

2022年 中国休闲零食行业报告

2022年5月

Mob研究院出品

©2022 MobTech. All rights reserved.



行业现状：休闲卤制品、烘焙糕点和坚果炒货集中度仍待提升

- 规模增速随着集中度聚合而放缓，目前糖果类市场集中度最高，其次是膨化食品
- 相对国际头部零食大厂，我国休闲零食品牌比较年轻，主要专注单品与全品类



人群画像：中青年为主，一线城市打工人从休闲零食中获得快乐

- 23-44岁宝妈为全品类零食品牌的忠实粉丝，90后的年轻人最热爱甜品面包
- 卤味食品消费者热衷“社区店”享受即买即食，大多为“嗜辣星人”
- 一二线已婚群体消费者扛起休闲零食大旗，占比超7成



竞争格局：绝味“拿下”最高市值，“全能选手”来伊份获得最高PE

- 绝味专注持续拓店扩大竞争优势，门店数量与市值属行业翘楚
- 三只松鼠等全品类零食品牌营收近百亿，但增收不增利，销售费用较高
- 桃李坐稳“短保面包”Top地位，重视研发与品质



行业趋势：零食健康化为主流趋势，行业将更重视研发与供应链能力

- 陆续出台食品安全法律法规为食品行业保驾护航，食品安全保障体系愈加完整
- 差异化和健康化的休闲零食将获将占据消费者心中“C位”
- 未来行业可适当理性规划营销费用，对研发与供应链管理投入更大，以提升利润品质



