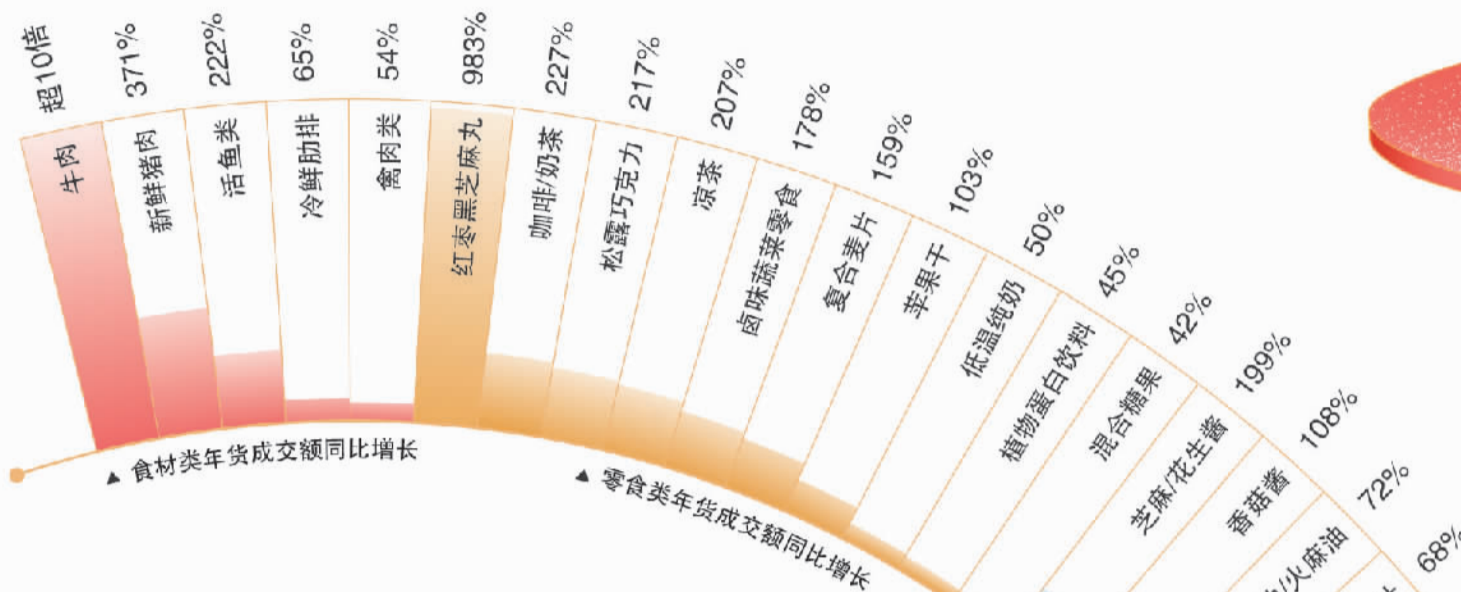


经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

跨地域尝鲜成趋势

1 总体消费情况

