



### 03 年轻化健康化融合 25—40岁群体成主力

调研显示,粤港澳大湾区年味消费中,25—40岁群体占比62.8%,同比提升8.5个百分点,成绝对主力。这一群体推动小份装、预制化、线上化趋势,年货消费从囤货向兴趣驱动转型。

叮咚买菜数据显示,25—35岁年菜消费者占比55%,倾向“自制+预制菜辅助”模式。中老年群体(50岁+)坚守传统,年花、腊味等消费占比超70%,形成二元格局。

办年货的用户画像中,女性占比55%,男性占比45%,不同性别群体的占比在逐步拉近,一线和新一线城市居民的采购量占比超四成。

健康化需求驱动升级,低盐腊味、低糖糕点、有机年花销量同比增长超30%,”轻食版盆菜”销售额显著增长。小份化适配多元家庭,2—3人份盆菜、独立包装腊味等占比超65%,响应“避免浪费”诉求。礼盒化成礼赠主流,企业定制订单同比增长42.7%,“湾区特色组合装”受青睐。

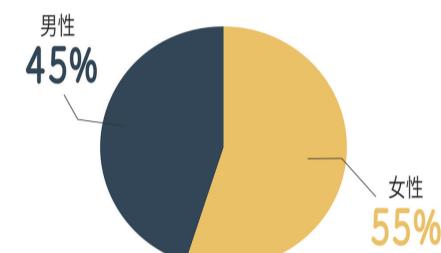
线上线下融合成常态,线下商超(华润万家、永旺)备货量同比增长30%,开通配送到家服务;线上平台提前一月预售,广式年货预售订单同比增长85%,贴合全国“综合电商、线下超市、生鲜电商为前三渠道”的结构。社区团购下沉县域,销量同比增长56.8%;跨境渠道扩容,粤港澳大湾区年味产品通过TikTok Shop进军东南亚,东盟十国电商GMV达1850亿美元,内容电商贡献25%GMV,形成“内外循环”格局。

然而,数据显示,“品质参差不齐(38.32%)、特色品类少(32.36%)、包装破损(32.11%)”依旧是年货采购核心痛点。

买滋补类年货的核心诉求是功效和长辈需求(多选)



### 年货消费用户画像



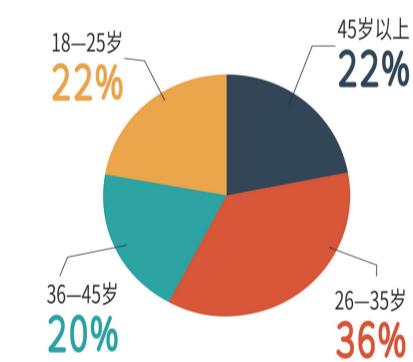
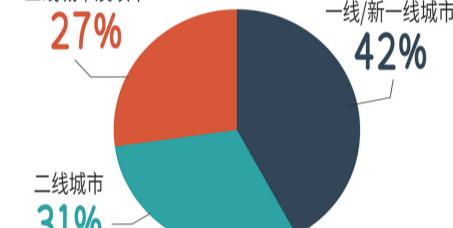
### 04 年味消费双向涌动 港人北上采购热情高涨

粤港澳大湾区跨境年味消费双向热流涌动,也成为区域经济活力的生动注脚。

数据显示,港人北上采购热情高涨,周均跨境频次达1.8次,人均消费增15%,深圳商超的海鲜、年花、智能家电成热门,价格优势与支付便利度是核心吸引力;内地旅客南下港澳选购美妆、保健品及特色手信,体验多元年味。政策红利持续释放,离境退税商店同比增长4倍,“即买即退”服务覆盖核心商圈,跨境电子钱包互通率超80%,智慧通关实现“秒级查验”。

