

tmo group

东南亚零食电商 行业市场洞察

2025年 7月版



并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

关于东南亚电商行业洞察系列

从2022年12月起，TMO Group 开始发布一系列东南亚电子商务不同行业的洞察报告，分析该行业产品在各国的销售情况，如美妆、家电、保健品等。我们之后会研究更多热门行业和类目，敬请期待！

方法论：TMO Group的专家团队以从东南亚主要电商平台Shopee和Lazada上采集的第一手数据为基础，采用多种专业化的分析方法为读者提供有价值的市场洞见。**货币价值：**关于本报告中涉及的定价和货币信息，以当地货币对应的美金金额作为分析的基准。

请注意本报告仅供市场参考之用，本公司对报告中数据的准确性和观点不承担任何实质法律责任。

TMO服务



行业数据定制

帮助您了解不断变化的消费者偏好和需求趋势，以及不断发展的行业标准。



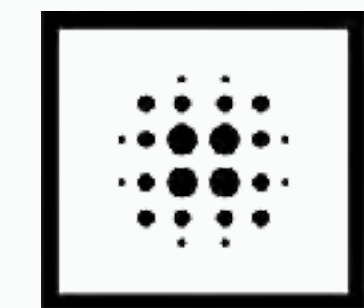
市场扫描与调研

对不同市场进行一个初步扫描，定义您在目标市场的竞争态势，选择适合您的市场进行跨境布局。



市场进入策略与实施

汇总市场潜力和本地化相关知识，为您制定短期/中期和长期的市场进入和发展策略。



Market Insider 电商数据平台

覆盖东南亚六国主流电商平台，覆盖健康、美容、家用电器、运动户外等7大行业，上百子类目，实时趋势追踪及竞品深度监测。

我们的资源

* 点击封面即可下载

数据报告



行业洞察



市场本地化指南



TMO 热门报告推荐



2025东南亚电子商务市场洞察

立即下载



2024东南亚3C电子电商行业市场洞察

立即下载



2024东南亚食品饮料电商行业市场洞察

立即下载



东南亚电商市场数据月报系列 印度尼西亚（2024年1月）

立即下载



目录

TMO电商行业洞察	2
关于本洞察报告	5
东南亚零食 - 市场规模	6
东南亚零食 - 细分类目	7
东南亚零食 - 畅销品牌	8
东南亚零食 - 热销店铺	9
坚果&果干、肉干	10
巧克力、糖果	18
果蔬脆片、薯片	26
饼干、薄脆饼	34
结语	42
TMO电商数据平台开放预约	43
关于TMO	44

关于本洞察报告

TMO Group很高兴继续推出我们的东南亚行业展望系列，这是2025年第二期（去年的内容可以在我们的网站<https://www.tmogroup.com.cn/> 获取）。这份报告我们选择了**零食**作为本月研究的行业——该行业包括多种常见的巧克力、糖果、干果坚果、饼干、薯片等。

随着全球经济的不断发展和消费市场的日益多元化，零食行业在全球范围内展现出强劲的增长势头。而在东南亚市场，这一趋势尤为显著。东南亚地区拥有庞大且年轻的人口基数，其消费能力不断提升，对零食的需求也日益多样化。**根据 Euromonitor 的数据，2024 年东南亚零食市场规模已达 208.3 亿美元。**2019-2024 年东南零食的销售规模年均复合增长率为 2.1%。从消费趋势来看，东南亚消费者对零食的偏好正在发生变化。一方面，他们**对国际品牌的认知度和接受度不断提高**，这为中国零食品牌的出海提供了良好的市场基础。另一方面，随着健康意识的提升，东南亚消费者对低糖、低脂、高纤维等健康零食的需求也在增加。这为中国零食品牌在产品创新和差异化竞争方面提供了方向。中国品牌如洽洽食品通过性价比和本土化改良抢占市场，在马来西亚、泰国等国家推出了椰香、红枣等新口味，迎合了当地消费者的喜好，并获得了 Halal 认证。卫龙、甘源等中国品牌也取得了优异的销售成绩。

本洞察中的分析基于约数万个SKU的信息、价格、销量和品牌信息。我们于2025年4月从东南亚两个最著名的电子商务平台：Shopee 和 Lazada 收集了这些信息。我们理解绝对数字可能存在一定的误差。商家驱动的平台是尤其具有挑战性的数据源，其中存在各种命名SKU的模式，且涵盖了六种语言。然而，我们在研究中坚持使用一致的方法，使所呈现的数字、百分比能准确地反映实际情况。希望此洞察报告对于您的市场研究、进入策略制定以及现有销售提升等方面具有参考价值。如果您需要针对特定领域的更详细的信息或者定制研究报告，请随时联系[TMO Group](#)（发送电子邮件至info@tmogroup.asia）。东南亚的销售数据是一个等待被挖掘的市场洞察宝库，我们将是您在这个旅程中的向导！

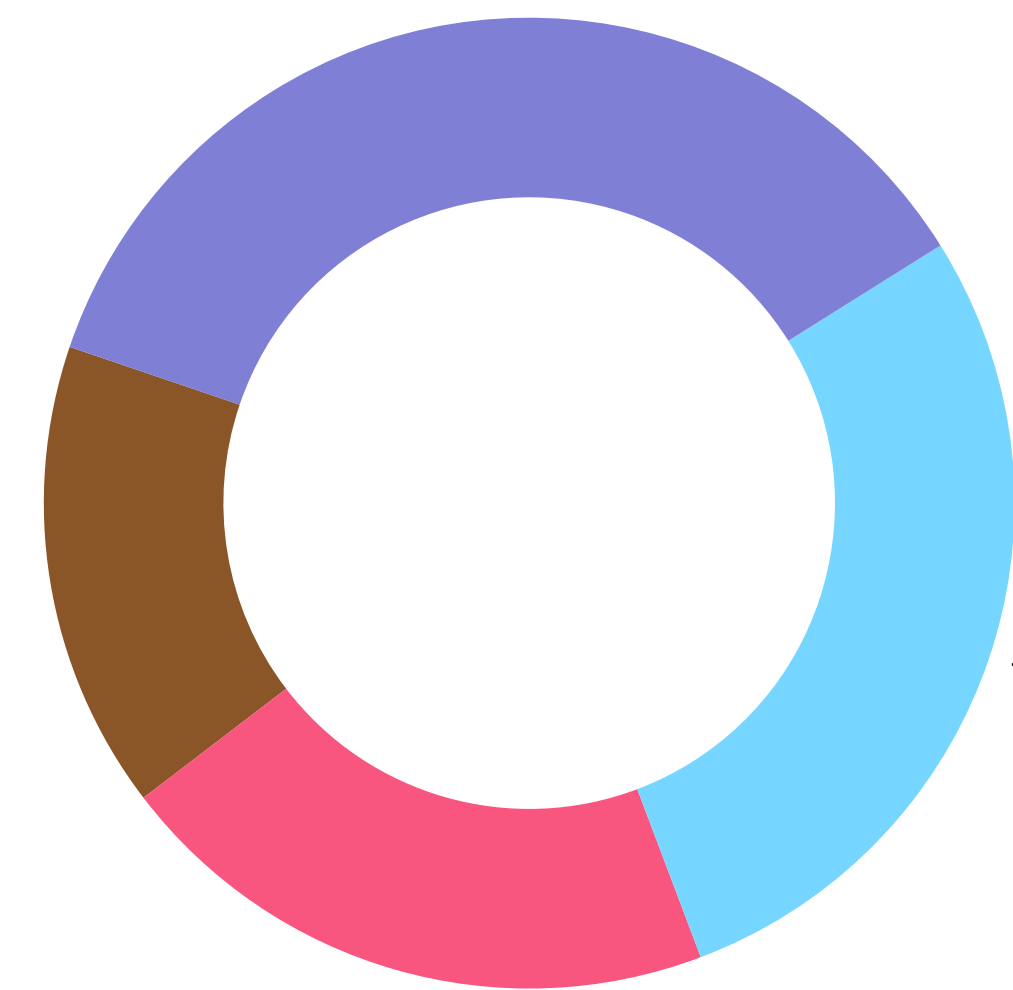
东南亚零食 - 市场规模



坚果&果干、肉干
35.9%

饼干、薄脆饼
15.6%

果蔬脆片、薯片
20.4%



巧克力、糖果
28.2%

印度尼西亚
24.8%

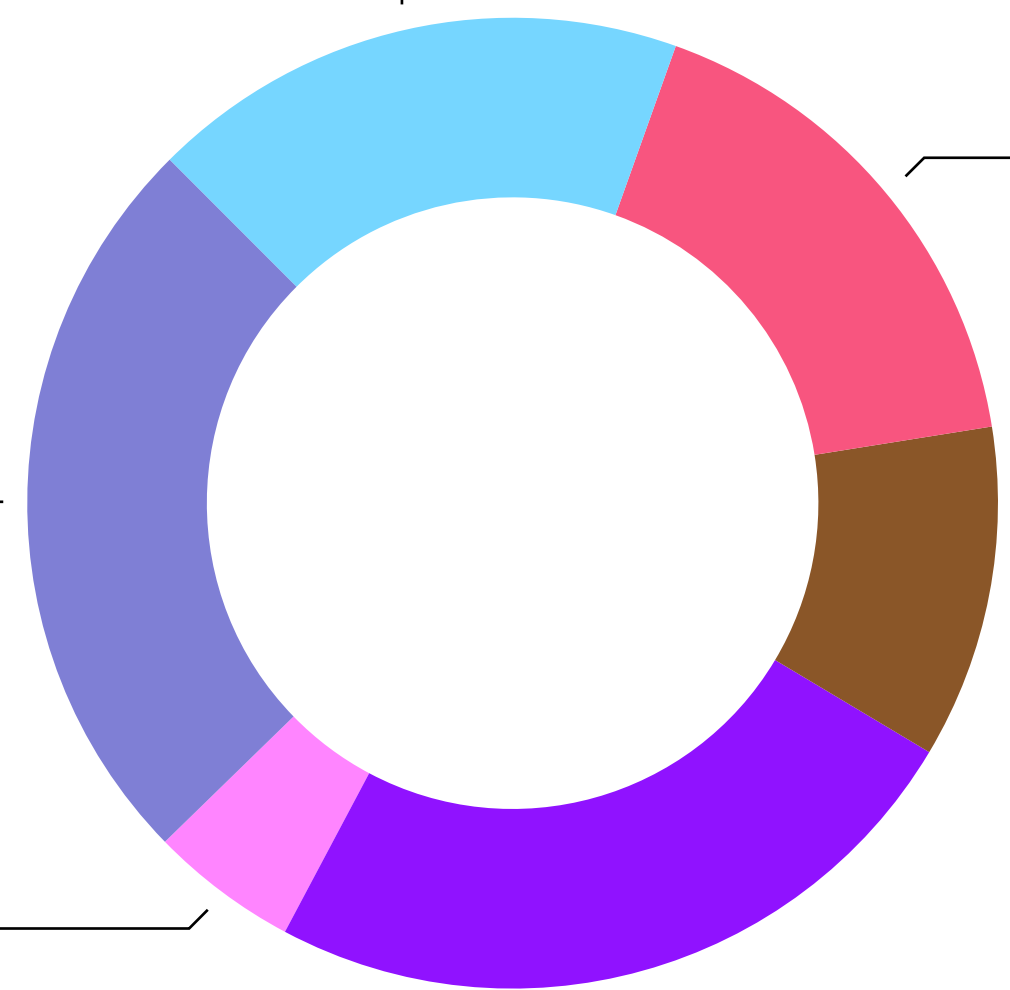
菲律宾
17.9%

马来西亚
17.0%

泰国
11.1%

越南
24.2%

新加坡
4.9%



TMO 洞察:

- 干果、坚果是三大类中市场规模最大的品类，销售占比达到总体零食的约36%。
- 本报告包含的零食类目，在2025年4月销售最多的国家是印尼和越南，其次是菲律宾。

东南亚零食 - 细分类目

随着全球经济的不断发展和消费市场的日益多元化，零食行业在全球范围内展现出强劲的增长势头。而在东南亚市场，这一趋势尤为显著。东南亚地区拥有庞大且年轻的人口基数，其消费能力不断提升，对零食的需求也日益多样化。随着健康意识的提升，东南亚消费者对低糖、低脂、高纤维等健康零食的需求也在增加。

TMO参考零食行业分类和电子商务市场类目，将东南亚线上市场销售的零食产品分为以下四个主要的大类：

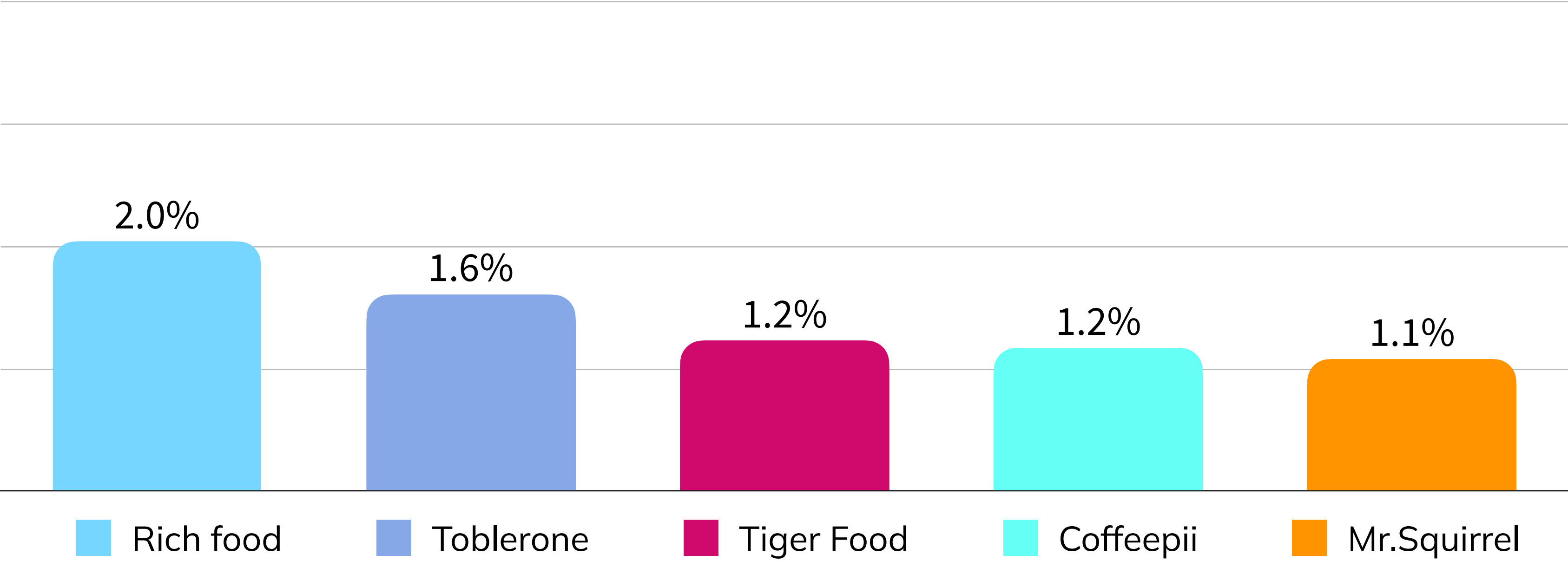
- 1. 坚果&果干、肉干
- 2. 巧克力、糖果
- 3. 果蔬脆片、薯片
- 4. 饼干、薄脆饼

