视频信息流一样更新换代

2026年网红零食最想尝试Top8



肉类卤味&
肉干脆片代表

1 风干牛脆脆/牛肉脆片 37.9%

2 虎皮凤爪/柠檬酸辣无骨鸡爪 35.6%

3 酱香卤鸭舌/鲜卤鸭四宝 32.0%

巧克力口味&
糯叽叽流心
口感代表

4 迪拜巧克力类零食 26.4%

5 糯叽叽麻薯/芋泥流心酥 24.2%

麻酱口味代表

6 麻酱魔芋爽、掌中宝 23.7%

咸蛋黄口味代表

7 咸蛋黄鱼皮脆 23.4%

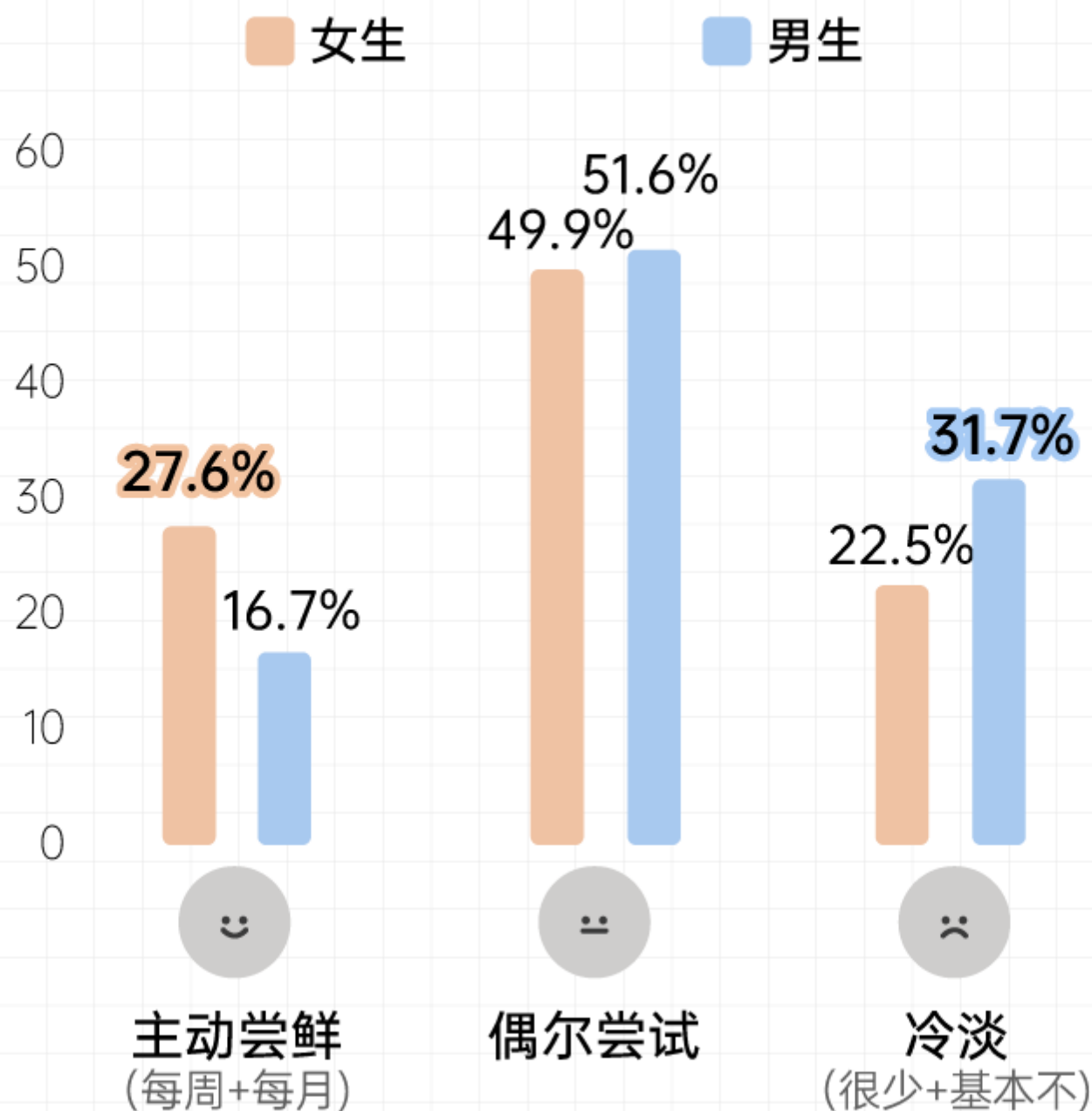
冻干工艺代表

8 冻干草莓脆/冻干酸奶块 22.7%

尝试新零食的主要原因

①	好奇味道	68.1%
②	价格不贵就想买来尝尝	30.8%
③	觉得生活需要一点新鲜感	28.7%
★	想找新的解馋选择	24.4%
★	短视频/小红书刷到	23.2%
★	被别人推荐	22.3%
★	被低热量/营养价值型零食吸引	16.6%
★	没有什么尝试的欲望	6.2%

