



数据简报

「信息 + 数据」

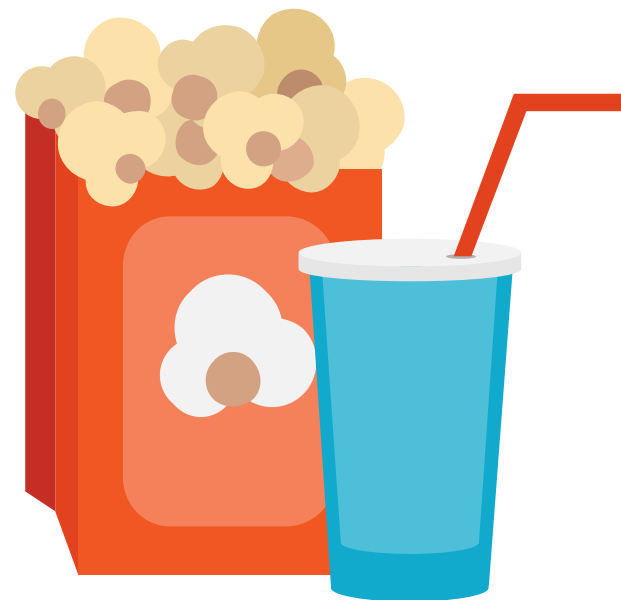
速览行业概貌，把握市场动态

——零食产业



【洞见趋势 研判未来】扫码关注公众号，解锁百篇免费报告

洞见研报全面覆盖各行商业投资领域行业研究报告、行业报告，350万+报告，960万+ 数据图表，依托海量宏观策略、行业发展规划、上市公司、蓝白皮书等研究报告，致力于为投资者、咨询顾问、商业分析师提供便捷全面，实时及专业的信息共享服务。



零食行业 研究&洞察

本章内容仅基于公开信息进行汇总展示，内容深度较浅，如需了解更多详情，可联系「洞见研报」查看更多报告或定制报告。

商业合作：发送邮件到 collaboration@djyanbao.com 简要描述您的需求

01

1 行业概览 - 定义与分类

- 零食，也称休闲食品，是人们在闲暇、休息时食用的食品，包括正餐和主食之外的所有食品。
- 零食的种类繁多，包括但不限于烘培食品、糖果、坚果、果冻及果脯蜜饯等。



分类	包含品种
烘培食品	膨化食品（虾条、薯片、爆米花、雪饼等）、饼干、糕点、面包等
糖果	传统型糖果、功能型糖果（补充维生素、矿物质等）、胶基糖果（口香糖）、巧克力等
坚果	花生、松子、榛子、杏仁、胡桃、开心果、葵花籽、夏威夷果、核桃等
果冻及果脯蜜饯	果冻、果脯、果丹皮、话梅、葡萄干等
熟食	鱼片、肉松、鸡爪、鸡翅、鸡胸肉、牛肉干、牛肉粒、猪肉脯等

- 中国零食产业从零散、单一的传统市场起步，经过外资品牌的进入和现代零售模式的兴起，到国产品牌崛起和电商渠道的快速发展，再到现今全渠道融合和品质化消费成为主流的趋势。

零散发展阶段 1990年以前

- 市场零散，无规模化企业，多为家庭作坊式生产。
- 产品以散装零食为主，品类单一，质量不稳定，品牌效应弱。
- 区域性特征强，销售方式主要为个体零售。

品质化消费

- 消费者健康意识提升，倾向于选择无添加、低糖、低脂的健康零食。
- 消费者对零食的口感、原料来源、生产过程等都有更严格的要求。
- 不同消费者群体对零食的需求越来越个性化，企业需要根据消费者的年龄、性别、口味偏好等推出多样化的产品。

现代零售萌芽 1990-2004年

- 港台外资企业进入中国大陆市场，如旺旺、亿滋国际等。
- 外资连锁超市如家乐福、沃尔玛等进入大陆，推动现代零售业发展。
- 零食品类开始有所扩展，但整体仍相对有限。