本市场洞察报告主要对以上四大类目进行研究分析。不属于这几类的产品，暂未纳入本报告的重点分析范畴。

零食产品品类	细分类目
坚果&果干、肉干	水果干、坚果、肉干、鱼干等
巧克力、糖果	巧克力、糖果、薄荷糖等
果蔬脆片、薯片	果蔬脆片、薯片、薯条等
饼干、薄脆饼	饼干、薄脆饼、威化饼等

东南亚零食 - 畅销品牌

畅销品牌市场份额



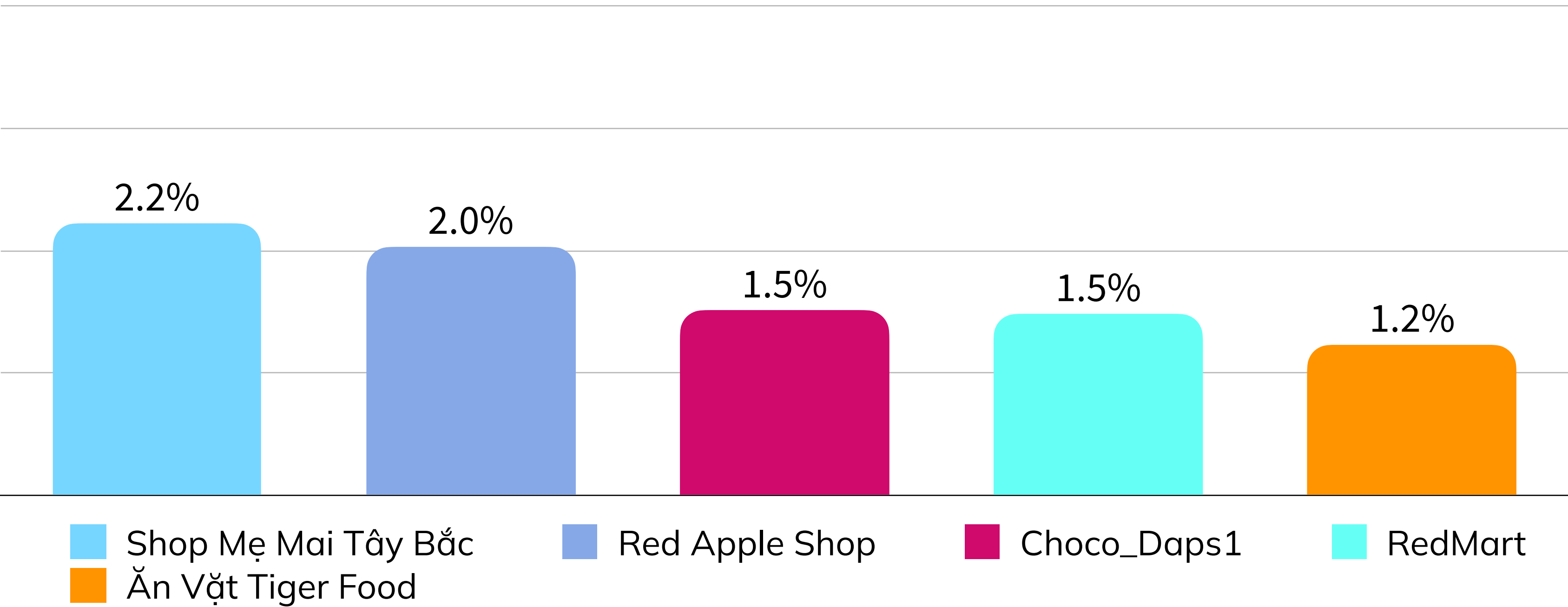
品牌	所属国家	热销类目
Rich food	越南	果干
Toblerone (亿滋国际旗下)	瑞士	巧克力
Tiger Food	越南	肉干
Coffeepii	日本	糖果
Mr.Squirrel	菲律宾	果干

TMO 洞察:

- 在东南亚零食市场，畅销品牌前五的市场份额都在2%以下，说明品牌集中度不高，对于新入局品牌是较有机遇的类目。
- **越南**的**Rich food**以较小的优势拔得头筹，其多款产品显示以新疆红枣为原料。瑞士Toblerone（三角巧克力）巧克力和日本的Coffeepii咖啡糖热销，可见东南亚消费者对进口高质量产品的青睐。
- **Toblerone**的母公司是**亿滋国际**（Mondelez International, Inc.），这是一家全球领先的零食食品制造商，亿滋国际旗下还拥有奥利奥（Oreo）、吉百利（Cadbury）、妙卡（Milka）等知名品牌。

东南亚零食 - 热销店铺

热销店铺市场份额



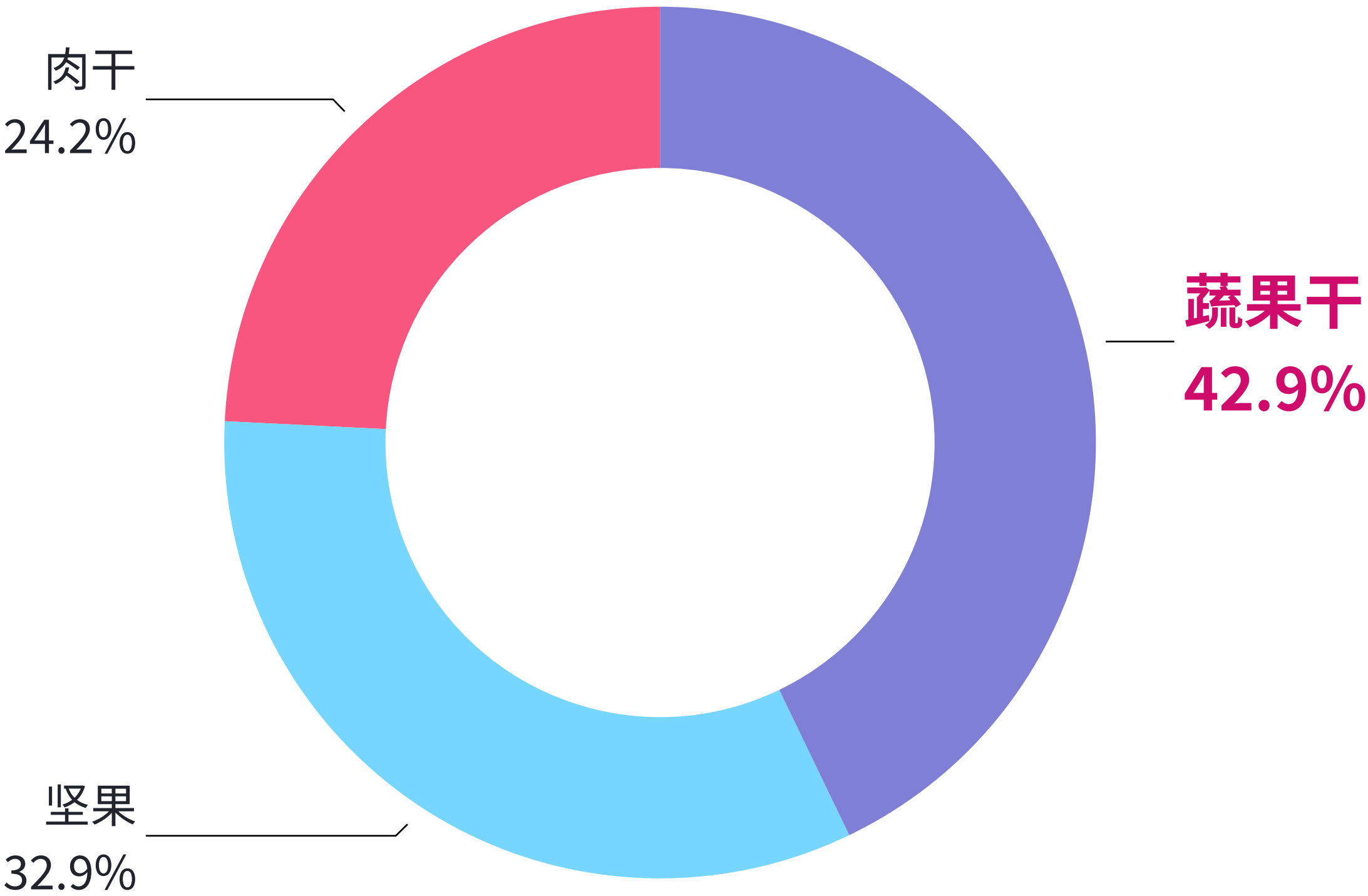
店铺	销售国家	热销类目
Shop Mệ Mai Tây Bắc	越南	肉干
Red Apple Shop	越南	果干
Choco_Daps1	菲律宾	巧克力
RedMart	新加坡	饼干
Ăn Vặt Tiger Food	越南	果干

TMO 洞察:

- 在东南亚小厨电电商市场，**热销店铺前五合计市场份额不足10%**，且上榜的均为东南亚本土店铺。
- 销售排名前五的店铺中，越南店铺占了三席，结合之前提到的越南在当月六国销售份额中，仅以微弱差距次于人口大国印度尼西亚，再次印证**越南线上零食市场的活跃**。
- 结合畅销品牌和畅销店铺的热销类目可以看出，**东南亚消费者对于果干、肉干等风干零食的喜爱**。

坚果&果干、肉干

坚果&果干、肉干 - 热门细分类目



TMO 洞察:

- 坚果&果干、肉干是四类中市场规模最大的品类。东南亚地区气候炎热潮湿，传统的生鲜食品储存和运输面临挑战。相比之下，风干类零食如坚果、果干和肉干具有更长的保质期和更低的储存要求。
- 细分类目中，蔬果干最为畅销。东南亚国家如菲律宾、泰国和越南盛产热带水果，如芒果、菠萝、榴莲和香蕉等，为果干生产提供了丰富的原材料。

坚果&果干、肉干 - 细分类目热销国家

蔬果干



- 蔬果干细分类目中，**越南销售最佳**，在六国中占比超过45%。
- 越南盛产芒果、椰子、菠萝蜜等热带水果，为果干加工提供充足原料。**健康零食需求增长**，越南年轻消费者偏好天然、无添加的果干和坚果。

坚果



- 坚果细分类目中，**菲律宾销售最佳**，在六国中占比超过30%。
- 菲律宾是全球最大的坚果生产国之一，其腰果、夏威夷果等加工技术成熟。对于进口产品，得益于**RCEP关税减免**，菲律宾对华坚果类关税直降30%甚至归零，中国出口坚果成本大幅降低。

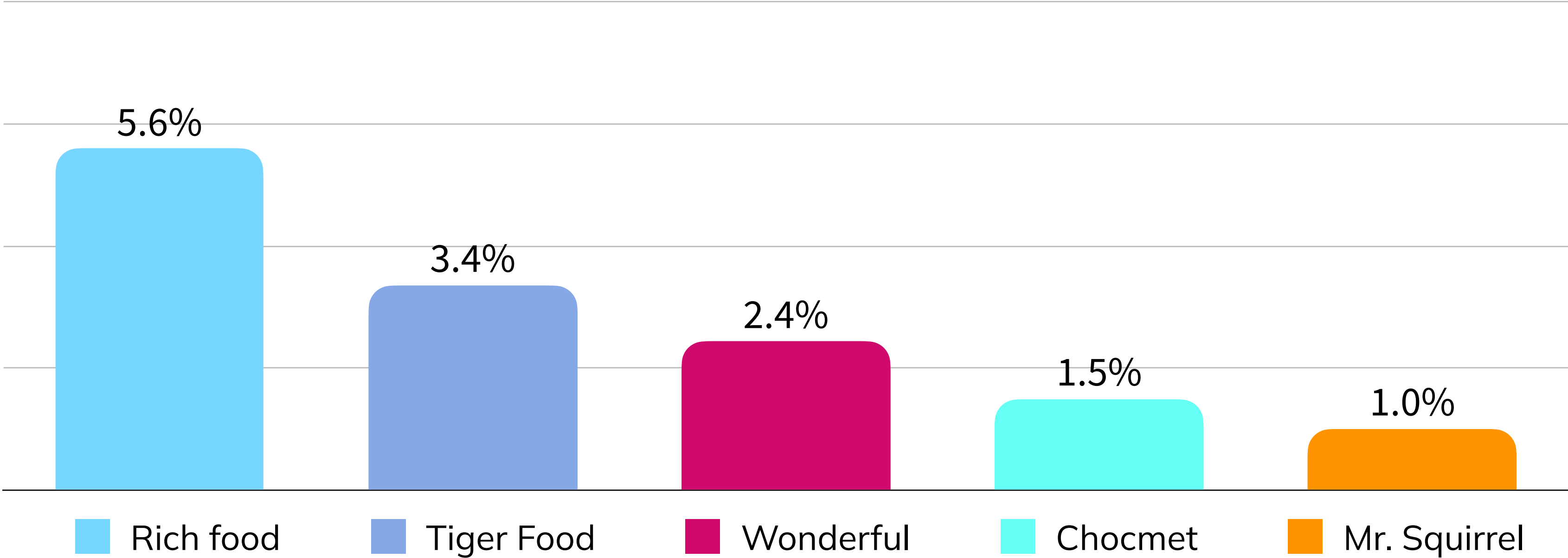
肉干



- 肉干细分类目中，**越南销售最佳**，在六国中占比约70%。
- 越南15-39岁人口占比超过40%，偏好即食零食，肉干因高蛋白、便携性成为电商复购率较高的品类之一