CONTENTS

录

1

休闲零食行业宏观情况

2

休闲零食行业各细分品类研究

3

休闲零食行业三巨头分析

4

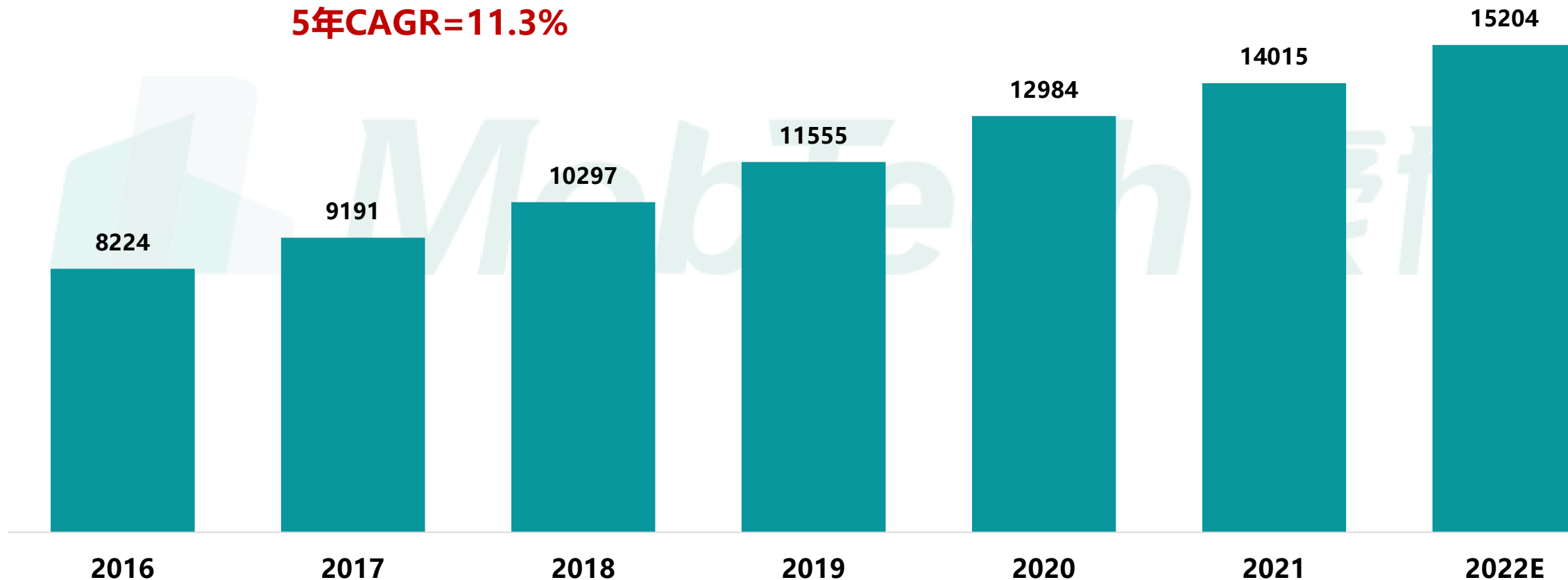
休闲零食行业趋势分析

美味零食永远不缺市场，2022年休闲零食产业将突破15000亿

2022年市场规模超15000亿元，随着市场渗透率提高，年复合增长率维持在11%以上

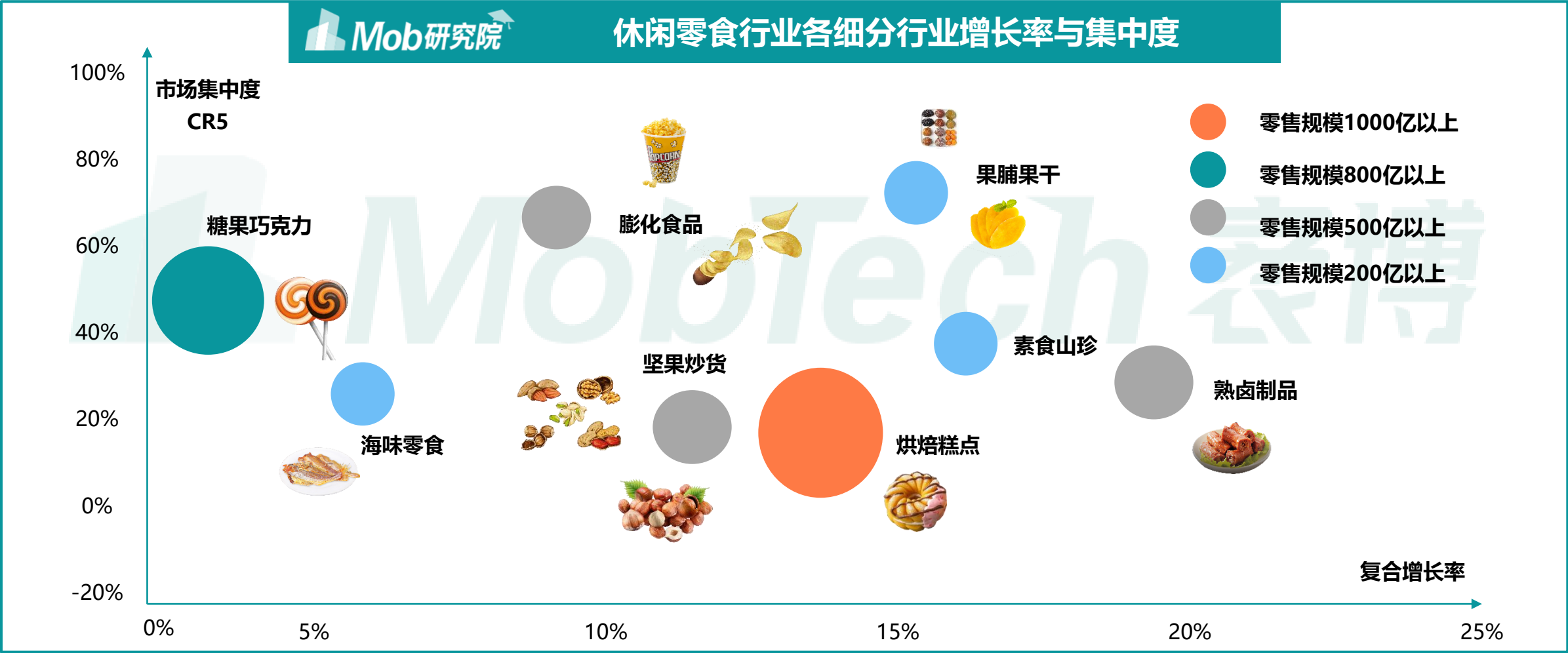
Mob研究院 2015-2023年中国休闲零食市场规模及预测（亿元）

5年CAGR=11.3%



休闲卤制品、烘焙糕点和坚果炒货集中度仍有很大提升空间

糖果类市场集中度最高，增速不足；卤制品、坚果炒货、烘焙糕点集中度较低，但是增长率尚可



Source: 招商证券研究所, Mob研究院整理;