进口与出口同步升温,广州等城市进口年货销售额增超40%,东南亚水果、进口红酒热销;广式腊味、预制点心通过跨境电商销往全球,节庆用品海外销量翻倍。这种“双向奔赴”的消费热潮,既是粤港澳大湾区交通互通、政策协同的成果,更彰显了区域融合消费的巨大潜力,为新春经济注入强劲动能。

三线城市及以下



### 数据来源

- 尼尔森IQ《2026年春节零售趋势前瞻与备货之道》
- 艾媒咨询《2026年中国新春年货消费行为调研数据》
- 英敏特《2026年中国春节消费洞察前瞻》
- 广东省餐饮服务行业协会《2025大湾区年菜消费报告》
- 上海市餐饮烹饪行业协会《广东年菜跨区域消费数据统计》
- 中山市腊味行业协会《2025广式腊味产业发展报告》
- 中国农业科学院农产品加工研究所《预制年菜产业发展白皮书(2025)》
- 美团优选《2025春节年货消费报告》
- 抖音电商《大湾区跨境年货销售数据》
- 微信团队《2025国庆中秋数据报告》
- 叮咚买菜《2025年年菜消费趋势》
- 京东消费及产业发展研究院
- 天猫年货节2026新年味趋势数据
- 中商产业研究院
- 中国食品工业协会
- 广东省食品行业协会
- 港珠澳大桥海关《2025年末跨境年货流通数据》
- 广州市农业农村局《2025年花年桔产销统计》

## “健康小份装”成年货主流

### 广式盆菜:

32.5%增速成黑马,小份装占比68%

作为湾区年味“硬菜担当”,广式盆菜2025年消费规模突破128亿元,同比增长32.5%,跨区域市场表现亮眼——上海市餐饮烹饪行业协会数据显示,广东年菜在沪销售额破100亿元,盆菜占比超40%,三年增幅近200%。

数据显示,44.67%的消费者期望年货“健康小份装”,粤港澳大湾区2—3人份盆菜占比达68%,预制即热款占比超80%,山姆会员店388—888元价位盆菜节前两周售罄。产品结构上,佛跳墙、腊味盆菜为两大爆款,合计占比超70%,高端健康化单品年增长超70%。

### 广式腊味:

96亿规模稳增,健康化升级提速

依托中山黄圃、东莞厚街产业集群,广式腊味2025年消费规模96亿元,同比增长25.8%,中山、东莞、江门三大主场贡献45%销量。消费结构呈现“品牌主导、礼盒升温”特征:品牌腊味占比72%,礼盒装增速超40%,成企业年末福利核心选择。

健康化趋势凸显,健康滋补类年货占比30.96%。中山市腊味行业协会数据显示,低盐、低脂、零添加腊味销量同比增长30%以上,部分品牌含盐量降低20%—30%。线

上渠道带动消费下沉,抖音电商县城市场腊味订单同比增长56.8%,社区团购占比达21.19%。

### 广式糕点:

65亿规模跨境热销,小包装契合悦己需求

广式糕点2025年消费规模65亿元,同比增长22.7%,广州、澳门、深圳为核心消费城市。独立小包装占比达75%,适配单身人士、上班族需求。

跨境销售成增长引擎。港珠澳大桥海关数据显示,销往港澳的广式糕点销量同比翻倍,港澳特色糕点反向销往内地9市增速89.3%,跨境配送时效平均1.5天,部分城市实现次日达。包装设计注重节日仪式感,38.59%消费者因“包装喜庆”购买休闲食品。

### 年花/年桔:

89亿市场稳升,高端品类占比35%

2025年,年花/年桔消费规模达到89亿元,顺德、广州芳村、珠海为核心产地,顺德陈村年花世界、广州芳村花鸟鱼虫市场跻身线下消费客流量TOP5。品类结构上,年桔占比58%,蝴蝶兰等高端年花占比提升至35%。

广州白云区年花产业表现突出,种植面积1000亩,年产量超20万棵,2025年销售额破7000万元,产品远销京沪,年桔首获新加坡订单。



(请点击“数据”频道)