坚果&果干、肉干 - 畅销品牌

畅销品牌市场份额



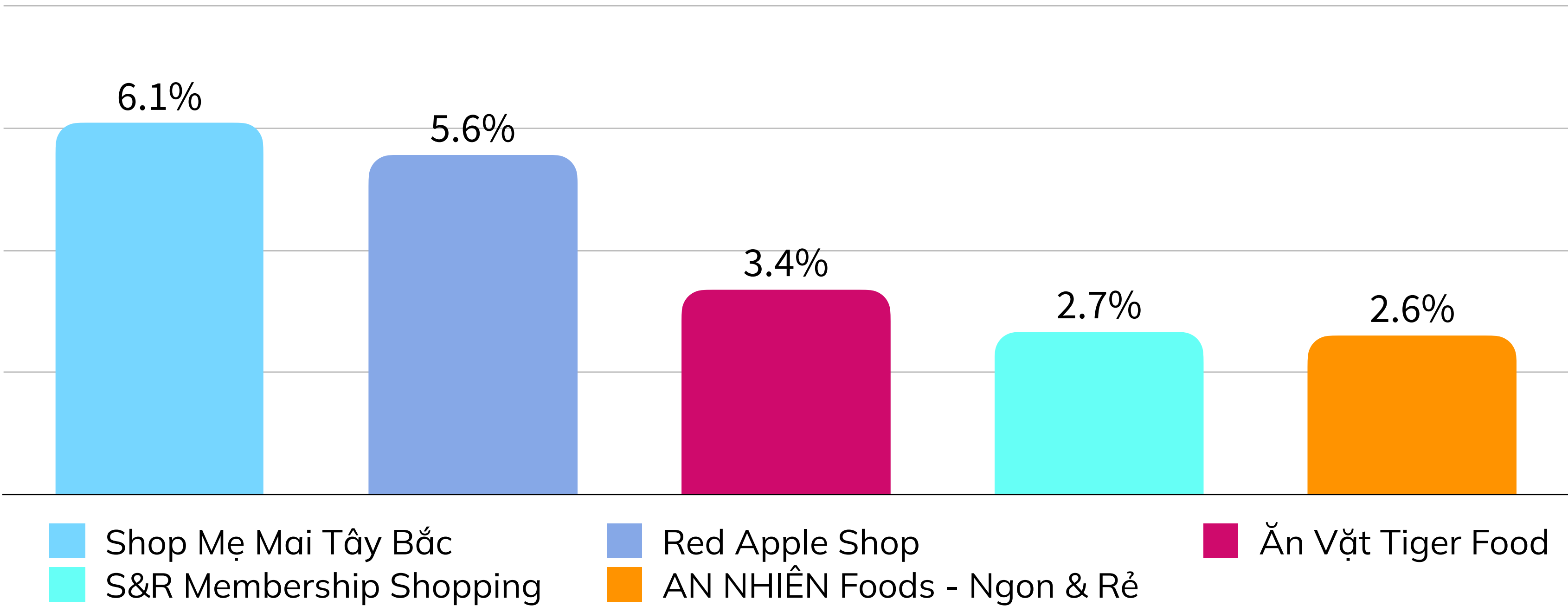
品牌	所属国家	热销类目
Rich food	越南	果干
Tiger Food	越南	肉干
Wonderful	美国	坚果
Chocmet	菲律宾	坚果
Mr. Squirrel	菲律宾	果干

TMO 洞察:

- 在东南亚坚果&果干、肉干线上细分市场，畅销品牌前五名共占12.9%市场份额，并且大部分是越南和菲律宾品牌，显示出这两个国家在该细分类目的活力。虽然本土品牌占上风，但并未出现有垄断倾向的品牌。
- 中国出海品牌豫小果 (Yuxiaoguo)上榜畅销品牌前十，主要在马来西亚市场销售坚果，表现优秀。Wonderful属于美国大型农产品集团 The Wonderful Company，主打加州开心果和杏仁，在全球市场广泛布局，包括亚洲市场。
- 菲律宾与越南是热带水果和坚果的重要产地，对于果干和坚果，东南亚本地生产成本低，本土品牌掌握原料来源和加工环节，降低成本并保持产品新鲜度，尤其是在电商平台上提供“现做现发”“低温干燥”等卖点。

坚果&果干、肉干 - 热销店铺

热销店铺市场份额



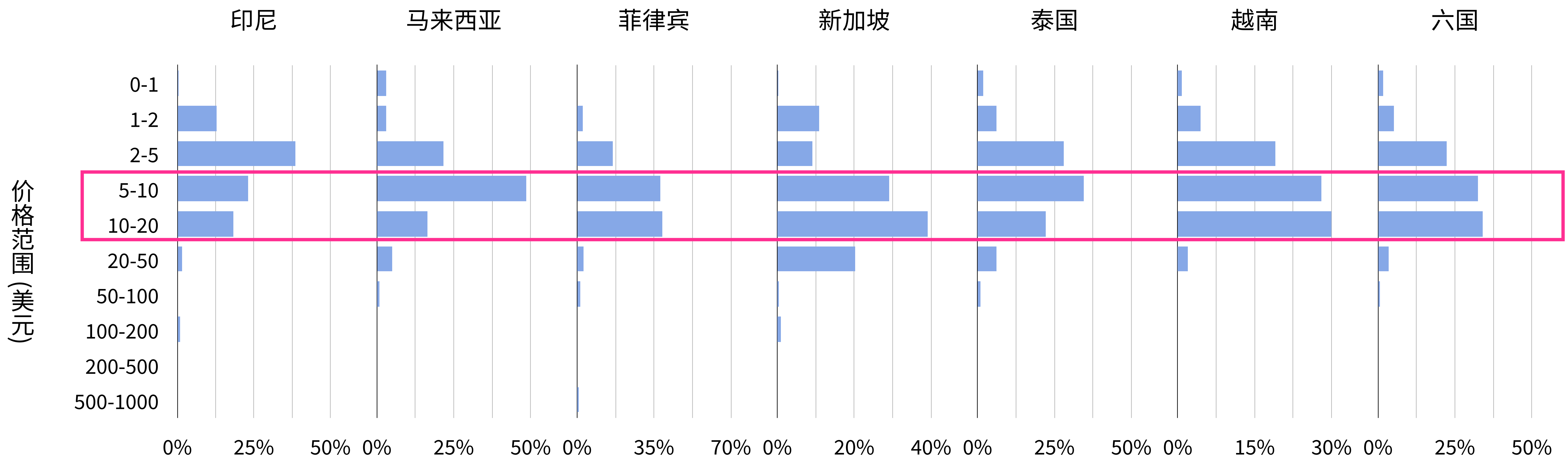
店铺	销售国家	热销类目
Shop Mẹ Mai Tây Bắc	越南	肉干
Red Apple Shop	越南	果干
Ăn Vật Tiger Food	越南	肉干
S&R Membership Shopping	菲律宾	坚果
AN NHIÊN Foods - Ngon & Rẻ	越南	肉干

TMO 洞察:

- 和畅销品牌一样，坚果&果干、肉干类目的畅销店铺主要市场是越南和菲律宾，展现出这部分市场对该品类零食的旺盛需求。
- 热销类目中，肉干类的零食在越南尤其热销。
- 热销店铺中，既有包含多品类的集合店（如S&R Membership Shopping还销售日用品），也有品牌店铺。可见一站式的集合店形式受到一定欢迎。

坚果&果干、肉干价格区间

按价格范围和国家/地区划分的销售额占比



5-20美元区间是东南亚 坚果&果干、肉干零食市场的**核心价格带**。

- 在**马来西亚、泰国**，**5-10美元**的产品产生最多的销售额。在**菲律宾、越南、新加坡**，都是**10-20美元**区间的产品销售额占比最高。
- 在**印尼**，**2-5美元**区间的产品的销售表现最为突出，是销售额集中价格带售价最低的国家。
- 在**新加坡**，**20-50美元**区间的产品销售额占比也超过了20%，展现出该国突出的消费水平。

坚果&果干、肉干 - 热门畅销新品

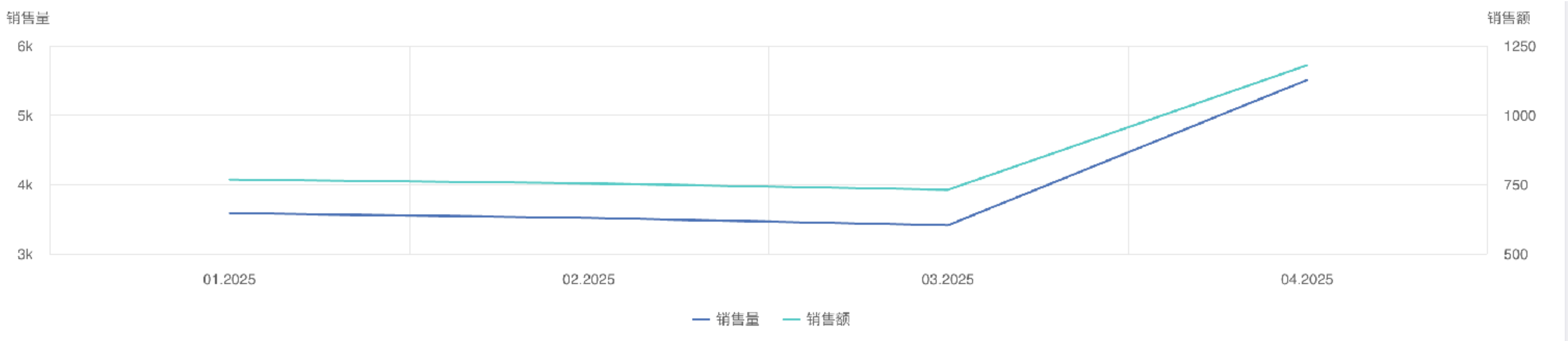


品牌: 甘源
店铺: LANNA STORE
售价: 0.21美元
原价: 0.27美元
品类: 食品饮料 > 零食
> 籽类
原产国: 中国
所售国家: 越南
原料: 坚果、干果、豆类、盐、糖、调味料、坚果（杏仁、腰果、花生、澳洲坚果等）
适用人群: 零食爱好者、健康饮食者、忙碌人士、旅行者
储存方式: 请置于阴凉干燥处。

甘源风味混合坚果，KAM YUENS混合豆类、坚果和干果

甘源食品创立于中国，主打豆果、坚果、瓜子、花生、膨化烘焙等零食，旗下“蟹黄蚕豆”“芥末豌豆”“咸蛋黄坚果”等口味深受欢迎。2024年起，甘源在印尼、马来西亚等国深入调研，收集当地文化习惯、消费偏好及零食流行趋势。根据当地喜好推出 1KG 综合大礼包装，更符合东南亚消费者“多口味”“一次采购量大”的需求
2024年越南台风期间，甘源从河内仓库调配价值百万级物资救援，并通过SHOPEE直播同步展示，提升品牌声誉。

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



商品名称监控 - TMO数据平台 Market Insider

产品	Original Title / New Title	Modification Time
	Original Title	2025-01-01
	New Title	
	Gan Yuan Flavored Mixed Nuts, Kam Yuens Mixed Beans, Nuts & Dried Fruits	

坚果&果干、肉干 - 热门畅销新品



品牌：NUTRIFINDS

店铺：NUTRIFINDS

售价：16.58美元

原价：10.06美元

品类：食品饮料 > 零食

> 坚果

原产国：菲律宾

所售国家：菲律宾

原料：坚果，种子，干果，盐，植物油等

适用人群：成人、儿童

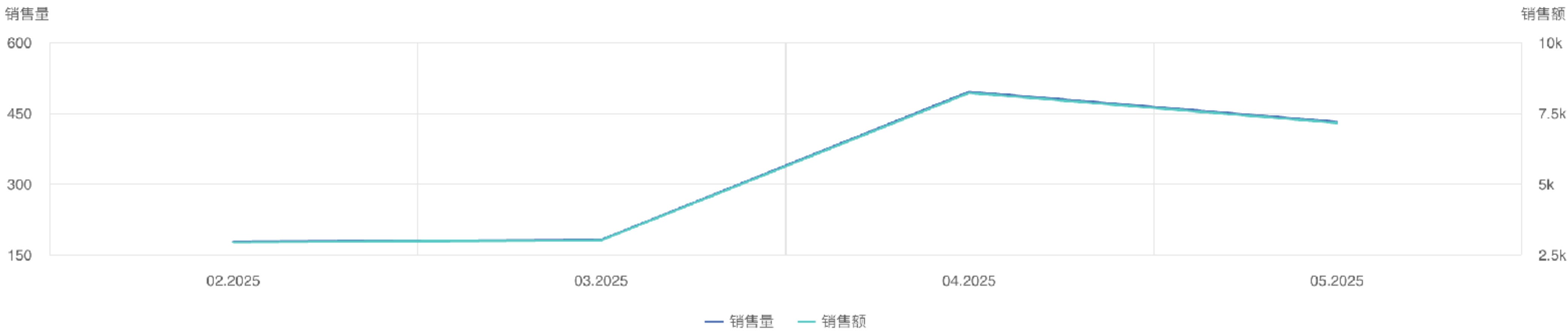
适用场景：随时随地吃零食，健康零食，分享

储存方式：存放在阴凉干燥处。

NUTRIFINDS® 招牌什锦坚果 - 混合装

NUTRIFINDS 是菲律宾本土的健康零食品牌，其主打产品为 **SIGNATURE TRAIL MIX**（混合坚果与干果），主打“天然无盐”、“健康高蛋白”概念，深受注重健康的消费者喜爱。大罐装附赠洩饱小包装，增强性价比和购买吸引力。

