

2024年中国休闲卤制食品行业“麻酱爆肚脆”品类研究报告



FROST & SULLIVAN
沙利文 60周年
60th ANNIVERSARY

The Growth Pipeline Company
Powering clients to a future shaped by growth

供讨论

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文公司事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

目录

中国休闲卤制食品行业 “麻酱爆肚脆” 品类 研究报告



本报告将讨论中国休闲卤制食品行业现状、“麻酱爆肚脆”代表性品牌销量情况和未来发展趋势

章节	页码
1. 中国休闲卤制食品行业市场综述	03
1.1 中国休闲卤制食品行业市场综述—分类及概念界定	03
1.2 中国休闲卤制食品行业市场综述—现状分析	04
2. 中国休闲卤制食品行业品牌发展历程梳理	05
3. “麻酱爆肚脆”代表性品牌销量研究	06
4. 中国休闲卤制食品行业趋势洞察	07

1.1 中国休闲卤制食品行业市场综述—分类及概念界定

- 休闲卤制品具有“色、香、味、型”俱全的特点，口味多样、风味浓郁、成瘾性较强，食用场景在正餐之外，通常作为解馋消闲的零食被消费者购买食用

分类及概念界定

■ 休闲卤制食品定义：

- 休闲卤制品是以鸭、鸡、猪、牛、蔬菜、水产品、豆制品等为主要原料，加入姜、蒜、盐、醋、辣椒等调味料以及香辛料，以水加热煮制而成的卤制食品。休闲卤制品具有“色、香、味、型”俱全的特点，口味多样、风味浓郁，食用场景在正餐之外，通常作为解馋消闲的零食被消费者购买食用。

■ 休闲卤制食品主要特征：

原材料品类	供应链	生产工艺	产品定位
品类小而专，禽类原材料供给标准化，集中采购价格较低	批量小、频次高、速度快，要求企业有更完善的仓储物流体系和食品保鲜能力	采用现代化的生产工艺和设备，如真空包装、高温杀菌、快速冷却等	非正餐食用的休闲零食
消费需求	核心客群	店面选址	区域属性
非必需品，成瘾性强，需求随消费升级逐步扩大	以中青年群体为主，价格敏感度较低，偏冲动型消费	多位于人流较旺的地区，如社区、商场、交通枢纽等	较弱，规模企业向全国化布局

休闲卤制食品分类

以包装方式划分		以食材种类划分	
预包装	真空装	真空包装休闲卤制食品通常作为休闲零食在商超、便利店等渠道被消费者购买，发展前景广阔。	禽类
	锁鲜装		畜类
	散装		素食
		多种食材结合品类	

- 将包装中的空气抽出，使食材与空气隔绝，减缓变质，达到长期保存的目的。
- 往包装中充入氮气，保持食物短期内新鲜的包装方式，保质期为一周左右。
- 没有预先包装的产品，在出售给消费者之前进行手工包装。

- 禽类休闲卤制品使用主料为鸭脖、鸡爪等禽副产品。
- 畜类休闲卤制品使用主料为牛肚、猪大肠等畜类副产品。
- 主要包括魔芋制品、蔬菜及豆制品等，种类包括卤莲藕、卤豆腐干等。
- 以“肉制品+魔芋制品”为代表的创新品类。

