

经济日报携手京东发布数据——

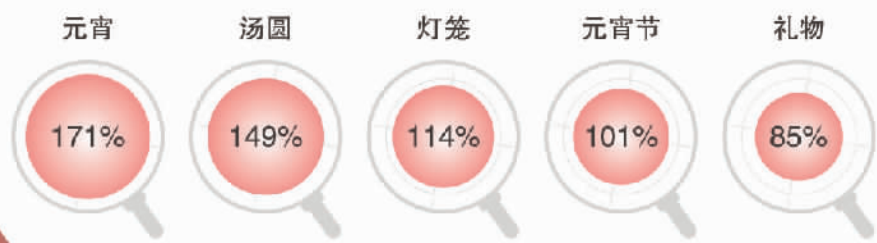
在这里读懂中国消费

# 元宵节市场红红火火

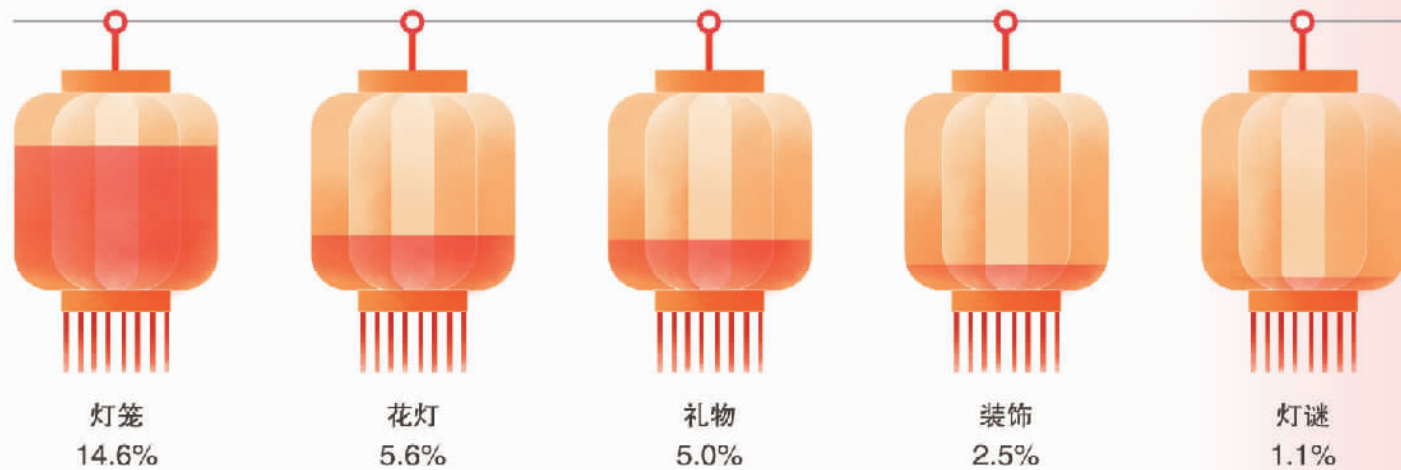


## 1 消费者关注热度

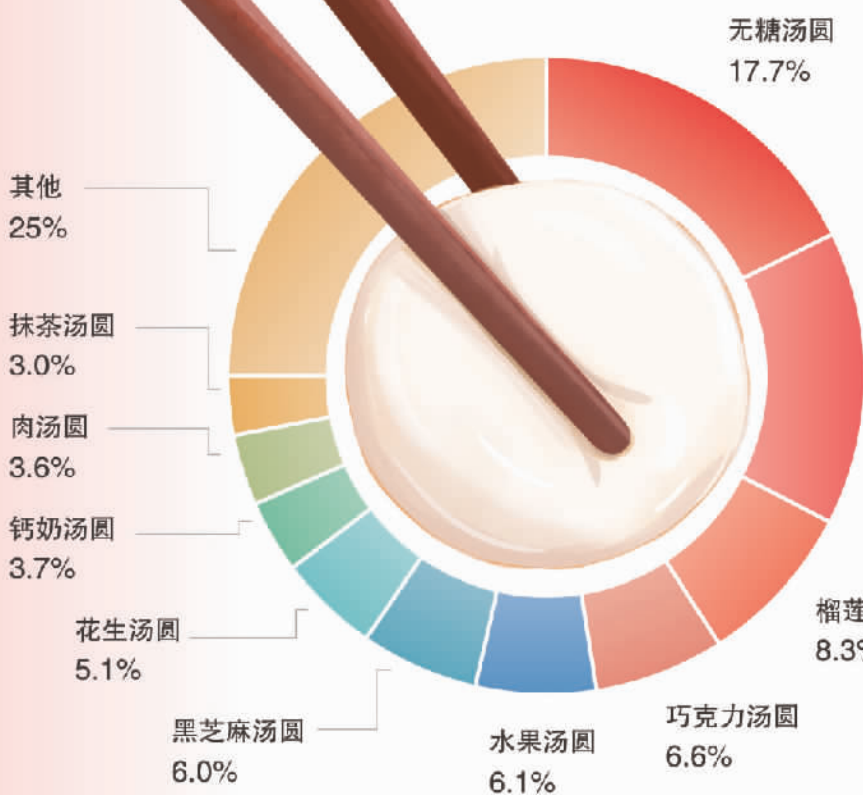
“元宵节”关键词搜索量同比增长