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



价格监控 - TMO数据平台 Market Insider

产品	Old Price		New Price		Modification Time
 Nutrifinds® Signature Trail Mix - Bundle	原价	\$10.06	原价	\$10.06	2025-02-17
	价格	\$16.36	价格	\$16.58 ▲ \$0.22	

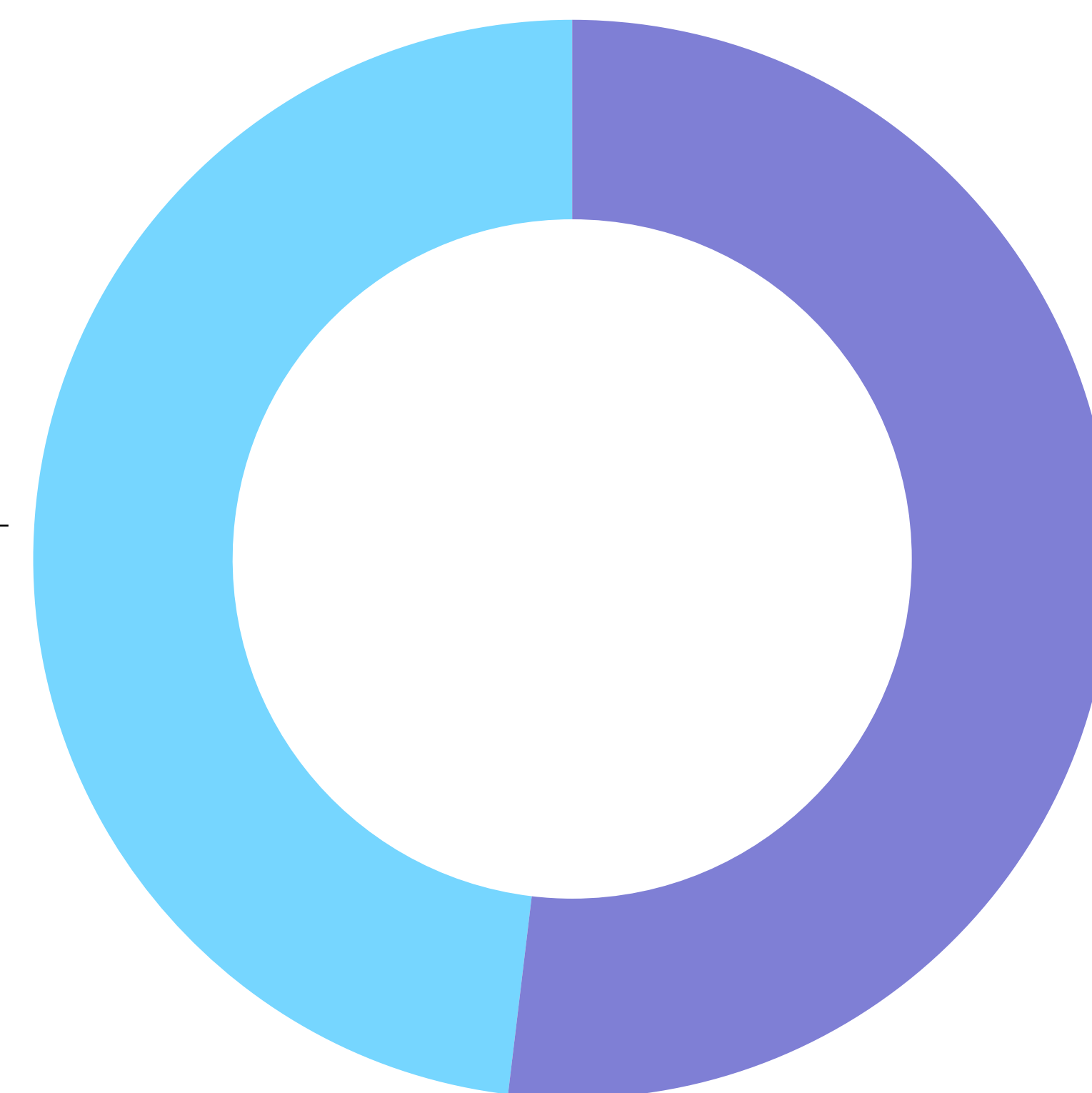


巧克力、糖果

巧克力、糖果 - 热门细分类目



巧克力
48.1%



糖果和甜食
51.9%

TMO 洞察:

- 巧克力和糖果类目中，两个细分类目的销售占比都在50%左右。
- 巧克力和糖果作为**轻消费、情绪型产品**，受到年轻人欢迎，适合日常“奖励”“解压”或社交分享。特别是在跨境电商（Shopee/Lazada Global Mall）中，**进口巧克力与糖果成为热销选项**，吸引中产阶层和年轻消费者。

巧克力、糖果 - 细分类目热销国家

糖果和甜食



- 糖果和甜食细分类目中，**马来西亚销售最佳，在六国中占比超过25%**。
- 马来西亚休闲零食行业近年来显著增长，糖果巧克力作为重要细分品类受益于消费者对便捷食品的需求提升。
- 国际品牌通过研发符合东南亚口味的糖果（如榴莲味、椰子糖），结合本地电商平台的流量优势，实现高转化率

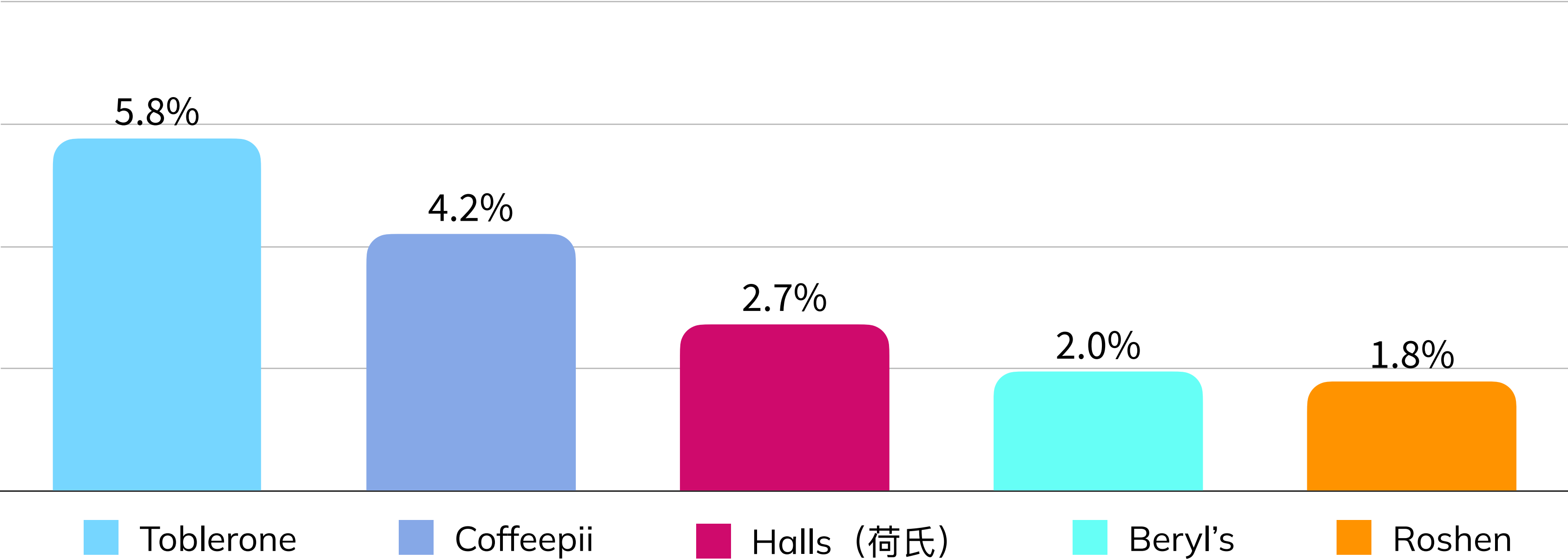
巧克力



- 巧克力细分类目中，**也是马来西亚销售最佳，不过菲律宾紧随其后**，两者在六国中的销售占比约为26.5%和25%。
- **马来西亚**拥有较为西化的饮食习惯和长期的巧克力消费文化，消费者对进口或本地巧克力品牌接受度高。两国市场也欢迎国际品牌入驻（如Hershey's、Ferrero、Cadbury），品类丰富推动了整体销量

巧克力、糖果 - 畅销品牌

畅销品牌市场份额



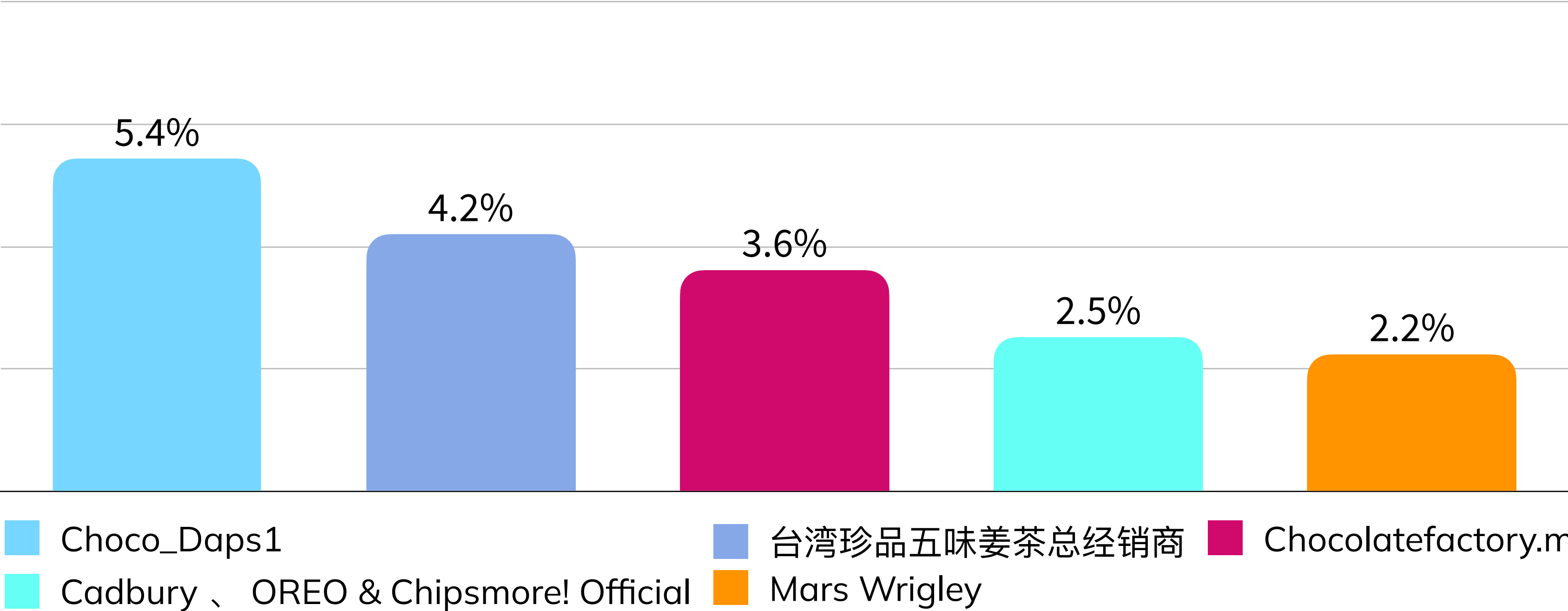
品牌	所属国家	热销类目
Toblerone (亿滋国际旗下)	瑞士	巧克力
Coffeepii	日本	糖果
Halls (荷氏) (亿滋国际旗下)	英国	糖果
Beryl's	马来西亚	巧克力
Roshen	乌克兰	糖果和甜食

TMO 洞察:

- 在巧克力和糖果类目中，**欧洲、日本等地的进口品牌**更受东南亚消费者青睐。**瑞士的Toblerone**是该赛道的领先品牌，占据了约5.8%的线上市场份额，其爆款产品是三角巧克力。排名第二的是来自日本的Coffeepii。
- **该赛道畅销品牌前五的市场份额综合不超过20%，品牌集中度并不高。**畅销品牌前二十中还包含意大利费列罗Ferrero Rocher、韩国乐天LOTTE、美国彩虹糖Skittles等一众国际品牌，**说明该类目是海外品牌热衷布局的赛道。**

