

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 腊八味道丰富多样

## 1 总体消费情况

腊八节相关产品搜索量占比TOP5

腊八蒜 22.9%

腊八粥 12.6%

腊八粥食材 9.1%

腊八蒜密封罐 3.5%

腊八米 1.8%

腊八节前夕，腊八蒜、腊八粥、腊八米等成为搜索量排名前五位的产品。除了喝腊八粥、吃腊八蒜，节庆活动及相关消费也不少，“甜蜜经济”有所升温，婚庆服务、中式过节饰品、巧克力糖、喜糖和生活鲜花的销量增速均十分亮眼。

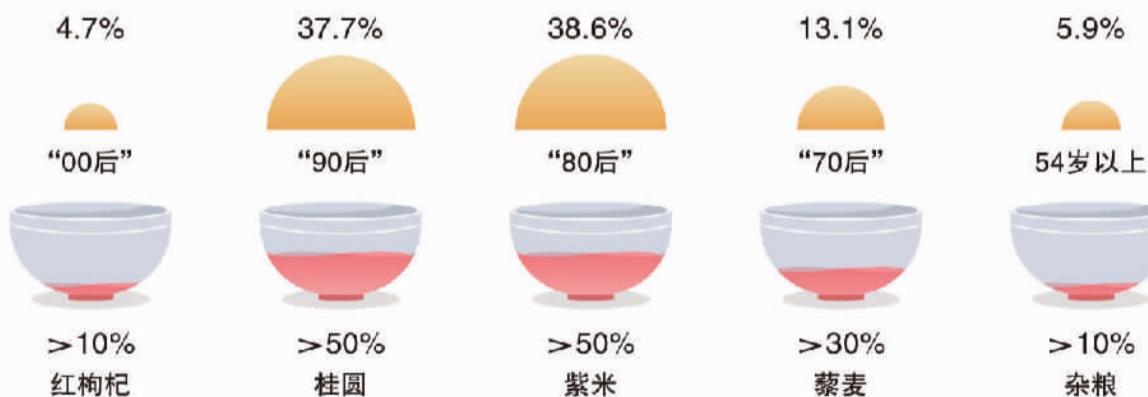
## 2 消费者特征

不同省份的消费者有不同的腊八节消费偏好。在各类腊八节美食原料消费中，贵州、新疆、青海更青睐购买小米，黑龙江、湖南消费者偏爱购买红枣，辽宁、四川的消费者更倾向选购黑芝麻，上海、江苏消费者尤爱糯米，吉林、陕西的消费者则更倾向选购枸杞。

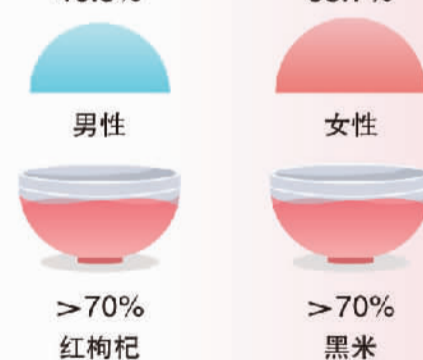
分年龄来看

腊八节相关产品销量占比

偏爱购买产品销量占比

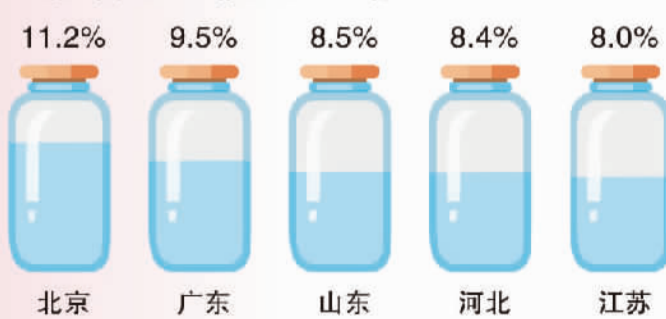


分性别来看

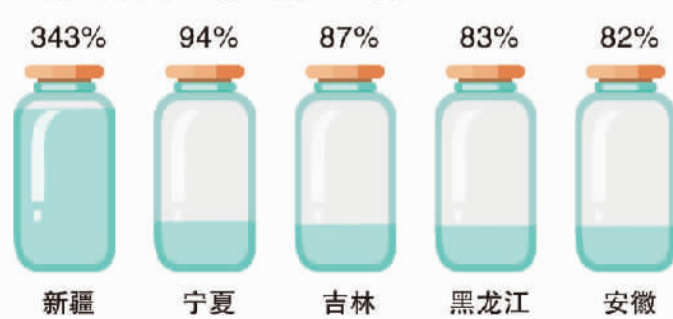


## 3 地域消费特征

腊八节相关产品销量占比TOP5省份

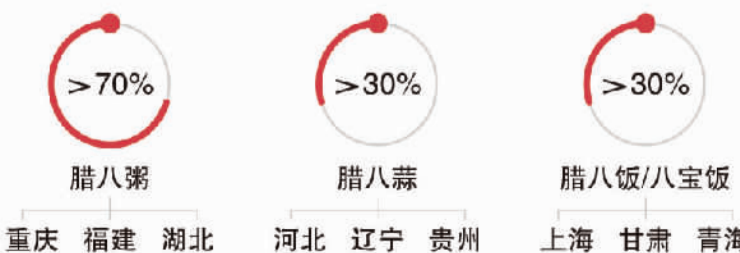


腊八节相关产品销量增幅TOP5省份



各省份对腊八节美食成品类产品的消费偏好（销量占比）

数据周期：2024年1月8日至1月14日（对比农历同期）



## 说数

“过了腊八就是年”。腊八节在我国有着悠久的传统和历史，从这天起，人们开始置办年货、打扫屋子，迎接新春的到来。作为腊月里第一个重要节日，喝上一碗用丰富的食材煮成的腊八粥，是民间传统习俗之一。但实际上，在美食众多的我国，与腊八有关的食物，并不仅仅是一碗腊八粥。

从搜索量看，腊八蒜的搜索热度超过了腊八粥。在成品方面，腊八蒜的搜索量是腊八粥的2倍；在食材原料方面，蒜的搜索量是腊八米的3倍；在年味儿特色食品方面，汤圆的搜索量是饺子的1.5倍。此外，腊八蒜密封罐也获得了消费者的高度关注，而腊八饭、腊八醋的搜索量增长也较为明显。

从消费者偏好看，营养健康的腊八粥食材深受消费者欢迎。其中，小米、大米、花生、红枣、黑芝麻成为销量排名前五位的原料产品；高粱米、薏米、枸

杞、白果、芸豆则成为销量同比增长前五位的原料产品。此外，黑色腊八粥食材赢得大量消费者的关注与购买，黑豆、黑花生、黑米的销量同比增长十分亮眼。

分年龄看，“00后”消费者在选购腊八食材时会更偏爱选购红枸杞，“90后”消费者偏爱选购桂圆，“80后”消费者偏爱选购紫米，“银发族”则更倾向选购杂粮。分性别看，男性消费者更偏爱红枸杞，女性消费者则更偏向购买黑米。

从腊八节相关产品的销售趋势看，北京、广东、山东、河北、江苏、上海、浙江、天津、湖北、辽宁成为相关产品销量排名前10位的省份，新疆、宁夏、吉林、黑龙江、安徽、西藏、山东、云南、山西、海南则成为相关产品销量增幅前10名的省份。

（点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员）