

# 知名品牌多地闭店，折扣零食业迎洗牌

## 长沙好特卖在营门店缩至2家，本土折扣零食店加速布局 业内：“真性价比”是硬通货

经济观察



扫码看视频

顾客正在长沙好特卖门店选购零食。



## 冰雪经济“热”起来 长沙滑雪装备销量攀升



扫码看视频

“要滑得好、滑得帅，装备一定不能差。”2026年1月3日，正在选购单板滑雪板的长沙市民刘先生告诉记者，他计划春节期间带家人去滑雪，提前来选购装备。

近日，湖南多个滑雪场正式开“板”迎客，冰雪运动迅速升温，也带动长沙滑雪装备市场迎来销售旺季。滑雪服、滑雪板、专业护具等产品销量大幅攀升，成为冬日消费市场的一抹亮色。

### 不少雪具品牌推出马年限定款装备

1月3日，记者走访长沙多家体育用品店发现，滑雪装备被摆放在显眼位置，色彩鲜艳的滑雪服、款式多样的滑雪板、防护性能优良的头盔和手套等产品琳琅满目，吸引了不少市民驻足选购。

“最近每天都有几十名顾客来咨询滑雪装备，周末客流量更是翻倍，滑雪服和儿童滑雪套装卖得最好。其中，滑雪服里的基础款更为畅销，特别是马卡龙色系受到顾客喜爱。”迪卡依（湘江路店）的工作人员表示。

不仅滑雪服人气走高，滑雪板等专业设备的销量也明显增加。“店铺推出的‘零夏小黑板单板’已售出6万余件。为此，我们还就此款滑雪板推出了售价4797元的套装，包含滑雪板、固定器和雪鞋，现在购入还会赠送速干衣套装。”Nobaday淘宝旗舰店客服介绍，2025年12月底，门店相关产品的热度明显高涨。

此外，记者发现，不少雪具品牌推出了马年限定款。“店里的马年限定滑雪板在设计上更多地融入马元素。女款滑雪板中间有一匹红色的马的图案，男款的则是在滑雪板中间写了一个书法体的‘马’字，售价从4300元—5500元不等，挺多年轻人购买。”Rideinn淘宝店的客服说。

### 政策引领与市场需求共同作用的结果

其实，冰雪消费热度持续攀升和政策的助力息息相关。2025年11月，国务院办公厅印发的《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》明确推进冰雪运动“南展西扩东进”战略，为南方城市发展冰雪运动提供了方向指引。

长沙也早就开始布局冰雪经济，2022年，长沙市发布《关于持续推进全市青少年冰雪运动进校园工作的实施意见》，在城区各中小学推广短道速滑、滑雪、陆地冰壶、越野滑雪（轮滑）等冰雪项目，从根源上培育了消费市场，目前，长沙市已有冰雪特色学校22所。

“基础设施的不断完善则让冰雪运动触手可及。目前长沙已建成湘江欢乐城欢乐雪域、三只熊冰雪王国等多家冰雪运动场馆，有效激活了本地冰雪消费需求，带动装备市场同步升温。”业内人士指出，“现在的冰雪消费呈现两大新趋势：一是雪场高阶玩家增多，对装备专业性、功能性要求显著提升；二是时尚爱好者与亲子家庭将滑雪装备延伸至日常场景，滑雪装备日常化成新潮流。”

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚 通讯员 肖昱昊 王叮琳

2025年年末，国内折扣零售赛道迎来结构性调整。头部零食折扣品牌好特卖，近期在广州、长沙、杭州、北京等核心城市的热门商圈陆续关闭线下门店，这一现象引发行业对折扣零售业态生存逻辑的讨论。

2026年1月3日，记者实地走访长沙市场后发现，该品牌目前在长沙仅余2家门店维持正常经营，其余多家门店已于数月前悄然关停。与之形成鲜明对比的是，长沙本土折扣零食店正呈雨后春笋之势加速布局，门店网络迅速渗透至城市的大街小巷。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 仝若楠