巧克力、糖果 - 热销店铺

热销店铺市场份额



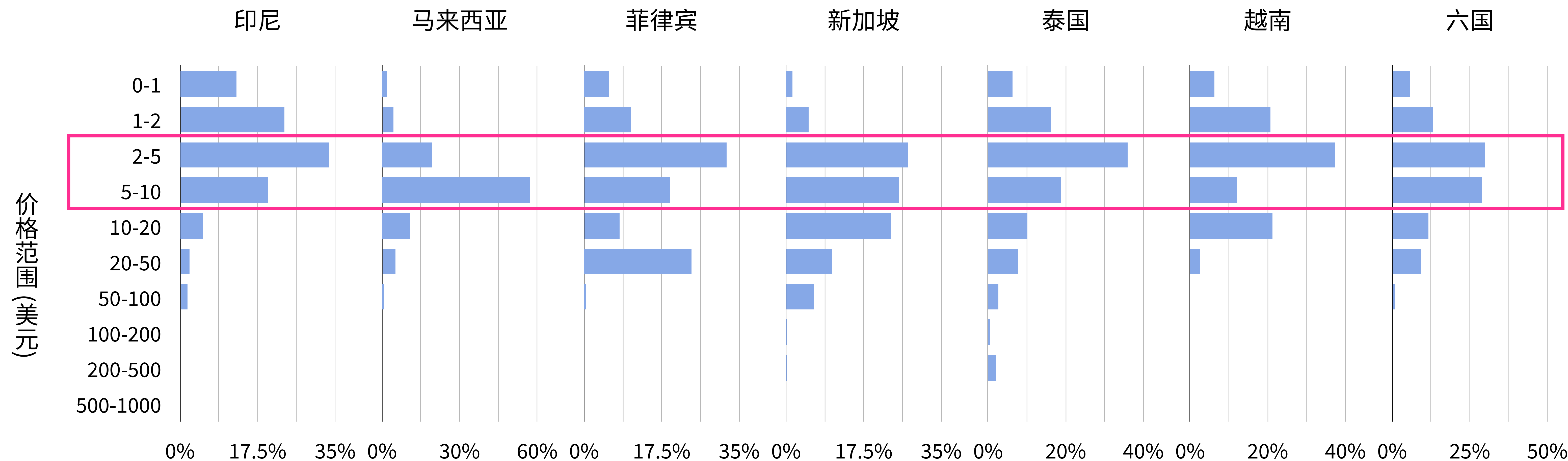
店铺	销售国家	热销类目
Choco_Daps1	菲律宾	巧克力
台湾珍品五味姜茶总经销商	马来西亚	糖果和甜食
Chocolatefactory.my	马来西亚	巧克力
Cadbury 、 OREO & Chipsmore! Official	马来西亚	糖果和甜食
Mars Wrigley	东南亚多国	糖果和甜食

TMO 洞察:

- 销售前五的店铺市场份额总和不足20%，表明该品类的市场尚未出现占据主导地位的头牌品牌或店铺，给跨境品牌入局提供机遇。
- 来自中国的台湾珍品五味姜茶总经销商集合店上榜，销售各种台湾产品，表明中国产品在东南亚消费者中受到一定的欢迎。
- 排名前三的店铺是集合多个品牌和细分类目的集合店，说明这种集合店的形式在零食消费者中受到欢迎，能一次购买多个种类的产品。
- Cadbury 、 OREO & Chipsmore! Official是一个 官方旗舰店，由 Mondelez International （即奥利奥、吉百利等品牌的母公司）直接运营或被正式授权经营。Mars Wrigley 是美国跨国食品公司 Mars, Incorporated 的一个业务部门，其店铺包含旗下经典产品如M&M’ s、Snickers（士力架）等。

巧克力、糖果 - 价格区间

按价格范围和国家/地区划分的销售额占比



2-5美元的产品占据了主导地位，产生了33%的销售额，其次是5-10美元的产品。

- 在印尼、泰国、菲律宾、越南、新加坡，2-5美元的产品最为畅销
- 马来西亚则是5-10美元的产品最为畅销，且价格区间较其他国家非常集中。
- 新加坡相对其他国家，各价格段的销售集中度不高，尤其是2-20美元价格段的销售，较均匀地分布在各个区间。

巧克力、糖果 - 热门畅销新品

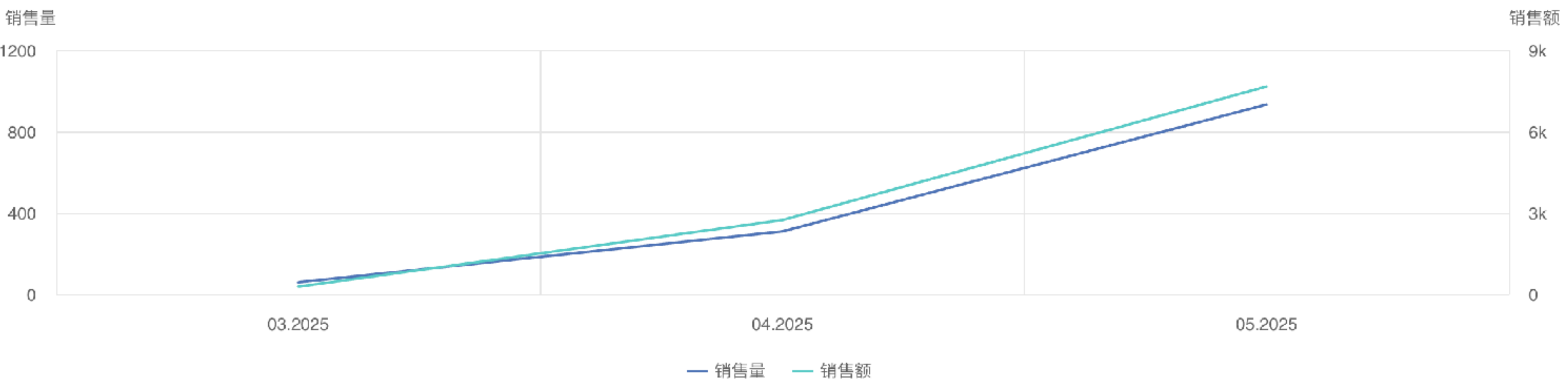


品牌: BERYL’ S
店铺: BYHAERINA
售价: 8.21美元
品类: 食品饮料 > 零食 > 巧克力
原产国: 马来西亚
所售国家: 马来西亚
原料: 可可、杏仁、糖、乳固体、乳化剂、香草等
适用场景: 生日、婚礼、订婚、特殊场合
储存方式: 存放在阴凉干燥处

巧克力生日礼物 | 自制 BERYL'S 杏仁巧克力 | 结婚礼物 | 订婚礼物 12、21、42 块

BERYL'S 是来自 **马来西亚** 的本土高端巧克力品牌，成立于 1995 年，以其使用优质可可原料和东南亚特色口味而深受欢迎，特别是在本地礼品市场与出口市场都占有一席之地。BERYL’ S 产品以“坚果+巧克力”系列最为畅销，其中以 **杏仁巧克力（ALMOND CHOCOLATE）** 为代表。

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



商品名称监控 - TMO数据平台 Market Insider

产品	Original Title / New Title	Modification Time
	Original Title	2025-01-01
	New Title Chocolate Birthday Gift Homemade Beryl's Almond Chocolate Wedding gift Engagement gift 12, 21, 42 pcs	
	Original Title Chocolate Birthday Gift Homemade Beryl's Almond Choc Hantaran kahwin Bertunang 12, 21, 42 pcs	2025-03-19
	New Title Chocolate Birthday Gift Homemade Beryl's Almond Choc Hantaran kahwin Bertunang	

巧克力、糖果 - 热门畅销新品



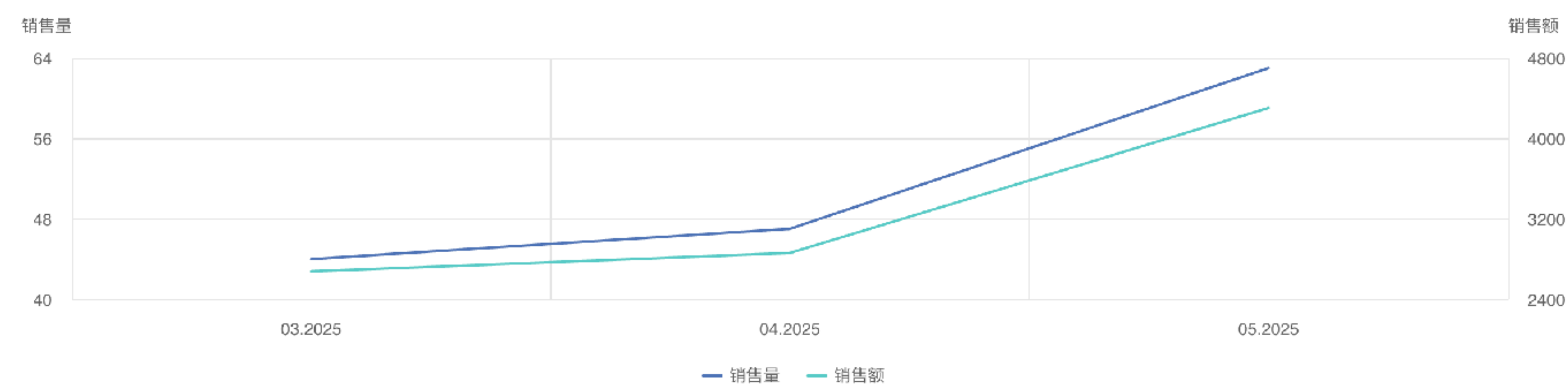
Callebaut 811 Dark Chocolate Callets 2.5 kg

品牌: CALLEBAUT
店铺: GOURMET BAKING MNL
售价: 68.29 美元
品类: 食品饮料 > 零食
> 巧克力
原产国: 比利时
所售国家: 菲律宾
原料: 可可、糖、乳化剂: 大豆卵磷脂、天然香草香精、可可浆等
适用场景: 糕点、巧克力制作、甜点、烘焙
储存方式: 存放在阴凉干燥处

CALLEBAUT 比利时黑巧克力 CALLETS 811 (2.5 公斤/袋)

CALLEBAUT 是来自 比利时 的知名巧克力品牌。品牌成立于 1911 年，是世界领先的专业巧克力原料供应商之一，主要为面包师、糕点师、巧克力工匠和餐饮行业服务。

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



上下架监控 - TMO数据平台 Market Insider

产品	Type	Modification Time	价格
 Callebaut Belgian Chocolate Dark Callets 811 (2....	On-shelf	2025-02-01	\$60.86
 Callebaut Belgian Chocolate Dark Callets 811 (2....	On-shelf	2025-02-17	\$60.86

果蔬脆片、薯片

果蔬脆片、薯片 - 热门细分类目



果蔬脆片
39.3%



薯片
60.7%

TMO 洞察:

- 果蔬脆片和薯片细分类目中，传统的薯片零食一如既往地受欢迎，当月销售占60%以上。
- 东南亚消费者对健康零食的需求显著增长，尤其是年轻一代和中产阶级，更倾向于选择低热量、高纤维、无添加的零食替代传统高糖高脂产品。果蔬脆片因其保留了果蔬的营养成分和一部分带有“非油炸”标签，成为理想选择。除了常见蔬果外，东南亚还流行菠萝蜜脆片、苦瓜脆片、木薯脆片、辣椒脆、榴莲脆等由当地特色的蔬果制零食。

果蔬脆片、薯片 - 细分类目热销国家

薯片

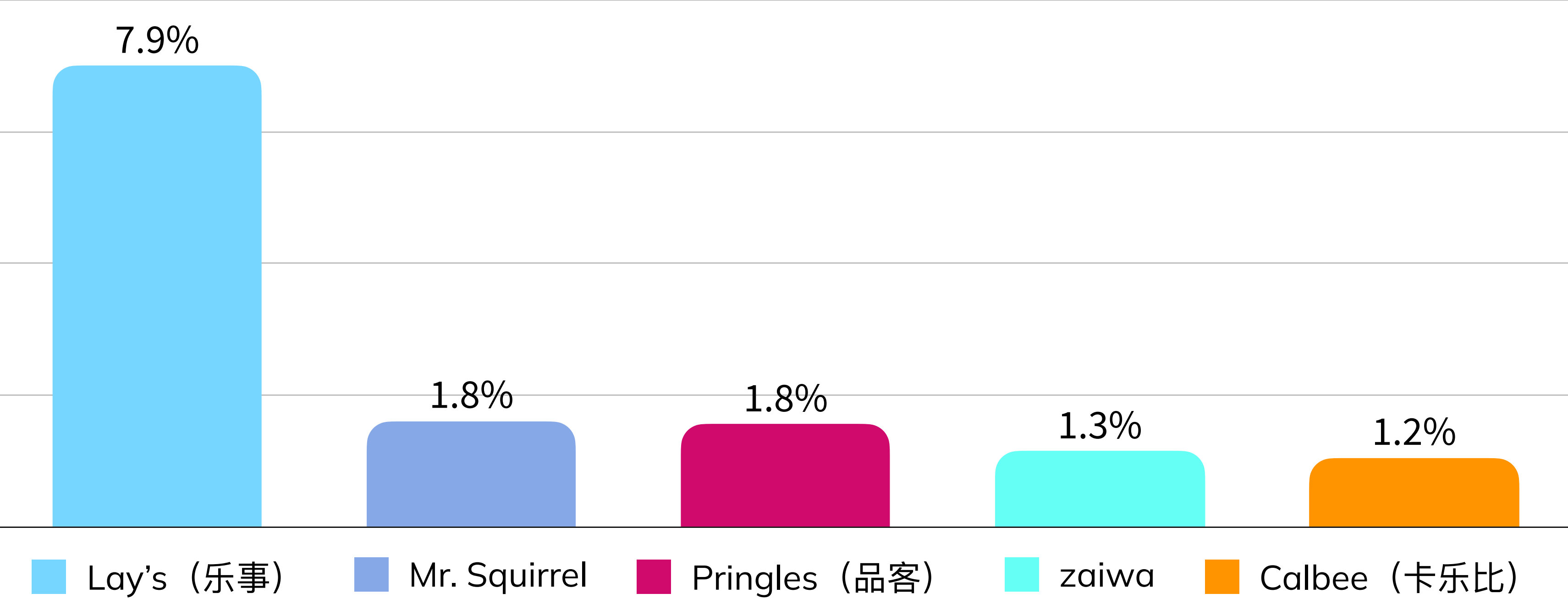
- 薯片细分类目中，**印尼销售最佳**，在六国中将近**超过45%**。
- 印尼是东南亚人口最多的国家，且年轻人口比例高。这部分消费者是线上零食购买的主力军，推动了薯片等即食休闲食品的热销。海内外品牌在产品口味、价格定位和包装设计上高度本地化，受到消费者青睐。例如，**辣味、巴厘风味、甜辣混合口味**等是印尼市场的热门选项。

果蔬脆片

- 果蔬脆片细分类目中，**印尼销售最佳**，在六国中占比**超过35%**。其次是马来西亚和菲律宾。
- 随着印尼中产阶层扩大，消费者对**食品的健康、天然属性**愈发重视。果蔬脆片通常主打“无添加”“低脂”“高纤维”等标签，正好契合年轻群体对“健康零食”的需求。

