



“端午经济”升温 “健康”小粽子撬动大市场

迎合多元消费 满足不同口味

每年,各大粽子品牌都会积极尝试创新口味,这一举措不仅贴合了年轻群体的消费偏好,更为消费者在传统口味之外带来了新奇的味觉盛宴。

“自4月下旬起,我们便陆续推出各类粽子产品,已涵盖20余种不同口味。除了鲜肉粽、咸蛋黄粽、豆沙粽等经典传统口味,我们还准备了手作枫泾大五花肉粽、宣威火腿粽、西安黄米蜜枣粽、宁波碱水粽等具有地域特色的口味,满足不同消费者的口味偏好。”叮咚买菜方面有关人士介绍说。

星巴克相关负责人提到,今年推出五款口味的星冰粽,巧妙融合传统粽子风味与新中式茶点特色,实现创新搭配。在包装设计上,星冰粽采用了好运祈福五彩绳与竹编食盒相结合的风格,盒内则是精心设计成龙舟样式。

“我们的粽子主要在淘宝平台上销售,端午节前一个月是我们线上销量的爆发期。”1980烧肉粽淘宝店铺负责人表示,线上线下的客群存在明显差异,购买偏好和习惯也各不相同。为此,公司计划从明年开始,针对线上市场推出更多新款粽子,与线下门店形成差异化竞争,进一步拓展线上业务。

“如今,消费者在选购粽子时,更倾向于在社交平台上‘种草’。像广东肇兴的鼎湖山裹蒸粽、辽宁盘锦的清水粽子、广西巴马火麻粽等具有地方特色的粽子,在爱尝鲜的消费者群体中颇受欢迎。这反映出消费者对粽子需求的多元化趋势。”淘宝天猫食品生鲜行业粽子品类负责人表示。

多个平台数据显示,今年粽子整体销售态势良好,成交金额同比增长近七成。此外,粽子的热销还带动了艾草、菖蒲、香囊等节令商品的销量爆发。

端午临近,南北粽企已悄然打响年度“甜咸之争”。走访发现,今年这场“舌尖上的较量”呈现新态势:传统口味稳守市场基本盘,新派口味突围,健康化趋势凸显,叠加艾草香囊等节令商品,共同描绘出端午消费新图景。

在北京市大兴区某仓储式会员超市内,粽香四溢。花椒鸡肉、黑松露火腿等创新口味被摆放在显眼位置,与传统豆沙、蜜枣粽形成“攻守对垒”。

“我们通过沉浸式消费场景测试市场反应,低糖、健康类粽子的复购转化率超预期。”该超市负责人透露,现制现售模式显著提升了创新口味的接受度。

事实上,粽子、月饼等核心节令品类,凭借深厚的文化底蕴和传统消费习惯,在市场中占据重要地位。从市场规模来看,中国数据研究中心数据显示,2024年,粽子行业受文旅经济、礼品经济带动,增长率达8%,中国粽子市场规模首次突破百亿元,达到103亿元,预计2025年粽子市场规模将达到110亿元。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示,粽子市场已然构筑起稳固的节日消费格局,面对消费者日益多元且不断变化的需求,创新升级与产品迭代对品牌发展至关重要。粽子品牌唯有持续深耕,积极探索新口味、新包装与新营销策略,同时注重提升产品性价比,方能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

主打健康的粽子受到追捧

今年,粽子消费呈现出显著的健

康化趋势,多个品牌的低GI(低升糖指数)粽子一经推出,就受到市场追捧。

本来生活相关负责人表示:“我们与奇正青稞、尖竖筒健康科技合作推出了一款低糖青稞粽,青稞是人类食用谷物中膳食纤维含量的佼佼者,这款粽子的膳食纤维含量较其他粽子高出不少,并且我们确保它每一种口味都符合低糖标准,解决了传统粽子高油高糖的问题。”

叮咚买菜方面也提到,低升糖粽子在原料选择上,将大部分糯米替换为燕麦米等谷物,这些食材富含膳食纤维,能有效降低粽子的GI值,提升营养价值。同时,加入红小豆、芸豆等豆类,既增加蛋白质含量,又提供丰富矿物质与维生素。

在前述会员超市,消费者程女士说:“家里人血糖偏高,我在挑粽子的时候,首先就会考虑低糖、低脂的款式。现在这些主打健康概念的粽子,在保证美味的同时,更注重健康和营养的搭配,确实满足了大家对健康饮食的需求。”

朱丹蓬表示,低升糖粽子在市场上受到热捧,无疑是健康饮食潮流与传统节令文化相互交融碰撞的结果。食品企业凭借技术创新和原料优化举措,成功使传统粽子在坚守原有风味特色的基础上,更好地契合了现代人对健康饮食的追求。

