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	[illegible]		

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

1 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

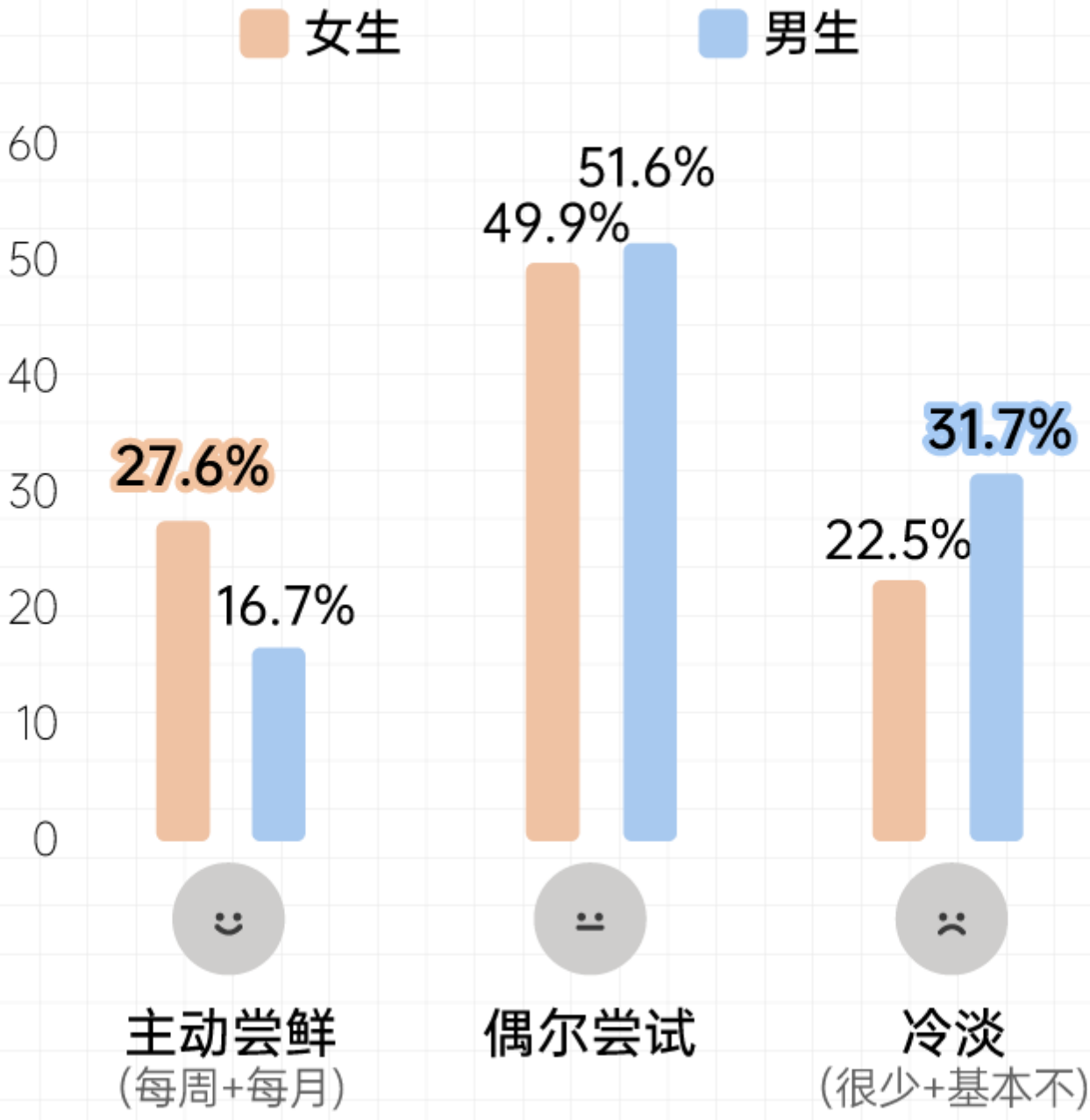
8	冻干草莓脆/冻干酸奶块	22.7%

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