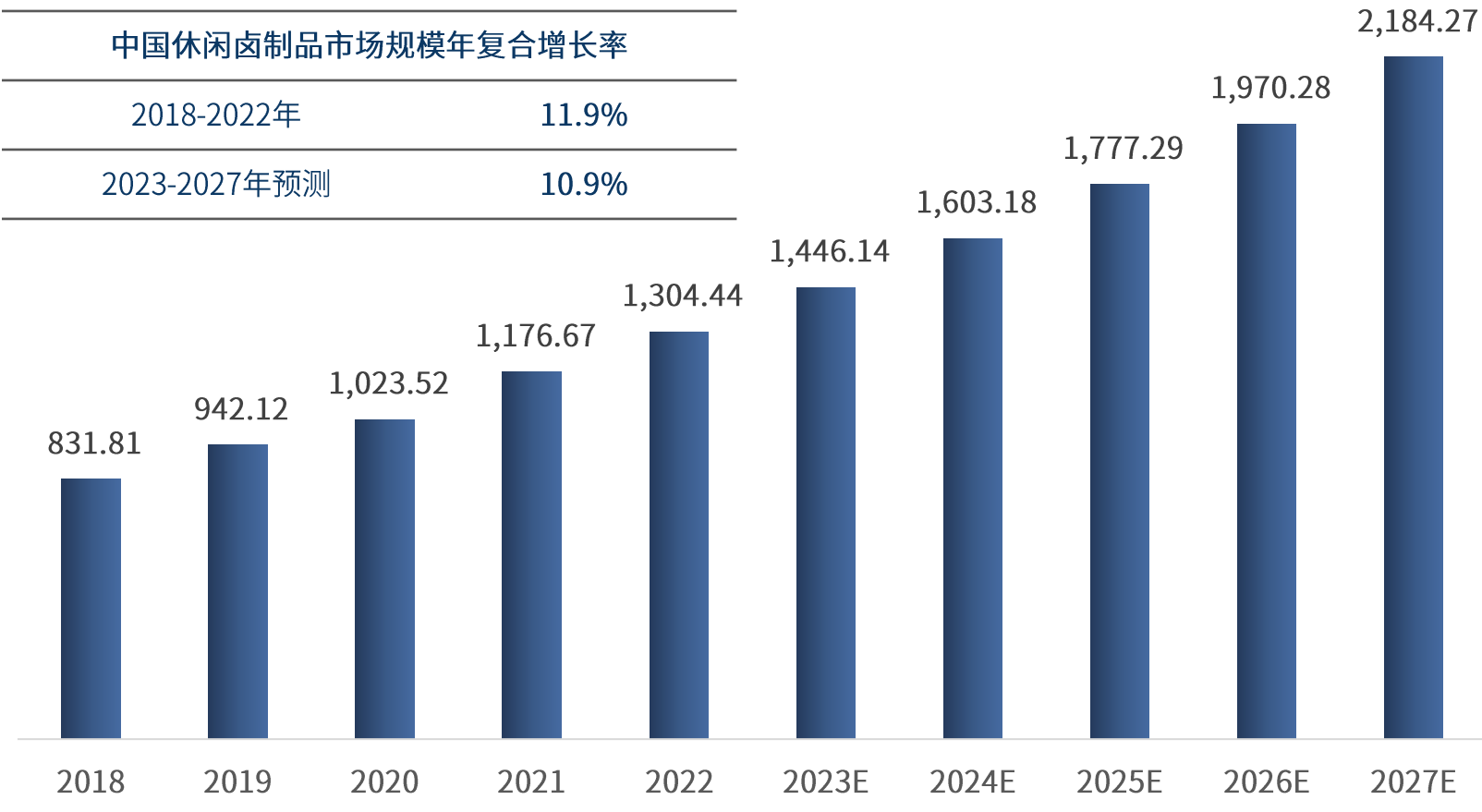
- 休闲卤制食品中禽类占比超半数，近年来，伴随我国消费升级趋势，消费者对健康高品质的产品需求加深，各品牌在爆肚、素魔芋等品类上加速推新。

1.2 中国休闲卤制食品行业市场综述—现状分析

- 中国休闲卤制品市场规模庞大，整体以较快速度增长；行业参与者众多，市场较为分散，竞争激烈，各品牌紧跟消费趋势变化进行产品推新

中国休闲卤制品行业市场规模，2018-2027年预测

单位：[亿元人民币]



资料来源：沙利文编辑整理，调研截至2024年1月

中国休闲卤制品行业发展现状

市场规模庞大，参与者众多

- 中国休闲卤制品市场规模整体以较快速度增长，市场规模由2018年的831.8亿元增长至2022年的1,304.4亿元，年复合增长率达11.9%。预计在2027年市场规模将达到2,184.3亿元。
- 休闲卤制品市场参与者众多，市场集中度低，绝味食品、周黑鸭等头部企业凭借品牌和供应链优势在成熟市场和低线市场获得更大发展空间，同时随着消费者对休闲卤味零食需求的进一步增长，吸引新兴品牌加速进入，休闲卤制品行业竞争日益激烈。