果蔬脆片、薯片 - 畅销品牌

畅销品牌市场份额



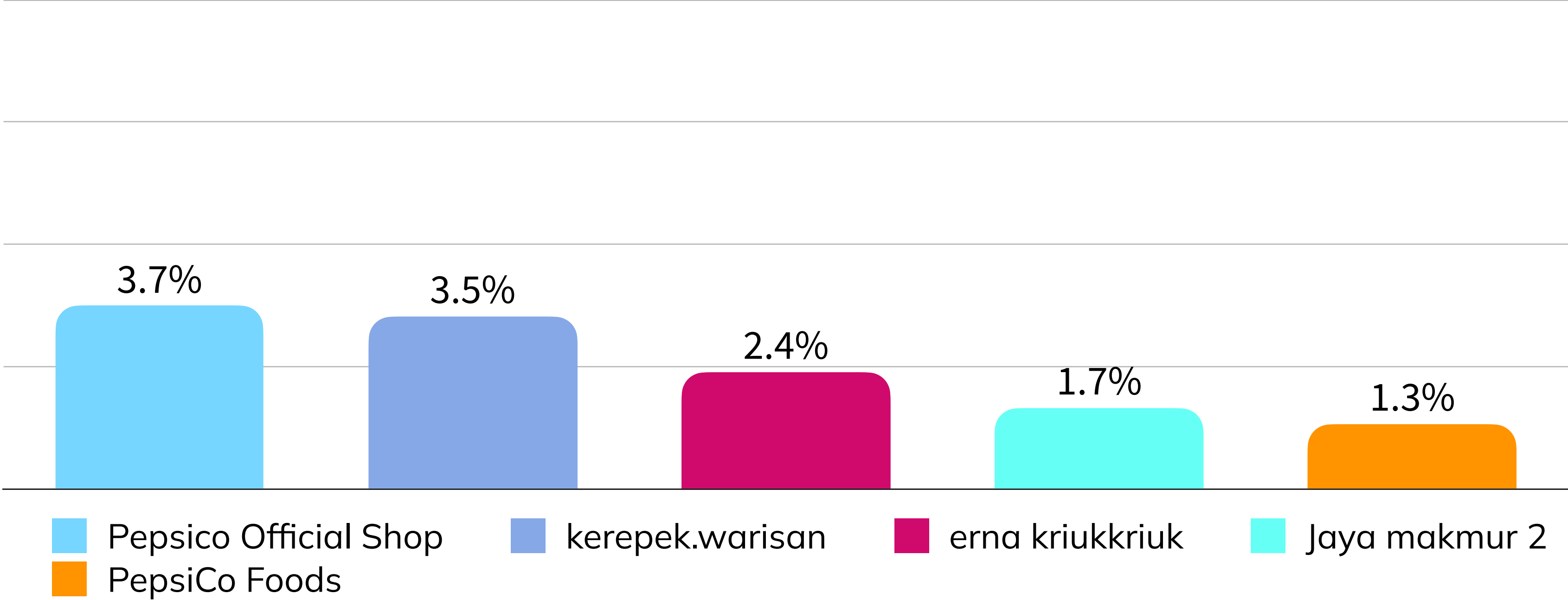
	品牌	所属国家	热销类目
1	Lay's（乐事） （百事旗下）	美国	薯片
2	Mr. Squirrel	菲律宾	果蔬脆片
3	Pringles（品客） （家乐氏旗下）	美国	薯片
4	zaiwa	马来西亚	薯片
5	Calbee（卡乐比）	日本	薯片

TMO 洞察:

- **美国品牌乐事**在东南亚线上市场该类目的畅销品牌中，以较大的销售额优势超过了其余的海内外品牌，**是唯一一个市场份额超过5%的品牌**。
- 此外，**品客、卡乐比**等国际品牌也在该类目中名列前茅，且热销类目均为薯片。这些国际品牌根据东南亚市场的口味偏好**不断推出本地化口味**，如乐事推出**泰式酸辣、海南鸡饭、越式春卷风味**；品客推出**冬阴功、香辣海苔、虾片口味**。
- 在马来西亚、新加坡、泰国等中高收入消费人群较集中的市场，进口薯片往往被视为更高品质的零食，愿意为品牌溢价买单。

果蔬脆片、薯片 - 热销店铺

热销店铺市场份额



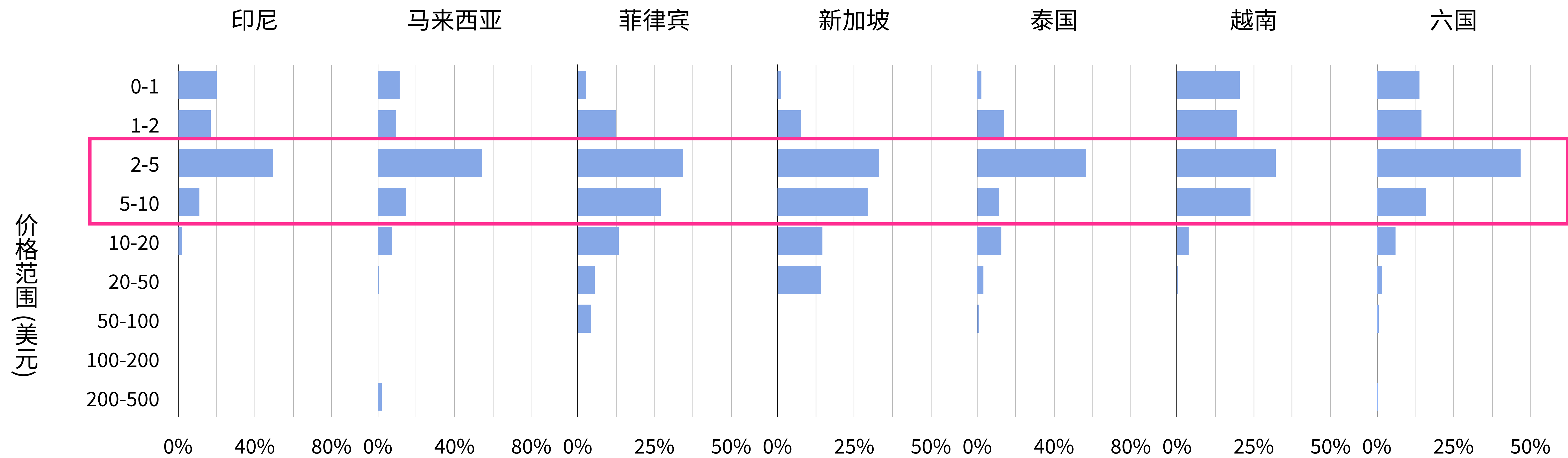
店铺	销售国家
Pepsico Official Shop	泰国
kerepek.warisan	马来西亚
erna kriukkriuk	马来西亚
Jaya makmur 2	印尼
PepsiCo Foods	越南

TMO 洞察:

- **Pepsico Official Shop**是百事公司的官方授权店铺，在该类目整个东南亚线上市场中，当月销售排名第一，但仅以**0.2%的微弱优势领先于第二名**。在泰国Shopee Mall上，该店铺由百事公司或其授权经销商运营，负责销售旗下品牌（包括乐事）的正品商品。
- 排名第二和第三的两个店铺销售的多是各种白牌产品，以量大、低价、新鲜、本地原料等卖点吸引消费者。

果蔬脆片、薯片 - 价格区间

按价格范围和国家/地区划分的销售额占比



在果蔬脆片、薯片市场，六国综合来看，**2-10美元**的产品最畅销。

- 六国果蔬脆片、薯片销售最多的**价格区间都集中在2-5美元，占比达46%**，相对坚果、巧克力等类目价格较低。
- **在马来西亚、菲律宾、新加坡和越南，2-5美元的产品**在Shopee和Lazada上最为畅销。
- 在印尼和泰国，则是1-5美元区间的产品销售额更高，表明这两国该类目的产品价格相对较低。

果蔬脆片、薯片 - 热门畅销新品

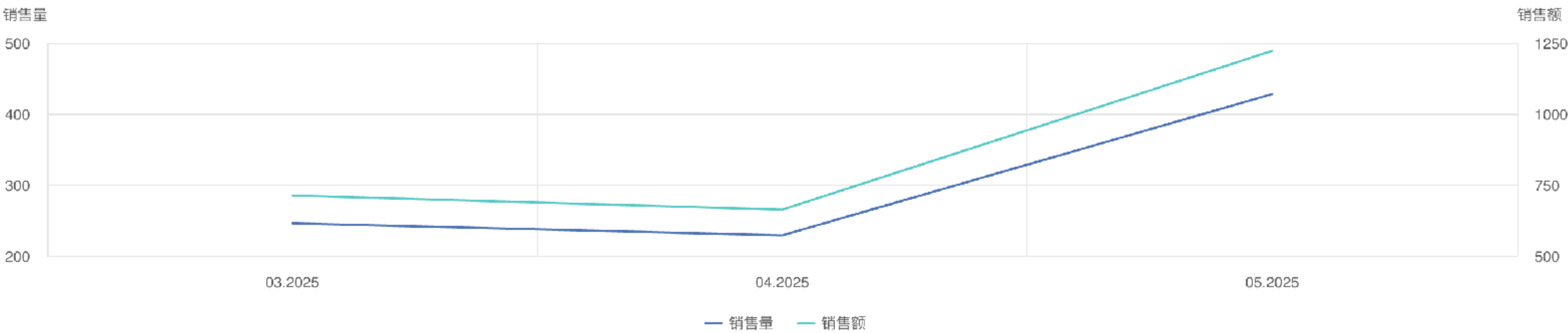


品牌: LAY'S
店铺: BIG C OFFICIAL SHOP
售价: 2.85美元
品类: 食品饮料 > 零食
> 薯片、脆片
原产国: 美国
所售国家: 泰国
原料: 土豆、辣椒鱿鱼味、植物油、糖、盐、香辛料、增味剂、麦芽糊精、柠檬酸等
适用场景: 与朋友和家人分享，在旅途中吃零食，添加到午餐盒

乐事波浪脆香辣鱿鱼味薯片40克 6包（泰国限定）

乐事（LAY'S）是百事公司旗下的全球知名薯片品牌，凭借强大的品牌影响力、灵活的本地化策略和创新营销方式，在东南亚多个国家建立了稳固的市场地位。根据本地消费者口味偏好调整配方，在泰国推出“辣味海鲜”“冬阴功”等重口味产品，包括HOT CHILI SQUID（香辣鱿鱼味）是针对东南亚市场研发的区域口味。

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



主图监控 - TMO数据平台 Market Insider

Product Title	Original Image / New Image	Modification Time
Lay's Rock Crispy Wavy Potato Chips Hot Chili Squid Flavor 40 g. Pack 6	 	2025-02-01
Lay's Rock Crispy Wavy Potato Chips Hot Chili Squid Flavor 40 g. Pack 6	 	2025-04-18

果蔬脆片、薯片 - 热门畅销新品

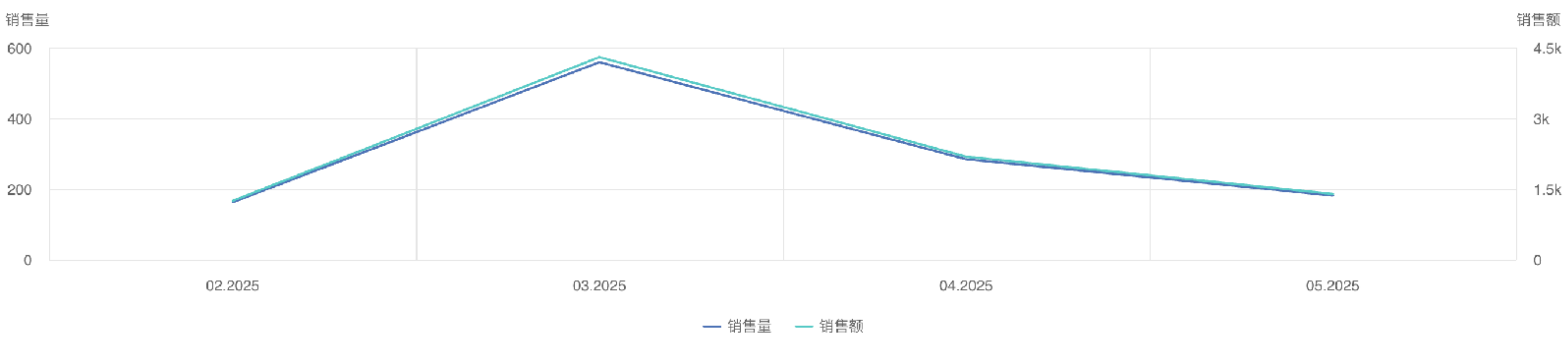


品牌：TES
店铺：GOLDEN SNACK OFFICIAL
售价：7.69美元
品类：食品饮料 > 零食
> 薯片、脆片
原产国：印尼
所售国家：印尼
原料：木薯、辣椒、植物油、糖、盐、香料等
适用场景：零食、聚会、旅行
储存方式：请存放在阴凉干燥处，避免阳光直射。

TES 巴拉多（传统辣味）风味木薯片（2.5千克）

TES 是印度尼西亚本地知名的休闲零食品牌，隶属于印尼食品企业 **PT. ACEFOOD INDUSTRIAL CORPORATION**。该品牌主打传统印尼风味的薯片、木薯片等休闲食品，凭借地道口味、实惠价格和大包装规格，在本地市场及SHOPEE、TOKOPEDIA等电商平台上广受欢迎。