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



更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

2 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%

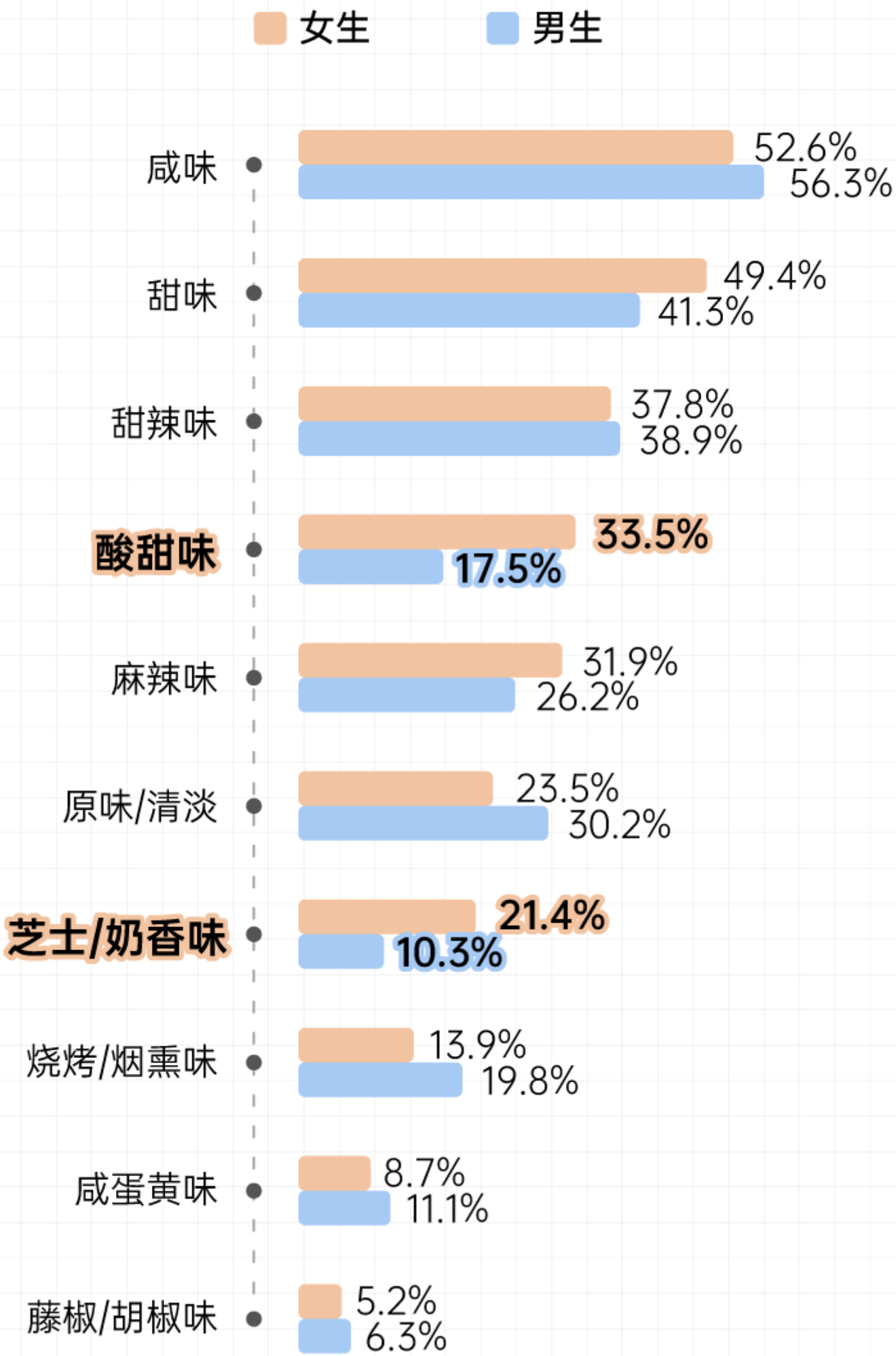
烧烤/烟熏味
如烤肉味薯片、烟熏肉干等 15.2%

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%

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