2021~至今

国产品牌起步 2005-2012年

- 国产品牌如来伊份、百草味、良品铺子等逐渐起步，采用代工模式降低成本。
- 连锁卖场、超市、便利店等成为主要流通渠道，零食专卖品牌萌芽。

电商与新零售崛起 2013-2020年

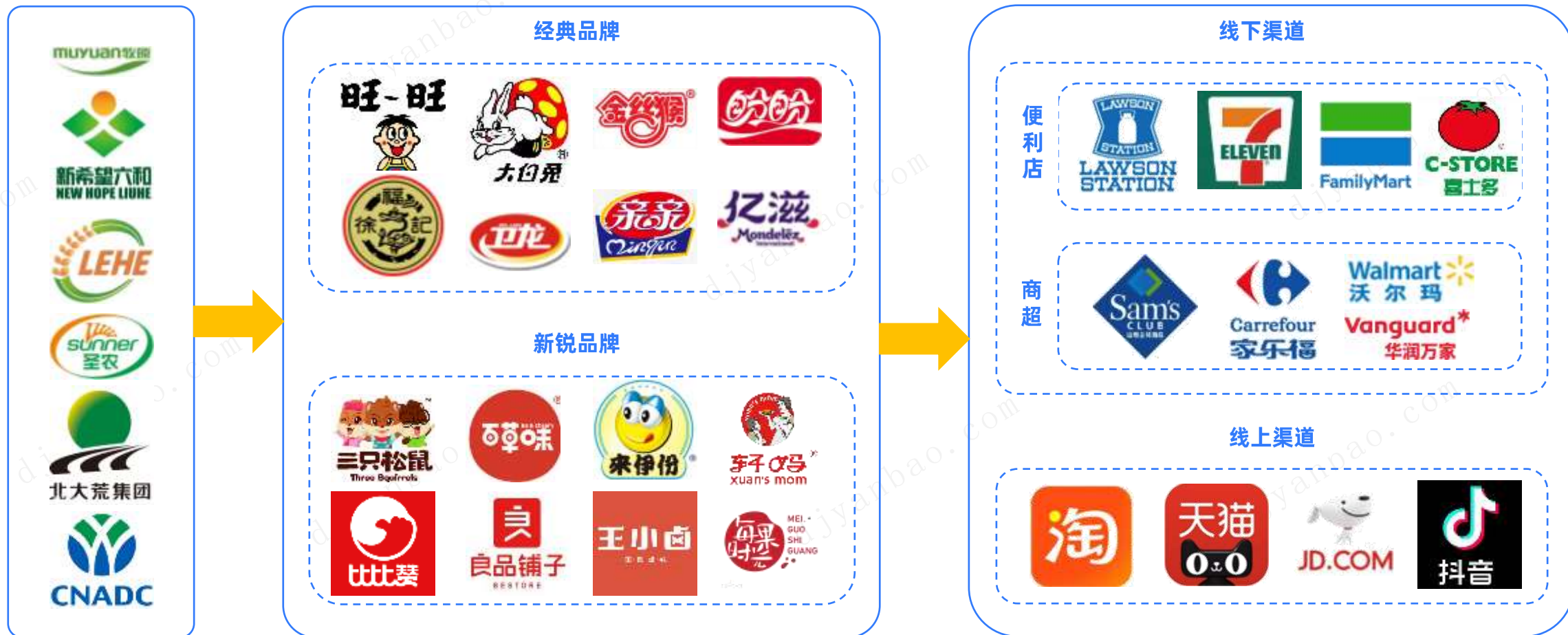
- 电商快速发展，百草味、三只松鼠、良品铺子等品牌线上业务迅速崛起。
- 商超、卖场等传统业态逐步向新零售转型，线上线下一体化运营。

1 行业概览 - 产业图谱

上游-原材料供应

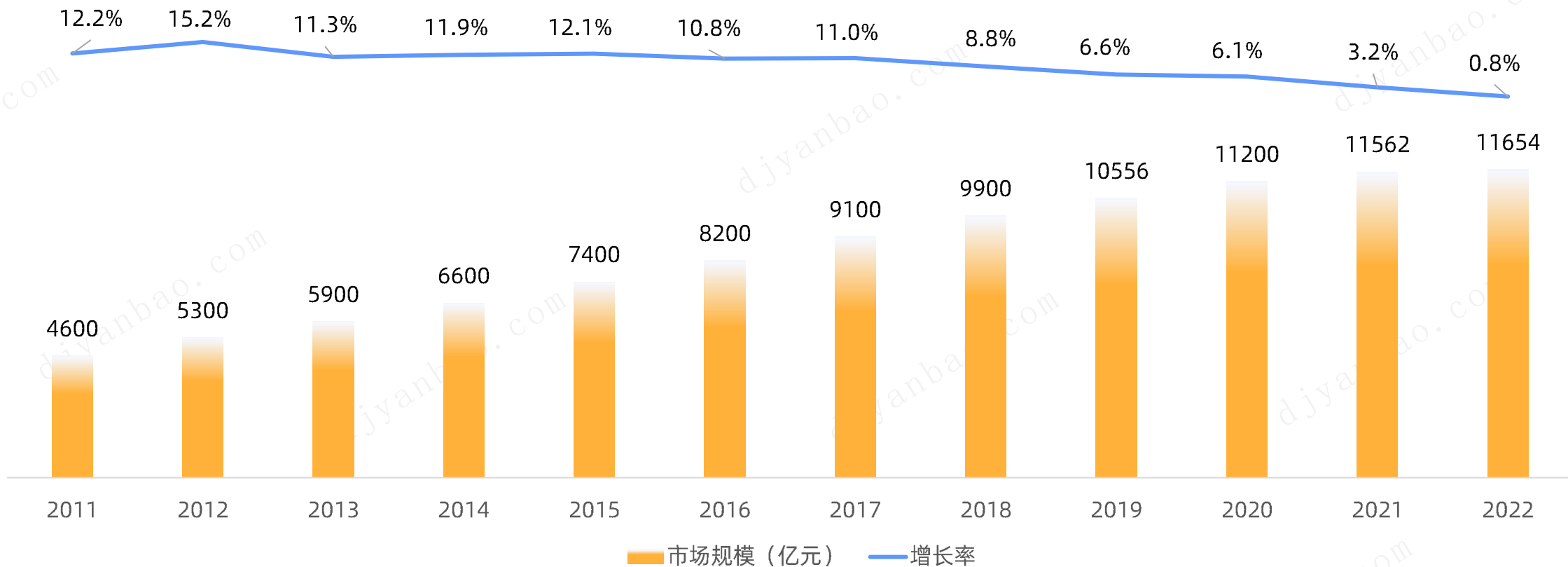
中游-食品加工

下游-流通渠道



- 2011年至2022年，市场规模从4600亿元稳步增长至11654亿元，年均复合增速高达8.8%。随着国内消费者生活水平的提高，零食市场将继续保持稳定增长势头，预计未来市场规模还将进一步扩大。