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



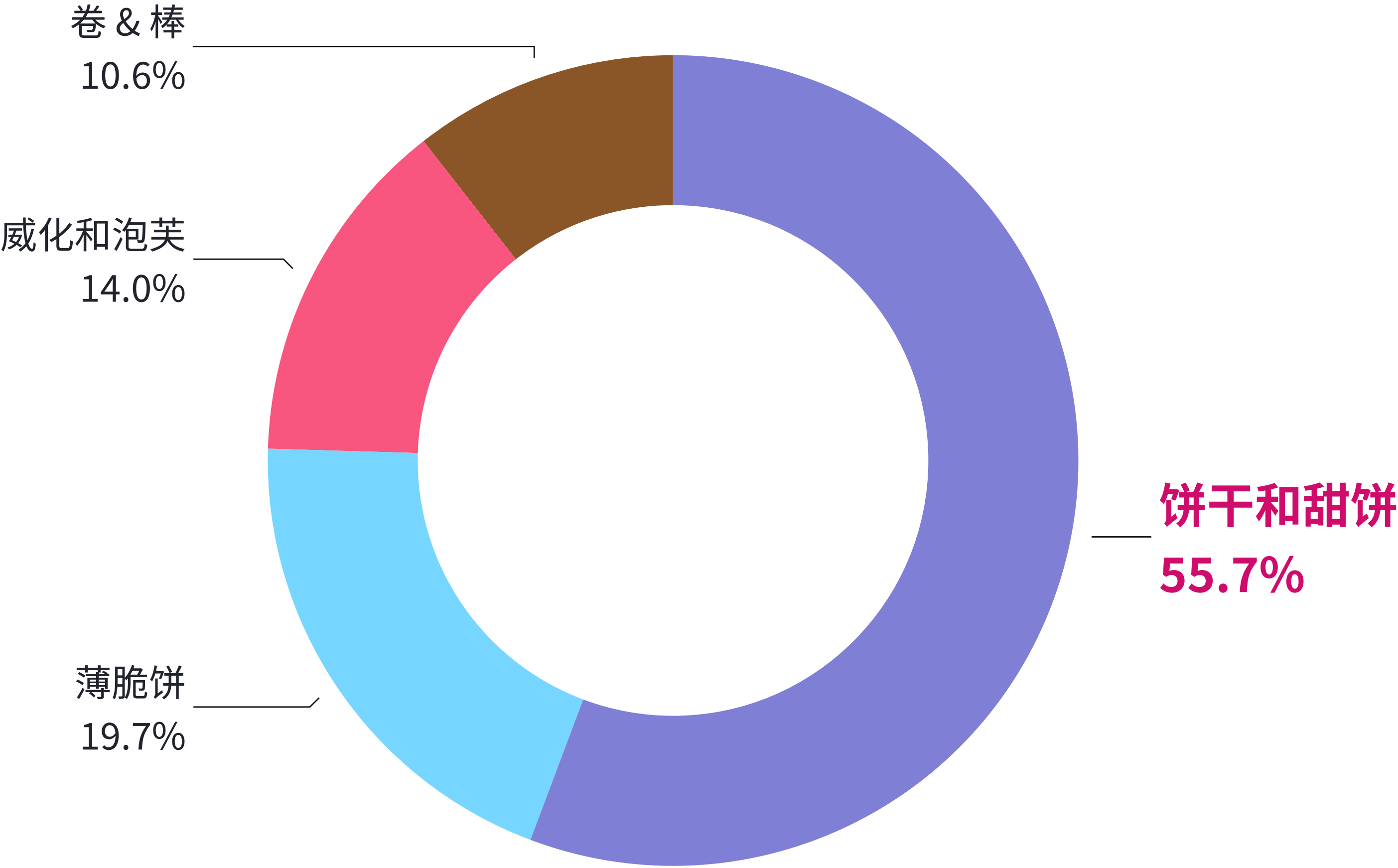
商品名称监控 - TMO数据 Market Insider

产品	Original Title / New Title	Modification Time
	Original Title	2025-01-01
	New Title TES Cassava Chips Balado Flavor 2.5 kg	
	Original Title TES-KRIPIK-SINGKONG 2.5 KG SAMBAL-BALADO	2025-05-26
	New Title Tes Kripik Singkong 2.5 Kg Sambal Balado Renyah Pedas	



饼干、薄脆饼

饼干、薄脆饼 - 热门细分类目



TMO 洞察:

- 饼干、薄脆饼类目中，偏甜口味的饼干（如曲奇）销售占比最大，超过了50%。
- 排名第二的细分类目是薄脆饼（一般为咸味薄脆），占比接近20%。其他受欢迎的细分类目包括薄脆饼、威化、泡芙、卷、棒等，体现出线上饼干市场产品形式的多样化，和消费者对多样化形式零食的接受度较高。

饼干、薄脆饼 - 细分类目热销国家

饼干和甜饼



- 饼干和甜饼细分类目中，**越南销售最佳，在六国中将近超过20%**，紧随其后的是马来西亚。
- 黄油曲奇在越南已深入人心，消费者偏爱软甜型饼干，尤其是有奶香、巧克力夹心的产品；节庆礼赠文化浓厚（如春节送礼），Danisa、Cosy、Oreo等品牌的曲奇礼盒广受欢迎，尤其是在 Têt（越南春节）前后。

薄脆饼



- 薄脆饼细分类目中，**菲律宾销售最佳，在六国中占比超过50%**。
- 与邻国相比，**菲律宾人更偏好“奶酪味、咸奶油、黄油咸脆”等口味**，这恰好与薄脆饼干的属性高度吻合。本地品牌 **Jack 'n Jill** 旗下有多款咸味薄脆饼干，如 Dewberry、Magic Flakes、Chiz Curls。

威化和泡芙



- 威化和泡芙细分类目中，**印尼销售最佳，在六国中占比超过60%**。
- 威化饼干、泡芙多以**单独包装+整袋组合**方式出售，适合日常分次食用和共享，极符合印尼多人口家庭消费习惯。

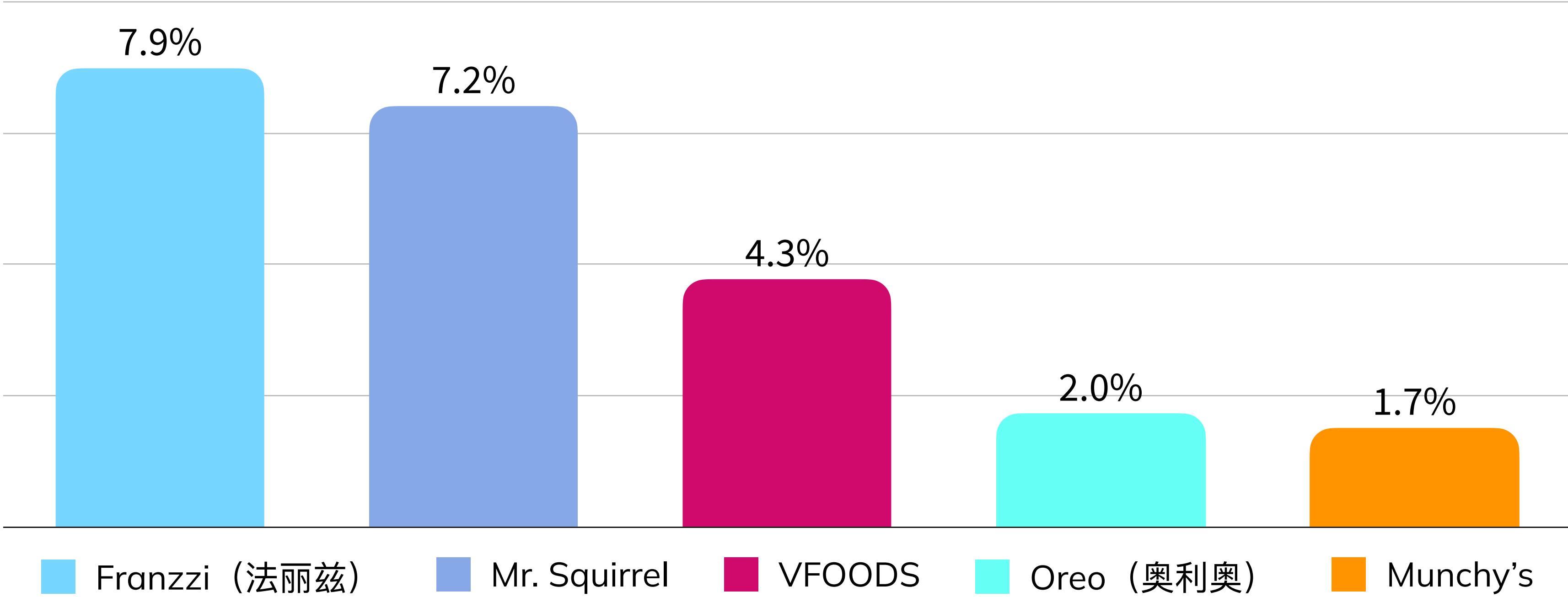
卷 & 棒



- 卷 & 棒（饼干）细分类目中，**越南销售最佳，在六国中占比超过40%**。其次是泰国和印尼。

饼干、薄脆饼 - 畅销品牌

畅销品牌市场份额



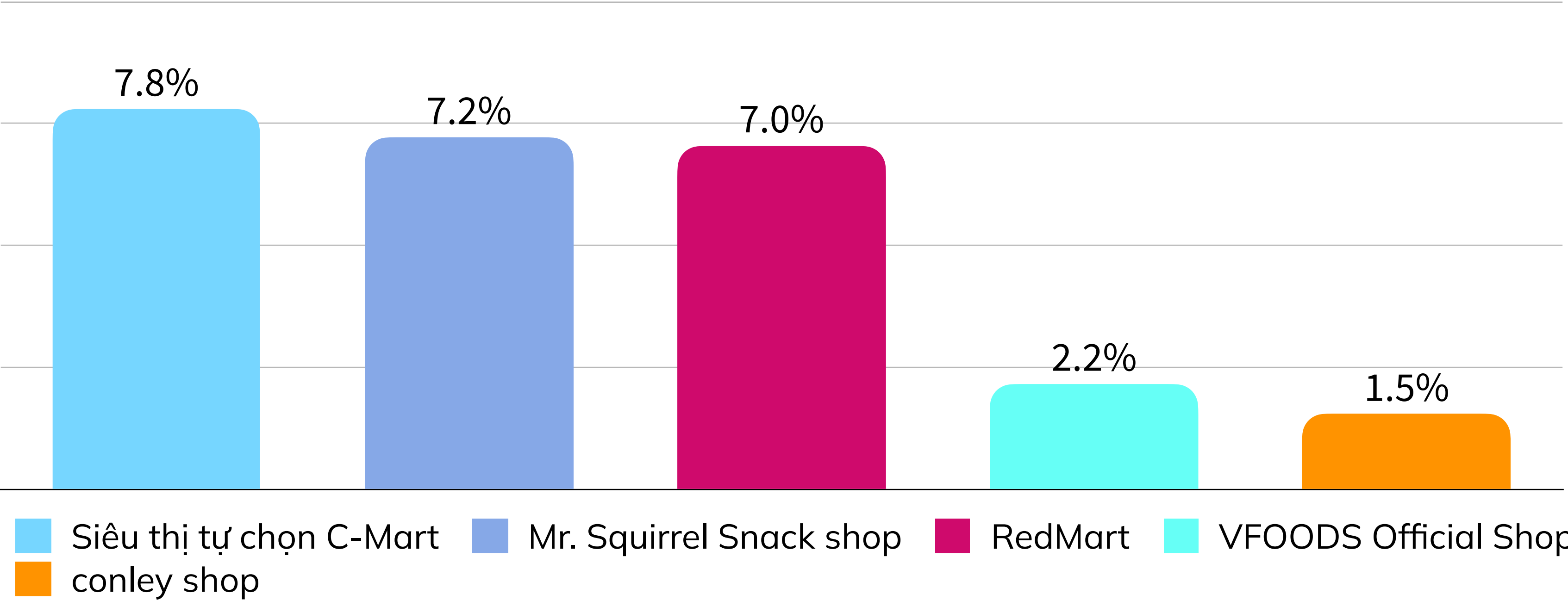
	品牌	所属国家	热销类目
1	Franzzi（法丽兹）	中国	饼干和甜饼
2	Mr. Squirrel	菲律宾	饼干和甜饼
3	VFOODS	泰国	饼干和甜饼
4	Oreo（奥利奥） （亿滋国际旗下）	美国	饼干和甜饼
5	Munchy's	马来西亚	饼干和甜饼

TMO 洞察:

- 饼干、薄脆饼类目**排名第一的畅销品牌Franzzi（法丽兹）**是中国的食品品牌，隶属于东莞市丰熙食品有限公司。Franzzi主打“多口味创意曲奇”（如芝士巧克力、香葱巧克力、抹茶慕斯、海盐香葱），以年轻化、网红风为形象，契合海外年轻人追求多样化口味与网红新品的消费趋势。
- 美国Oreo（奥利奥）也在榜并取得不错的成绩，其他上榜品牌多为东南亚本土品牌，且多数在多个东南亚国家销售，如VFOODS和Munchy’s。

饼干、薄脆饼 - 热销店铺

热销店铺市场份额



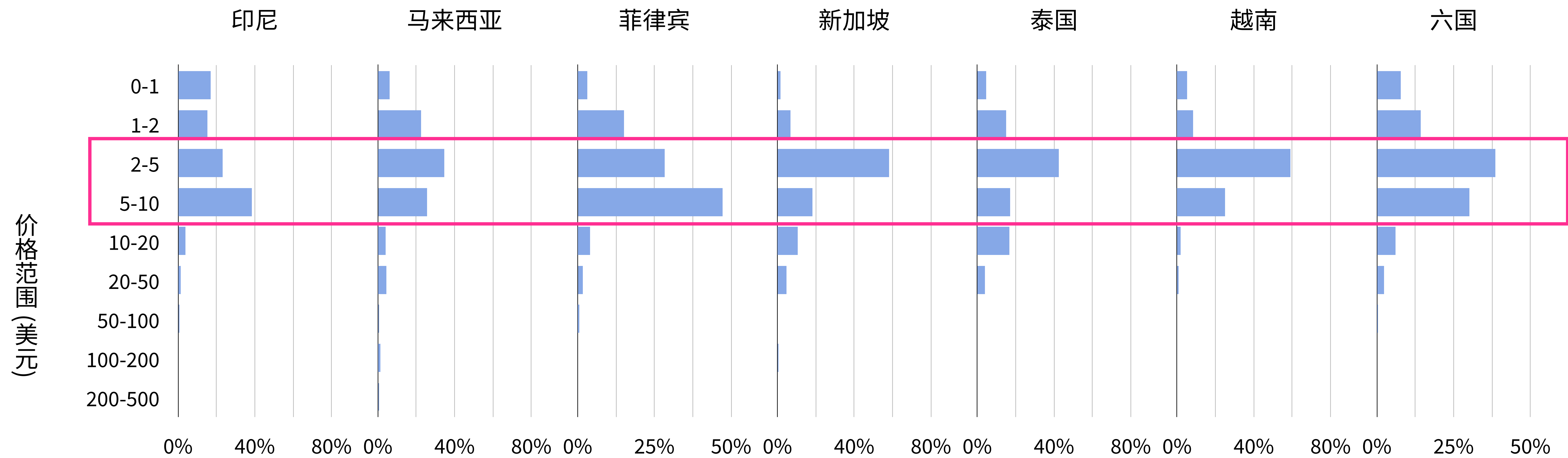
店铺	销售国家
Siêu thị tự chọn C-Mart (自助中国商品超市)	越南
Mr. Squirrel Snack shop	菲律宾
RedMart	新加坡
VFOODS Official Shop	泰国
conley shop	印尼

