

冷峻“工业风”撞上软糯“糖果甜” 北京首钢园甜蜜经济升温



图为小朋友在体验制作棒棒糖。闫利 摄

□ 本报记者 闫利

高大的冷却塔内别有洞天，一座设置了旋转木马、蹦床等游乐设施的“糖罐乐园”让人忍不住一探究竟；街道两侧，五颜六色的糖果品牌快闪店依次排开，多家糖企和跨界品牌齐聚；装满大白兔奶糖、北京酥糖等经典糖果的大罐子，带领观众重回童年世界；在糖果工坊、棒棒糖工坊、巧克力工坊等互动区域，小朋友在老师的指导下亲手熬糖、倒模、包装，体验着制作糖果的乐趣……当冷峻“工业风”撞上软糯“糖果甜”，北京首钢园大跳台北广场冷却塔旁，“甜蜜事业”新篇章就此展开。

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

2024年，我国糖果市场规模将达到930亿元。

作为2025年中国国际服务贸易交易会框架下的重要活动，中国国际糖果季于9月10日正式开幕，以“甜蜜中国——世界爱上中国的甜”为主题，将持续至11月16日。活动期间，首钢园以“工业风+糖果美学”为核心，将首钢滑雪大跳台、冷却塔等标志性工业遗存改造为沉浸式体验空间，致力于构建多元消费场景。

记者在现场看到，会场设置了非遗工坊、品牌展厅、互动娱乐、文创市集、主题餐吧等十大功能区，从匠心手作到数字互动，从糖画、酥糖等非遗技艺到现代文创开发，系统呈现中华民族四千年制糖文明。冷却塔区域设置海盗船、真人抓娃娃机等十余种游乐设施，实现“可赏、可玩、可购”一站式体验。

本届糖果季从一颗糖果的“小切口”，精心做好产业升级、文化繁荣、民生幸福的“大文章”。北京市政协党组成员、市文联主席韩子荣表示，活动以“甜蜜”为情感纽带，讲述兼具传承与创新的中国故事，北京故事。

“中国糖果产业的奋进之路是

国家推动‘三个转变’、建设品牌强国的生动实践。本届糖果季聚焦于产品与贸易，旨在探讨一条以创新为魂、以品质为基、以品牌为帆的产业高质量发展之路。”第十二届全国政协副主席齐续春说。

深挖糖果产业文化

随着消费者健康意识的提升，消费者对糖果的需求趋于个性化、功能化，低糖、无糖及功能性糖果逐渐受到市场青睐，糖果也不再仅仅是儿童的专属零食，成人市场对高端、手工、创意糖果的需求也日



图为活动现场正在排队等待游玩的观众。唐瑞 摄

弘扬传统美食文化

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

深挖糖果产业文化

随着消费者健康意识的提升，消费者对糖果的需求趋于个性化、功能化，低糖、无糖及功能性糖果逐渐受到市场青睐，糖果也不再仅仅是儿童的专属零食，成人市场对高端、手工、创意糖果的需求也日

益增长，不少品牌将非物质文化遗产与现代消费需求有机结合。

马大姐食品集团总裁马立凯表示，面对“Z世代”健康化以及文化属性方面的需求，集团既保留大虾酥等情怀单品，又推出减糖量高达97%的低糖花生酥糖，并选用高油酸花生原料，兼顾风味与健康。

活动期间，中国财富传媒集团中国财富研究院与中国食品工业协会联合发布的《糖果业转型发展报告》显示，糖果企业与文化IP的合作日益深入，故宫、敦煌等传统文化IP联名糖果产品溢价率达40%—60%，不仅获得市场广泛认可，还推动了传统文化的现代表达和传播，这种合作模式正在从简单的商标授权向深度内容共创演进。

“食品工业是国民经济的支柱产业，而糖果产业作为其中兼具‘情感属性’与‘文化载体’的重要分支，正处在‘传承经典、创新破局、走向全球’的关键节点。”中国食品工业协会副会长蔡永峰说，“糖果企业要加大研发投入，围绕健康、功能、文化等方面，开发差异化产品，提升核心竞争力；挖掘品牌文化内涵，塑造独特品牌形象；加强跨界合作，与文化、科技、旅游等领域企业合作，扩展业务边界，打造新的增长点。”

“中国糖果产业的奋进之路是

国家推动‘三个转变’、建设品牌强国的生动实践。本届糖果季聚焦于产品与贸易，旨在探讨一条以创新为魂、以品质为基、以品牌为帆的产业高质量发展之路。”第十二届全国政协副主席齐续春说。

弘扬传统美食文化

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

深挖糖果产业文化

随着消费者健康意识的提升，消费者对糖果的需求趋于个性化、功能化，低糖、无糖及功能性糖果逐渐受到市场青睐，糖果也不再仅仅是儿童的专属零食，成人市场对高端、手工、创意糖果的需求也日