中国零食市场规模

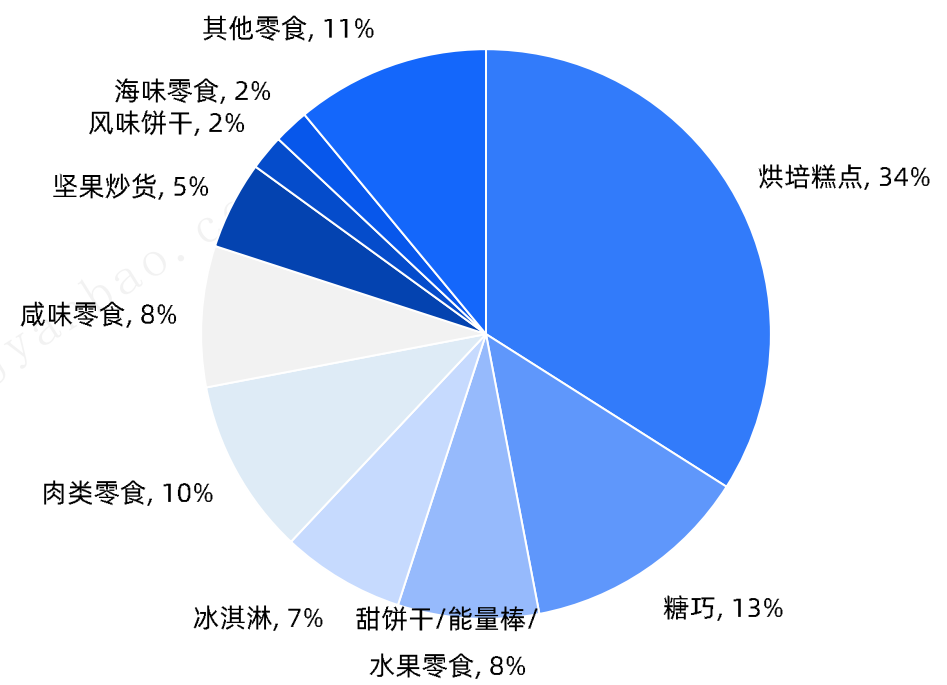


1 市场洞察 - 市场结构

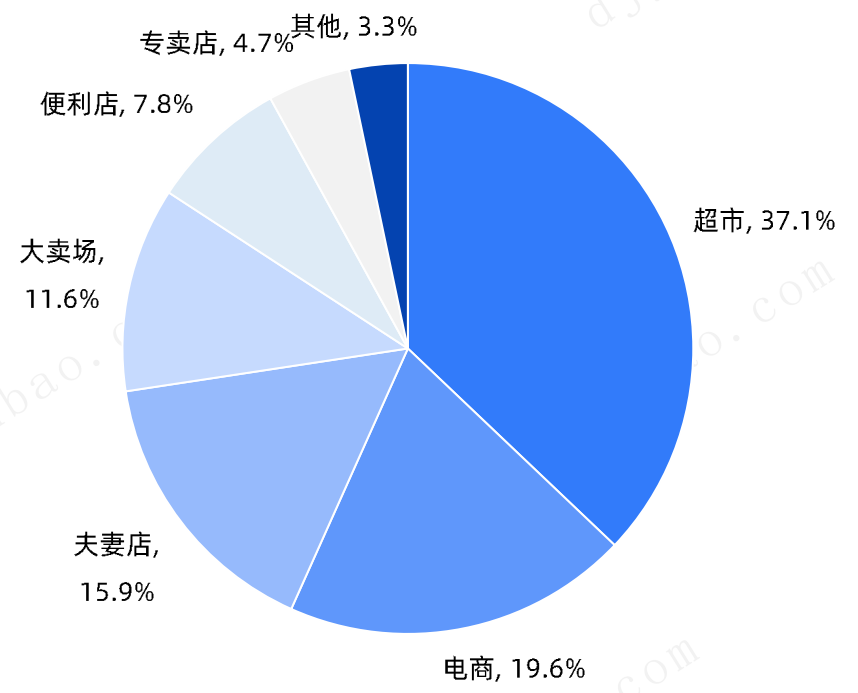
- 中国零食市场呈现多元化发展趋势，其中烘焙糕点备受消费者青睐,占比高达34%。西式零食如糖果、巧克力和冰淇淋在中国市场合计占比28%。肉类零食、咸味零食（如薯片、膨化食品、米类零食）、坚果炒货、其他零食（如辣味面制品）等风味零食合计占比38%。

- 中国零食市场线上线下渠道相结合，传统的线下渠道等仍然占据重要地位。消费者倾向于前往大型零售商店购买零食，商超和大卖场合计占比超过40%，小型店铺如夫妻店和便利店合计占比约为24%。随着电子商务的快速发展，电商渠道在零食销售中的占比也在逐年上升，2023年电商渠道占比近20%。