不同性别主动尝新的意愿





追求健康嘴馋

“不健康零食”披上了营养标签

年轻人最喜欢的零食口味TOP10



主流口味

咸味

如薯片、苏打饼干等

53.5%

甜味

如巧克力、蛋糕、糖果等

47.6%

受欢迎口味

甜辣味

如辣条、辣味坚果等

38.1%

麻辣味

如麻辣牛肉干、麻婆味零食等

30.6%

中等热度口味

酸甜味

如话梅、果干、酸奶制品等

29.9%

原味/清淡

如原味坚果、海苔等

25.0%

小众但稳定口味

芝士/奶香味

如芝士饼干、奶酪棒等

18.9%

烧烤/烟熏味

如烤肉味薯片、烟熏肉干等

15.2%

咸蛋黄味

如咸蛋黄味鱼皮/锅巴/蛋卷等

9.2%

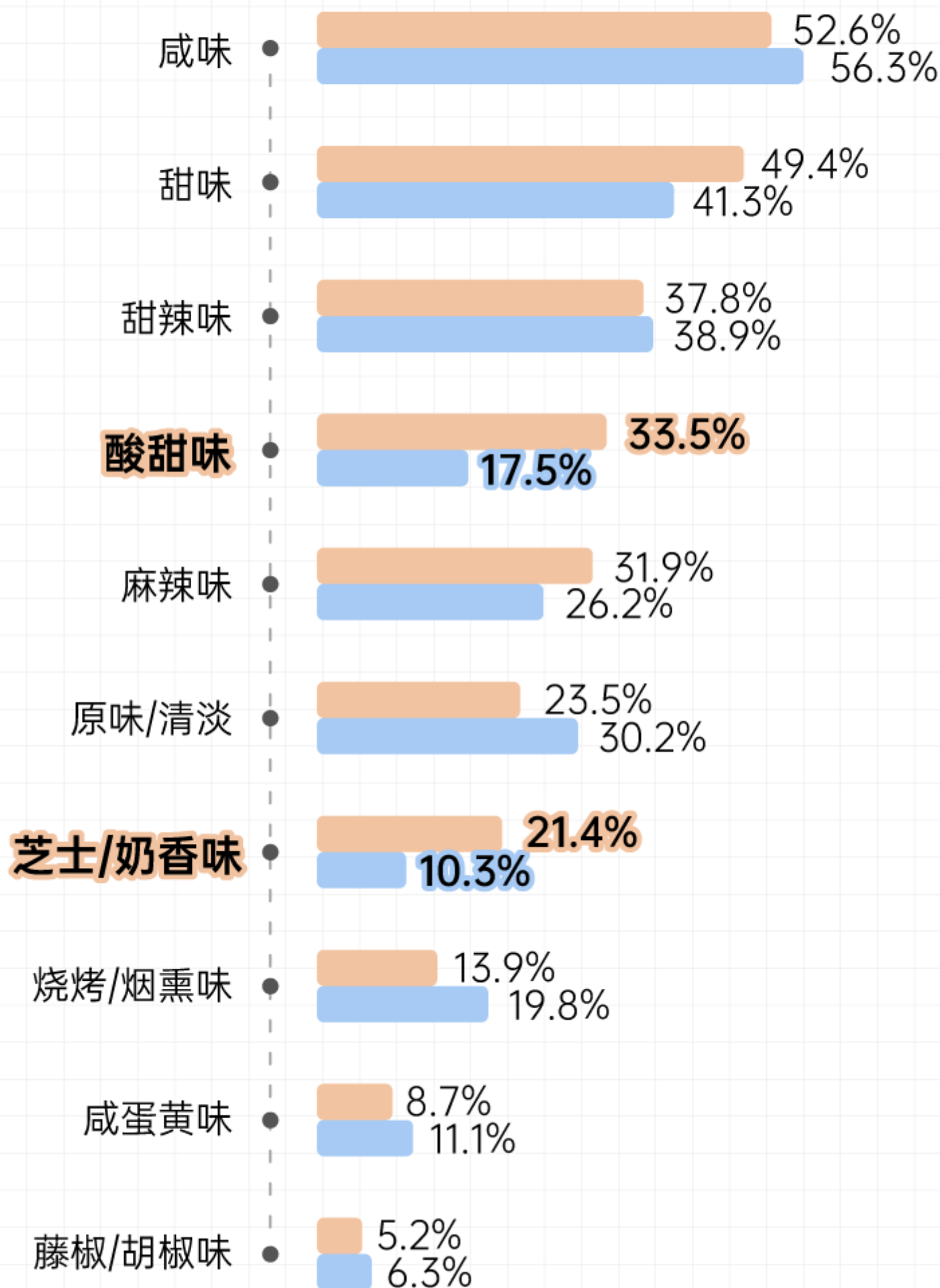
藤椒/胡椒味

如藤椒味鸡爪/鸭掌/坚果等

5.5%

男女生最喜欢的零食口味差异

女生 男生



年轻人最喜欢的八种零食口感

爆浆/流心

如流心饼干、爆浆曲奇等

12.9%

软糯

如麻糬、软糖等

28.8%

有嚼劲

如牛肉干、鱿鱼丝等

52.4%

酥脆

如薯片、饼干等

71.3%

蓬松/轻盈

如棉花糖、米果等