益增长，不少品牌将非物质文化遗产与现代消费需求有机结合。

马大姐食品集团总裁马立凯表示，面对“Z世代”健康化以及文化属性方面的需求，集团既保留大虾酥等情怀单品，又推出减糖量高达97%的低糖花生酥糖，并选用高油酸花生原料，兼顾风味与健康。

活动期间，中国财富传媒集团中国财富研究院与中国食品工业协会联合发布的《糖果业转型发展报告》显示，糖果企业与文化IP的合作日益深入，故宫、敦煌等传统文化IP联名糖果产品溢价率达40%—60%，不仅获得市场广泛认可，还推动了传统文化的现代表达和传播，这种合作模式正在从简单的商标授权向深度内容共创演进。

“食品工业是国民经济的支柱产业，而糖果产业作为其中兼具‘情感属性’与‘文化载体’的重要分支，正处在‘传承经典、创新破局、走向全球’的关键节点。”中国食品工业协会副会长蔡永峰说，“糖果企业要加大研发投入，围绕健康、功能、文化等方面，开发差异化产品，提升核心竞争力；挖掘品牌文化内涵，塑造独特品牌形象；加强跨界合作，与文化、科技、旅游等领域企业合作，扩展业务边界，打造新的增长点。”

“中国糖果产业的奋进之路是

国家推动‘三个转变’、建设品牌强国的生动实践。本届糖果季聚焦于产品与贸易，旨在探讨一条以创新为魂、以品质为基、以品牌为帆的产业高质量发展之路。”第十二届全国政协副主席齐续春说。

弘扬传统美食文化

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

深挖糖果产业文化

随着消费者健康意识的提升，消费者对糖果的需求趋于个性化、功能化，低糖、无糖及功能性糖果逐渐受到市场青睐，糖果也不再仅仅是儿童的专属零食，成人市场对高端、手工、创意糖果的需求也日

益增长，不少品牌将非物质文化遗产与现代消费需求有机结合。

马大姐食品集团总裁马立凯表示，面对“Z世代”健康化以及文化属性方面的需求，集团既保留大虾酥等情怀单品，又推出减糖量高达97%的低糖花生酥糖，并选用高油酸花生原料，兼顾风味与健康。

活动期间，中国财富传媒集团中国财富研究院与中国食品工业协会联合发布的《糖果业转型发展报告》显示，糖果企业与文化IP的合作日益深入，故宫、敦煌等传统文化IP联名糖果产品溢价率达40%—60%，不仅获得市场广泛认可，还推动了传统文化的现代表达和传播，这种合作模式正在从简单的商标授权向深度内容共创演进。

“食品工业是国民经济的支柱产业，而糖果产业作为其中兼具‘情感属性’与‘文化载体’的重要分支，正处在‘传承经典、创新破局、走向全球’的关键节点。”中国食品工业协会副会长蔡永峰说，“糖果企业要加大研发投入，围绕健康、功能、文化等方面，开发差异化产品，提升核心竞争力；挖掘品牌文化内涵，塑造独特品牌形象；加强跨界合作，与文化、科技、旅游等领域企业合作，扩展业务边界，打造新的增长点。”

“中国糖果产业的奋进之路是

国家推动‘三个转变’、建设品牌强国的生动实践。本届糖果季聚焦于产品与贸易，旨在探讨一条以创新为魂、以品质为基、以品牌为帆的产业高质量发展之路。”第十二届全国政协副主席齐续春说。

弘扬传统美食文化

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

深挖糖果产业文化

随着消费者健康意识的提升，消费者对糖果的需求趋于个性化、功能化，低糖、无糖及功能性糖果逐渐受到市场青睐，糖果也不再仅仅是儿童的专属零食，成人市场对高端、手工、创意糖果的需求也日

益增长，不少品牌将非物质文化遗产与现代消费需求有机结合。

马大姐食品集团总裁马立凯表示，面对“Z世代”健康化以及文化属性方面的需求，集团既保留大虾酥等情怀单品，又推出减糖量高达97%的低糖花生酥糖，并选用高油酸花生原料，兼顾风味与健康。

活动期间，中国财富传媒集团中国财富研究院与中国食品工业协会联合发布的《糖果业转型发展报告》显示，糖果企业与文化IP的合作日益深入，故宫、敦煌等传统文化IP联名糖果产品溢价率达40%—60%，不仅获得市场广泛认可，还推动了传统文化的现代表达和传播，这种合作模式正在从简单的商标授权向深度内容共创演进。

