

中国量贩零食行业现状深度研究发展战略评估报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国量贩零食行业现状深度研究发展战略评估报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/702196.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

近年随着市场的不断增长，零食市场性价比消费逐渐兴起，在国内传统商超渠道增长乏力下，以零食很忙、好想来为代表的量贩零食店新业态、新力量崛起，以低价格、多品类的模式迎合消费趋势，成为渠道新宠，门店规模快速扩张，开启零食渠道新时代。数据显示，截至2023年10月，我国量贩零食店门店数量突破2.2万家，预计2025年这个数值将会突破3万家。

一、居民消费能力不断提升带动我国休闲食品行业规模不断增长

随着人们生活水平的提高，对零食的需求也在增加。特别是在年轻人中，零食已经成为他们日常消费的一部分。近年我国居民生活水平不断提升。具体来看，2013-2019年我国居民人均消费支出和人均可支配收入均以9%左右的年增速持续增长。2020-2023年虽然人均消费支出有所波动，但人均可支配收入仍保持稳定增长。数据显示，2023年我国居民人均可支配收入39218元，比上年名义增长6.3%；居民人均消费支出26796元，比上年名义增长9.2%。

资料来源：观研天下整理

由此近年居民消费能力的提高引领着我国零食行业规模不断扩张。虽然2020年休闲食品行业受到疫情的短暂冲击，但2021年后随着防疫政策放开、消费力恢复，行业继续保持稳步增长。根据相关数据显示，2022年我国休闲食品行业的市场规模为8437亿元。预计2023年我国休闲食品行业的市场规模将达到9286亿元。

数据来源：观研天下整理

二、量贩零食开启增长新纪元，国内量贩零食门店总数快速增长

与此同时，随着零售市场的不断扩张，市场竞争也不断加剧；叠加消费者更加注重高性价比的产品。在此背景下以零食很忙、好想来为代表的量贩零食店跑通新业态。根据美团数据显示，2024年元旦以来，“零食折扣店”相关关键词搜索量同比去年上涨393.7%，评论量同比增速达到250.00%。同期，平台上的“零食折扣店”交易额较去年同期增长517.6%，订单量较去年同期增长232.5%，用户数较去年同期增长241.2%。

据了解，量贩零食店主打高性价比，对比传统商超，量贩零食店的大牌单品价格降幅能够达

到 30%左右，且有大量物美价廉的散装白牌商品进行销售。另外量贩零食店通过低价大牌产品吸引流量，而大量的小牌白牌产品毛利率更高，能够增厚利润。据相关调查数据显示，目前我国量贩零食店单店SKU已经超过1600件，凭借供应链效率和上游议价权等优势，总体价格比普通超市便宜30%左右。

我国量贩零食店最早出现在2010年，当时老婆大人、好想来、糖巢、赵一鸣等品牌创立，其门店集合各品牌零食产品进行销售，成为当前量贩零食店的原型。到目前随着零食很忙、零食有鸣、赵一鸣等品牌获得融资，运营能力不断提升，门店数量迅速扩张。使得量贩零食赛道迈入快速发展期，开启增长新纪元。

资料来源：观研天下整理

近年我国零食量贩市场不断增长。到目前我国零食量贩已成为当前零食市场中增长速度最快、最强劲的渠道。尤其是进入2023年以来，量贩零食凭借价格低、品种多、上新快的优势迎来疯狂扩张，甘源食品、好想你、盐津铺子、劲仔食品、卫龙等越来越多的零食企业都忙着拓展量贩渠道。数据显示，2017-2022年我国零食量贩品牌门店的市场规模已从9亿元快速增长至407亿元。预计2027年我国零食量贩品牌门店的市场规模将达到1400亿元左右。

国内量贩零食门店总数快速增长。根据统计数据显示，2021年底我国国内量贩零食门店总数还只有2500家左右，2022年门店数量约1.3万家，截至2023年10月门店数量突破2.2万家。而据测算到2023年底我国量贩零食门店数量将达到2.5万家左右，到2025年这个数值将会突破3万家。

数据来源：观研天下整理

从地区分布来看，目前我国华中、华东市场较饱和。其中又以湖南竞争最激烈，市场或已饱和。有相关数据显示，湖南省量贩零食店数量或已超过4000家，该省诞生了零食很忙、零食优选、戴永红等品牌，省内竞争最为激烈。其次为四川、江西、江苏、福建等，这些省份也孕育千店品牌，竞争亦激烈，市场逐渐趋于饱和。而广东、广西、河南、山东、贵州等省份市场潜力大，吸引头部品牌涌入，或将成为头部品牌直接对垒之地。西北、华北、东北地区受覆盖较少，市场空间较大，有待进一步挖掘。

