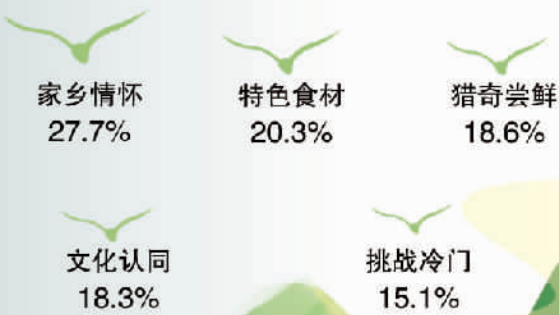


在这里读懂中国消费

粽子消费口味趋多元化

1 粽子消费趋势

消费者在选购粽子时的心态



甜粽子销量占比为57%
北京、天津等北方地区
消费占比较高

咸粽子销量占比为43%
广东、江苏、浙江等南方地区
消费占比较高

辣味粽子单日搜索量
超100万次

哪些类型的粽子更吸引消费者



消费者购买粽子的渠道

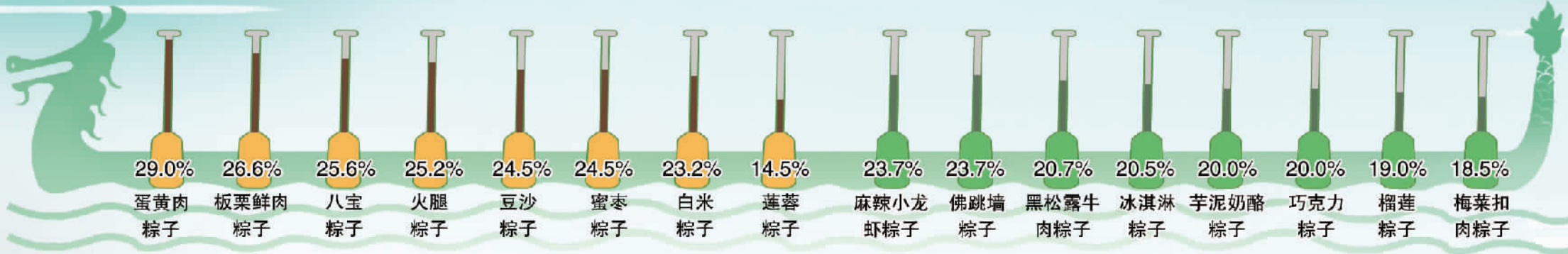


消费者在购买粽子时关注的因素



消费者喜爱的传统口味粽子（多选；占比）

消费者喜爱的创新口味粽子（多选；占比）



近年来，粽子的口味日趋多元化，新品层出不穷，满足了消费者的尝鲜需求。在健康饮食风潮的推动下，低糖、低脂、低油、高纤维等养生概念粽子产品异军突起，将传统节日食品转化为健康生活方式的载体。

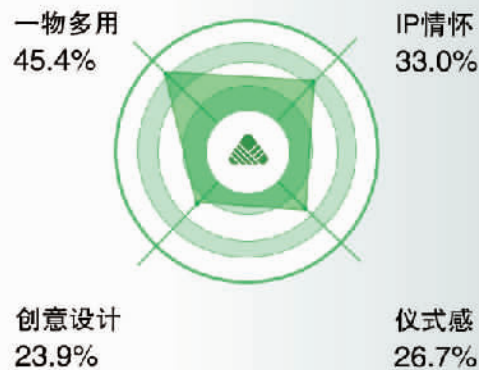
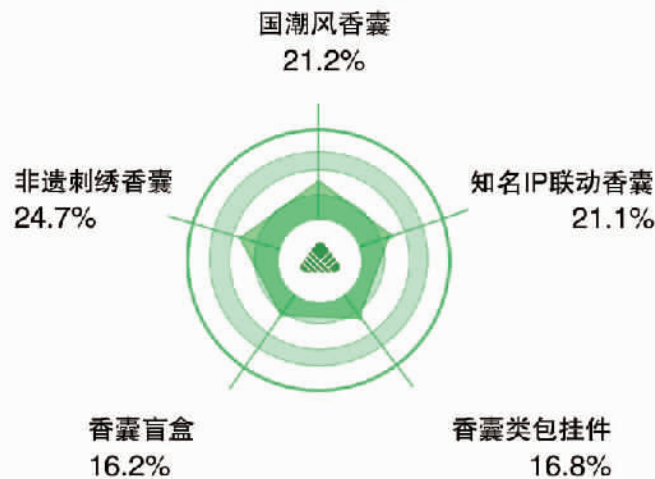
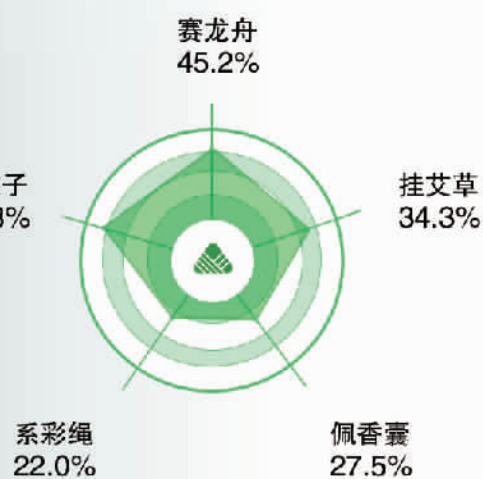
2 节日民俗消费趋势