8.1%

冰爽/冰沙

如冰沙杯、冻酸奶等

26.2%

绵密/丝滑

如巧克力、冰淇淋等

41.2%

Q弹

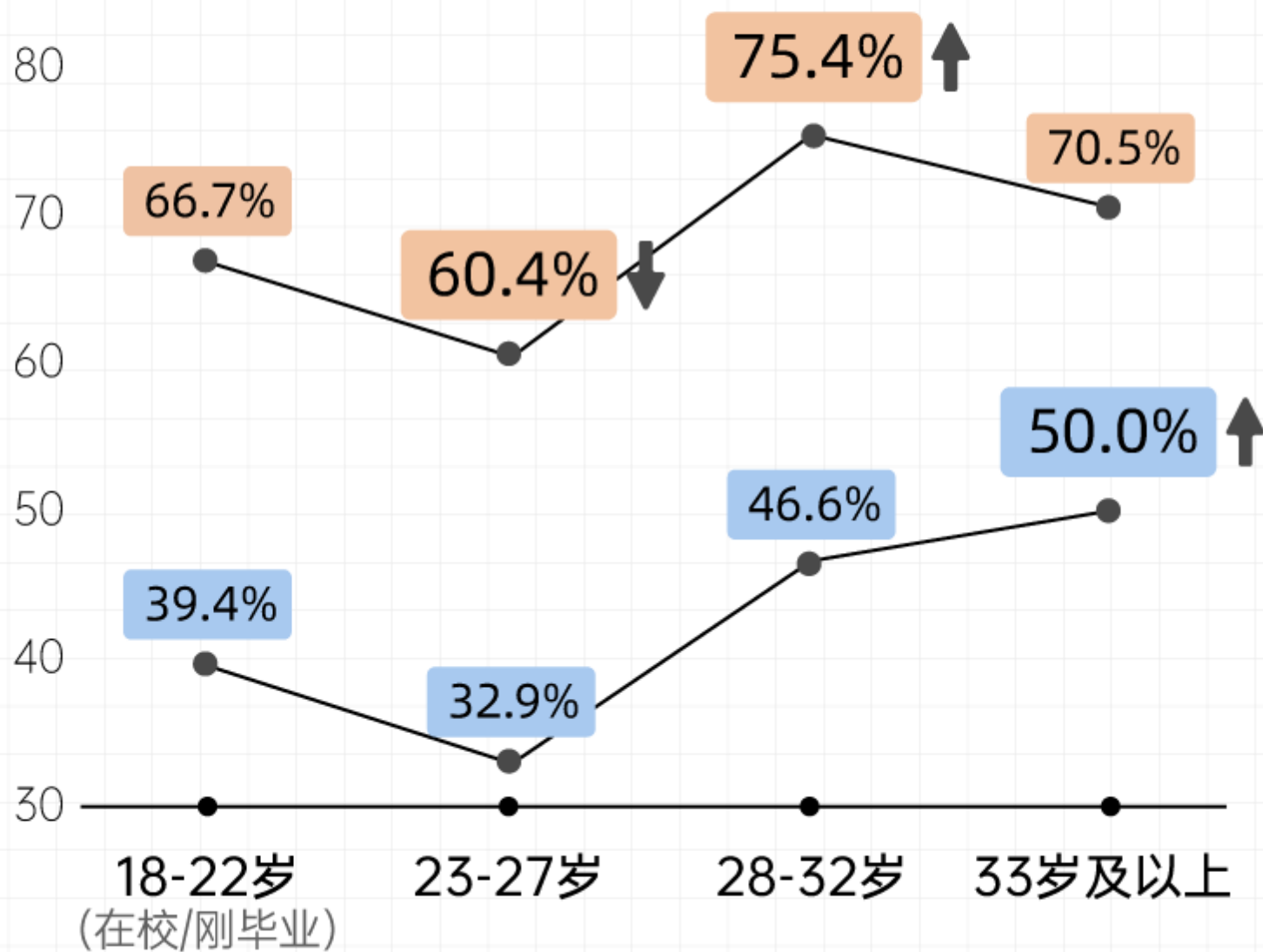
如果冻、即食鱼丸等

21.8%

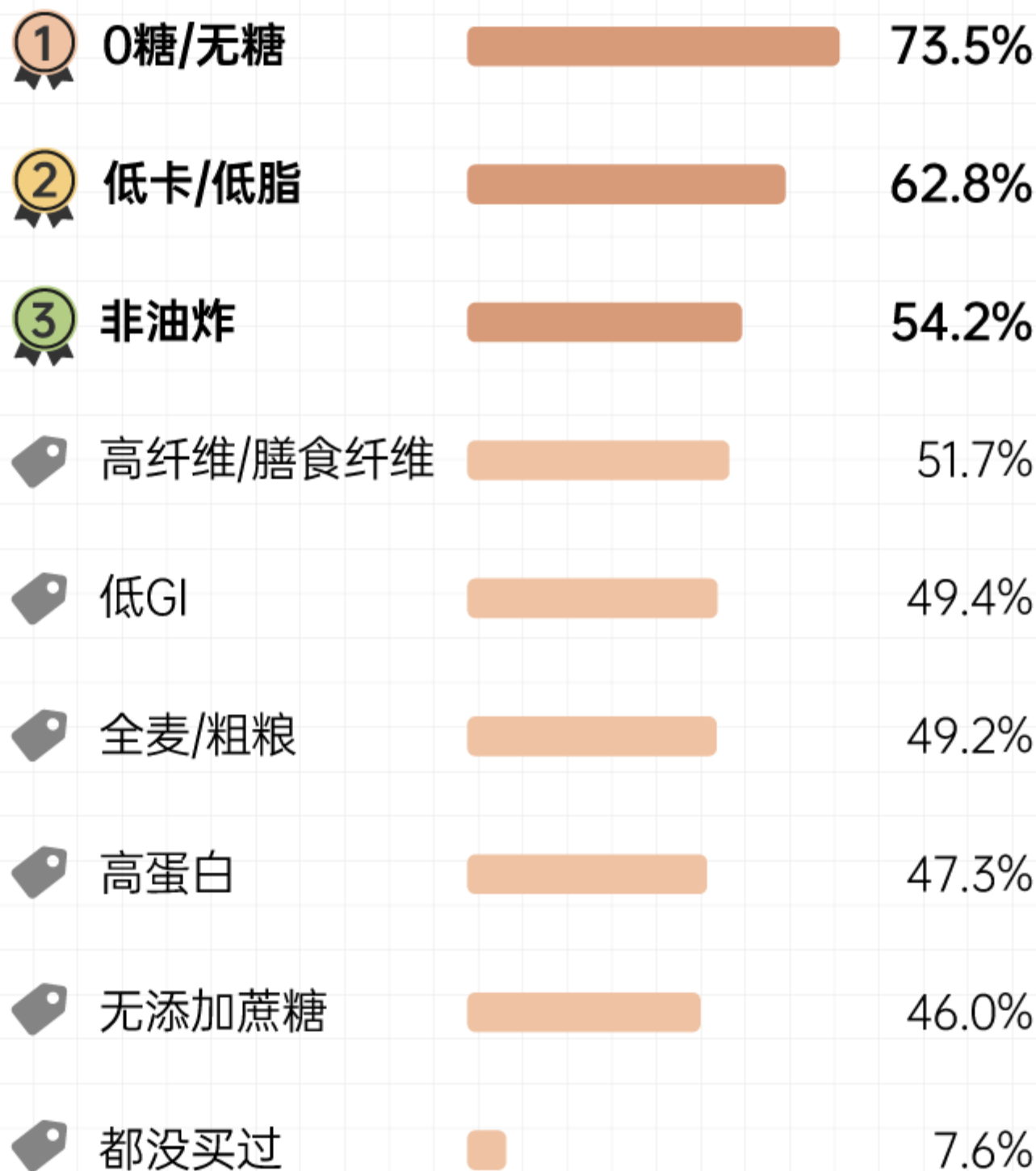
不同年龄层的人 对零食健康标签的关注程度

主动关注(经常+偶尔)

其中“经常看”的比例



买过带哪些营养标签的零食





新鲜零食登场

零食不想再当“战时储备粮”

被购买最多的“新鲜型零食”



