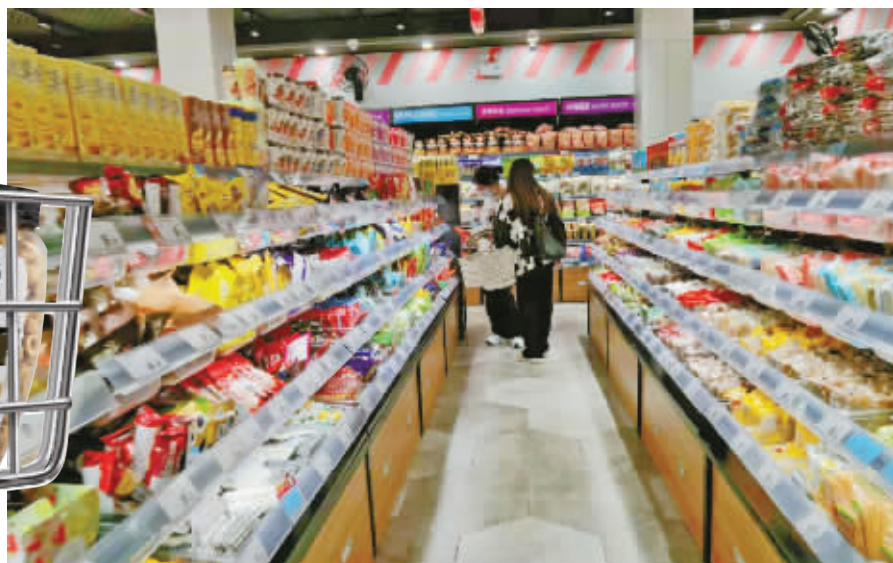


Z世代零食偏好 催生超级市场 宁波商家如何 投其所好？

记者 黎莉



核心提示

初冬时节，在“忙着贴秋膘”的本能的驱使下，你的零食摄入量是不是比平时更多了？

尽管忙于身材管理的年轻人总嚷嚷着减肥，但依旧敌不过奶茶、板栗、鱿鱼圈的诱惑。不过，每个年龄层对于零食的偏好都有着自己的标签，而逐渐成长为零食主力消费人群的Z世代更是“旗帜鲜明”。

抓住年轻人就抓住了未来，在零食消费领域也不例外。随着2.6亿“后浪”消费力的迅速释放，如何“投其所好”也成为众商家正在绞尽脑汁思考的课题。

每月花销三四百元，还会冲着包装去下单

“草莓球还有两盒，鸡爪吃完了，要补充点。”趁着周末，95后的蒋云洲和女友一起盘点了家里的零食“库存”。

女友小柯是个零食狂人，平时家里零食、水果不能断，还专门在公司弄了个存零食的柜子。“一般我们都会在社交平台或者电商平台看好想吃的东西，批量买回来，两个人分一分消化掉。”

蒋云洲说，他们购买的频次不定，什么东西吃完了就进新货，喜欢论“批”买，因此价格会更实惠。饼干、糖果、坚果、饮料、速食、膨化食品、卤制小食都有。“我们的婚房正在装修，已经专门辟了个储藏室，用来存放零食了。”

从支出上看，蒋云洲表示每个月花六七百元买零食饮料肯定有。“前段时间在抖音上看到那种流蜜的柠檬蜂蜜水，马上下单了，价格好像也不便宜，不过看着是健康饮品，就想试试。当然也有被收过‘智商税’的，不过你不尝过怎么有发言权呢。”

无独有偶，在宁波工程学院上大二的女生欢欢也告诉记者，她每个月至少要花350元以上在零食消费上。“我会在网上买整箱的或者三只松鼠巨型零食大礼包放在寝室里‘打底’，周末出门看到喜欢的也会买。”欢欢说，她对那些颜值高的零食特别喜欢，有时候会为包装去购买。“比如，格力高出过一款花果百醇注心饼干系列，包装是彩绘的特别漂亮，有一段时间我疯狂买它，吃是其次，主要是好看，拍照片可美了。还有一些饮料的瓶子很好看，我也会买。”



不过，他们也表示，并不是所有年轻人都对零食消费有热情。“我身边的朋友们都挺极端，也有那种对零食毫无感觉的，当然如果说购买喜好的话，还是和我们同频道的比较多。”蒋云洲说。