TMO 洞察:

- 排名第一的Siêu thị tự chọn C-Mart是一家集合不同品牌中国进口零食的集合店，店名可以理解为“自助中国商品超市”。店内销售包括Franzzi（法丽兹）、唇动、鹿角巷、米老头等中国品牌零食。该店的销售领先体现出东南亚消费者对于中国零食口味的青睐，及中国零食出海的潜在机遇。
- 其他排名靠前的店铺还包括泰国品牌VFOODS的Shopee Mall官方店铺，店铺拥有10万+关注者以及4.8/5的高评分。Shopee Mall是Shopee平台旗下的品牌官方商城，专为国际及本土品牌提供认证销售渠道，确保商品100%正品。

饼干、薄脆饼 - 价格区间

按价格范围和国家/地区划分的销售额占比



在饼干、薄脆饼市场，六国综合来看，**2-10美元**的产品最畅销。

- 六国饼干、薄脆饼销售最多的**价格区间都集中在2-5美元，占比达38%**。
- **在马来西亚、泰国、新加坡和越南，2-5美元的产品**在Shopee和Lazada上最为畅销。
- 在泰国，相对高价（10-20美元）的产品也产生了较高比例的销售额。在印尼和菲律，则是5-10美元区间的产品销售额更高。

饼干、薄脆饼 - 热门畅销新品

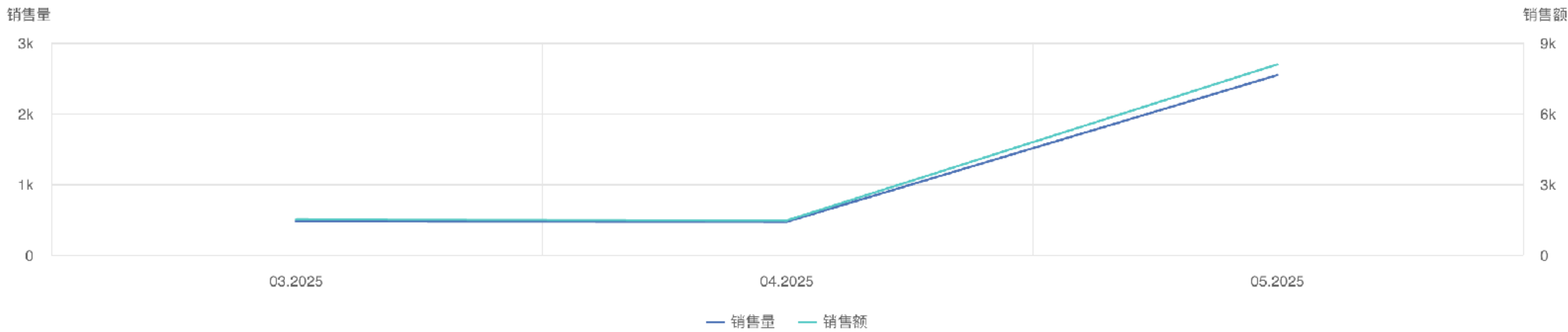


品牌: FRANZZI
店铺: SIÊU THỊ TỰ CHỌN C-MART
售价: 3.18美元
品类: 食品饮料 > 零食
> 饼干、威化
原产国: 中国
所售国家: 越南
原料: 巧克力、草莓味、抹茶味、
乳化剂、食用色素、增味剂、糖、
小麦粉等
适用场景: 零食、甜点、搭配茶或
咖啡享用、与朋友和家人分享

[C-MART] 法丽兹 巧克力熔岩曲奇球 3种口味 100G

FRANZZI（中文名“法丽兹”）是东莞丰熙食品集团（SUNSSI FOOD）旗下的休闲食品品牌，2009年成立，主打高品质夹心曲奇、蛋卷、软曲奇、麦芽糖、牛轧糖等多个类别。聚焦时尚、年轻、追求品质的甜点消费人群，产品款式丰富，口味组合创新，如抹茶、柠檬、黑曲等

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



价格监控 - TMO数据平台 Market Insider

产品	Old Price		New Price		Modification Time
 [C-MART] Franzzi Chocolate Covered Lava Cookie B...	原价	\$1.56	原价	\$1.56	2025-02-17
	价格	\$1.33	价格	\$1.31 ▼ \$0.02	
 [C-MART] Franzzi Chocolate Covered Lava Cookie B...	原价	\$1.56	原价	\$1.56	2025-03-19
	价格	\$1.31	价格	\$3.16 ▲ \$1.85	

饼干、薄脆饼 - 热门畅销新品

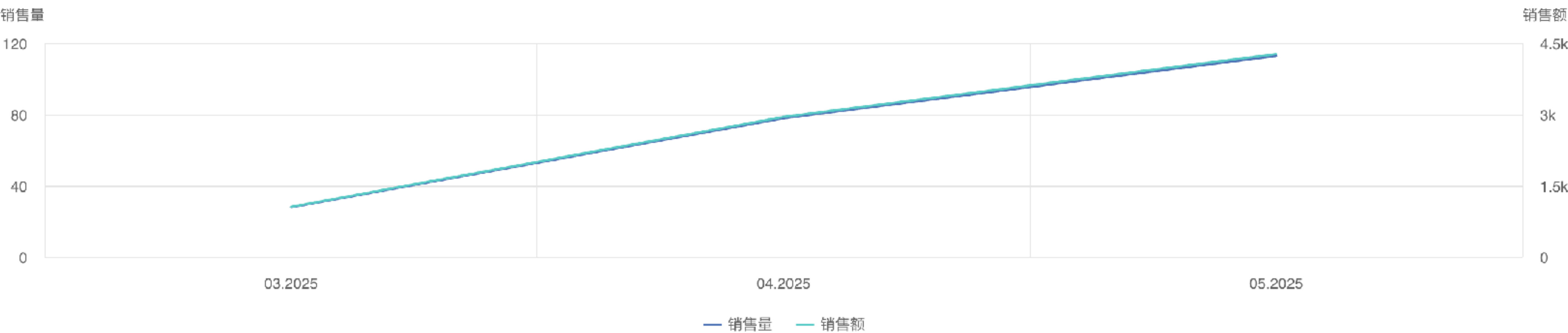


品牌: MUNCHY'S
店铺: JT MART.
售价: 37.87美元
品类: 食品饮料 > 零食
> 饼干、威化
原产国: 马来西亚
所售国家: 马来西亚
原料: 可可粉、小麦粉、糖、植物脂肪、奶粉、乳化剂（大豆卵磷脂）、人工香料等
适用场景: 零食、派对小礼品、甜点

MUNCHY'S MUZIC 巧克力威化卷礼盒装（85克×36罐）

MUNCHY’ S（马奇士）是一家创立于1991年的马来西亚本土饼干品牌，由陈氏兄弟（SOO KUOK TAN、LEE KOK TAN 等）在柔佛州小镇BATU PAHAT 起家，他们最初用一台二手威化棒机制造饼干，后来逐步壮大。

销售趋势监控 - TMO数据平台 Market Insider



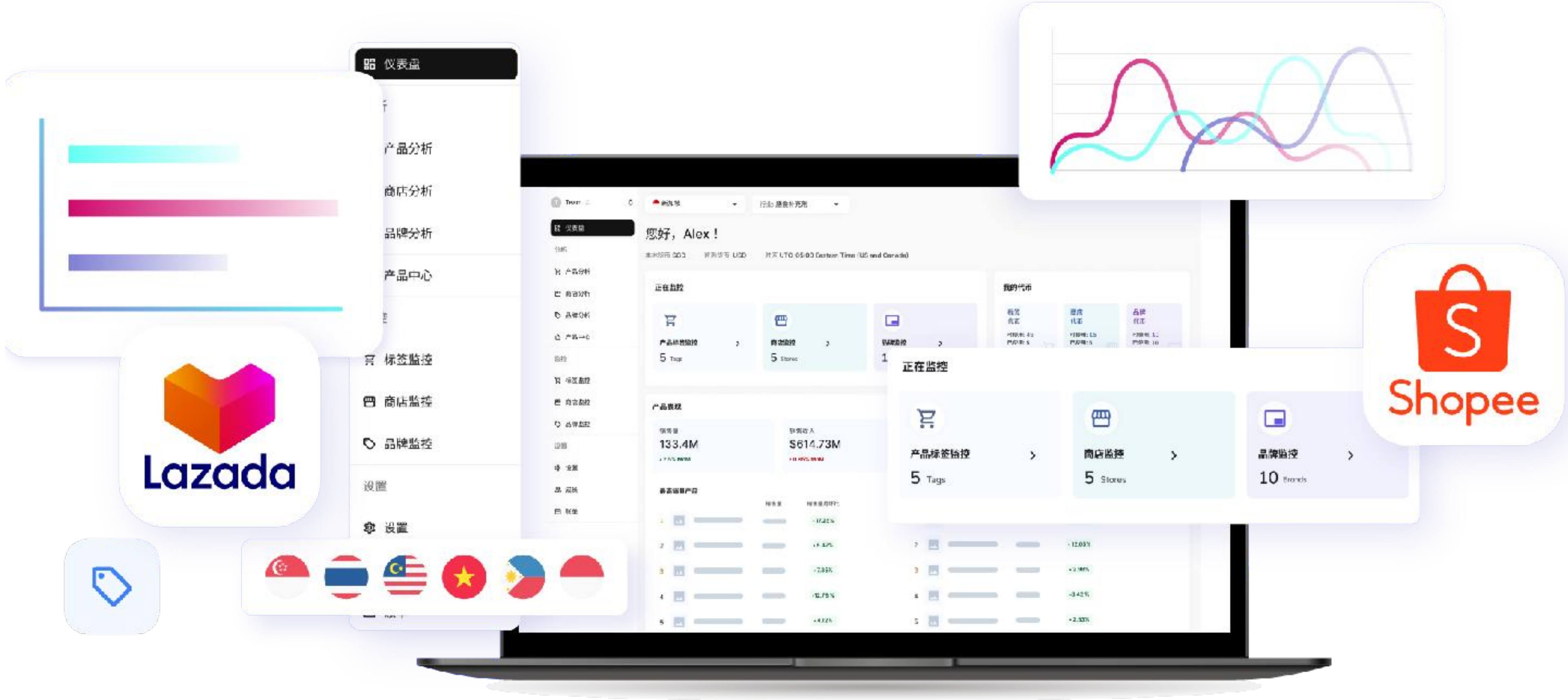
商品名称监控 - TMO数据 Market Insider

产品	Original Title / New Title	Modification Time
	Original Title	2025-01-01
	New Title Munchy's Muzic Wafer Rolls Carton - Chocolate (85g x 36)	
	Original Title Munchy's Muzic Wafer Rolls Carton - Chocolate (85g x 36)	2025-02-17
	New Title Munchy's Muzic Wafer Rolls Carton - Chocolate (85g x 36) [EXP: 15/12/2025]	

结语

- 很明显，东南亚零食市场还有很多有待发掘的地方，而这一洞察报告只是触及了其潜力的表面。虽然我们涵盖了几种类型的产品，但还可以从数据中收集到更多信息，例如分析品牌之间的价格分布、平均评论分数、以及跟踪较长时期内的销售数据。
- 如果您有兴趣进一步了解食品饮料市场或东南亚任何其他市场，请随时联系[TMO Group](#)。我们可以与您合作，帮助您实现目标。

TMO电商数据平台Market Insider开放预约



- TMO全新电商数据平台Market Insider现已开放预约！覆盖东南亚六国主流电商平台，覆盖健康、美容、食品与饮料、家用电器、运动与户外等6大行业，上百个子类目，包含TMO深耕的保健品行业标准化分类、实时趋势追踪及竞品深度监测。

tmo group | Market Insider



立即扫码预约

关于探谋网络科技



TMO Group是一家国际性的数字商务解决方案提供商，在阿姆斯特丹，上海, 成都和香港设有办事处，致力于为大中型企业在跨境电商，B2B数字化转型，数据智能和云增值服务领域提供前沿的技术解决方案。

Commerce - Data - AI 我们大力倡导数据驱动，与客户紧密合作提供数据体系的规划，数据贯穿自前期的市场洞察，用户行为数据的流程设计，捕获，分析到运营优化， 为您未来的数字化转型运筹帷幄。

积累多年的电商实施和品牌出海的经验，我们已经为国内外多家企业提供针对中国和境外尤其是东南亚，欧洲和北美市场的多个解决方案，重点服务企业为B2C、D2C模式下的健康美妆行业，以及B2B数字化转型全行业。

想了解最新关于东南亚电子商务的信息和见解，请发送电子邮件至info@tmogroup.asia订阅，

并在社交媒体上关注我们，或扫描下方二维码关注我们的微信官方帐户：



关注TMO公众号



关注更多“探谋网络科技”官方账号