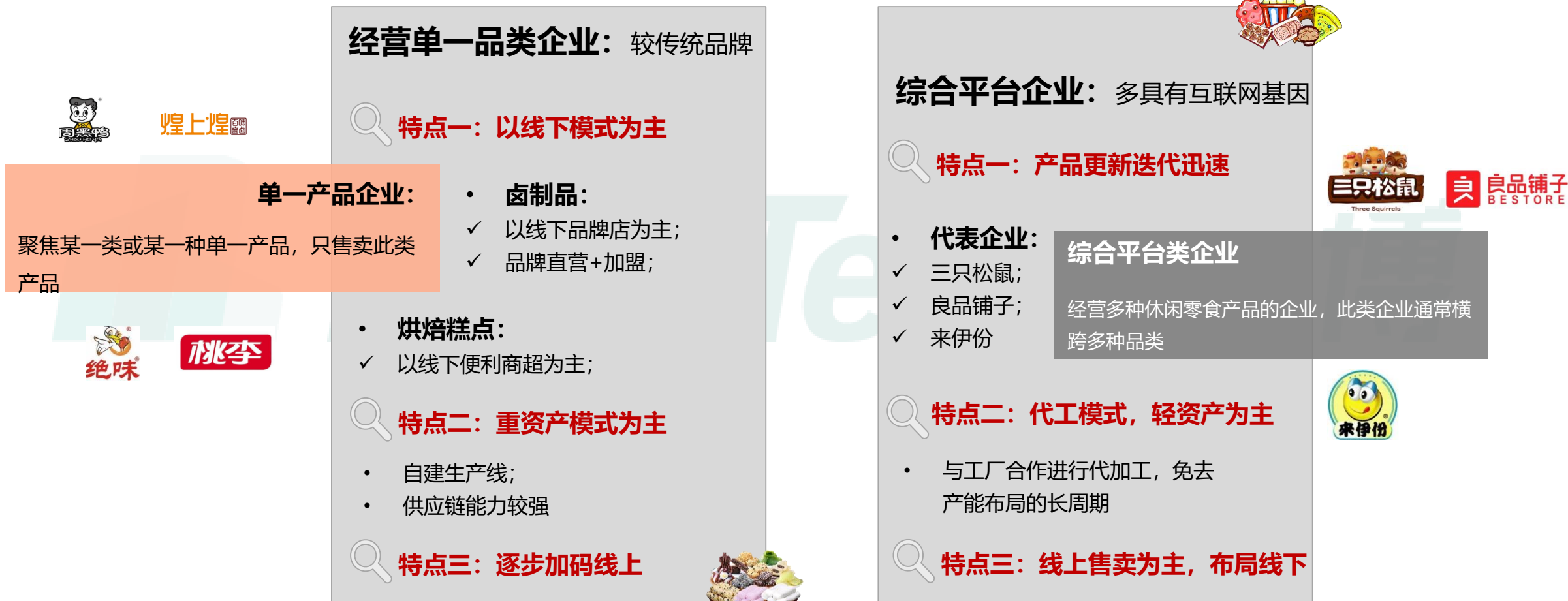
我国休闲零食行业八大耳熟能详的代表品牌图谱

相对国际头部零食大厂（亿滋、雀巢、家乐氏、好时等），我国休闲零食品牌比较年轻，主要可分为坚果炒货、卤制品、烘焙糕点、膨化食品等几大类细分品类



市场中，专注单品与全品类“选手”齐头并进

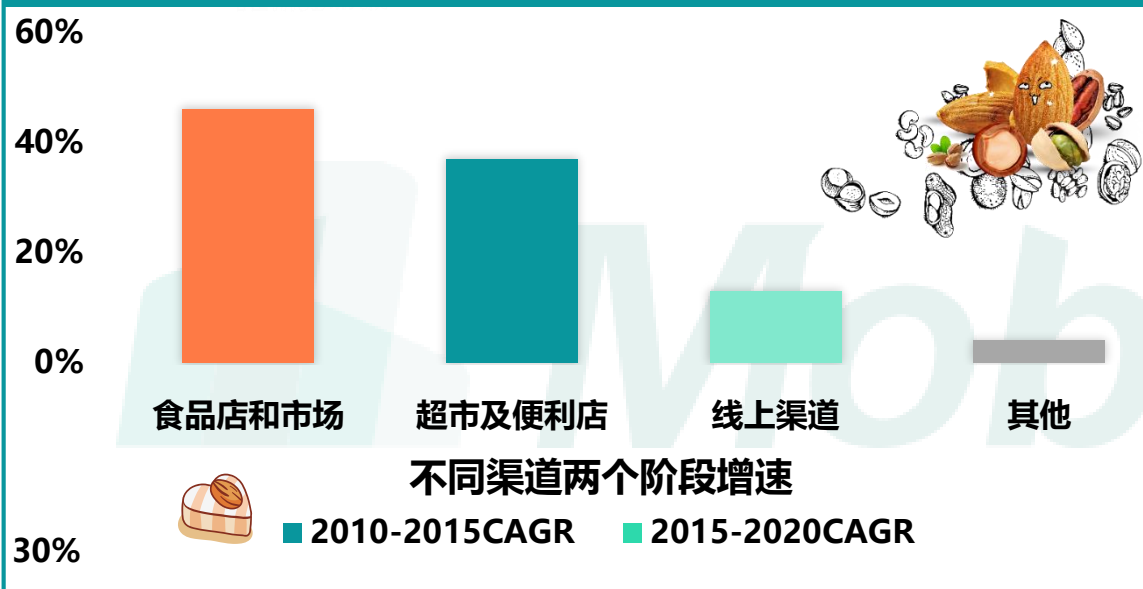
国内休闲食品公司分化成两类，一是为聚焦单一产品的单品类公司，二是为多品类平台型企业，当前具有轻资产模式、研发能力强的综合平台成长亮眼



线下卖场体验感依然“最香”，全渠道铺设助力品牌发展

电商平台增速最快，但速率放缓。对于头部品牌来说，“线上零售+品牌连锁”将成为品牌建设布局的标配，从体验和流量两方面为企业带来更多竞争力

Mob研究院 2020休闲零食主要渠道销售额占比情况



Mob研究院 休闲零食引流与体验感分析



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_42363