2022年中国零食行业各品类占比



2023年中国零食行业渠道结构

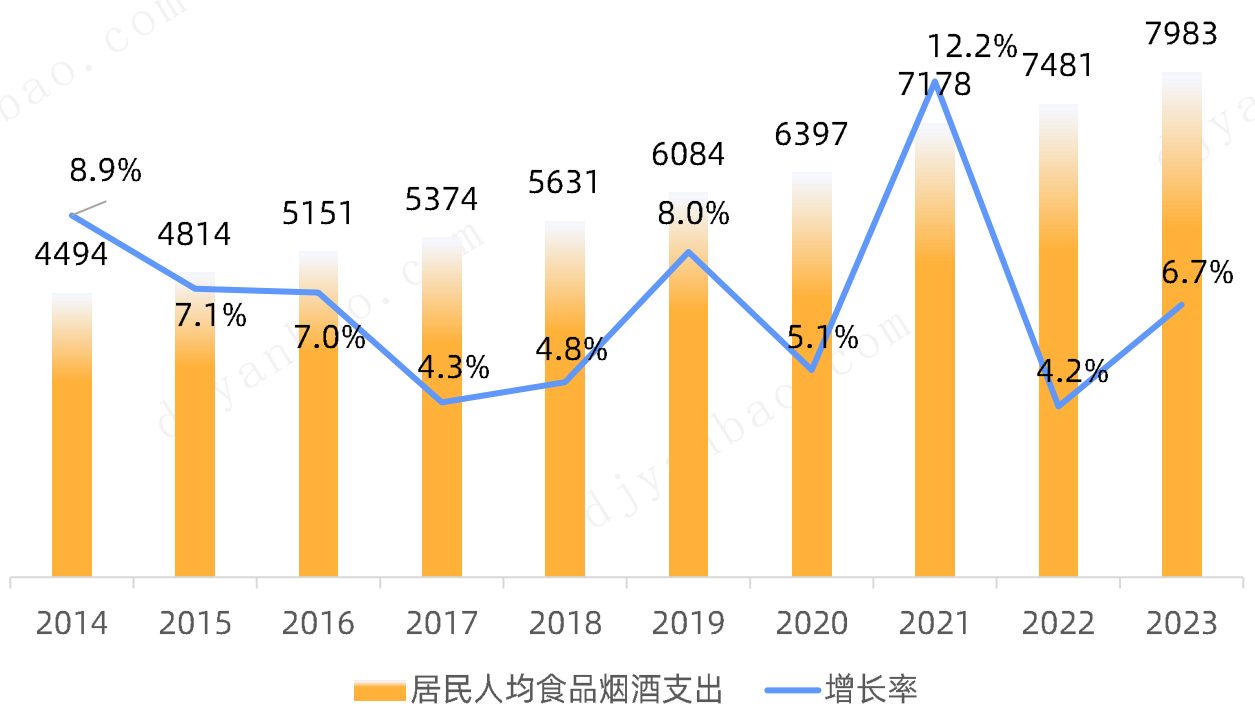


资料来源：艾媒网，东莞证券，洞见研报分析整理。

1 市场洞察 - 行业驱动因素

1. 消费升级：随着经济发展和人民生活水平的提高，消费升级成为趋势。消费者的消费能力提高并且更关注零食的品质、口感、营养、健康等方面。2014-2023年中国居民人均食品烟酒消费支出年均复合增长率达5.9%。

中国居民人均食品烟酒消费支出（元）



资料来源：国家统计局，图片来源于网络，洞见研报分析整理。

2. 渠道变革：



• 电商平台的崛起为零食行业带来了革命性的变化。越来越多的消费者选择通过电商平台购买零食，这使得零食企业能够更直接地接触到消费者，并借助大数据和算法进行精准营销。同时，社交电商、直播带货等新型电商模式也为零食企业提供了更多的销售渠道和机会。

3. 供应链优化：

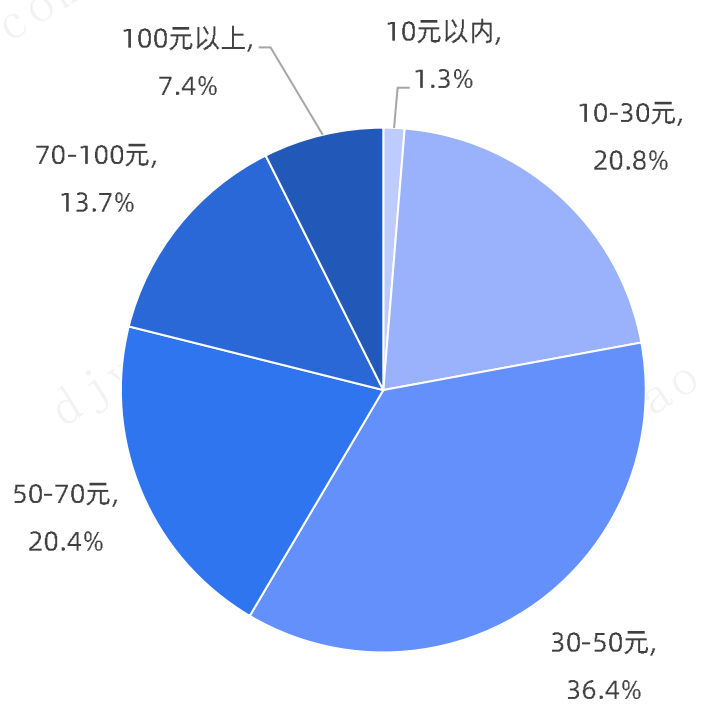


• 随着供应链技术的不断进步和应用，零食企业能够更好地掌控原材料采购、生产、仓储、物流等环节，提高效率和降低成本。同时，供应链的优化也使得零食企业能够更好地应对市场变化和消费者需求的变化。

1 市场洞察 - 消费者画像

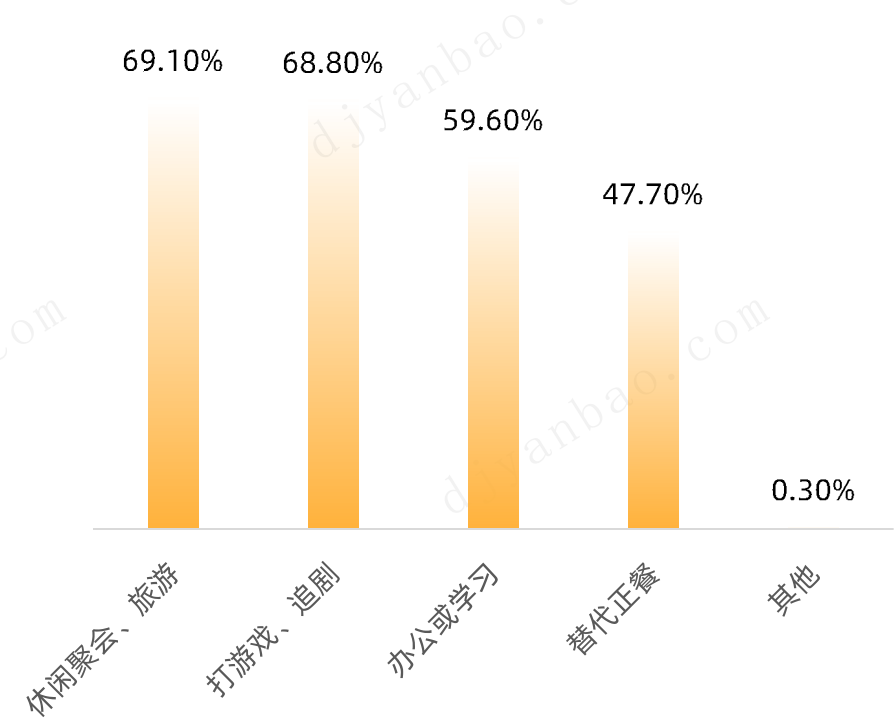
中国消费者单次购买零食的金额总体较小，接近八成消费者单次购买金额在10-70元，可见消费者倾向于少量多次购买。