从企业来看，“零食很忙和赵一鸣零食两家企业在战略合并后，将在2024年率先奔赴‘万店’规

模”。有相关数据显示，截止2024年1月，万辰集团量贩零食板块门店数量超过6000家，并保持月均超500家门店的开业速度。截止2024年2月，合并后的零食很忙集团全国门店数突破7500家，其中加盟店占比高达98%，销售规模达到200亿。另外根据公司公开资料表示，2024年集团的开发铁军将围绕“开好店，破万店”的目标全面出击。

三、各大品牌纷纷加强布局量贩零食赛道，市场竞争越发激烈

发展到目前，量贩零食赛道已是我国各大零食品牌的“必争之地”，各大品牌不断加码布局该赛道。尤其是2024年开年以来，各大品牌纷纷加强在此渠道的战略部署和资源配置，力求在这场角逐中占据优势地位。例如2024年1月29日，三只松鼠共有4款坚果（夏威夷果、碧根果、开心果、巴旦木）进驻零食很忙、赵一鸣零食全国所有门店，覆盖数量达七八千家。公司表示后期会逐步扩大供货品类，并入驻其他品牌零食量贩店，也可能会提供渠道专供产品。

随后2月25日，西麦食品在披露的机构调研纪要中也表示，公司零食量贩渠道的销售增速较快，从去年的情况来看，零食渠道自身的增速较为可观，各零食渠道品牌均在快速拓店，仍处于红利期。伴随着该渠道拓店的速度，对公司营收的增长预计也能产生强劲的推动作用，公司会进一步加大在零售量贩渠道的投入。

2月27日，良品铺子表示一直关注并坚持积极布局量贩零食赛道，当前投资参股的量贩零食品牌为“零食顽家”，以多品类、全覆盖态势，用高效供应链为消费者提供极致性价比的零食。未来公司还将持续投资布局把握零食市场机遇。

当下我国量贩零食市场竞争越发激烈，头部品牌争夺战无疑将变得更加血腥，“南北大战”一触即发。从战略看，零食很忙集团未来半年计划投入超10亿元，用于全国市场开发，其中河南、河北、山东、山西、陕西等北方省份成为重点区域。而在零食很忙集团重兵北进之前不久，好想来已到零食很忙的长沙大本营举行了招商发布会；万辰集团今年初宣布投入12亿打南方市场，并开展高补贴式竞争。

另外“加盟战”打响，零食巨头抱团，头部品牌正面对战。据了解，自2023年零食很忙与赵一鸣零食完成合并后，就动作不断。2023年年底零食很忙集团又获得好想你、盐津铺子控股10.5亿元投资。日前零食很忙集团又对外透露，未来半年计划投入超10亿元，用于全国市场开发，重点布局北方区域，主要加大对加盟政策扶持、竞争市场营销支持、城市核心点位开发、直营店拓展等方面投入。河南、河北、山东、山西、陕西等北方省份成为重点区域。

在加盟政策方面也是放出大招，在2024年1月22日-4月30日期间，加盟零食很忙和赵一鸣零

食的加盟商，可享有0加盟费、0管理费、0培训费、0服务费、装修费0利润等等。截止目前，零食很忙+赵一鸣的门店数量超过7500+，按目前这开店速度，预计今年很快会过万家。

这一头动作还未歇，那头好想来所属公司万辰集团也发起了总攻。自2022年万辰发起闪电战以来，通过并购方式进入量贩零食行业，整合四大零食零售品牌陆小馋、叮滴叮滴、好想来、来优品。四大品牌统一合并为“好想来”后，实现规模化跳跃。截至2023年12月，旗下门店数量为5000+。到2023年年中，万辰集团量贩零食业务的营收占比就攀升到了87.91%，一举成为了核心主业。

而为加快好想来品牌全国化进程，万辰集团2024年初宣布投入12亿打南方市场，开展高补贴式竞争。同样在好想来的官网上，也已公开打出了0加盟费、0管理费、0服务费、0配送费等优惠招商加盟政策。由此可以看出，两大头部品牌的对战，已经相互发箭。

