

经济日报携手京东发布数据——

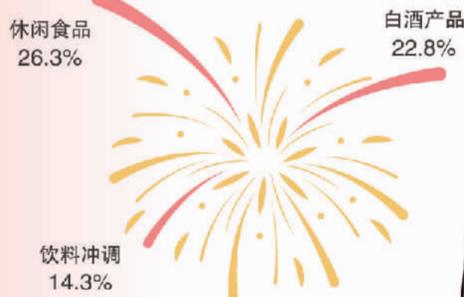
南北互动销售火热

在这里读懂中国消费

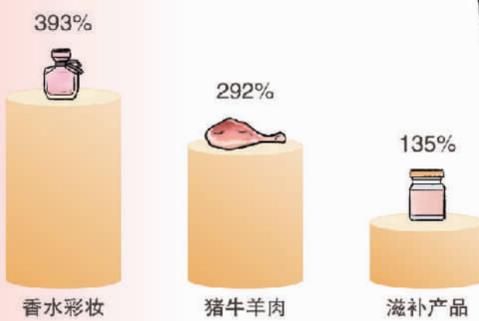


2 北方地区年货消费特点

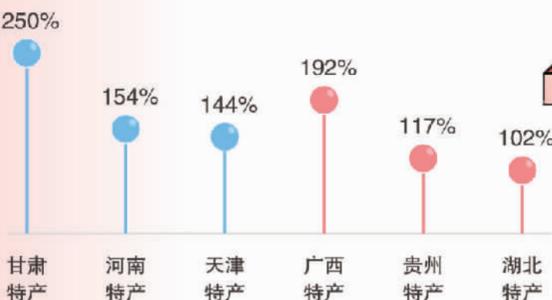
▼ 年货产品成交额占比TOP3



▼ 年货产品成交额同比增长TOP3



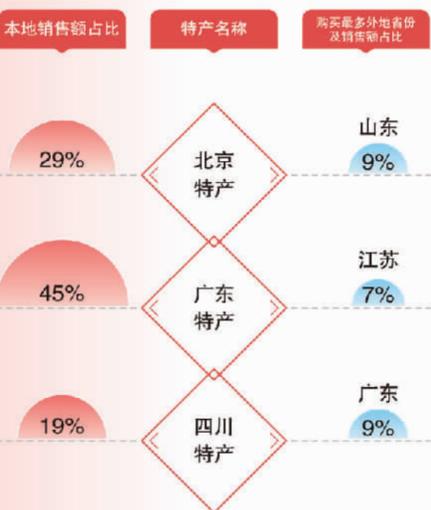
▼ 北方人喜爱的北方年货特产 (成交额同比增长)



北方消费者偏爱的南方特产分别为广西特产、贵州特产、湖北特产。同时，北方消费者买走了更多的香水彩妆、猪牛羊肉和滋补产品，展现出消费者对健康、营养、靓丽的追求。

4 地方特产消费趋势

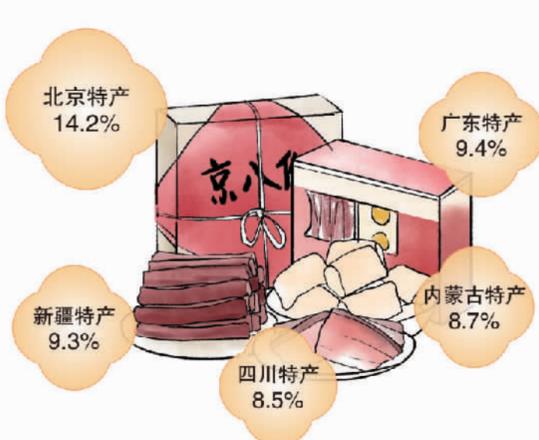
▼ 部分地方特产的全国销售情况



▼ 成交额同比增长亮眼的地方特产

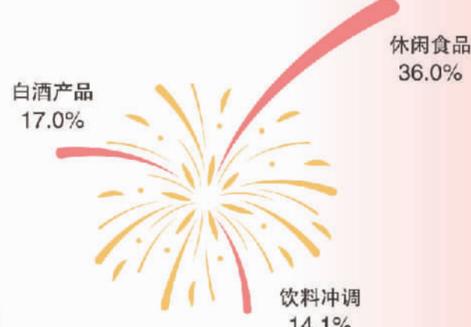


▼ 成交额占比TOP5地方特产



3 南方地区年货消费特点

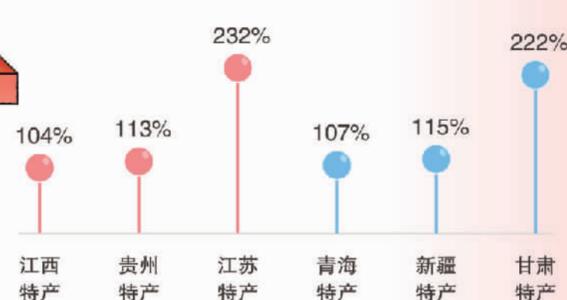
▼ 年货产品成交额占比TOP3



▼ 年货产品成交额同比增长TOP3



▼ 南方人喜爱的南方年货特产 (成交额同比增长)



南方消费者偏爱的北方特产分别为甘肃特产、新疆特产、青海特产。同时，南方消费者买走了更多的禽肉蛋品、粮油调味、休闲食品，餐桌升级成为今年南方年货消费的主题。

说数

寒冬腊月时节，“南北互跨”成为新的潮流，不仅“南北互换”游火热，“南货北旺、北货南热”也带动了文化、服饰、果蔬等行业产业发展。人气旺、消费热、业态新，南北同热见证了冬日里流动的中国、活力的市场、火热的生活。

南北互跨，流量拉满。随着“尔滨”出圈，旅游流量带来消费增量，无论是亲身参与的游客，还是屏幕后的“吃瓜群众”，都获得了满满的情绪价值，并转化为消费动力。例如，黑龙江的蔓越莓、四川的鱼子酱等，这些本地人都“不认识”的特色农产品，在南北互跨中掀起了新一轮流量浪潮。各地因地制宜、多措并举、联动创新，不仅保持了乡土韵味和地域特色，更带给消费者不一样的新鲜感、满足感，为冬日消费市场添了一把火。

南北互跨，供销两旺。数据显示，北方消费者更喜爱的南方特产主要为广西特产、贵州特产、湖

北特产，成交额同比增长分别为192%、117%和102%；南方消费者更喜爱的北方特产为甘肃特产、新疆特产、青海特产，成交额同比增长分别为222%、115%和107%。南北互动、南北流动实现了南北相互成就，让我们看到每一种资源都蕴藏巨大发展潜力。接下来，各方要以提升人民群众生活品质为切入点，不断满足人民群众多样化、品质化的消费需求，推动“冬季热”向“四季热”转变，激发居民消费意愿，助力经营主体健康发展。

从北到南，不一样的风光；从南到北，不一样的习俗，但无论身处何方，都有着同样的流量与活力。因此，深化消费领域的共情感与满足感，才能更有效激发消费活力，让消费有品质、有新意、有温度，从而形成好口碑、好品牌，吸引更多消费者，进而让活力十足、红火热闹的中国消费市场更上一层楼。

本期点评 李 瞳



数据周期：2024年1月18日至1月22日