### 长沙剩2家好特卖门店正常营业

记者实地走访发现，截至2025年12月下旬，长沙好特卖在营门店已收缩至2家，业态调整趋势明显。2026年1月3日晚，悦方ID Mall负一楼的好特卖门店仍维持正常运营，门口摆放有“巧克力、坚果产品低至1折”的招牌，有店员正在饮料区域补货。

店内的盲盒区域人气不减，零食和日化用品区域也有顾客正在挑选商品，还有顾客直奔饮料区域购买脉动、矿泉水等产品，“这里的饮料单瓶接近批发价了，很划算。”市民胡先生说。

记者现场看到，多品牌盲盒在以2-3折的低价甩卖。在社交媒体平台，该门店分享称，近期盲盒类产品仍在持续补货上新，部分系列甚至成了“抢手货”。

记者随后又询问佳兆业广场的好特卖店，店员表示目前店铺仍在正常营业，万家丽门店暂时闭店。上述好特卖悦方ID Mall门店员工则表示，万家丽门店将于今年3月装修后重新开业。

不过，据周边市民透露，该店早在去年10月就已停业。“当时我还在这儿买过泡面和薯片，店里有时候还有优惠。”谈及该门店闭店，市民洪先生言语间难掩遗憾。

据了解，好特卖成立于2020年，是一家主营折扣商品的连锁零售品牌。自成立以来到2024年，门店数量已扩张至近千家。

### 部分产品不如线上实惠，临期产品已消失

以“便宜实惠”为核心卖点的好特卖，其价格优势是否名副其实？

记者对比发现，门店膨化食品专区，薯片、浪味仙玉米片、鲜虾片等产品的线下售价较线上平台便宜1至5元；果干类产品的价格线上线下基本持平；泡面类产品大部分也较线上平台和超市便宜；饮料类产品大多低于便利店常卖价。

不过也有部分商品是线上价格更优惠。以港烧猪肉脯为例，其线下零售价为19.9元，线上电商平台叠加优惠券后，到手价仅需17.5元。除零食类商品外，日用品也出现了类似的情况，1千克装的蓝月亮洗衣液、蔬果园洗衣凝珠等热门单品，线上售价均比线下便宜6元。

在社交媒体平台，还有不少网友关心商品保质期问题。对此，好特卖悦方ID Mall门店店员坦言：“早期好特卖会有很多临期产品，但现在基本保质期都还有很久。”市民洪先生告诉记者，之前在好特卖购买的产品日期适中，对于部分临期产品，店铺会特价销售或赠送。

### 观察

### 业内人士：折扣零食赛道深度调整 “真性价比”是硬通货

这场闭店风波的背后，折射出千亿级折扣零食赛道的竞争加剧。近年来，量贩零食市场迎来爆发式增长。Wind数据显示，全国零食折扣门店数量已突破4.5万家。其中，湖南本土品牌鸣鸣很忙占了近一半。记者从鸣鸣很忙获悉，截至2025年9月3日，该品牌门店数量已突破2万家。

与此同时，万辰集团同样表现亮眼，自2022年入局休闲零食赛道后，企业便开启规模化扩张进程。数据显示，万辰集团2025年前三季度实现营收365.62亿元，同比增幅达77.37%；归母净利润也同比激增917.04%，增长态势尤为迅猛。另据GeoQ Ana品牌分析数据，截至2025年8月底，好想来门店数量也已突破1.5万家，在赛道中形成有力竞争格局。

聚焦长沙这片消费热土，折扣零食行业的角逐同样激烈。除头部品牌外，爱零食与零食先两大品牌已布局近百家门店；戴永红、怡佳仁等品牌也在社区消费场景中占据一席之地。此外，传统商超品牌也纷纷通过业态转型切入赛道，在激烈的市场竞争中抢占份额。

业内人士分析称，折扣零食行业已从跑马圈地的扩张期步入洗牌阶段，本土与外来品牌的市场争夺战日趋激烈。这一变化的根源，在于消费者对“真折扣”的需求愈发理性，“仅靠临期商品低价引流或概念炒作的玩法已然失灵，供应链优化、品质把控与性价比兼顾才是品牌站稳脚跟的关键”。