各品牌紧跟消费趋势变化进行产品推新

- 我国休闲卤制食品以禽类为主要食材，口味多为“麻辣”、“甜辣”。随着消费人群年轻化以及消费场景多元化，头部品牌开发禽类产品新口味，并扩充畜类与素食休闲卤味产品，以完善卤味产品布局；新进入者多选择以大单品切入市场，以爆品打响品牌知名度。例如，王小卤以“虎皮凤爪”成为卤味零食界新秀；捍味食品首创“麻将爆肚脆”引领品类新潮流。

2. 中国休闲卤制食品行业品牌发展历程梳理

- 休闲卤制食品品牌在品类、品质、口味、包装等方面加速产品创新，2023年，捍味食品推出“牛肚碎+魔芋制品”新品类，首创“麻酱爆肚脆”产品

发展历程梳理

- 卫龙推出魔芋爽，从火锅涮魔芋素食中获得灵感，以爽脆Q弹的口感迅速俘获国人味蕾，推动我国休闲魔芋类食品的发展。

2014年

- 盐津铺子推出魔芋丝、素毛肚等魔芋系列，以自主生产的模式聚焦核心品类不断进行产品创新，产品推新方向为“健康、好吃、不贵”。

2020年

- 卫龙上市全新魔芋辣味休闲零食“小魔女”，继九年前开创魔芋爽后再次推出魔芋休闲零食新品。
- 10月21日，盐津铺子宣布其全新子品牌“大魔王”并同步推出新品魔芋素毛肚。

2023年10月

发展历程梳理

2019年

- 王小卤推出大单品“虎皮凤爪”，用剪掉指甲的凤爪给消费者传递一种更卫生的安全感，推动我国休闲卤制食品中“虎皮凤爪”品类的发展

2021年

- 周黑鸭推出“宝藏山胡椒系列”，在“入口微甜爽辣”独特风味的基础上不断研发更多口味来满足新时代消费者的多元化需求。
- 绝味推出与小红书联名款小红鸭摇摇杯，精准定位青年人为主要消费人群，紧抓年轻消费者猎奇、喜欢尝鲜的消费需求与取向，不断创新产品包装和口味。

2023年3月

- 捍味食品推出“麻酱爆肚脆”产品
- 开创“牛肚碎+魔芋制品”的独特形式，首创“麻酱爆肚脆”产品。
- “麻酱爆肚脆”指由牛肚碎、魔芋制品、芝麻与花生调和酱为核心原材料，口味由北京地区传统风味小吃“麻酱爆肚”演化而来的独立包装即食类食品。
- 目前，我国休闲卤制食品市场上推出“牛肚碎+魔芋制品”产品的品牌仅有捍味食品一家。

- 根据对中国休闲卤制食品行业的调研结果显示，捍味食品为“中国麻酱爆肚脆首创者”。

3. “麻酱爆肚脆”代表性品牌销量研究

- 捍味食品作为“麻酱爆肚脆”开创者，在2023年，“麻酱爆肚脆”产品销售额达1.2亿元人民币，是“麻酱爆肚脆”产品全国销量第一名

“麻酱爆肚脆”代表性品牌销量研究

快速发展的中国休闲卤制食品市场，吸引了众多玩家入局，根据原材料的不同，休闲卤制食品逐渐走向细分。2023年，捍味食品开创“牛肚碎+魔芋制品”的独特形式，首创“麻酱爆肚脆”产品。目前，我国休闲卤制食品市场上推出“牛肚碎+魔芋制品”产品的品牌仅有捍味食品一家。纯素魔芋制品与“麻酱爆肚脆”产品的消费与食用场景较为类似，以纯素魔芋制品为主要产品的卫龙与盐津铺子可作为“麻酱爆肚脆”代表性品牌销量研究参考对象。

捍味食品“麻酱爆肚脆”

- 2023年3月，捍味食品开创“牛肚碎+魔芋制品”的独特形式，首创“麻酱爆肚脆”产品。目前，我国休闲卤制食品市场上推出“牛肚碎+魔芋制品”产品的品牌仅有捍味食品一家。