2023年中国消费者单次购买零食金额



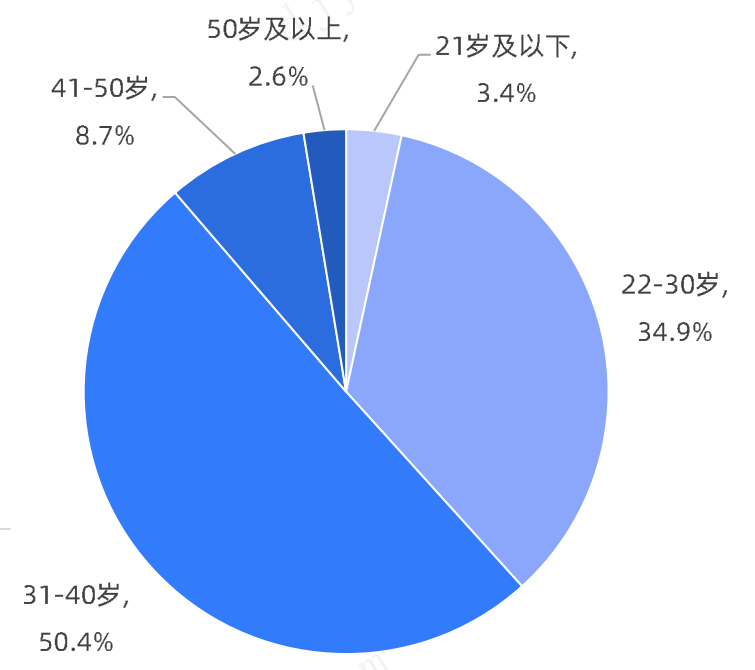
中国消费者零食消费场景呈现多元化特定，多数消费者在聚会、旅游、游戏、追剧等休闲场景享用零食，也有不少消费者选择在工作学习时吃零食来放松自己或者临时使用零食替代正餐。

2023年中国消费者零食消费场景分析



中国零食消费者集中在22-40岁，合计占比约85.3%，这一年龄层的人群消费意愿较强且具备一定消费能力。

2023年中国零食消费者年龄分布



资料来源：艾媒数据中心，洞见研报分析整理。

1 企业竞争分析

- 虽然我国休闲零食行业的市场规模已突破万亿元，但考虑到零食品类较多，且多数企业规模较小，我国休闲零食行业的竞争格局相对分散，CR5仅为14.7%。2022年,市场份额占比最大的为玛氏，约为3.5%，百事与旺旺分别以3.3%与3%紧跟其后，其余单个公司的市场份额不足3%。虽然本土大体量综合龙头尚未形成，但是在薯片、米类零食等部分子行业已初步形成龙头。

2022年中国零食细分行业竞争格局

细分行业	CR5	行业细分龙头（占比）
薯片	77%	百事（52%）
米类零食	—	旺旺（60%）
坚果	49%	三只松鼠
糖巧	38%	玛氏
冰淇淋	47%	伊利（21%）
甜味饼干	45%	德芙
肉类零食	15%	周黑鸭（4.6%）/良品铺子（3.9%）
海味零食	22%	劲仔（6.4%）/来伊份（6.4%）
其他风味零食	16%	卫龙（9.3%）

零食行业 线上数据一览

数据时间：2024年4月

统计平台：天猫&淘宝&京东&抖音

注：受销售平台限制及关键词查找不精确等因素影响，统计数据与实际销售结果会存在出入，数据统计结果仅供参考。

02

- 本章数据一览以线上零食销售数据为重点统计对象，统计时间为2024年4月，分类统计方式各电商平台略有不同，经过整理统一分为烘焙零食、糖果蜜饯、坚果炒货、熟食/素食/海味及其他五类。

自定义类目对应的各平台类目

平台	烘焙零食	糖巧/蜜饯/果冻	坚果炒货	熟食/素食/海味	其他
	饼干/膨化、中式糕点、西式糕点、月饼	蜜饯/枣类/梅/果干/冻干、糖果零食、巧克力 果冻/布丁	山核桃/坚果/炒货	牛肉干/猪肉脯/卤味零食、豆干制品/蔬菜干、鱿鱼丝/鱼干/海味即食	零食提货券
	糕点/点心 饼干/膨化	糖果、巧克力、奶制品零食、蜜饯果干、果冻/布丁	坚果炒货	肉干肉脯、豆干/素食零食、熟食腊味、海味零食	零食大礼包
	饼干/膨化 糕点/点心	糖果零食/果冻/布丁、巧克力、蜜饯/果干/水果制品	山核桃/坚果/炒货	豆干制品/蔬菜干、肉干肉脯/熏腊卤味/肉类熟食、即食水产/海味零食	地方特产、其他

注：其它类目占比极小且缺乏可比性，因此不计入统计。

2 线上零食品牌

- 零食行业线上渠道呈现明显的断层。三只松鼠是绝对的行业龙头，在各大平台的销售额均远超第二名，其月度销售额已超过5.5亿元。良品铺子与百草味位列第二梯队，第一季度销售额达到2亿以上。第三梯队中，山姆绝大部分销量集中在京东平台，虽然它销量相对较少，但单价较高，因此销售额排名靠前。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
三只松鼠	55099.2	1872.7
良品铺子	26273.9	1191.2
百草味	20684.3	742.1
比比赞	14563.7	965.4
山姆	13974.1	206.2

淘天



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
三只松鼠	15763.4	574.0
良品铺子	8726.1	443.9
百草味	7042.5	307.8

京东



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
三只松鼠	21790.5	676.4
良品铺子	13878.6	580.0
山姆	13458.3	194.5

抖音



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
三只松鼠	17545.3	622.3
甄磨坊	7957.4	385.4
盐津铺子	6047.3	420.9

