

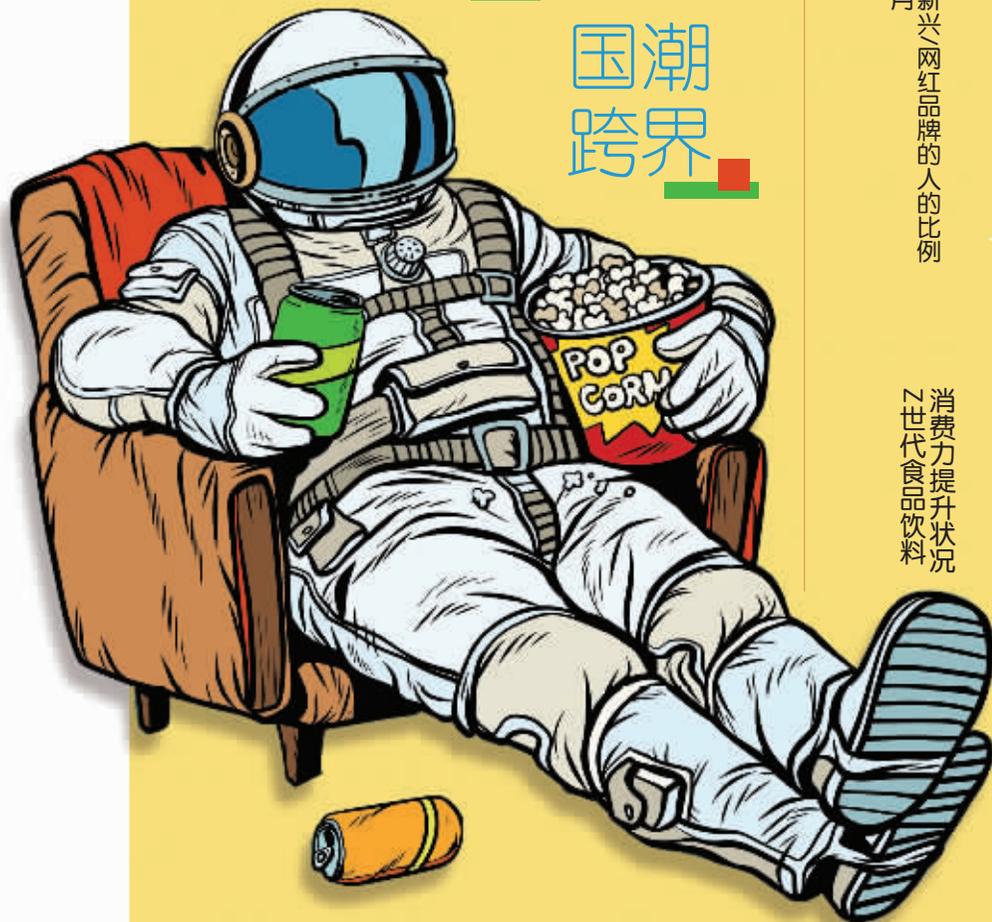


# COVER STORY 封面报道 A04~A06

## 世代

## 零食消费观

潮流 养生  
懒系 生活  
新鲜 趣味  
颜值 主义  
国潮 跨界



过去三个月 购买中国新兴网红品牌的人的比例



N世代食品饮料 消费力提升状况



饮料食品中重度消费者：饮料食品的消费频率分别为每周1次及以上

责编 诸辰 美编制图 徐哨 校对 张波 本期审读 邱立波 胡红亚