男女生最喜欢的零食口味差异



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%

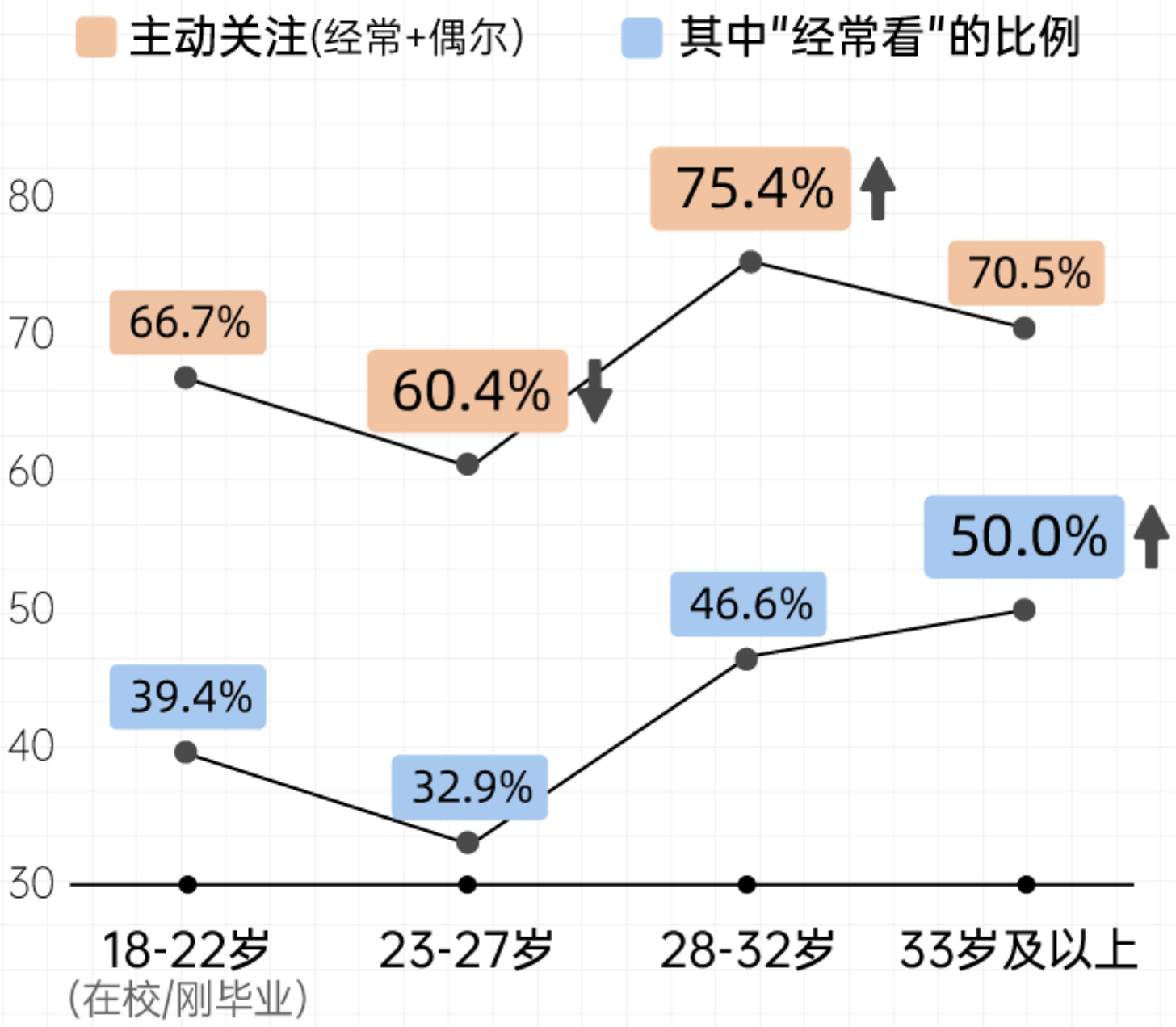
冰爽/冰沙
如冰沙杯、冻酸奶等
26.2%

Q弹
如果冻、即食鱼丸等
21.8%

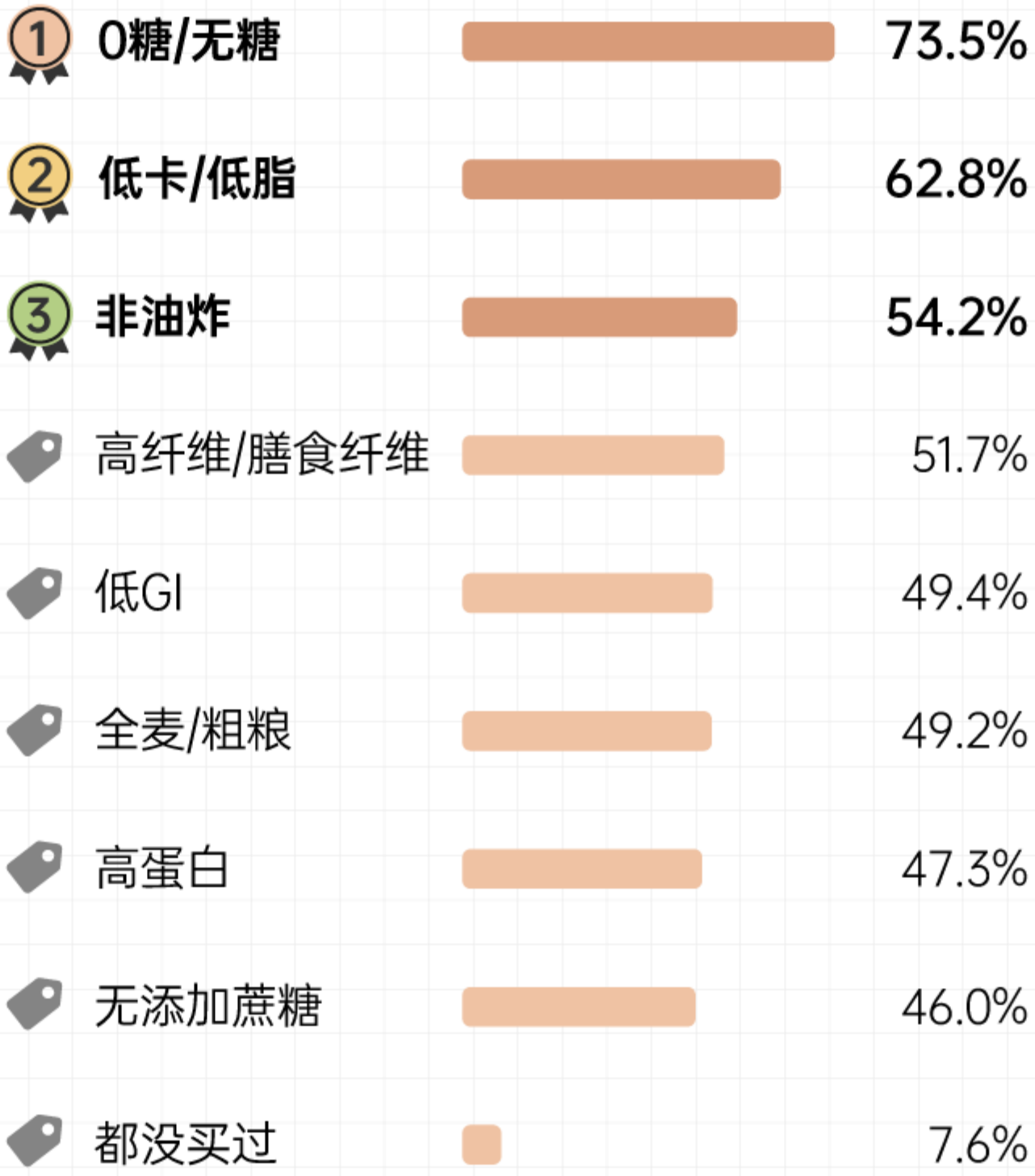
绵密/丝滑
如巧克力、冰淇淋等
41.2%

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

不同年龄层的人
对零食健康标签的关注程度



买过带哪些营养标签的零食