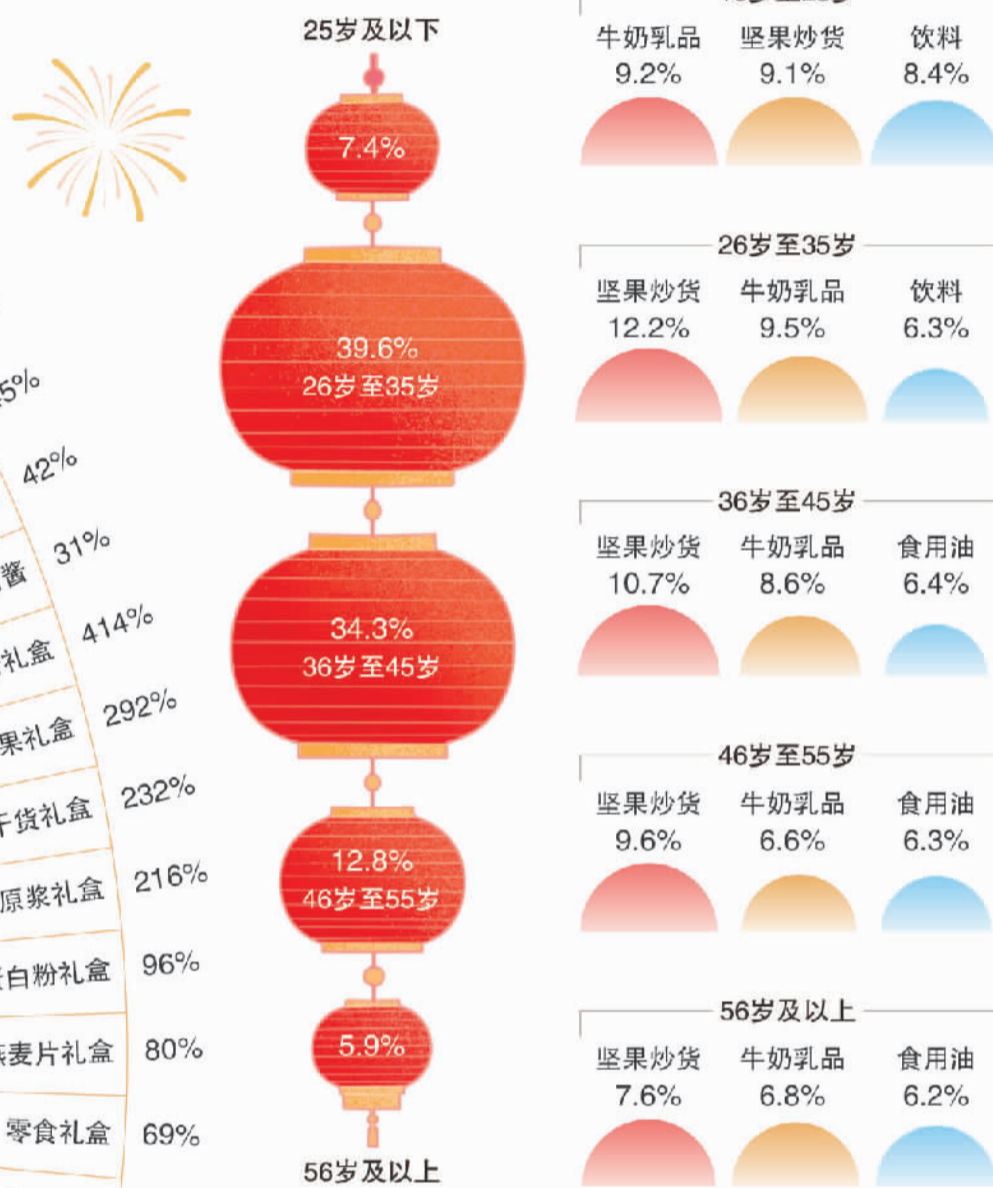


预制菜热门TOP10品类

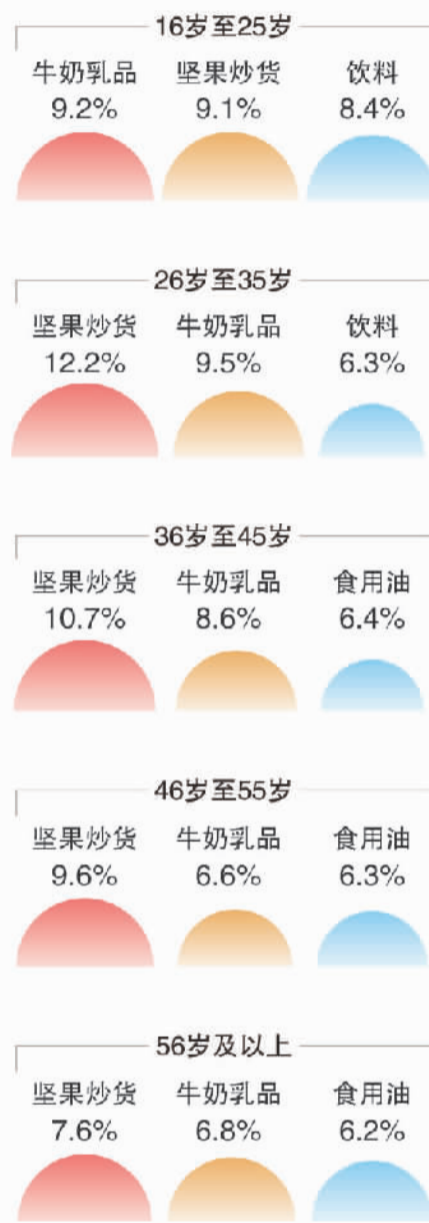


2 消费者偏好特征

不同年龄段人群的年货食品成交占比



不同年龄段人群的年货食品偏好TOP3 (成交额占比)



