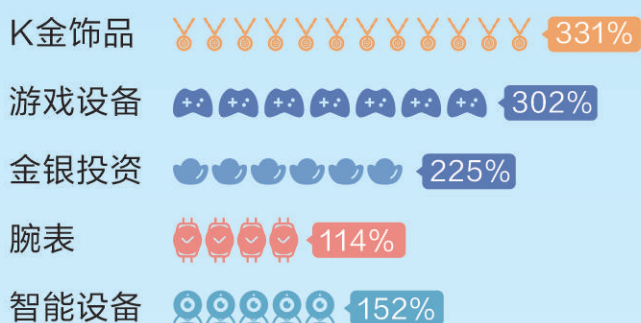


经济日报携手京东发布数据——

元宵节消费市场活力十足

正月十五闹元宵

不出十五都是年，元宵节前整体消费活跃度超过往年。借着节日的喜庆劲儿，人们享受生活、购置大件的消费明显增长。



元宵节前，花卉绿植的销量同比增长超过2倍，茶具、葡萄酒具的销量同比增长了1.5倍，这个元宵节人们过得“有滋有味”。



当前“80后”“90后”逐渐成为消费主角，元宵节的过法既承袭了传统，又增添了很多新花样。

元宵节前一周，元宵销量同比增长 **超过8倍**，灯笼销量同比增长 **超过2倍**

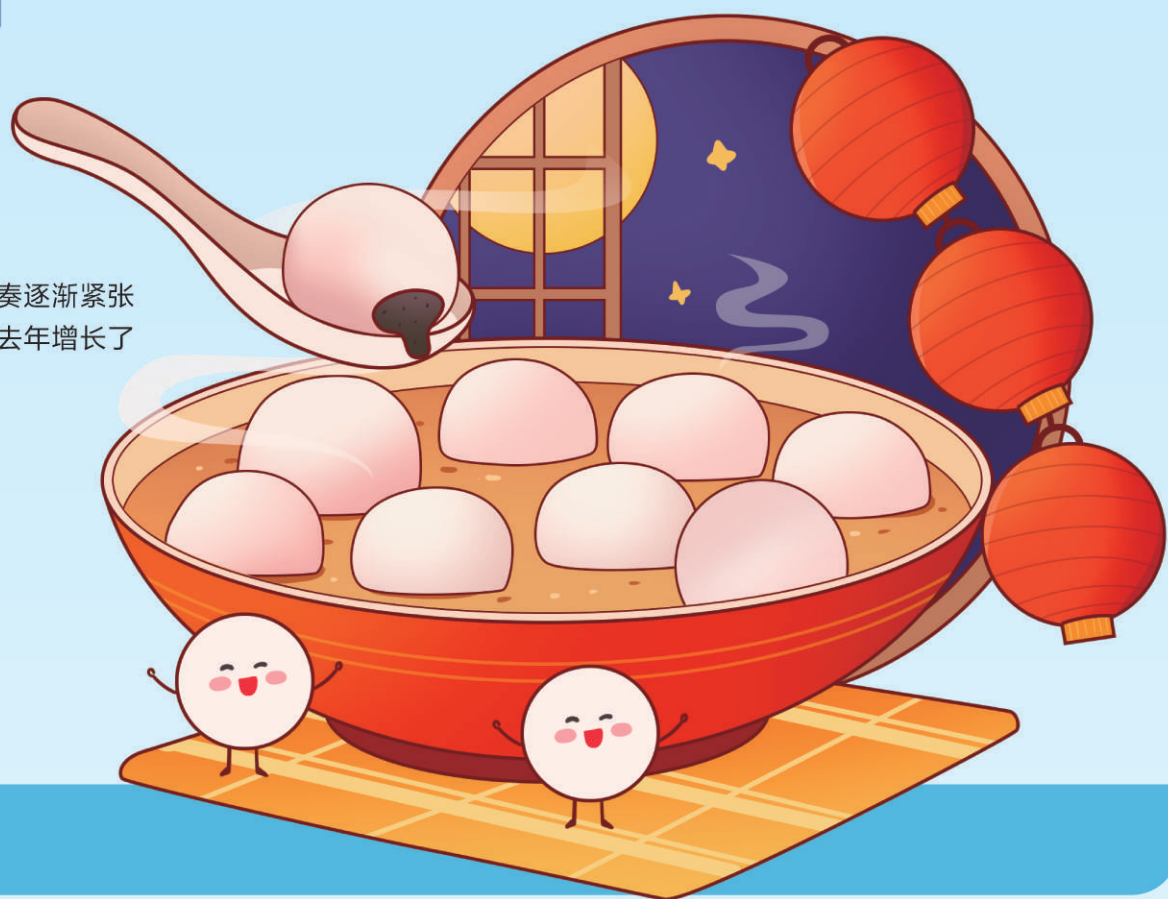
元宵节讲究的是家庭团圆，很多人走亲访友都会带上一份健康的礼物。同时，受新冠肺炎疫情影响，人们自身保健意识也明显提升。元宵节前，营养保健、滋补类商品销量比去年出现了倍数型增长。



