

经济日报携手京东发布数据——

# 什么样的月饼更受欢迎

## 节日礼品更环保

李 瞳

每逢佳节倍思亲。又到了阖家团圆的中秋节，往年这个时候，消费者的购物车里都会堆满各式各样包装精美、外观艳丽、形态各异的“礼盒”，用来犒劳自己、走亲访友。但是，今年有点不一样。数据显示，中秋节前有近五成消费者希望能够买到包装更环保、更简单的各类节日礼品，环保、绿色、健康成为新的消费风尚。

消费者通过消费选择权用“脚”投票，企业跟上消费者的步伐，才能脱颖而出。为此，相关企业要转变发展思路，紧跟新消费观念，进一步完善产品供给结构，向消费者供给更高质量、更加绿色环保低碳的产品。

当然，企业不能只是亦步亦趋，更要走上潮头，掌握先机。要把最新的消费观念，贯穿于包括设计、生产、营销、销售等在内的整个生产链条中，加大研发投入，积极采用新技术新设备，丰富绿色产品的品种和数量。

同时，企业还要反向输出绿色消费观念，引导更多消费者转变消费观念。这就需要企业做好绿色营销，从务实消费与绿色消费意识的角度出发，积极推动绿色消费文化建设，不断满足消费者的心理和行为需要。

说数

## 海鲜、鲜肉还是鲜花？

爱鲜肉月饼的消费者



爱海鲜月饼的消费者



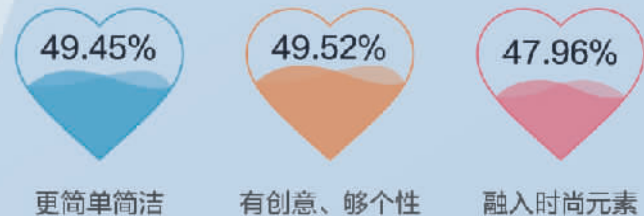
爱鲜花月饼的消费者



## 近半数消费者选择简洁的礼盒包装



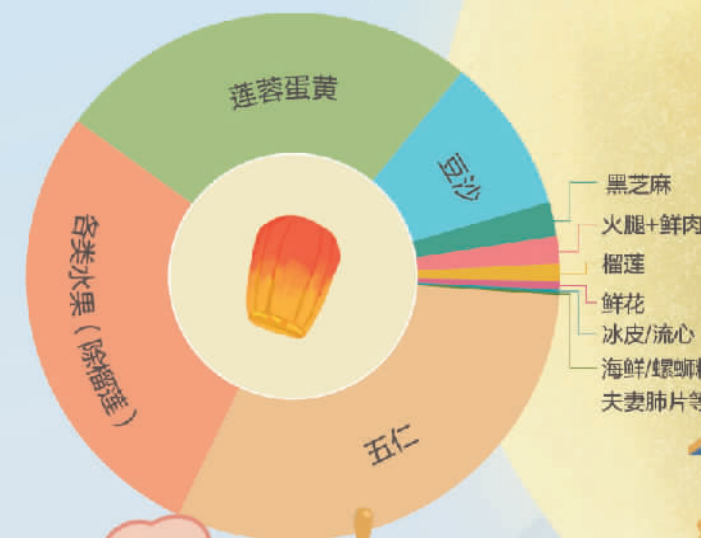
消费者喜欢什么样的包装



\*数据周期：9月6日至9月19日

传统口味增速放缓，但依然占据着领先地位

中秋不同口味月饼消费分布（成交金额）



## 奇葩口味引领潮流

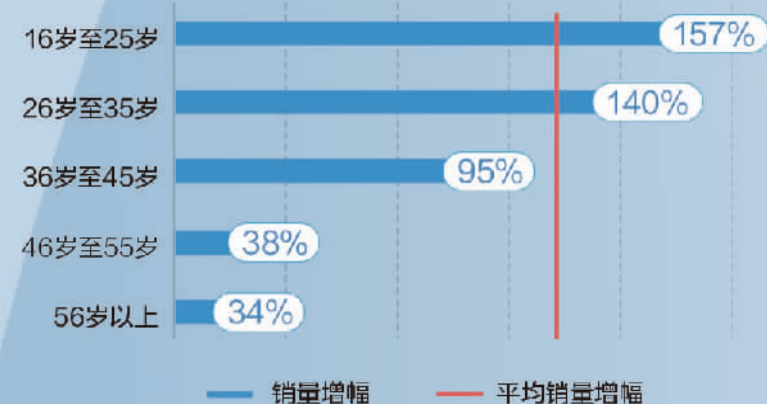
从销量增幅看，奇葩口味的销量同比增长较快，螺蛳粉增长120%，小龙虾增长100%，夫妻肺片增长75%

中秋不同口味月饼销量同比增长



从销量看，五仁月饼的销量占全部月饼销量的40%

不同年龄人群购买五仁月饼销量增幅



## 节前“准备型消费”渐热

与去年相比，中秋前两周旅游出行的预订高峰尚未完全显现，但“准备型消费”逐渐火热

增长TOP品类（成交金额同比）



数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 朱双健