人们关注的端午习俗（多选；占比）

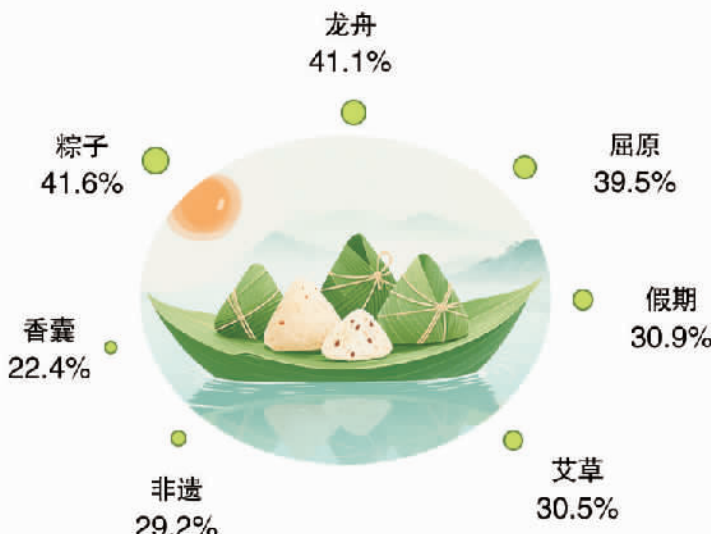
哪类艾草产品更能吸引消费者

哪类香囊产品更能吸引消费者

吸引消费者购买端午文创产品的因素（多选）



端午节联想到的关键词（多选；占比）



说数

孟飞

今年端午节消费趋势呈现出浓厚的国潮氛围，非遗技艺与粽子产品、传统文化与现代生活的深度融合，不断催生出消费场景。买粽子、挂艾草、系彩绳、佩香囊、赛龙舟、逛市集、看表演等活动拉动节日消费不断升温。

每到端午节，家家户户的餐桌上都少不了粽子的身影。今年的粽子消费有几个特点值得关注。健康化趋势明显。数据显示，低糖低油的养生粽子销量同比增长177%。当前，低糖、低脂等特点成为粽子行业主要发力方向，不少品牌将营养改善、低热量、无添加等作为技术升级重点。随着健康化趋势凸显，相关品类粽子消费占比将进一步提升。主食化特征增强。现代生活节奏加快，粽子凭借方便快捷的特点，从节日食品变为日常主食。尤其是在上海、浙江、江苏等地，粽子已成为主要的主食品类。这也意味着粽子消费淡季的界限日益减弱，市场规模逐步扩大。创新口味层出不穷。麻辣小龙虾、佛跳墙、黑松露牛肉、冰淇淋、芋泥奶酪、榴莲等口味让人眼前一亮，这为爱好尝鲜的年轻人提供了更多选择，也让传统美食和年轻消费者产生更多连接。简装粽子受青睐。近年来，国家相关部门出台

了一系列法律法规，遏制“天价”粽子和过度包装现象。虽然目前包装颜值依然是消费者的关注点之一，但在市场上，价格亲民的散装粽子得到青睐，“天价”礼盒装产品已难觅踪影。粽子消费的新变化给企业带来更多新机遇。企业可以进一步聚焦健康元素，采用代糖或利用植物蛋白替代动物脂肪等，推出低糖粽、素肉粽等创新产品，满足健康饮食人群和素食爱好者需求；还可以针对健身人群，推出高蛋白轻食粽，满足增肌减脂人群的营养需求。在产品形态上，企业可以推出小规格分装组合口味粽子，方便消费者灵活选择和分享。在营销上，企业可以借助社交媒体和电商，邀请营养师、美食博主讲解粽子的健康吃法、营养搭配等知识。同时，企业可以通过探厂、研学等活动，增强品牌与消费者之间的互动，在促进文化传承与创新的同时，推动产品升级和品质提升。



更多内容 扫码观看

数据周期：
2025年5月1日至5月28日