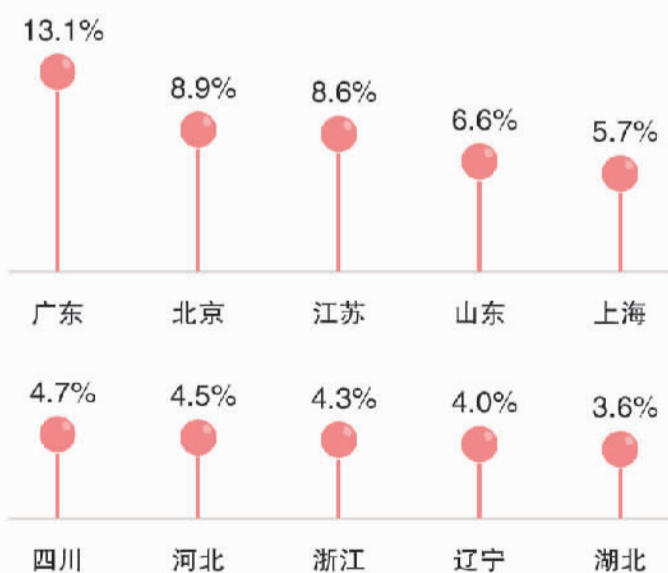
越来越多的“90后”“95后”甚至是“00后”年轻人成为家庭年货的购买决策者，数据显示，35岁以下消费者购买食品类年货的成交额占比已达到47%。因此，抓住年轻人的口味偏好进行创新，对于年货食品的销售至关重要。

春节礼盒消费更加关注产品的健康养生属性。数据显示，坚果礼盒、茶叶礼盒、零食礼盒、饼干礼盒是销售火爆的品类；在全民追求健康、品质、营养的基础上，枸杞原浆礼盒、西洋参礼盒、阿胶糕礼盒等品类的关注度提升显著。



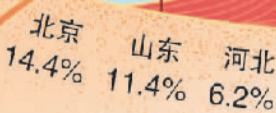
3 地域消费特征

年货食品成交额占比TOP10省份

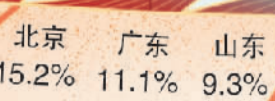


各地特色过年食品成交额占比TOP3省份

北京烤鸭



东北黏豆包



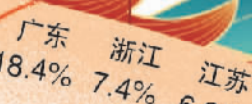
狮子头



锅包肉



佛跳墙



说数

本期点评 曹凤娟

春节临近，年货食品消费表现出强劲增长势头。在年轻消费群体崛起、新兴消费品类涌现的影响下，年货消费市场也呈现出新动态，健康升级、跨地域尝鲜成为年货食品消费的关键词。

消费者对健康的追求已经从日常延伸到年货消费和年货礼赠场景。食材类年货消费上，亚麻油、山茶油、稻米油等高营养食用油的成交额增长显著。零食类年货消费上，健康的休闲零食更受消费者青睐，红枣黑芝麻丸等新中式养生零食、低温纯奶等高品质饮品、松露巧克力等美味糖果的成交额增长明显。礼赠年货消费上，春节体面“年礼”不仅仅是坚果、水果、茶叶等传统高品质礼盒，黄瓜籽粉、枸杞原浆、阿胶糕、西洋参等营养保健品礼盒的消费热度提升显著，已成为消费者走亲访友的新选择。

从食品年货的地域消费趋势看，除了“家乡味”

之外，消费者也热衷于探索各地特色美食。一些更具原产地特色、营养美味的菜品小吃广受欢迎，给消费者新年餐桌增添了更多地道年味。例如，东北黏豆包走向南方省份，安徽、重庆、湖南的成交额同比增长均超50%；北京烤鸭走向南方省份，福建、海南、新疆的成交额均同比增长100%；特色名菜佛跳墙走出闽南地区，其中安徽、浙江、江西的成交额同比增长均超150%。

总体而言，今年的年货消费呈现出鲜明的健康化特点，各地特色年货食品的跨地域流动也成为年货消费的新亮点。年货备货仍在持续进行，相关企业还需抓紧销售黄金期，在保障食品品质、安全的同时，优化供应链配送效率，更好满足消费者需求，推动年货食品消费市场红火。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年1月17日至1月21日