



这是一份很“美味”的报告

# 2019休闲零食行业深度解读



# 目录

CONTENTS



01. 休闲零食行业发展现状

02. 数据驱动，读懂“吃货”

03. 休闲零食行业竞争格局

04. 休闲零食行业新零售探索

05. 行业未来发展趋势预测



“小零食，大生意”

# 休闲零食行业发展现状

快速发展后的早期成熟阶段，市场容量巨大、市场份额集中度低

# 休闲零食行业界定：当前市场口径不统一，边界混淆严重

**Mob研究院**定义：“携带方便、满足多维度需求和消费场景、非正餐的即食类食品”



产品层面

- **品类**：主要包括坚果炒货、果脯果干、话梅、肉类、海味、糕点饼干、糖果布丁、饮品饮料、素食山珍等
- **扩充品类**：非正餐、可代餐的食品均可被休闲零食化，网红零食在创意融合路径上的探索正在越来越兴起



功能层面

- **非正餐属性**：非正餐、充饥性功能较弱的即食类食品，尽管逐渐会扩充一些代餐类型产品
- **满足高阶需求**：主要用于满足消费者情感需求、享乐需求或者健康诉求，减肥类、轻保健功能逐渐兴起



消费层面

- **场景丰富**：丰富的使用场景，包括社交馈赠、消磨时间、办公零食、郊游旅行、减肥代餐等多种场合
- **消费受众群**：主要伴随其他活动，包括交谈、观影等，消费频次高，客单价低，受众面广



