

今年销售额或破百亿元 粽子“破圈”走红

昨天是端午假期第一天。端午必吃粽子，小粽子如今已成为大产业。据电商平台大数据显示，今年的粽子销量比去年增长一倍左右，预计今年国内粽子销售额将首次突破百亿元大关。



手工鲜粽。

1 你更“粽”意谁？

年年岁岁花相似，岁岁年年“粽”不同。在宁波人传统的观念中，粽子的种类无非是碱水粽、肉粽、蛋黄肉粽、豆沙粽、白米粽等。

近年来，随着新国潮、健康轻食理念的推广，传统的粽子正在做“减法”——个头在变小，油脂率降低，内容在做“加法”——用料越来越讲究。

记者走访宁波市场发现，如今的粽子流行“上汤粽”，即粽子原料的糯米用上等汤汁浸润、蒸煮，以获得更鲜美的口感。而配料有黑猪肉、黑松露、鲜贝、火腿等，五花八门，用料讲究。

同时，记者在线上购物平台搜索发现，一些粽子卖家推出了新口味，比如辣条、小龙虾、燕窝、榴莲等奇葩口味，虽引来不少关注，但多数销量并不理想。

各大电商平台推出的“冷食粽”等新

品也成为近年亮点之一，如盒马在粽子中融入紫米、芋泥、爆珠、青稞等网红元素，让冷食粽化身年轻人的时尚消遣茶点，叮咚的“榴莲冰粽”糕点解冻10分钟以上可食，有冰激凌的丝滑口感。

“冷食粽”似曾相识。早在10多年前，洋品牌星巴克为贴近中国市场，在端午期间推出“星冰粽”，让国人品尝到不一样的粽子——没有箬叶包裹，没有糯米，只是外形似粽，不用蒸煮可即食。如今，星冰粽已占据一席之地，部分电商平台、食品企业纷纷复制，加以创新。

大数据分析显示，消费者健康需求提升明显，粽子的热量值成为关注重点。受访者中，41%的消费者更看重粽子的低糖属性。蔬果、菌类等解腻食材馅料以及用粗粮替代糯米成为消费者的新选择。

2 小粽子正成为大产业

小小粽子的背后链接的是大产业。中国数据研究中心最新调研显示，国内粽子消费人群持续上升，目前已达85%的比例。

随着粽子消费时间、空间广谱化大趋势发展，以及受礼品经济、文旅经济的带动，2024年粽子市场总量增幅将达到8%，首次突破百亿元大关，达到103亿元市场规模，预计2025年中国粽子市场将突破110亿元规模。

由于粽与“中”谐音，今年端午节前

又适逢高考季，一举高“粽”，粽子被寓意特殊的祝福之意，宁波不少商家将端午粽、状元糕等传统食品与寓意“高中”的祝福打包销售，做社群，做直播，做联名，一时颇受市场热捧。此外，艾叶、五彩绳等传统民俗用品也随之热销。

今年端午假期，粽子文化节、龙舟民俗赛、古风市集、非遗展示、汉服体验等各类活动扎堆，激活了文旅市场，民俗消费与传统节日结合，将让假日消费呈现更多亮点和活力。 记者 周晖 文/摄

成由勤俭败由奢
倡导光盘净餐桌