“食品工业是国民经济的支柱产业，而糖果产业作为其中兼具‘情感属性’与‘文化载体’的重要分支，正处在‘传承经典、创新破局、走向全球’的关键节点。”中国食品工业协会副会长蔡永峰说，“糖果企业要加大研发投入，围绕健康、功能、文化等方面，开发差异化产品，提升核心竞争力；挖掘品牌文化内涵，塑造独特品牌形象；加强跨界合作，与文化、科技、旅游等领域企业合作，扩展业务边界，打造新的增长点。”

“中国糖果产业的奋进之路是

国家推动‘三个转变’、建设品牌强国的生动实践。本届糖果季聚焦于产品与贸易，旨在探讨一条以创新为魂、以品质为基、以品牌为帆的产业高质量发展之路。”第十二届全国政协副主席齐续春说。

弘扬传统美食文化

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

深挖糖果产业文化

随着消费者健康意识的提升，消费者对糖果的需求趋于个性化、功能化，低糖、无糖及功能性糖果逐渐受到市场青睐，糖果也不再仅仅是儿童的专属零食，成人市场对高端、手工、创意糖果的需求也日

益增长，不少品牌将非物质文化遗产与现代消费需求有机结合。

马大姐食品集团总裁马立凯表示，面对“Z世代”健康化以及文化属性方面的需求，集团既保留大虾酥等情怀单品，又推出减糖量高达97%的低糖花生酥糖，并选用高油酸花生原料，兼顾风味与健康。

活动期间，中国财富传媒集团中国财富研究院与中国食品工业协会联合发布的《糖果业转型发展报告》显示，糖果企业与文化IP的合作日益深入，故宫、敦煌等传统文化IP联名糖果产品溢价率达40%—60%，不仅获得市场广泛认可，还推动了传统文化的现代表达和传播，这种合作模式正在从简单的商标授权向深度内容共创演进。

“食品工业是国民经济的支柱产业，而糖果产业作为其中兼具‘情感属性’与‘文化载体’的重要分支，正处在‘传承经典、创新破局、走向全球’的关键节点。”中国食品工业协会副会长蔡永峰说，“糖果企业要加大研发投入，围绕健康、功能、文化等方面，开发差异化产品，提升核心竞争力；挖掘品牌文化内涵，塑造独特品牌形象；加强跨界合作，与文化、科技、旅游等领域企业合作，扩展业务边界，打造新的增长点。”

“中国糖果产业的奋进之路是

国家推动‘三个转变’、建设品牌强国的生动实践。本届糖果季聚焦于产品与贸易，旨在探讨一条以创新为魂、以品质为基、以品牌为帆的产业高质量发展之路。”第十二届全国政协副主席齐续春说。

弘扬传统美食文化

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

深挖糖果产业文化

随着消费者健康意识的提升，消费者对糖果的需求趋于个性化、功能化，低糖、无糖及功能性糖果逐渐受到市场青睐，糖果也不再仅仅是儿童的专属零食，成人市场对高端、手工、创意糖果的需求也日

益增长，不少品牌将非物质文化遗产与现代消费需求有机结合。

马大姐食品集团总裁马立凯表示，面对“Z世代”健康化以及文化属性方面的需求，集团既保留大虾酥等情怀单品，又推出减糖量高达97%的低糖花生酥糖，并选用高油酸花生原料，兼顾风味与健康。

活动期间，中国财富传媒集团中国财富研究院与中国食品工业协会联合发布的《糖果业转型发展报告》显示，糖果企业与文化IP的合作日益深入，故宫、敦煌等传统文化IP联名糖果产品溢价率达40%—60%，不仅获得市场广泛认可，还推动了传统文化的现代表达和传播，这种合作模式正在从简单的商标授权向深度内容共创演进。

“食品工业是国民经济的支柱产业，而糖果产业作为其中兼具‘情感属性’与‘文化载体’的重要分支，正处在‘传承经典、创新破局、走向全球’的关键节点。”中国食品工业协会副会长蔡永峰说，“糖果企业要加大研发投入，围绕健康、功能、文化等方面，开发差异化产品，提升核心竞争力；挖掘品牌文化内涵，塑造独特品牌形象；加强跨界合作，与文化、科技、旅游等领域企业合作，扩展业务边界，打造新的增长点。”

“中国糖果产业的奋进之路是

国家推动‘三个转变’、建设品牌强国的生动实践。本届糖果季聚焦于产品与贸易，旨在探讨一条以创新为魂、以品质为基、以品牌为帆的产业高质量发展之路。”第十二届全国政协副主席齐续春说。

弘扬传统美食文化

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的赛道之一。作为我国食品工业的重要组成部分，休闲食品整体规模从2020年的7845亿元扩大至2024年的10093亿元，年复合增长率达6.5%，正式突破万亿元大关，其中糖果巧克力作为休闲食品的重要细分品类，整体占比虽从2020年的15.2%降至2024年的14.5%，但绝对规模仍在增长——

打造多元化消费场景

食品工业是关系国际民生的支柱产业，休闲食品更是其中增长最快的