更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

3 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%

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

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

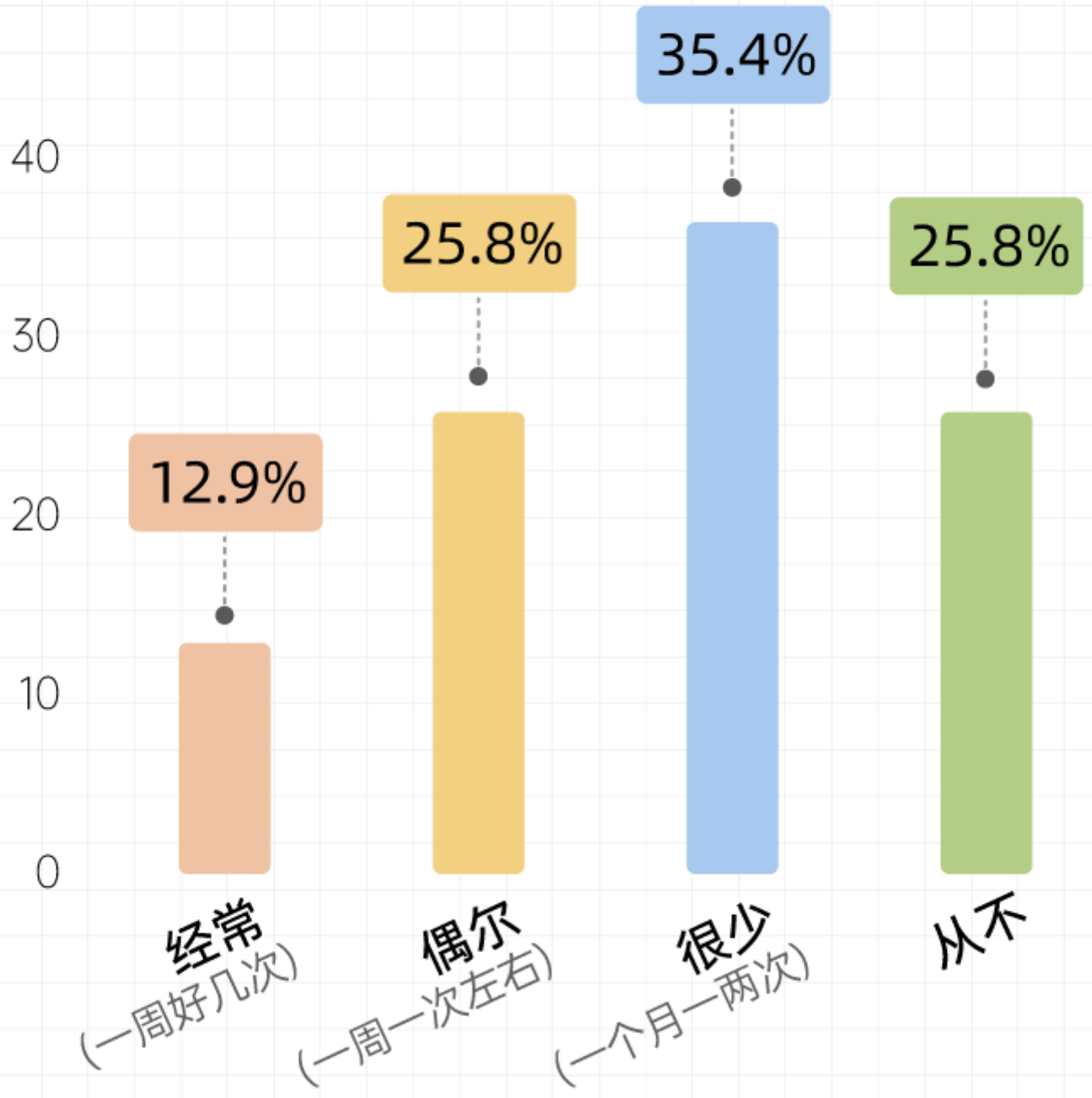
- 更适合拍照/分享 3.0%
- 没买过 2.8%

4 零食正餐化

开始抢占正餐的缝隙

