

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

闹元宵升腾烟火气

新口味网红至长红 1 元宵/汤圆销售情况

正逢元宵佳节，大地回春的夜晚，人们在这一天吃汤圆元宵，寓意新的一年团团圆圆、平平安安。当前，汤圆元宵的馅料五花八门、可荤可素，做法上汤煮、油炸、蒸食等花样翻新，饱含了家家户户团圆美满之意。今年元宵节前夕，汤圆元宵关注度快速提升，助力“烟火气”回归。

“甜咸口各有所爱，无论甜咸皆团圆”，汤圆元宵的口味逐步走向多元化。从口味趋势变化来看，传统的黑芝麻口味依然是消费者的最爱，无论是在元宵还是在汤圆中成交额均为第一，占比均超过60%。同时，新口味汤圆也越来越受欢迎，甜口的草莓口味、榴莲口味及咸口的金沙口味销售金额都实现了高速增长；元宵则依旧以传统经典口味为主，五仁口味、黑芝麻口味、花生口味的销售占比与增速均表现亮眼。整体上，甜汤圆的成交额是咸汤圆的39.8倍，五仁元宵的成交额是花生元宵的4.1倍。

各地区亦呈现出不同的汤圆元宵消费特色。与以往相比，“南方汤圆”与“北方元宵”走向融合，不同地区的消费者一改往日饮食习惯，更加乐于尝试“对方”的传统习俗食物。在购买汤圆元宵的消费者中，北京、广东、山东、江苏、辽宁、上海、河北、浙江、天津、湖北的消费者数量占比更高，而消费者数量环比增速更快的省份是青海、云南、山西、福建、江西。

适应新需求，元宵和汤圆的口味也在不断推陈出新，新式口味受到越来越多消费者的关注和喜爱，销量持续高速增长，呈现出新的消费趋势。但是，消费者要保持理性，不盲目跟风追新和追潮；商家也应更加注重新产品品质，让更多新口味能够从网红产品进阶成“长红产品”，在食品消费市场形成创新与传承的双核动力。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

从搜索量看：

汤圆搜索量是元宵搜索量的2.8倍

其中 ▼搜索量环比增长



同比来看，榴莲汤圆热度高涨

▼搜索量同比增长

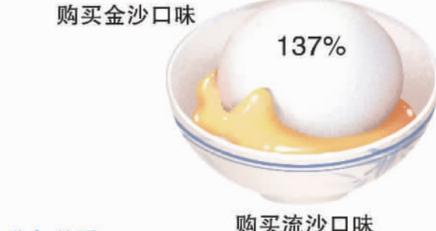


2 消费者画像

分性别看：

男性消费者更喜爱购买咸口汤圆

▼男性消费者环比增长

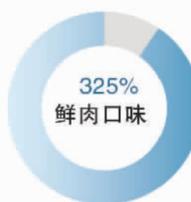


分年龄看：

74% 购买了元宵/汤圆的消费者中，26岁至45岁用户占比达74%

▼消费者数量环比增长

16岁至25岁用户更喜爱的口味是：



26岁至35岁用户更喜爱的口味是：



36岁至45岁用户更喜爱的口味是：



▼购买元宵/汤圆的消费者数量占比



注：该数据为购买元宵和汤圆的总体占比

▼消费者数量环比增速更快的省份



消费者数量环比增长均超过150%



更多内容 扫码观看

统计时间：2023年1月28日至1月30日

环比时间：2023年1月25日至1月27日

同比时间：2022年2月7日至2月9日（农历同期）

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 田 杨



从味道看：

甜咸口味对比：甜汤圆的成交额是咸汤圆的39.8倍

甜咸热门口味对比：黑芝麻汤圆的成交额是鲜肉汤圆的47.1倍

汤圆新式口味对比：榴莲汤圆的成交额是草莓汤圆的6.8倍

元宵经典口味对比：五仁元宵的成交额是花生元宵的4.1倍

黑芝麻口味在元宵和汤圆中成交额均是第一，占比均超60%

汤圆家庭多口味组合装也备受青睐，成交额同比增长152%

元宵节前，节庆食品热销

元宵/汤圆成交额环比增长超60%

从销售额看：



应季水果受欢迎，车厘子/樱桃成交额环比增长超200%
烟火气十足，食用油成交额环比增长超70%
米成交额环比增长超50%

女性消费者更喜爱购买新式甜口

▼女性消费者环比增长



购买巧克力口味

114%



女性消费者

男性消费者

35%

65%

▲购买元宵/汤圆的消费者性别占比

作为春节的延续，元宵节意义非凡，这一天是“年”的尾巴，意味着团圆美满。而作为传统节日食品，汤圆也好，元宵也罢，都是为了满足消费者的“团圆”需求。相关企业在销售产品时，要更加注重消费者的服务需求，既要做出好产品，也要推出好服务和好活动，力求让消费者过个幸福圆满的元宵佳节。

每逢元宵节，一碗热气腾腾的元宵或汤圆都会是人们餐桌上的“主角”。今年元宵节，南方人琢磨着尝尝北方人的元宵，北方人思索着试试南方人的汤圆，“南方汤圆”“北方元宵”正走向融合。对此，相关商家要更加注重翻新节日食品的花样，在用料、口味、包装等方面满足不同地区消费者的新需求。