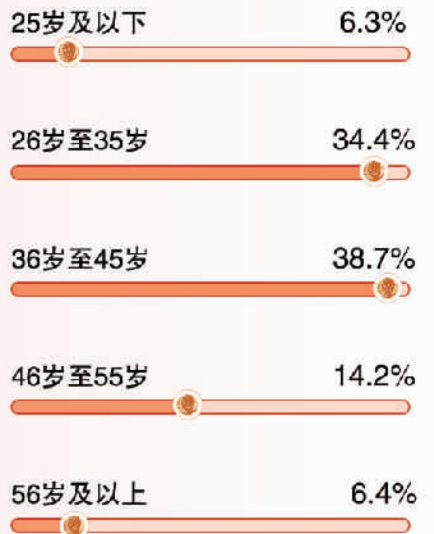


在这里读懂中国消费

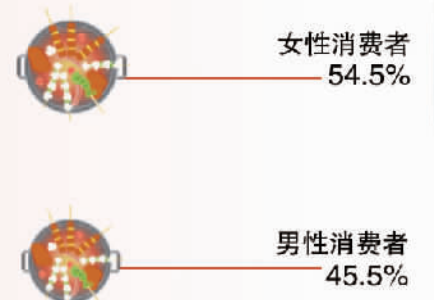


小烧烤里有大门道