本来生活商品中台总经理卞宁进一步阐释了粽子健康化发展的必要性。他提到,如今食品行业都在强调营养、健康的概念,像高膳食纤维、低GI等成为热门话题。而粽子传统的GI值较高,如果变化不大,容易让消费者产生口味上的“审美疲劳”,所以各企业都在积极作出创新尝试。

“粽子其实是中国药食同源理念最早的代表之一。当下药食同源的理念重新得到消费者的关注与重视,也为粽子的健康化发展提供了更广阔的空间。”卞宁表示。

(张敏 梁傲男)

鸡蛋价格为何持续下行

本报讯 黄俊毅 据农业农村部监测,5月20日,全国农产品批发市场鸡蛋平均批发价格为7.83元/公斤,比4月24日8.32元/公斤下跌5.9%,比2024年9月份均价10.84元/公斤下跌27.8%。鸡蛋价格为何持续下行?当前蛋鸡养殖场盈亏如何?后市行情会怎样?

“近期鸡蛋价格下降主要原因在于全国高产在产蛋鸡存栏量保持在11.3亿只左右,处于历史同期高位,鸡蛋市场供应充足。鸡蛋需求延续节假日前一周开始回落的规律,市场需求整体偏弱。供强需弱格局下,蛋价承压下行。”中国农业科学院农业经济与发展研究所副研究员朱宁说。

从近一个月的市场情况看,受“五一”假期备货提振,各地鸡蛋市场交易量增加,拉动蛋价上涨。据农业农村部监测,全国鸡蛋批发均价从4月12日开始震荡上涨,在4月24日达到近期最高的8.32元/公斤。近来随着“五一”假期备货结束,鸡蛋价格震荡下行。全国鸡蛋批发均价在5月17日降至近期最低点7.77元/公斤。

北京新发地农产品批发市场统计部经理刘通说。5月19日,北京新发地农产品批发市场鸡蛋批发平均价为6.93元/公斤,比5月9日6.55元/公斤上涨5.8%,比去年同期的7.84元/公斤下降11.61%,周环比小幅上涨,年同比大幅下降。

鸡蛋价格下行,养殖场情况怎样?

“自2月份以来,蛋鸡养殖行业进入亏损期。近期虽然受‘五一’假期备货提振,蛋鸡养殖依然处于亏损状态。目前蛋鸡养殖每公斤鸡蛋估计亏损超过0.6元。”朱宁说。蛋鸡养殖亏损与饲料价格上涨也有一定关系。5月上中旬,玉米、豆粕价格比上个月同期均有小幅上涨,带动蛋鸡配合饲料价格稳中有涨,蛋鸡养殖饲料成本处于近期较高水平。蛋鸡养殖全行业亏损,原因在于全国产蛋鸡存栏量保持在历史同期高位,供大于求。

“如果不能实质性地压缩产能,蛋价可能难以摆脱低位徘徊的状态。”刘通说。北京新发地农产品批发市场商户反映,目前蛋鸡养殖场在产蛋鸡大部分处于产蛋旺盛期,不仅产蛋能力较强,而且生产出来的鸡蛋品质整体较高,市场上鸡蛋供应仍然处于供大于求状态。鉴于大型养殖场实力比较雄厚,有较强的抗风险能力,在蛋价长期低迷的形势下,中小型养殖场经营压力将有所增加。业内人士建议,中小型养殖场应尽快走合作化道路,可几家或十几家联合起来,共同应对市场波动。

关于后市,朱宁认为,二季度后期鸡蛋价格仍将保持低位运行。主要原因在于:受去年下半年至今年1月份蛋鸡养殖持续盈利影响,蛋鸡补栏较多,新补栏产蛋鸡数量比较稳定;鸡蛋消费仍处于淡季,预计端午节消费提振作用有限,且受南方梅雨季节以及猪肉价格较低影响,终端需求缺乏持续增长动力。综上所述,鸡蛋市场将面临需求平淡与供给高位双重压力,蛋价缺乏显著支撑,蛋鸡养殖将继续亏损,基本延续往年上半年蛋鸡养殖收益较低以及可能会出现连续多月亏损的现象。不过,近4个月蛋鸡养殖亏损较为明显,养殖户淘汰落后产能意愿较强,三季度蛋价可能会有起色。

按照惯例,三季度是鸡蛋消费旺季,更是全年蛋价涨幅最大、价格最高的时期。三季度高温高湿天气不利于蛋鸡养殖,蛋鸡产蛋率降低现象较多,或将在供给端对蛋价起一定支撑作用。鸡蛋需求将受中秋节、国庆节、暑期旅游、大中小学开学影响,潜力有望充分释放,从而影响蛋价。综合来看,三季度鸡蛋价格将出现规律性上涨,蛋鸡养殖有望扭亏为盈。