- 在淘宝与天猫平台，烘焙零食销售额最高的品牌为三只松鼠，是唯一销售额超过5000万的品牌。比比赞、乐事和奥利奥紧随其后，销售额均超过4000万。旺旺虽销量较低，但也凭借着高单价位居第五，销售额超过3000万。单品方面，月度黑马垚小白以1637.5万元的销售额与60.9万件的销量问鼎第一。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	排名
三只松鼠	5726.0	220.7	2
比比赞	4158.6	337.1	1
乐事	4154.7	210.5	4
奥利奥	4009.1	217.4	3
旺旺	3104.9	120.1	13

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
垚小白五拼虎皮酱多多下午茶糕点休闲零食甜品麻薯罐子蛋糕盒子	1637.5	60.9	垚小白
乐事原切薯片分享装(原味/红烩/黄瓜)70gx3包	526.4	20.4	乐事
旺旺休闲零食大礼包480g*2送礼混合实惠装仙贝雪饼小酥维多粒	502.6	10.0	旺旺
旺旺零食大礼包480g	460.1	6.6	旺旺
fiboo蛋白棒代餐饱腹食品能量棒0减低无蔗糖脂卡营养健身谷物零食	417.5	3.1	fiboo

淘



- 在淘宝与天猫平台的糖巧/蜜饯/果冻类目中，糖巧行业龙头德芙独占鳌头，销售额超过2000万元，其对手费列罗位居第三。果冻行业龙头喜之郎以高达157.6万件的超高销量位居第二，炫迈与三只松鼠分别位列第四和第五。单品方面，蜜雪冰城占据前五两席，其余三席均为小品牌的爆品。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
德芙	2478.8	61.4
喜之郎	1887.3	157.6
费列罗	1679.6	35.0
炫迈	1469.5	75.1
三只松鼠	1182.1	77.6

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
雪王魔法铺雪王脆薯条蜂蜜黄油味一箱100袋开袋即食口袋休闲零食	378.9	2.9	蜜雪冰城
小小的我新疆无核杏肉干天然杏子果肉	255.3	3.3	小小的我
喵满分自有品牌15%果汁果冻-白桃味80g	246.1	30.8	喵满分
雪王魔法铺可以吸的果冻口袋零食学生水果汁休闲果冻草莓味葡萄味	237.1	1.7	蜜雪冰城
江门新会泡茶广东老陈皮干官方旗舰店送礼盒正品泡水15年25年特产	233.3	1.6	其他

淘



- 在淘宝与天猫平台的坚果炒货类目中，三只松鼠以绝对优势毫无悬念地占据第一。百草、洽洽、良品铺子以较小的差距分别位列第二、第三、第四。沃隆虽然销量较低，但是凭借着较高的单价位列销售额第五。单品方面，销售额前五中三只松鼠占据两席，良品铺子和百草味各占一席，小牌爆品占一席。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
三只松鼠	6366.4	145.9
百草味	2597.9	74.5
洽洽	2177.1	103.9
良品铺子	2012.1	65.5
沃隆	1513.1	15.4

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
【三只松鼠_每日坚果750g/30包】孕妇健康混合干果果仁零食礼盒	1404.4	10.2	三只松鼠
良品铺子每日坚果750g/30包健康混合果仁零食大礼包孕妇礼盒干果	402.2	2.8	良品铺子
百草味每日坚果礼盒750g/30包孕妇健康零食混合干果仁休闲大礼包	347.9	3.4	百草味
东北白沙花生米农家自产大粒白皮花生米脱皮去壳新鲜粉皮花生甄选	311.3	40.6	其他
百亿补贴【三只松鼠_青春款每日坚果750g/30袋】健康混合每日零食	237.1	0.7	三只松鼠

淘



- 在淘宝与天猫平台的熟食/素食/海味类目中，卫龙以绝对优势位居销售额与销量双第一，三只松鼠、良品铺子、盐津铺子与王小卤紧随其后。单品方面，销售额前五的商品中，无穷、脱骨侠、草原达尔沁和蒙时代各占一席，某不知名品牌的商品四川特产香辣牛肉干位居第三。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
卫龙	3105.7	174.2
三只松鼠	2480.5	129.1
良品铺子	2429.4	139.0
盐津铺子	1951.1	115.2
王小卤	1950.1	40.5

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
无穷鸭脖袋装烤伴翅鹌鹑蛋 鸡脖鸭脖鸡米卤蛋 多款任 选装零食小吃	490.6	8.2	无穷
脱骨侠无骨鸡爪柠檬酸辣泡 椒凤爪网红零食休闲食品小 吃官方旗舰店	384.4	7.7	脱骨侠
四川特产烘干超干牛肉乾香 辣特干老成都风干牛肉干麻 辣原味五香味	380.9	4.2	其他
草原达尔沁正宗内蒙古手撕 特超干风干牛肉干小吃零食 麻辣特产袋装	326.8	3.7	草原达尔沁
蒙时代风干牛肉干2斤正宗内 蒙古特产官方旗舰店手撕零 食熟食真空	318.1	1.8	蒙时代

淘



- 在京东平台的烘焙零食类目中，山姆位居第一，销售额超过6000万元，但其销量相对较少。三只松鼠、盼盼、比比赞和乐事以较小差距分列二至五位，销售额均超过4000万元。单品方面，山姆独占鳌头并取得前五的三席，盼盼与雀巢的单品分别位列第二与第三。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
山姆	6441.3	1
三只松鼠	4905.7	2
盼盼	4604.3	3
比比赞	4572.3	4
乐事	4265.0	5

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
Tafe 黑松露火腿苏打饼干(藜麦奇亚籽风味) 1.16kg	1415.6	29.6	山姆
盼盼 小卷包 早餐代餐面包牛角包面包食品 凤梨味1050g/箱	1201.0	49.0	盼盼
雀巢 (Nestle) 脆脆鲨休闲零食涂层威化饼干 办公室早餐儿童点心 巧克力味446.4g	818.1	29.6	雀巢
Member's Mark 海盐苏打饼干 1.5kg	804.5	18.7	山姆
Member's Mark 黄油鸡蛋卷 608g	779.8	10.9	山姆