各年龄段消费者烧烤食材成交额占比



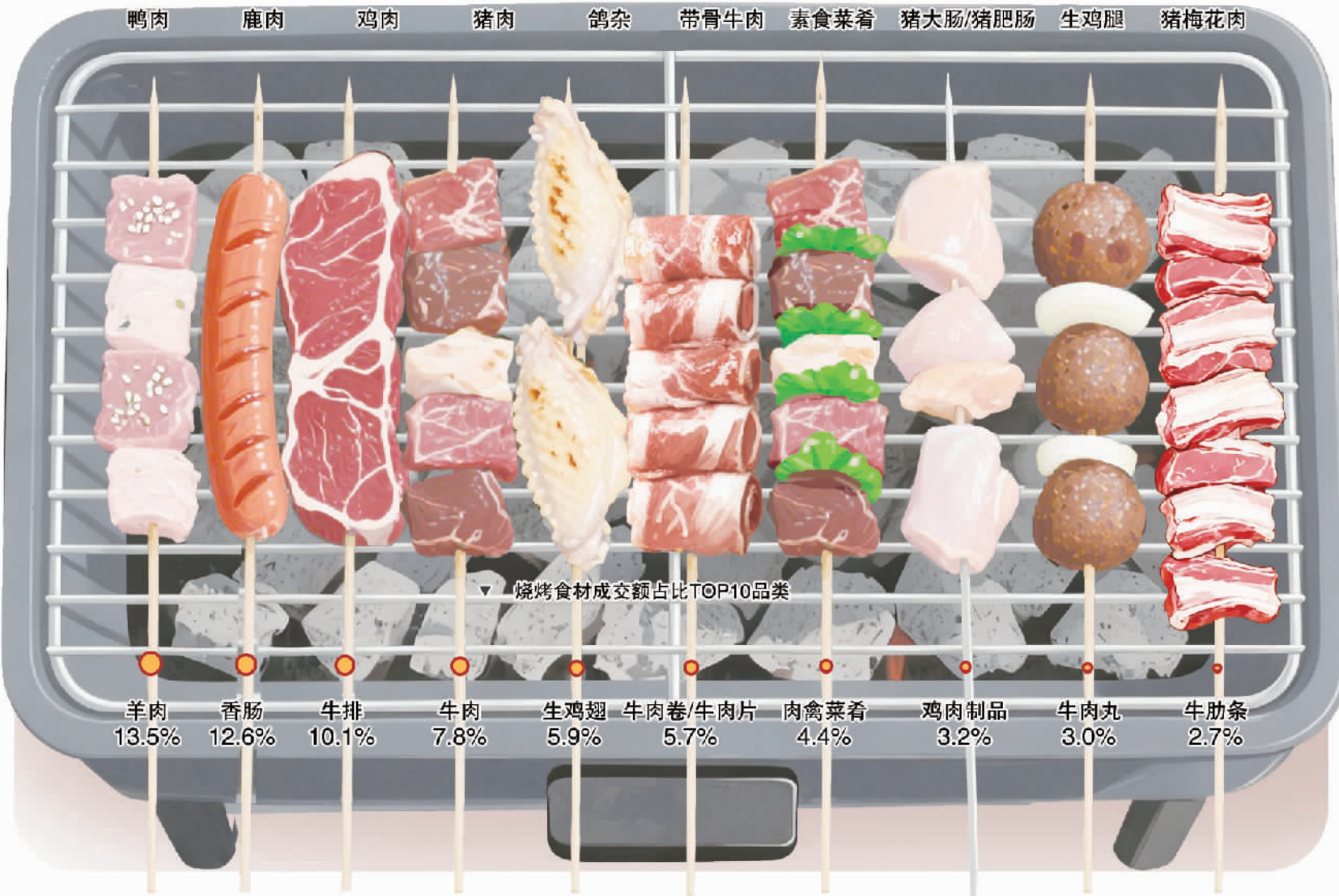
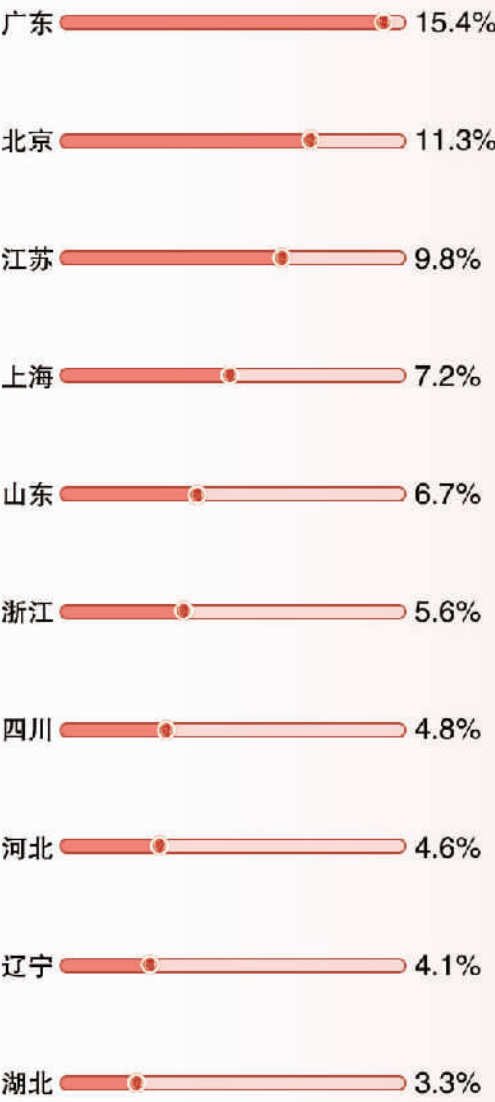
不同性别消费者烧烤食材成交额占比