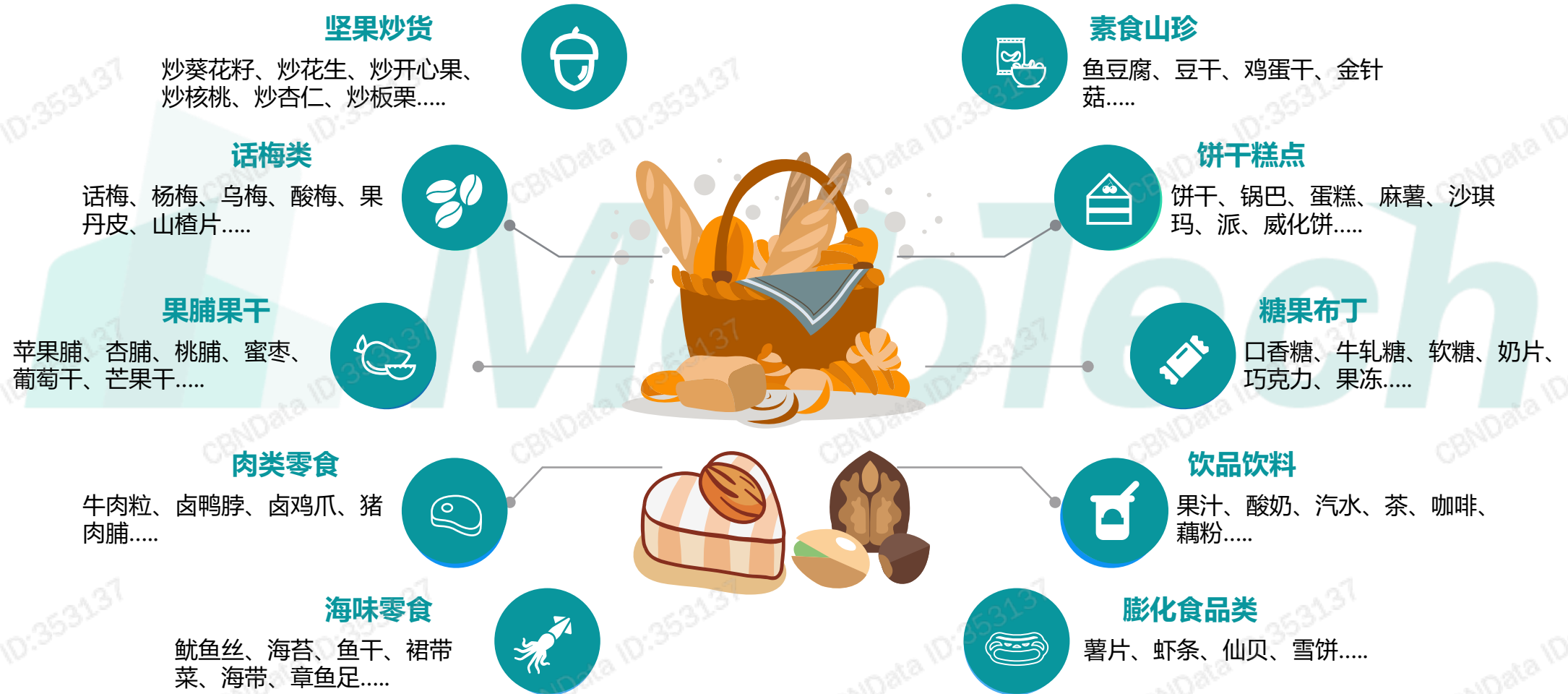
休闲零食

## Mob研究院的行业界定：

- **功能层面**：非正餐、充饥性功能较弱的即食类食品；
- **产品层面**：携带方便、清理便捷、产品散包装；
- **消费场景层面**：适用于多功能消费场所，包括旅行、办公室零食、减肥代餐、社交馈赠等场景