- 在京东平台的糖巧/蜜饯/果冻类目中，糖巧龙头费列罗位居销售额第一，另一糖巧龙头德芙紧随其后，山姆以较小差距位居第三，前三销售额均超过2000万元。三只松鼠和瑞士莲分别位居第四和第五，其中瑞士莲虽销量较少，但商品单价较高。单品方面，楼兰蜜语突出重围进入前五，其余均为大牌单品。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	
费列罗	2656.9	1	9
dove/德芙	2554.1	2	4
member's mark/山姆	2431.6	3	12
three squirrels/三只松鼠	1565.5	4	2
lindt/瑞士莲	1432.4	5	24

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
山姆 MRDONNY 智利无核西梅 800g 800g 1袋	915.0	13.4	山姆
费列罗 (FERRERO) 榛果威化糖果牛奶巧克力30粒礼盒装婚庆喜糖伴手礼进口零食375g	468.1	7.7	费列罗
费列罗 (FERRERO) 榛果威化糖果巧克力制品48粒600g礼盒装 婚庆喜糖伴手礼金榜推荐	357.9	2.5	费列罗
楼兰蜜语六星一级和田大枣500g*2袋免洗红枣骏枣端午礼盒蜜饯果干孕妇零食	342.1	8.6	楼兰蜜语
三只松鼠芒果干500g/袋 休闲零食水果干蜜饯果脯办公室小吃量贩装	337.6	11.3	三只松鼠



- 在京东数据的坚果炒货类目中，三只松鼠仍然以绝对优势位列第一，销售额超过9000万元。百草味夺得探花，京东京造凭借主场优势夺得榜眼，良品铺子与洽洽分别位列第四和第五。单品方面，三只松鼠与京东京造各占两席，其中三只松鼠的单品位居第一，而良品铺子的单品以较小差距位列第二。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
三只松鼠	9209.4	223.0
百草味	6241.6	143.0
京东京造	5351.3	80.3
良品铺子	4347.6	103.3
洽洽	3552.3	150.8

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
三只松鼠 紫皮腰果500g/袋 坚果炒货量贩干果休闲零食 送礼一斤装混发	816.3	27.3	三只松鼠
良品铺子 纯坚果礼盒 1521g/6罐装坚果大礼包开心 果每日坚果年货节干果礼盒	804.8	3.9	良品铺子
三只松鼠每日坚果750g/30袋 坚果礼盒零食干果开心果核 桃腰果送礼团购	765.9	9.7	三只松鼠
京东京造X 京东PLUS会员联 名款盐焗开心果1kg每日坚果 无漂白休闲零食送礼	568.0	5.7	京东京造
京东京造东北手剥红松子 500g 每日坚果干果罐装坚果 松子	495.5	7.5	京东京造



- 在京东平台的熟食/素食/海味类目中，科尔沁以超过4000万元的销售额位居第一，三只松鼠和良品铺子销售额均超过3000万元，分别占据第二和第三，卫龙和蒙都则以超过2000万元的销售额位居第四和第五。单品方面，科尔沁独占鳌头，销售额前五的单品均属于知名品牌。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	
科尔沁	4736.0	1	47.3
三只松鼠	3675.0	2	116.6
良品铺子	3369.8	3	186.5
卫龙	2507.6	4	130.2
蒙都	2383.7	5	21.8

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
科尔沁 手撕风干牛肉干 原味 500g 量贩装 休闲零食 肉干 肉脯 内蒙特产	1320.0	9.0	科尔沁
京东京造 手撕风干牛肉干 500g 约6成风干 量贩装 休闲食品 肉脯口感 稍软	926.2	7.8	京东京造
蒙都 手撕风干牛肉干488g原味 内蒙古特产 休闲零食 肉干 肉脯	781.0	5.5	蒙都
三只松鼠高蛋白肉脯500g 休闲食品 独立装 休闲零食 鸡猪肉脯 原味肉干 肉脯量贩	721.5	16.8	三只松鼠
袋鼠先生30包纯鸡胸肉即食 低脂健身代餐 开袋速食 高蛋白鸡胸脯肉 休闲食品 鸡胸肉 100g *15袋 (30包)	716.5	10.7	袋鼠先生



- 在抖音平台的烘焙零食类目中，甄磨坊以绝对优势位居销售额与销量双第一，其销售额超过7000万元，销量超过300万件。另外四席分别为东方甄选、奥利奥、碧翠园和葡记，销售额均在2000万元左右，其中葡记虽然销量不足20万件，但单价较高。单品方面，碱法原麦十分火爆，占据前五两席。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
甄磨坊	7225.2	300.4
东方甄选	2362.9	64.0
奥利奥	1959.3	50.4
碧翠园	1863.1	74.4
葡记	1822.0	19.2

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
【澳门葡记小金盒手信】黄油小花曲奇饼干蝴蝶酥千层酥蛋卷特产零食	1601.1	16.9	葡记
(雪山海盐芝士)碱法原麦全麦奶酪碱水球无蔗糖无油咸味健康低脂	1307.7	37.4	其他
(大餐救星)碱法原麦全麦碱水面包无蔗糖无油咸味健康低脂饱腹即食	1099.4	43.5	其他
【冰淇淋】九度七新品0蔗糖绿豆饼芋泥顺丰空运糕点奶粉零食早餐	1000.8	36.5	九度七
切糕正宗切糕营养坚果传统糕点手工八宝切糕零食	943.5	33.8	甄磨坊



- 在抖音平台的糖巧/蜜饯/果冻类目中，茶口乐和三只松鼠销售额均超过2000万元，分别位居第一和第二。马小养、良品铺子和芙口角占据其余三席，销售额均超过1000万元。其中，芙口角知名度较低，销量也相对较小，但单价较高，其爆品爆浆水果山楂球销售额超过1400万元，成为月度最畅销的商品。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	排名
茶口乐	2704.9	61.4	1
三只松鼠	2523.0	189.5	2
马小养	1755.6	71.2	3
良品铺子	1630.5	81.3	4
芙口角	1511.4	21.8	5