烧烤食材成交量同比增速TOP10品类



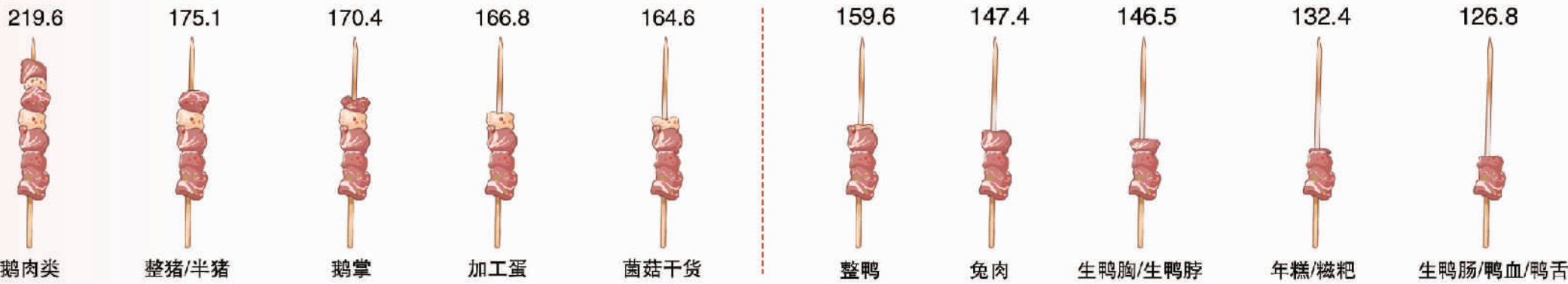
烧烤食材成交额占比TOP10省份



男性消费者

不同性别消费者的烧烤食材偏好指数TOP5

女性消费者



各省份烧烤食材偏好指数TOP5



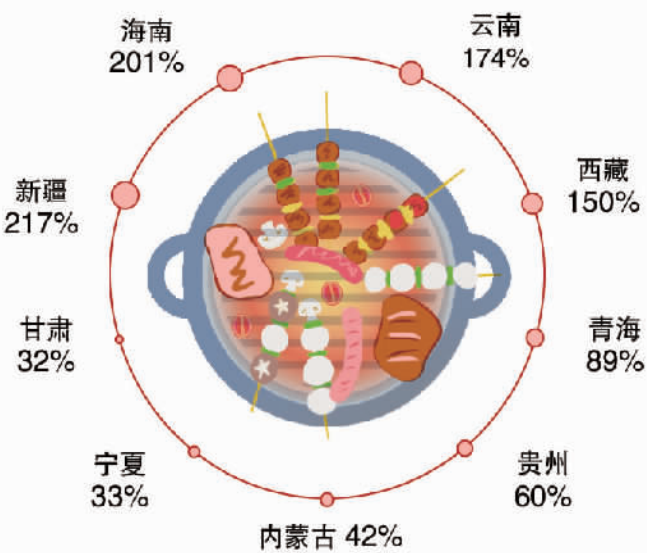
烧烤的烟火气、氛围感和情绪价值属性较强，且与各地的风土人情息息相关。随着产业链的协同度与成熟度提升，“烧烤+”消费场景的不断创新，烧烤赛道将会逐渐细分化、特色化、健康化，凸显出更强的文化与社交属性。



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年7月5日至9月3日

烧烤食材成交额同比增速较快省份



说数

烧烤作为一种古老的烹饪方式，直到今天仍然魅力不减。无论男女老少、东方西方，人们无不对其青睐有加。烧烤虽然简单，但却对食材的新鲜程度有较高要求，考验的是对食材特点的把握和对火候的掌控。数据显示，牛肉与羊肉是消费者最为喜爱的烧烤食材。其中，羊肉成交额最高，牛肉产品在十大烧烤食材榜单中上榜数量最多。此外，随着消费者尝鲜需求不断提升，一些小众烧烤食材脱颖而出，销售额快速增长。数据显示，鸭肉、鹿肉、鸽子内脏（鸽杂）的成交量均实现数倍提升。对烧烤的喜爱不分南北东西，但不同地域对烧烤食材的偏好有所差别。从各地烧烤食材偏好度看，南方地区消费者偏好禽类食材。其中，广东消费者偏好鹅类，特别是鹅掌；江苏和上海的消

费者喜爱鸭肠、鸭血、鸭舌等鸭类产品。北方地区消费者整体偏好畜类食材。例如，在北京和山东消费者偏好的五大烧烤食材中，都可以看到猪肉产品。一炉一火，一签一串，烧烤的是美味食材，升腾的是生活烟火。如今，许多地方的特色烧烤已成为当地有味道的城市名片，烧烤成为了人们娱乐消遣的社交方式。烧烤行业也经历了从路边摊、小门面，到品牌化、规模化的变迁。目前我国现存与烧烤相关的企业59.6万余家，各地出现了不少区域性的头部品牌，连锁化成为烧烤行业发展的大趋势。更令人意想不到的，在大家眼中没什么“技术”含量的烧烤，与之相关的专利申请已超万项，这其中与烧烤装备相关的专利申请居多。可见，“小烧烤”里也有不少大门道。