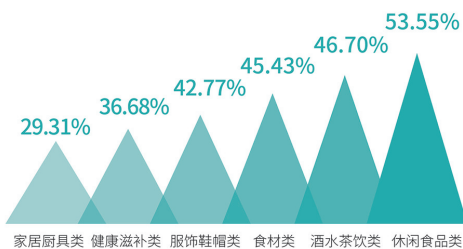


广式味领跑 小份装成新主流 90后00后成办年货主力

粤港澳大湾区
年货消费“热辣滚烫”

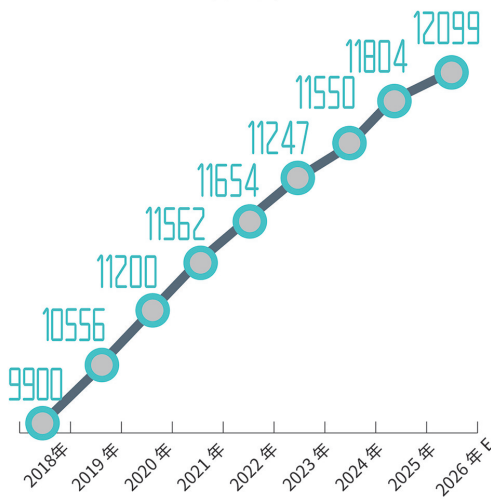
■策划:新快报记者 罗韵
■采写:新快报记者 罗韵
■制图:韩方方

2026 年年货消费品类中休闲食品占比最高(多选)



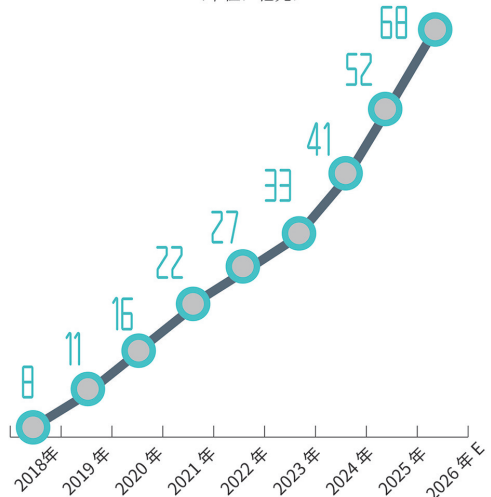
2026年中国休闲食品行业规模将达12099亿元

(单位: 亿元)



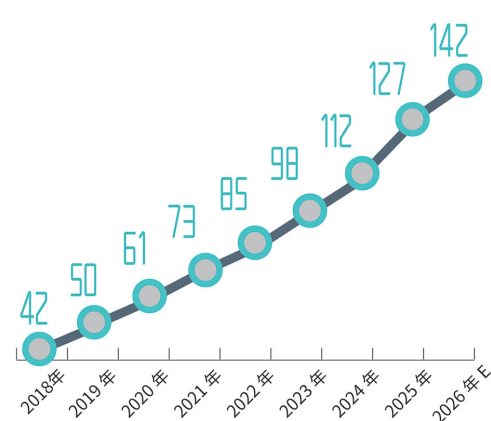
2026年广式盆菜销售规模将达68亿元

(单位: 亿元)



2026年广式腊味销售规模将达142亿元

(单位: 亿元)



2026 农历马年春节临近,粤港澳大湾区年货消费市场迎来收官冲刺。作为中国经济活力最充沛的区域之一,粤港澳大湾区的年货消费既承载传统年味记忆,更折射消费升级与区域一体化特征。改变的是时代,不变的是年味——广式盆菜、腊味、糕点和传统年花/年桔仍必不可少。数据显示,2025年,粤港澳大湾区年货消费市场规模突破890亿元,90后00后已经成为办年货的主力军,消费偏好和习惯也将随之改变。

01 市场规模破890亿
线上消费首超线下

相关数据显示,2025年,粤港澳大湾区年货消费市场规模突破890亿元,同比2024年增长18.6%,增速较全国平均水平高出4.5个百分点。这一态势得益于经济复苏与消费信心回升,预期假期花费增加的粤港澳大湾区消费者净增长达11.0%,显著高于全国均值。

消费结构呈现两大关键转变。其一,线上消费占比首次超线下,达52.3%,线下商超与农贸市场占比47.7%,线上线下同比增速均超15%。这与艾媒咨询报告全国趋势契合:2026年全国年货采购渠道中,综合电商占45.43%、生鲜电商占34.01%、直播电商占32.23%,线上已成主流。粤港澳大湾区的领先表现,源于跨境购便捷性提升、预制年菜线上预售普及以及配送到家服务全覆盖。美团优选数据显示,广东年菜春节预售订单同比增长85%,远超其他菜系。

其二,湾区特色品类成绝对主力。盆菜、腊味、年花/年桔、广式糕点四大品类总消费占比61.2%,全国通用年货(糖果、坚果、酒水等)占38.8%,彰显广式饮食文化黏性。休闲食品、酒水茶饮、食材类构成年货消费核心,占比分别为53.55%、46.70%、45.43%。

消费客单价梯度差异明显。粤港澳大湾区年货人均客单价689元,同比增长12.3%,其中广深珠核心城市人均826元,佛莞惠等城市人均568元。广州市餐饮服务行业协会指出,客单价上涨源于“价值型消费升级”。

02 广式年味仍是刚需
线下消费占比58%

作为千年商都,广式盆菜、腊味消费占粤港澳大湾区总量30%,线下农贸市场消费占比58%,保留最浓传统年味。白云年花、荔湾腊味、越秀糕点形成“一区一品”格局,吸引周边城市采购,线下渠道占比与全国“大型超市38.96%、农贸市场24.75%”的结构互补。

深圳以65.8%的线上渗透率居粤港澳大湾区首位,远超全国综合电商45.43%的占比,跨境年货购占比28%。数据显示,深圳跻身全国前二十消费城市,25—40岁群体消费占比超70%,小份装、轻奢礼盒成主流。抖音电商跨境订单同比增长56.8%,直播电商成为重要渠道。

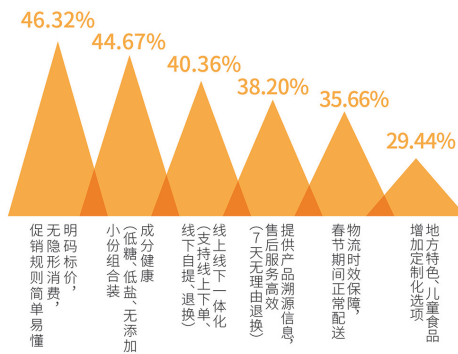
佛山顺德预制盆菜消费占粤港澳大湾区25%,年花销量占比超32%,线下实体店消费占比62%,家庭聚餐需求突出。

中山黄圃、东莞厚街腊味本地消费+外销占粤港澳大湾区45%,2025年礼盒装增速超45%,唐顺兴等品牌B端销量增长135%。中山市腊味行业协会数据显示,品牌化率达72%,较2024年提高5个百分点,产业集中度提升,产品远销全国,地方特色食品受全国消费者关注。

买年货首要痛点是品质参差(多选)



买年货的核心期望是促销规则简单(多选)



买食材类年货的核心诉求是新鲜和风味(多选)