零食量贩渠道品牌信息	品牌	成立时间	总部地点	融资情况	目前门店数	主要区域	经营模式
好想来	2023年四大品牌整合	江苏	母公司为上市公司万辰集团	5000+	江苏、重庆、安徽、福建	直营+加盟	
零食很忙	2017年	湖南长沙	2021年完成26亿元A轮融资，红杉资本、高格资本领投	4000+	湖南、江西、湖北	直营+加盟	
赵一鸣	2015年	江西宜春	2023年2月完成15亿元A轮融资，黑蚁资本，良品铺子投资	2700+	四川、重庆、江西、贵州	直营+加盟	
戴永红	196年	湖南株洲	—	近1000	湖南	加盟	

数据来源：观研天下整理

此外行业“价格战”也持续加剧。根据网传的一份“零食很忙&赵一鸣最新加盟政策文件”中明确表示，凡门店遭遇竞品门店（万辰系）恶意打折促销，距离符合高竞争门店标准，公司全力支持门店竞争，补贴毛利率至15%。此外2024开年，部分量贩零食门店依靠总部补贴展开了不计成本的价格比拼。为了在春节期间争夺“最低价”，部分商品的折扣力度甚至从6.8折一路降至4.2折。

由此可见，当前对于追求效率的量贩零食渠道而言，已经涌入足够多的玩家。而随着市场的不断饱和，考验的企业除了供应链效率、产品力，还有品牌能力、资金实力等。在经过草莽发展期之后，市场有望形成‘3+N’的行业格局，即三个全国性品牌和N个区域性品牌，亦有很多品牌被淘汰出局。在此情况，未来我国量贩零食行业有望强者愈强，头部品牌将不断挤压小品牌的市场份额，市场进入万店竞赛阶段。

四、目前已形成“两超多强”的格局，行业集中度不断提升

目前我国量贩零食行业整体呈现“两超多强”的格局。根据相关资料显示，2023年上半年，在量贩零食市场中，万辰系品牌、零食很忙两个超级品牌规模领先，分别占有17.5%、18.5%的市场份额；其次为零食有鸣、赵一鸣、糖巢等，市场规模分别为12%、11%、9%。

数据来源：观研天下整理

我国量贩零食行业集中度不断提升。数据显示，我国量贩零食行业CR5 约为68%，相较21年末上升11pct。预计认为，头部品牌在资金规模、标准化、营销推广上均具备较大优势，扩张速度将保持领先，行业集中度或将继续提升。

数据来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国量贩零食行业现状深度研究发展战略评估报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方

向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国量贩零食行业发展概述

第一节 量贩零食行业发展情况概述

一、量贩零食行业相关定义

二、量贩零食特点分析

三、量贩零食行业基本情况介绍

四、量贩零食行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、量贩零食行业需求主体分析

第二节 中国量贩零食行业生命周期分析

一、量贩零食行业生命周期理论概述

二、量贩零食行业所属的生命周期分析

第三节 量贩零食行业经济指标分析

一、量贩零食行业的赢利性分析

二、量贩零食行业的经济周期分析

三、量贩零食行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球量贩零食行业市场发展现状分析

第一节 全球量贩零食行业发展历程回顾

第二节 全球量贩零食行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲量贩零食行业地区市场分析

一、亚洲量贩零食行业市场现状分析

二、亚洲量贩零食行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲量贩零食行业市场前景分析

第四节 北美量贩零食行业地区市场分析

一、北美量贩零食行业市场现状分析

二、北美量贩零食行业市场规模与市场需求分析

三、北美量贩零食行业市场前景分析

第五节 欧洲量贩零食行业地区市场分析

一、欧洲量贩零食行业市场现状分析

二、欧洲量贩零食行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲量贩零食行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界量贩零食行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球量贩零食行业市场规模预测

第三章 中国量贩零食行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对量贩零食行业的影响分析

第三节 中国量贩零食行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对量贩零食行业的影响分析

第五节 中国量贩零食行业产业社会环境分析

第四章 中国量贩零食行业运行情况

第一节 中国量贩零食行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国量贩零食行业市场规模分析

一、影响中国量贩零食行业市场规模的因素

二、中国量贩零食行业市场规模

三、中国量贩零食行业市场规模解析

第三节 中国量贩零食行业供应情况分析

一、中国量贩零食行业供应规模

二、中国量贩零食行业供应特点

第四节 中国量贩零食行业需求情况分析

一、中国量贩零食行业需求规模

二、中国量贩零食行业需求特点

第五节 中国量贩零食行业供需平衡分析

第五章 中国量贩零食行业产业链和细分市场分析

第一节 中国量贩零食行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、量贩零食行业产业链图解

第二节 中国量贩零食行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对量贩零食行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对量贩零食行业的影响分析

