

## 这届年轻人为什么爱上“量贩零食”？

2026年02月14日 14:04 来源：羊城晚报



据媒体报道，腊月二十四南方小年，距离过年还有不到一周时间，在乡镇的商业街上，量贩零食店的招牌在傍晚的暮色中格外显眼。晚上6点多，店里已经挤满了顾客，多数是二三十岁的年轻人。

春节期间，记者在返乡走访发现，量贩零食店正成为年轻人置办零食年货的新选择。相比传统超市，它们品类更集中，散装称重的模式也让购买更

自由。

量贩零食店也叫零食折扣店，是一种以工厂直采或贴牌生产为核心，通过精简供应链环节实现低价销售的休闲食品零售业态。

人均不到50元的零食年货篮子，装的不只是辣条和薯片，更是一整套消费观念的迭代。

量贩零食店的崛起首先依托于供应链的极致压缩。传统商超的零食经过经销商层层加价，价格往往翻倍。而量贩零食店绕过中间环节，直接从厂家拿货，大牌产品用来引流，白牌产品贡献利润。这种“名品低价+白牌高利”的组合，本质上是零售效率对品牌溢价的替代。当一包超市卖3元的薯片只要1元，消费者的忠诚便不再属于任何一个品牌，而属于那个更能保住钱包的货架。

一个常被忽略的背景是，县域消费市场的基础设施在过去几年完成了质的跃升。冷链物流触达乡镇，仓储配送体系成熟，数字化收银与库存管理系统普及——这些看不见的毛细血管，支撑起了零食店在县城街头的密集铺开。量贩零食并非凭空造物，而是现代供应链在下沉市场的集中兑现。

与此同时，这一代县城年轻人的消费心理正在发生微妙而深刻的转变。他们依然追求新鲜感、颜值和购物体验，量贩零食店明亮整洁的空间、清晰的品类分区、自由搭配的散装称重，恰好满足了这种既要体面又要实惠的双重诉求。

从更深一层来看，这种消费习惯的迁移折射出年轻人对生活掌控感的重新寻回。在超市整包购买意味着被动接受厂家设定的规格和价格，而如今的年轻人更愿意掌控这些日常生活的细枝末节。

当然，量贩零食店的狂飙并非没有隐忧。白牌产品依赖代工，品控风险始终存在；价格战驱动的扩张能否持续，尚待时间检验。

单词：	mùsè 暮色	géwài 格外	zhìbàn 置办	sǎnzhuāng 散装
	jīngjiǎn 精简	diédài 迭代	yītuō 依托	jízhi 极致
	yāsuō 压缩	yìjià 溢价	chùdá 触达	duìxiàn 兑现

讨论：1. 你认为年轻人选择量贩零食这样的消费方式，反映了怎样的心理变化？是单纯因为“便宜”，还是有更深层的理由？请谈谈你的看法。

2. 你会为了低价放弃熟悉的品牌吗？品牌所代表的“品质保证”和“身份象征”，在价格优势面前是否还重要？请分享你的购物习惯，并说明理由。

源新闻：<https://www.chinanews.com.cn/cj/2026/02-14/10572450.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/files202602161771206940.mp3>