纯素魔芋制品代表性品牌销售情况

卫龙—蔬菜制品（包括魔芋爽系列产品）

以魔芋爽系列产品为主的蔬菜制品是卫龙第二大业务板块，2023年上半年，卫龙蔬菜制品营收为9.33亿元人民币，较上年同期增长14.1%，占总营收40.1%。

盐津铺子-辣卤零食（休闲魔芋制品）

辣卤零食是盐津铺子第一大产品线，包括休闲魔芋制品、肉禽制品、休闲豆制品等类别。2023年上半年，盐津铺子辣卤零食-休闲魔芋制品销售额为2.23亿元人民币。

中国休闲卤制食品企业“麻酱爆肚脆”销售情况分析

中国休闲卤制食品企业“麻酱爆肚脆”销售额，2023

1.2亿元

捍味食品

- 根据对中国休闲卤制食品行业的调研结果显示，捍味食品为“麻酱爆肚脆全国销量第一”。
- 2023年，捍味食品“麻酱爆肚脆”产品销售额达1.2亿元人民币，是中国休闲卤制食品行业中唯一生产并销售“麻酱爆肚脆”产品的品牌。
- 捍味食品作为休闲卤制食品与休闲方便食品生产加工企业，以传播地域美食为品牌亮点，以长江以北地区作为主要市场，截至2023年12月，已覆盖河南、山东、安徽、陕西、辽宁、吉林、黑龙江等多个省份，主要以线下经销模式进行业务布局，未来，捍味食品将进行线上、线下的全渠道覆盖。



4. 中国休闲卤制食品行业趋势洞察

- 在消费升级大趋势带动下，我国消费者对健康饮食的意识不断提高，在休闲卤味零食方面也存在着健康化、品质化、餐桌食品零食化的消费趋势

趋势洞察

C端消费升级趋势明显 消费者对健康、美味、高品质的休闲卤味零食关注度高

休闲卤味零食消费特征

- 1 注重品质、美味和卫生
- 2 健康意识强，偏向购买健康、低脂、高营养的卤味零食
- 3 喜欢尝试新口味



- 在消费升级大趋势带动下，我国消费者对健康饮食的意识不断提高，在休闲卤味零食方面也存在着健康化、品质化的消费趋势。消费者在选购休闲零食时，看重产品健康营养的属性，例如脂肪、蛋白质与膳食纤维含量等，满足消费者对低脂、高营养的产品品质需求。
- 休闲卤味零食品牌讲洞察消费者在不同场景下的消费习惯及偏好，进一步开发细分品类，在满足消费者多样化的食用需求下，带动休闲卤味零食的发展走向高阶化、精细化。

掸味食品紧跟消费趋势 立足“高品质、高营养、好口味”推出新品

趋势：产品品质化、健康化



“高品质”

“高营养”

- 掸味食品“麻酱爆肚脆”在原胚端具备技术壁垒，并以自有工厂生产，口感上兼具“脆”和“筋道”，还原吃爆肚的感觉，口味浓郁，芝麻香四溢，且在保质期内口感能保持一致。
- 掸味食品“麻酱爆肚脆”的蛋白质与膳食纤维含量高。
蛋白质含量：6.4-8.3g/100g 膳食纤维含量：8.7-9.1g/100g

趋势：餐桌食品零食化



“好口味”

- 消费者对休闲卤味零食口味的选择愈加广泛，由传统的“麻辣、甜辣”转向“五香、麻酱”等更为丰富的口味偏好，随着消费升级，能够还原餐桌口味的休闲卤味零食更加受到消费者欢迎，掸味食品以预制菜起家，在调配丰富饱满的好口味上具备独到优势。

沙利文方法论

- ◆ 沙利文布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 沙利文依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 沙利文融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 沙利文本篇报告基于以下假设编制而成：
 - ◆ 中国的经济在未来十年可能会保持稳定增长；
 - ◆ 中国的社会、经济和政治环境在预测期内可能会保持稳定；
 - ◆ 购买力上升、城市化进程加快、健康意识增强、消费升级、零售渠道日益多样化和产品创新等市场驱动力可能会推动中国软饮料市场的增长；
 - ◆ COVID-19疫情的潜在影响。

法律声明

- ◆ 报告著作权归沙利文所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得沙利文同意进行引用、刊发的，须在允许的范围内使用，并注明出处为“沙利文”，且不得对报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 沙利文分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，沙利文可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 报告的部分信息来源于公开资料，沙利文对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映沙利文于发布报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，沙利文可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。沙利文不保证报告所含信息保持在最新状态。同时，沙利文对报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。