乳品饮品类

- 酸奶/鲜奶饮品 62.7%
- 短保面包/蛋糕 51.7%



短保烘焙/小吃类

- 冷藏甜品(如布丁、提拉米苏等) 39.5%
- 现制小吃(如现烤面包、现炸薯条) 36.1%



卤味熟食类

- 鲜卤/卤味 36.1%
- 烤肠/蛋挞/关东煮 33.5%



鲜切水果/果脯类

- 果切/果杯 23.9%
- 果脯/蜜饯/冻干水果 15.8%



其他

- 饭团/三明治 23.0%
- 现炒坚果/种子
(如薛记炒货等现制炒货店) 15.2%
- 都没买过 5.5%

新鲜型零食最吸引你的地方

核心吸引力 TOP 3

- 1 看起来更新鲜
50.8%
- 2 更健康/负担更小
43.2%
- 3 口感更好
35.6%

重要考量因素 TOP 3

- 1 只是刚好顺手买
25.7%
- 2 更像正经食物
24.1%
- 3 更有生活感
18.9%

次要因素

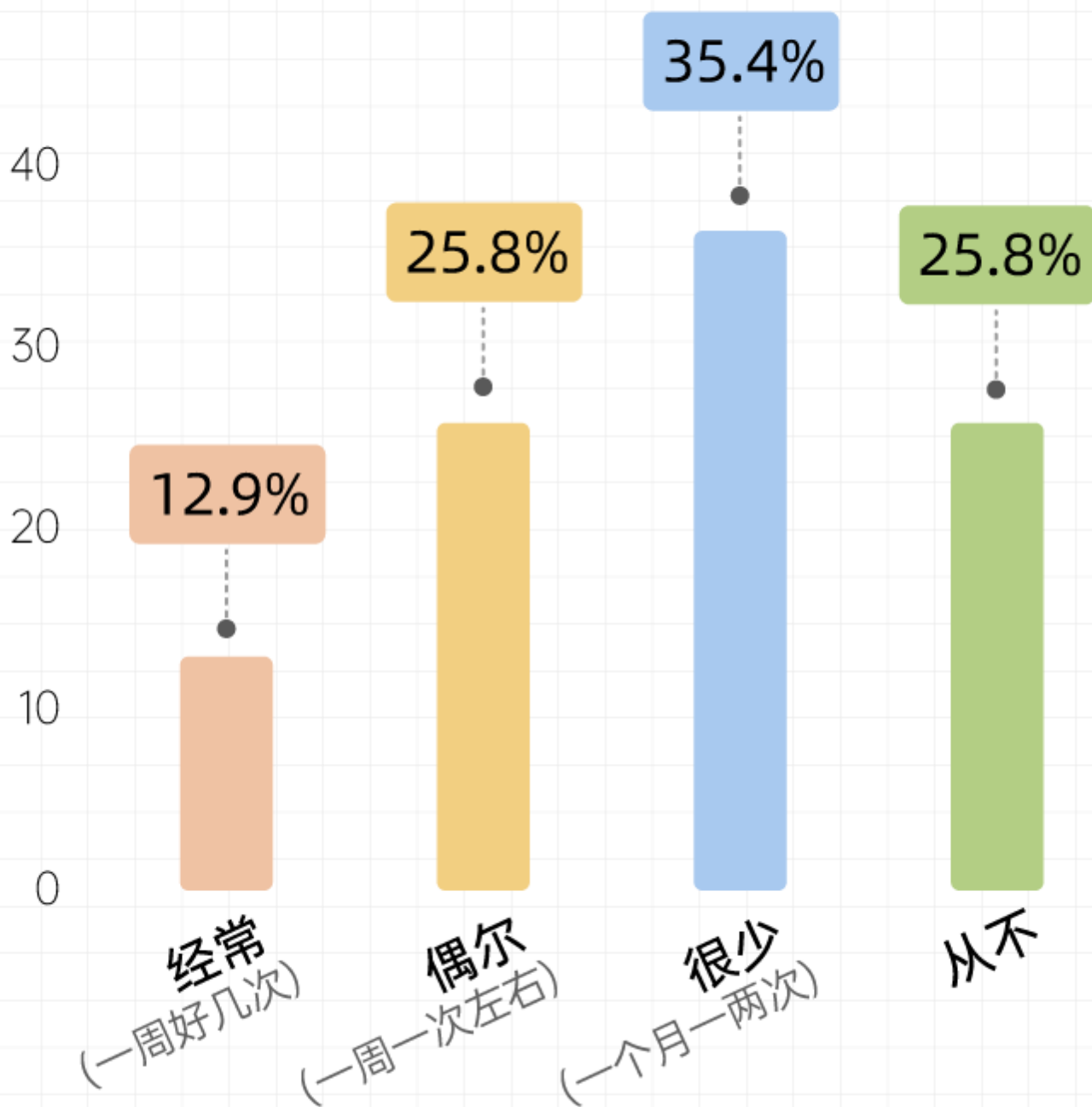
- 更适合拍照/分享
3.0%
- 没买过
2.8%

4

零食正餐化

开始抢占正餐的缝隙

过去一个月用零食替代过正餐的人数占比



最常在哪些场景把零食当作一餐的一部分

① 时间不足/错过正餐 ⌚