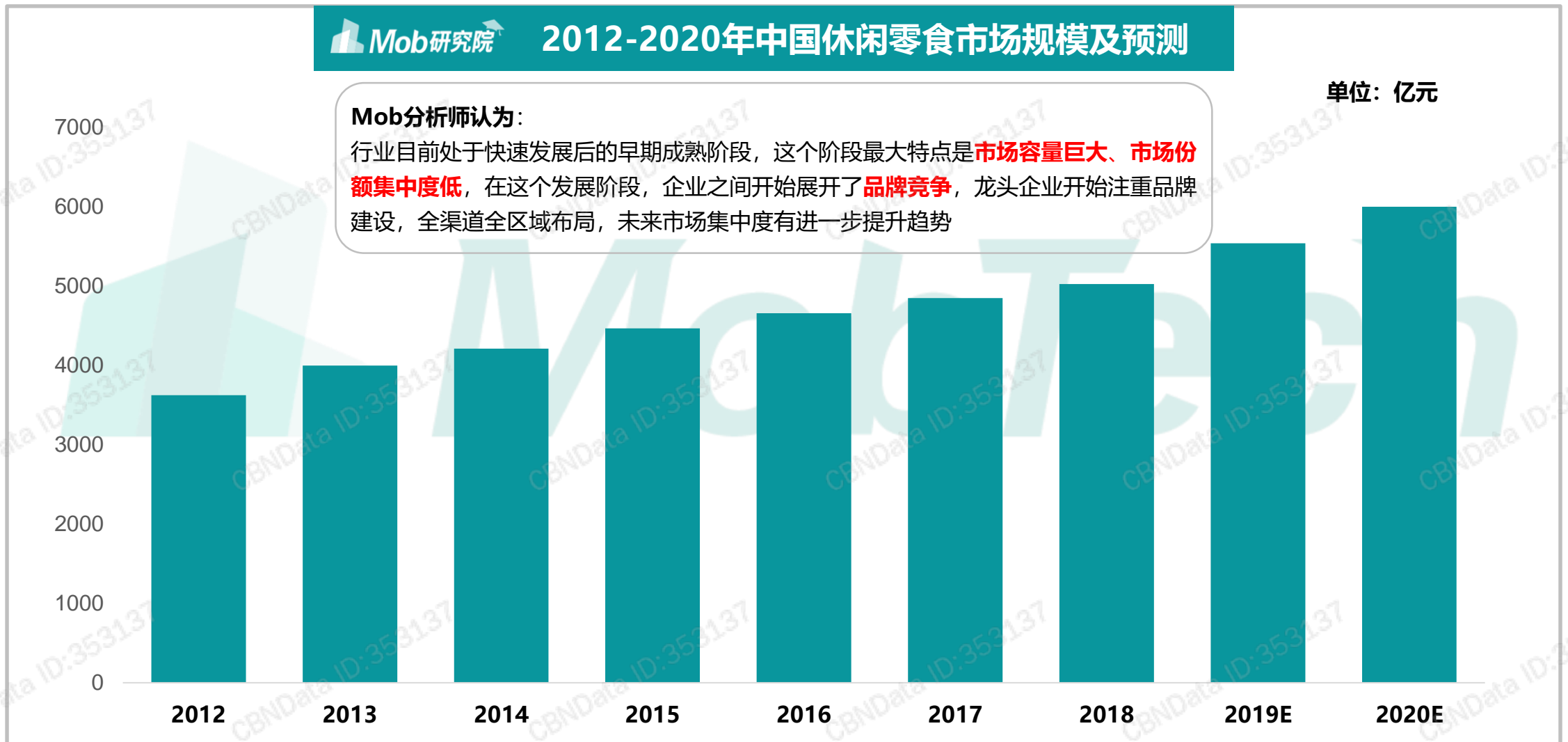
# 休闲零食品类划分：品类繁多，且不断推陈出新

市场上分类碎片化，当前Mob研究院将其分为十大类，其中坚果炒货占比较高



# 休闲零食行业：市场容量大，处于早期成熟阶段

中国休闲零食市场规模约超5000亿元，且随着生活水平提高，年复合增长率维持在6%以上

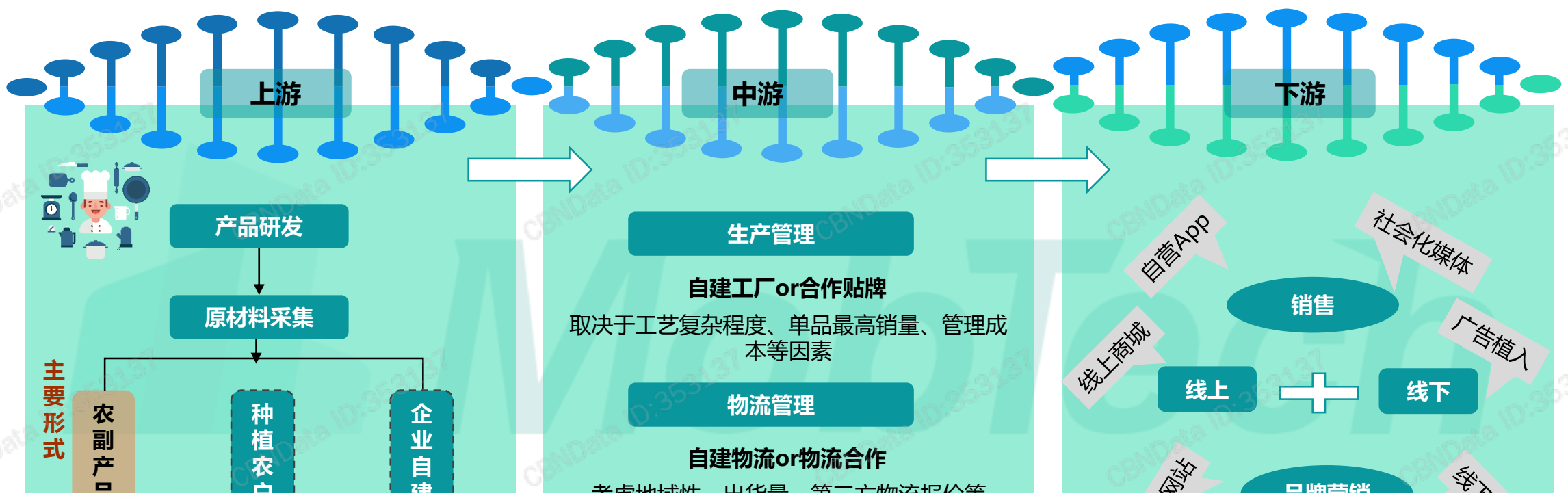


# 休闲零食行业主要品牌图谱



# 休闲零食产业链：生产环节涉入轻，更多精力放在销售、品牌等环节

整体行业偏轻资产模式，自建工厂类企业较少，更多精力放在研发、品牌和销售环节



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_17100](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17100)