出了十五年过完。学校即将开学，工作节奏逐渐紧张起来。电脑办公、数码、汽车用品销量比去年增长了近1倍。



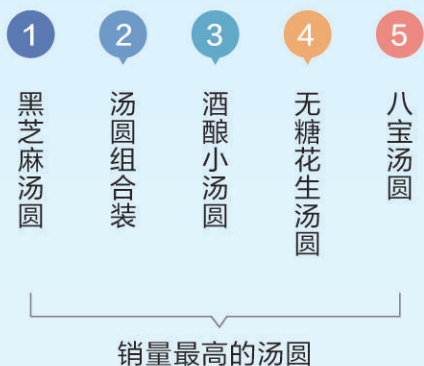
▲ 以上均为2021年元宵节期间(2月20日至2月26日)销量同比增长



“老味道”广受好评

用户搜索最多 **汤圆**

其中，口味搜索最多的是



佛跳墙方便菜销量同比增长超过100%



生菜因谐音“生财”也是南方地区必备的节日菜肴销量同比增长77%



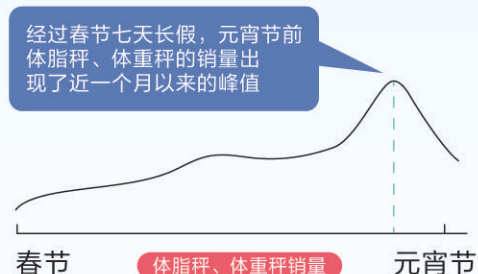
“新味道”受到热捧

新馅料汤圆销售表现十分亮眼。其中，咸味汤圆增长最高，甜味馅料中酒酿桂花馅汤圆增速最快。



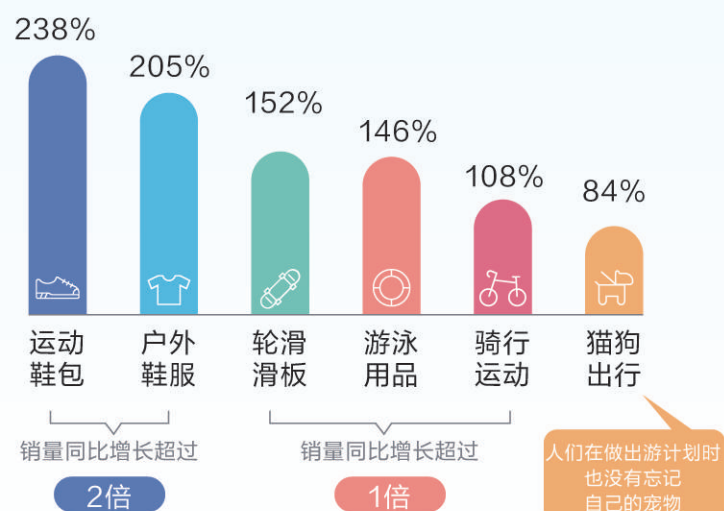
“新风尚”引领潮流

“每逢佳节胖三斤”，怎么办？

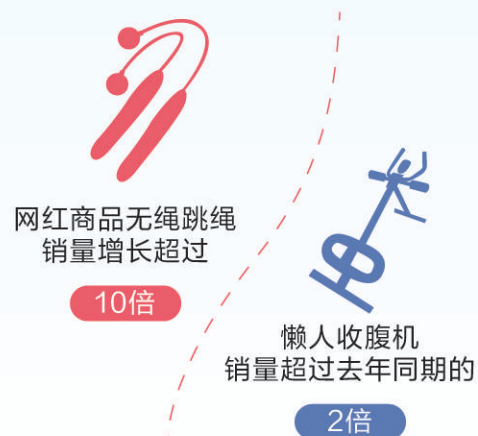


有助消化功能的酵素销量同比增长了70%

正月十五前后，南方、北方多省份气温升高。人们出游的热情也随之高涨。



智能运动设备也大受欢迎



*本版数据周期：2月20日至2月26日

吃汤圆、点花灯、猜灯谜……这是元宵节的传统习俗。如今，随着“80后”“90后”逐渐成为消费主角，元宵节的过法也涌现出许多新花样，为节日消费增添了新的活力。

首先是在汤圆口味的选择上，除传统的黑芝麻口味继续受热捧外，新馅料汤圆的销售表现意外抢眼。榴莲馅、鲜肉馅、玫瑰花馅、大黄米馅……新老味道交织碰撞，反映出人们的消费喜好趋于多样，消费选择也在日益增多。

除了美食，人们也越来越关注身心健康。元宵节期间，运动类产品销售大幅增长，花卉盆栽产品热销，表明如今的消费者越来越注重身体健康和精神享受。这其中固然有新冠肺炎疫情警醒的成分，但更大程度上反映的还是人们对健康体魄、对美好生活的向往。进一步讲，这正是经济社会发展的根本目的所在，是社会进步集中体现。

今年元宵节消费活力十足，这其中，有年轻消费群体购买力崛起因素，也有人们日渐追求个性化消费的因素，还不能忽视数字经济对新消费兴起的催化作用。近年来，我国各类网上消费平台快速发展，人们用一部手机就能解决吃、穿、用、娱等多方面的需求，极大地促进了消费潜力的释放。

吃一碗汤圆、来一次健身、栽一盆花卉……在岁月的更迭中，元宵节的过法习俗日渐升华为一种情感表达、一场仪式寄托，传递着国人浪漫美好的希冀。

传统佳节过出新花样

原洋

数据来源 京东大数据研究院

本版编辑 董庆森 李瞳 林蔚