下午三四点饿了 50.3%

早餐来不及吃 31.0%

熬夜夜宵 21.1%

② 正餐缺位/饮食不便 🍴

晚饭不想做/
随便吃 32.0%

午饭没吃饱/
凑合吃 20.2%

③ 出行/环境限制 🚗

旅行/出差途中 21.4%

通勤路上 6.5%

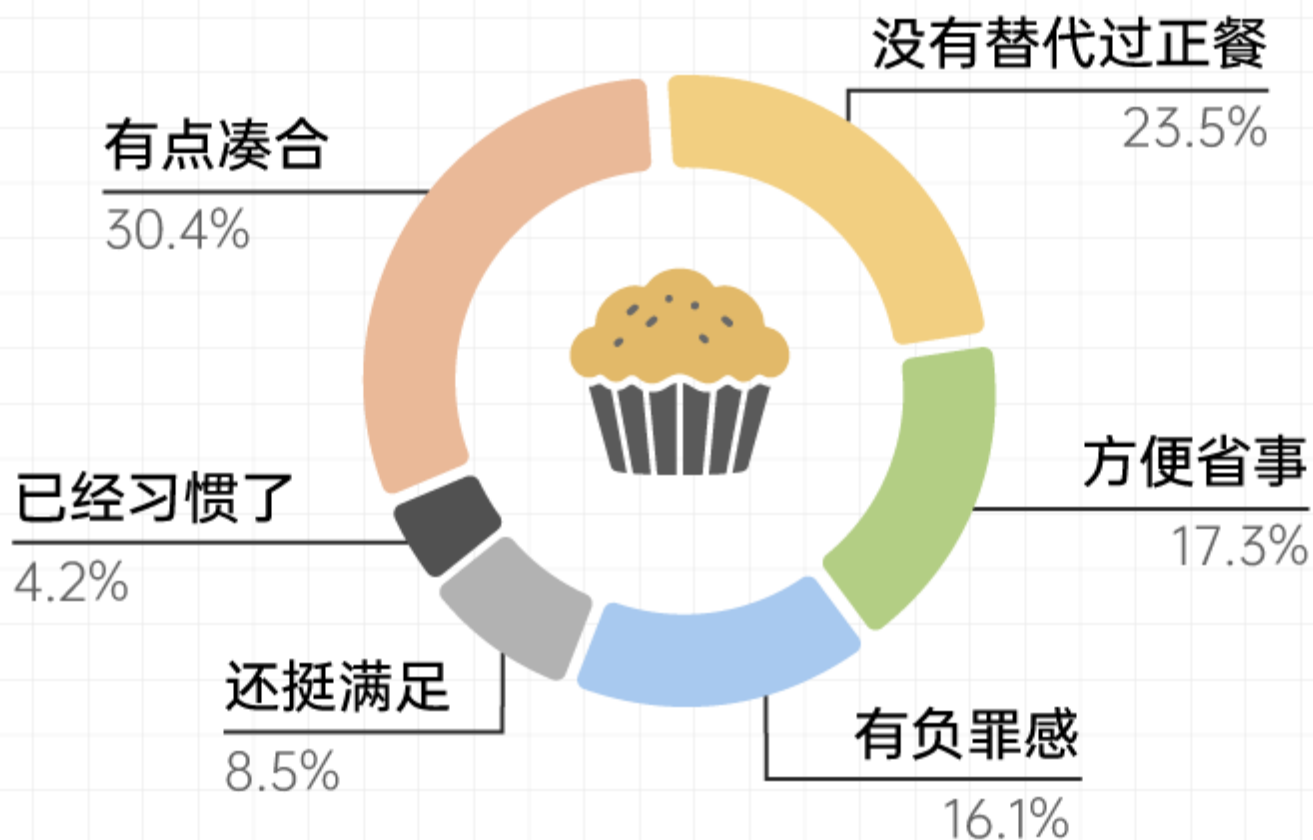
④ 自我管理/特殊需求 🏠

加班续命 15.6%

减脂/控糖期间
轻代餐 8.8%

⑤ 没有把零食当过正餐 18.6%

用零食替代正餐后的感受



买零食最常见的原因

1

嘴馋/解压

83.2%



2

情绪安慰/
奖励自己

50.1%



3

减压/
打发无聊

36.1%



4

垫肚子/
补充能量

26.7%



5

尝试新品

17.5%



6

囤着备用

15.0%



7

替代一顿
不正式的饭

11.9%



8

社交分享/
和朋友同事
一起吃

11.0%



9

觉得便宜划算

5.5%





量贩零食店

把零食从货架里解放出来

更常在哪些渠道购买零食

🛒 线下渠道

- | | | |
|----|----------------------------------|-------|
| 01 | 量贩零食店
(如赵一鸣、零食很忙、好想来等) | 52.0% |
| 02 | 超市/商超
(各地超市/商店等) | 49.4% |
| 03 | 便利店
(如全家、7-11、罗森等) | 42.5% |
| 04 | 面包店/甜品店 | 36.8% |
| 05 | 会员店/仓储超市
(如山姆、Costco等) | 31.5% |
| 06 | 现制炒货店 | 11.2% |
| 07 | 新鲜零食专门店
(如几多全、金粒门等) | 5.5% |

📱 线上渠道

- | | | |
|----|--|-------|
| 01 | 生鲜电商/即时零售平台
(如盒马、叮咚买菜、美团买菜等) | 48.3% |
| 02 | 电商平台
(如淘宝、京东、拼多多等) | 46.9% |
| 03 | 外卖平台/即时零售平台
(如美团、饿了么、京东到家等) | 34.7% |
| 04 | 内容平台带货
(如抖音、小红书、B站等) | 15.9% |

量贩零食店渗透率 × 城市线级



三线及以下城市
量贩零食店选中率最高

72.7%



二线城市

61.1%



新一线城市
(成都、杭州、武汉等)

56.5%



一线城市
(北上广深)

38.3%