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
芙口角爆浆水果山楂球 秋梨草莓蓝莓流心独立包装105g 酸甜	1437.2	14.5	芙口角
茶口乐 蜜桃乌龙清润清爽茶萃茶叶含片27g*3瓶/盒便携装无蔗糖	1259.7	36.8	茶口乐
马小养【买二发四】新疆特产奶香黑椰枣 软糯香甜 营养丰富 100g/袋	1218.1	48.7	马小养
【超值全家桶】茶口乐茶叶含片无糖草本清口润喉口气清新27克*9瓶装	1012.7	12.3	茶口乐
【量贩1斤装】三只松鼠_芒果干新鲜香甜大果果园休闲零食蜜饯dy	925.4	70.5	三只松鼠



- 在抖音平台的坚果炒货类目中，三只松鼠毫无悬念地夺得魁首，其销售额超过9000万元，甚至远超其余品牌销售额之和。单品方面，三只松鼠也一骑绝尘，霸榜前五名。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)		
三只松鼠	9039.5	1	150.0	1
百草味	1389.2	2	23.2	6
老香农	590.6	3	26.3	4
尚恰	583.6	4	29.9	3
熙贝	580.3	5	13.6	16

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
三只松鼠_欢悦款坚果礼盒经典1970g17袋健康休闲美味节日	1074.0	5.7	三只松鼠
【24K年味】三只松鼠_坚果礼欢悦紫款1580g过节送礼年货坚果礼盒YBX	760.6	5.5	三只松鼠
三只松鼠_欢悦款坚果礼盒经典1970g17袋健康新年送礼	563.4	3.0	三只松鼠
定制_三只松鼠_欢庆橙款坚果礼盒健康美味休闲4盒36件5560g	422.8	2.2	三只松鼠
【每袋不到2元】三只松鼠_正宗夏威夷果奶油味干果坚果原味零食dy	422.0	40.6	三只松鼠



- 在抖音平台的熟食/素食/海味类目中，盐津铺子以较大优势位列第一，销售额超过5000万元。三只松鼠和农香森分别位列第二和第四，袋鼠先生和东方甄选凭借着不错的销量和较高的单价分别居于第三和第五。单品方面，食乐康等知名品牌各占据一席。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
盐津铺子	5461.9	375.6
三只松鼠	3667.6	191.2
袋鼠先生	2198.3	22.3
农香森	2159.9	52.3
东方甄选	1798.2	25.9

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
【食乐康】草原酱牛肉 150g*5袋 内蒙古特产后腿肉 畅销18年 开袋即食	1254.0	13.2	食乐康
【草原汇香】酱牛肉150g*5 袋草原酱牛肉正宗卤牛肉内 蒙特产开袋即食	1031.9	10.1	草原汇香
【99鹌鹑蛋】4种口味盐津铺 子盐焗卤蛋香卤即食休闲解 馋小零食好吃	943.3	56.4	盐津铺子
【脆卤大杂烩】满山馋椒麻 即食鸡爪贡菜沉浸式吃播零 食鲜香麻辣美味	851.8	20.3	满山馋
风干鸡肉干手撕劲道嚼劲零 食追剧耐嚼解馋即食高蛋白 腌制口感入味	850.4	17.5	农香森



专业免费的行业研究数据库, **3500000+**报告, 覆盖各行业研究报告、行业报告、咨询报告、上市公司研报、招股书、蓝白皮书等, 采用智能搜索引擎、自然语言处理等技术, 并根据市场需求创建了web端和微信小程序端两种模式为金融投资人员、企业高管、咨询顾问、行业研究员、市场分析师提供便捷、全面、专业的信息检索服务!

智能收藏



标星等级



WORD/PPT下载



随手笔记



专项订阅



洞察行业机遇, 适配企业发展

综合分析企业发展环境, 洞察投资机遇
全面了解企业运营模式, 筛选目标领域
密切关注市场行情动态, 制定投资计划
研究竞争对手商业模式, 协助战略决策



战略咨询

共建报告

挖掘行业信息, 助力品牌推广

联合企业发布行业白皮书, 研究行业前景
剖析行业发展现状与动态, 探索潜力赛道
提供品牌推广路径与方案, 夯实领先地位
立足公司特色业务产品, 凸显品牌专业度



洞见研报致力于建立全球行业专家网络平台，通过线上线下会议、专家访谈等形式，快速灵活为各类基金公司和投资机构提供高价值、高定制化的行业知识服务，分享与传递专业意见，赋能客户决策。**洞见专家团持续招募中，有偿分享，高效联结！**填写问卷申请加入我们的专家网络，欢迎分享给您的好友、同事！

作为AI赋能的零售洞察公司，从2012年起，魔镜洞察核心团队就开始为品牌提供市场和消费者洞察服务。十余年来，魔镜洞察一直利用机器学习和AI算法，帮助品牌从海量的市场信息中提取高增长的、有投资价值的新机会。我们的研究覆盖了整个线上零售市场的各个细分行业和海量消费品牌。

通过saas系统和行业市场洞察，我们服务于**500+中国品牌**，见证他们从成长到成熟。

专业度 + 影响力

不限地区

不限岗位

不限行业

不限层级

加入洞见专家团，与我们一起

——洞见趋势，研判未来



扫码
报名

九大产品矩阵，多维度洞察市场

数字化产品矩阵，多维一体赋能企业洞察线上商业的外部环境，支撑品牌创新与孵化闭环

魔镜分析+

电商聆听

股票洞察

魔镜MMI

社交聆听

魔镜价控

增长雷达

魔镜Oversea

地域洞察

本报告为洞见研报制作，其版权归属洞见研报，任何机构和个人引用或转载本报告时需注明来源为洞见研报，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

洞见趋势 研判未来



APP (安卓&IOS)



微信小程序



微信公众号

——扫描二维码解锁百篇免费报告——