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

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

❶ 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%

❷ 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%

❸ 出行/环境限制

旅行/出差途中	21.4%
通勤路上	6.5%

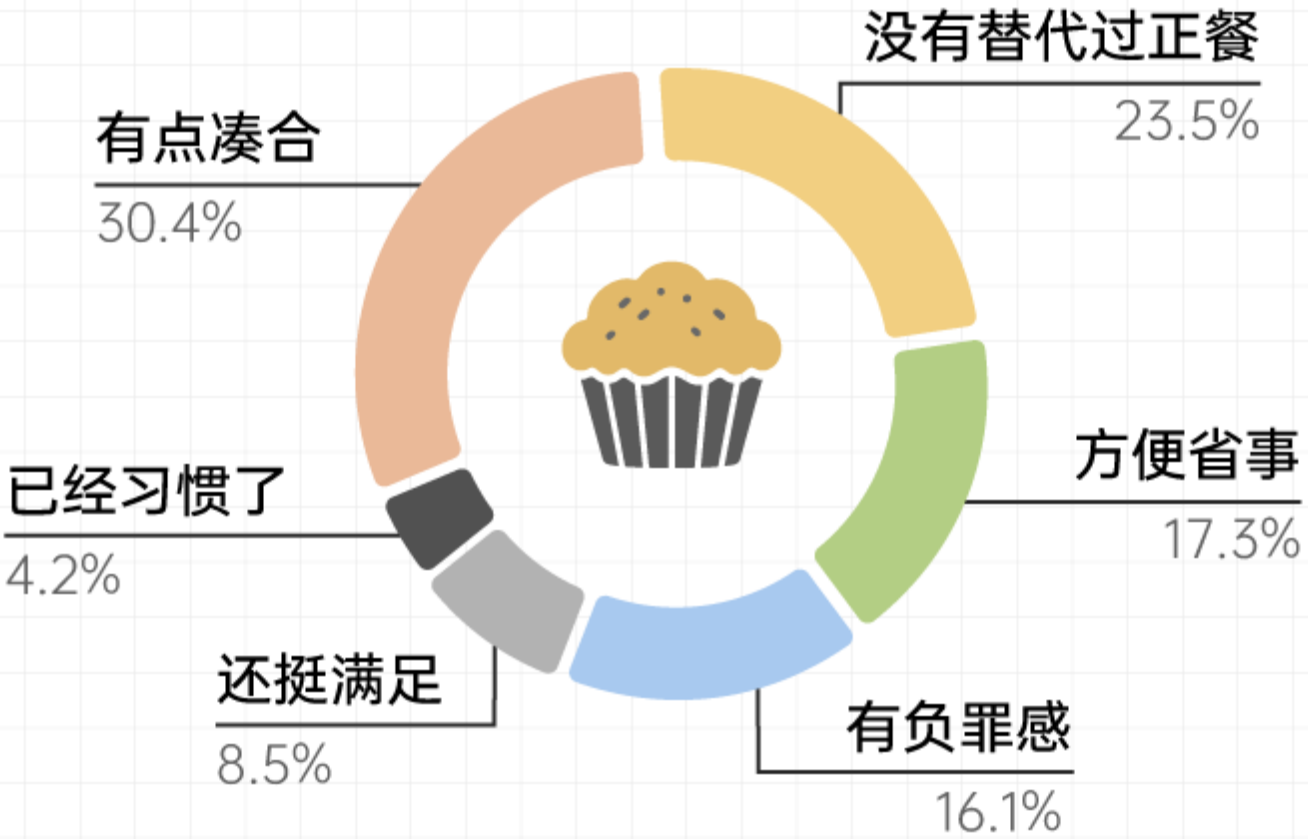
❹ 自我管理/特殊需求

加班续命	15.6%
减脂/控糖期间轻代餐	8.8%

❺ 没有把零食当过正餐 18.6%

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

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%

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

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%

更多免费行业报告 并购家 www.ipoipo.net

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%