第三节 我国量贩零食行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国量贩零食行业市场竞争分析

第一节 中国量贩零食行业竞争现状分析

一、中国量贩零食行业竞争格局分析

二、中国量贩零食行业主要品牌分析

第二节 中国量贩零食行业集中度分析

一、中国量贩零食行业市场集中度影响因素分析

二、中国量贩零食行业市场集中度分析

第三节 中国量贩零食行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国量贩零食行业模型分析

第一节 中国量贩零食行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国量贩零食行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国量贩零食行业SWOT分析结论

第三节 中国量贩零食行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国量贩零食行业需求特点与动态分析

第一节 中国量贩零食行业市场动态情况

第二节 中国量贩零食行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 量贩零食行业成本结构分析

第四节 量贩零食行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国量贩零食行业价格现状分析

第六节 中国量贩零食行业平均价格走势预测

一、中国量贩零食行业平均价格趋势分析

二、中国量贩零食行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国量贩零食行业所属行业运行数据监测

第一节 中国量贩零食行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国量贩零食行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国量贩零食行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国量贩零食行业区域市场现状分析

第一节 中国量贩零食行业区域市场规模分析

一、影响量贩零食行业区域市场分布的因素

二、中国量贩零食行业区域市场分布

第二节 中国华东地区量贩零食行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区量贩零食行业市场分析

(1) 华东地区量贩零食行业市场规模

(2) 华南地区量贩零食行业市场现状

(3) 华东地区量贩零食行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区量贩零食行业市场分析

(1) 华中地区量贩零食行业市场规模

(2) 华中地区量贩零食行业市场现状

(3) 华中地区量贩零食行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区量贩零食行业市场分析

(1) 华南地区量贩零食行业市场规模

(2) 华南地区量贩零食行业市场现状

(3) 华南地区量贩零食行业市场规模预测

第五节 华北地区量贩零食行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区量贩零食行业市场分析

(1) 华北地区量贩零食行业市场规模

(2) 华北地区量贩零食行业市场现状

(3) 华北地区量贩零食行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区量贩零食行业市场分析

(1) 东北地区量贩零食行业市场规模

(2) 东北地区量贩零食行业市场现状

(3) 东北地区量贩零食行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区量贩零食行业市场分析

(1) 西南地区量贩零食行业市场规模

(2) 西南地区量贩零食行业市场现状

(3) 西南地区量贩零食行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区量贩零食行业市场分析

(1) 西北地区量贩零食行业市场规模

(2) 西北地区量贩零食行业市场现状

(3) 西北地区量贩零食行业市场规模预测

第十一章 量贩零食行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国量贩零食行业发展前景分析与预测

第一节 中国量贩零食行业未来发展前景分析

一、量贩零食行业国内投资环境分析

二、中国量贩零食行业市场机会分析

三、中国量贩零食行业投资增速预测

第二节 中国量贩零食行业未来发展趋势预测

第三节 中国量贩零食行业规模发展预测

一、中国量贩零食行业市场规模预测

二、中国量贩零食行业市场规模增速预测

三、中国量贩零食行业产值规模预测

四、中国量贩零食行业产值增速预测

五、中国量贩零食行业供需情况预测

第四节 中国量贩零食行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国量贩零食行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国量贩零食行业进入壁垒分析

一、量贩零食行业资金壁垒分析

二、量贩零食行业技术壁垒分析

三、量贩零食行业人才壁垒分析

四、量贩零食行业品牌壁垒分析

五、量贩零食行业其他壁垒分析

第二节 量贩零食行业风险分析

一、量贩零食行业宏观环境风险

二、量贩零食行业技术风险

三、量贩零食行业竞争风险

四、量贩零食行业其他风险

第三节 中国量贩零食行业存在的问题

第四节 中国量贩零食行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国量贩零食行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国量贩零食行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国量贩零食行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 量贩零食行业营销策略分析

一、量贩零食行业产品策略

二、量贩零食行业定价策略

三、量贩零食行业渠道策略

四、量贩零食行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/702196.html>