

零食出圈，贵在一个“鲜”

新鲜零食最直观的“新”是模式新。

走进几多全徐州金鹰的门店，如果不看招牌，你几乎不会把它和传统零食店画上等号。货架上没有花花绿绿的包装袋，多为两色搭配，大方简洁。走进门店，可以闻到一阵面包香。

“第一次进来我还以为走错了，看着不像零食店，风格很清新。”正在挑选商品的市民周安安笑着对记者说。她拿起一袋芒果干，指着标签说：“这里的食品都是它自己的牌子，不是从别处进的货。”这种“自有品牌”模式，正是新鲜零食与传统量贩式零食店最根本的区别。

传统零食店从

新在哪里？鲜在何处？

各个品牌进货再摆上货架，而新鲜零食店里，从果干、果汁到奶茶、蛋糕，都是品牌的自有产品，因此被网友称为“小型山姆”。

有意思的是，新鲜零食店类别虽多，口味却少，也就是“宽类窄品”。记者在几多全门店看到，有肉干、果脯、薯片、糕点等将近100个类别，但每个类别通常只做一种口味。

这一概念也被几多全列为品牌理念，每个品类只深耕一两款核心单品，以“少而精”打磨超出期待的体验。

“我以前买牛肉干光选口味就能纠结十分钟。”90后小伙张宇笑着说，“现在没得选，买完就走，效率倒是高了，而且出乎意料的好吃。”

新鲜零食的鲜，则最先体现在保质期上。蒲妈妈的卤鸭脖保质期只有一天，美迪森的蛋糕保质期两天，几多全的魔芋干保质期五天。

“短保质期是新鲜零食的一大特点，我平时爱囤货，来这是囤不了一点，买回去一两天就吃完了。”27岁的护士赵玥和记者打趣道。

“我们的鲜也体现在用料上，榴莲班戟用的是新鲜榴莲果肉，奶皮的原料也是鲜牛奶。”几多全店员正和顾客介绍产品。

刚拿到班戟的赵玥咬了一口说：“果肉绵密香甜，和超市里那种冷冻榴莲千层完全不是一回事，奶油能吃出来是动物奶油做的。”

从模式、陈列，到产品、保质期，新鲜零食在每一个环节都在向“新”和“鲜”靠拢。

为什么人们愿意买单？

“说实话，我就是被排队的人吸引过来的。”在美迪森门店门口，90后小伙张宇很坦率地告诉记者，“本来只是路过，看这么多人排队就好奇，到底是什么好

东西。”

张宇的话道出了新鲜零食火爆的第一层驱动力——好奇心。

在信息过载的时代，排队本身就是最原始的广告。而新鲜零食店普遍采用“前店后厂”的模式，比任何广告牌都更有穿透力。

在蒲妈妈门店，刚下班的95后老师赵晴一手拿着杯茉莉鲜奶原叶，另一只手拎着刚出炉的蛋挞：“加班到晚上八点，累得话都不想说。路过这里闻见香味，花三十块钱买点热乎的，边走边吃，感觉整个人都被‘充值’了。”

一份现烤的、散发着诱人香气的零食，带来的不仅是味蕾的满足，更是一种即时的、低成本的情绪抚慰。

与需要仪式感的正餐不同，零食的消费场景更加随意、自由，这种“小而确定”的幸福，恰恰是当下年

轻人最需要的情感补给。

“你在超市买一包薯片，不会有任何‘获得感’，但在新鲜零食店买一块现制的提拉米苏，你会觉得这是在犒劳自己。”在几多全门店排队的大学生何雨向记者打了个比方。

除了情绪价值，新鲜零食还自带社交属性。在小红书和抖音上，新鲜零食探店已成为热门内容类型，精致的门店装潢、高颜值的现制产品，天然适合拍照分享。

“我发了一条小红书，配图是颜色鲜艳的魔芋干和特制奶茶，好多网友在评论区问我地址。”正在拍照打卡的年轻女孩小林告诉记者。

好奇心引人进店，情绪价值让人复购，社交属性则让品牌在朋友圈和新媒体平台实现免费“裂变”传播，三者叠加，构成了新鲜零食火爆的深层逻辑。

火热赛道背后的新鲜选择权

背后更丰富的层次。

“我一开始以为店里所有东西都是当天现做的，后来才发现并非如此。”在蒲妈妈门店，市民许奕家拿着一盒冷冻条件下保质期9个月的瑞士卷对记者说。

记者走访发现，新鲜零食店内的商品大致分两类：一类是现场制作的“短保鲜食”，如现烤面包、卤味、鲜牛奶等，这部分通常只占店内商品的三分之一左右。

“新鲜零食店，不等于店里所有零食都新鲜。”许奕家半开玩笑地说，“你得自己会挑。”

面对这一现实，一些品牌主动做出了让消费者看得明白的尝试。几多全在每款预包装零食的价签旁贴上了A、B、C、D、E、F的字母标识——A级是无任何添加剂的绿色零食，F级则含有防腐剂。

“我觉得挺好的，至少人家明明白白告诉你了，买不买是你自己的选择。”一位正在对照分级标签挑选商品的顾客说，“这种诚实反而让人更信任。”

分级背后折射出的，其实是新鲜零食行业正在经历的一场自我进化——它不回避店内并非样样新鲜的事实，而是通过透明化分级，把选择权交还给消费者。

这种做法既是对消费者日益提升的健康意识的回应，也是品牌在激烈竞争中试图建立长期信任的尝试。

夜幕降临，徐州街头新鲜零食店的灯光更加亮眼。排队的人群中，男女老少皆有，他们或许并不关心这个赛道有多少亿的市场规模，但他们的每一次消费，都在投票——投给一种更透明、更短链、更有温度的零食消费方式。

本报记者 郭旭雯

9月初的徐州，清风徐徐，温度宜人。市中心商圈里悄悄多了一种新铺子：零食店。零食不看牌子，看的是当天的制作日期；包装简单，配料表更简单，常常只有食材本身。

美迪森、蒲妈妈、几多全3家新鲜零食店陆续在徐州开出首店，现场排起长龙。

新鲜零食店到底是什么，又凭什么火起来？记者带着疑问走访3家店铺寻找答案。

新鲜零食店陆续开出首店。
本报记者 郭旭雯 摄