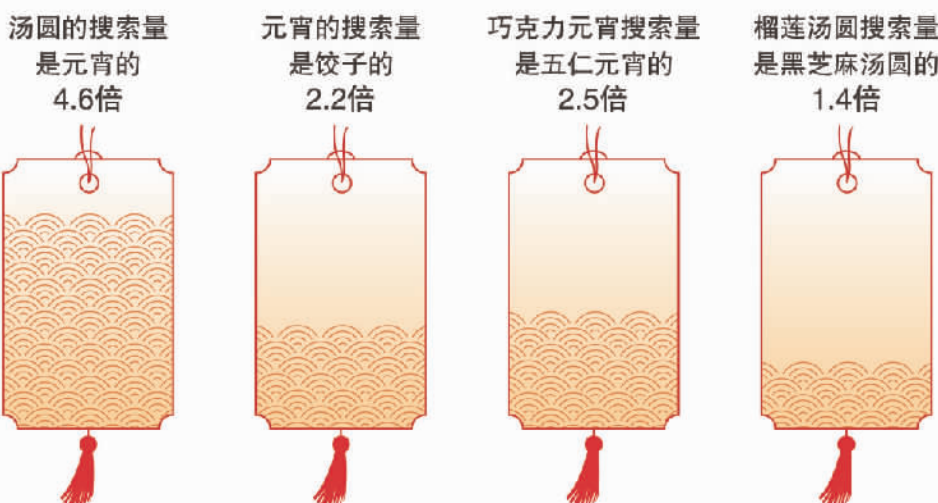
元宵节搜索量占比TOP5关键词



元宵/汤圆关键词搜索量占比



搜索热度对比

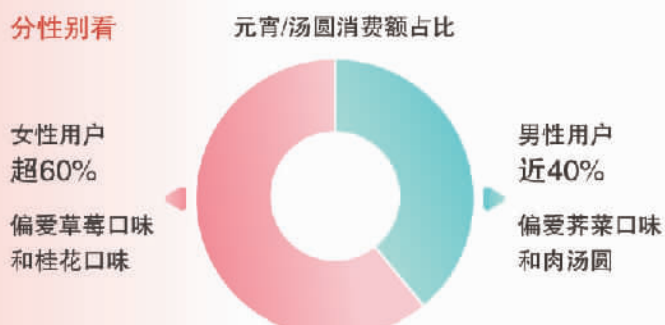


元宵佳节，相关搜索热度高涨，其中“元宵节”的搜索量比去年同期增长了101%，元宵、汤圆、灯笼、礼物的搜索量同比增幅也十分亮眼。更有不少消费者选择手工制作灯笼，DIY灯笼、花灯手工材料等广受关注。

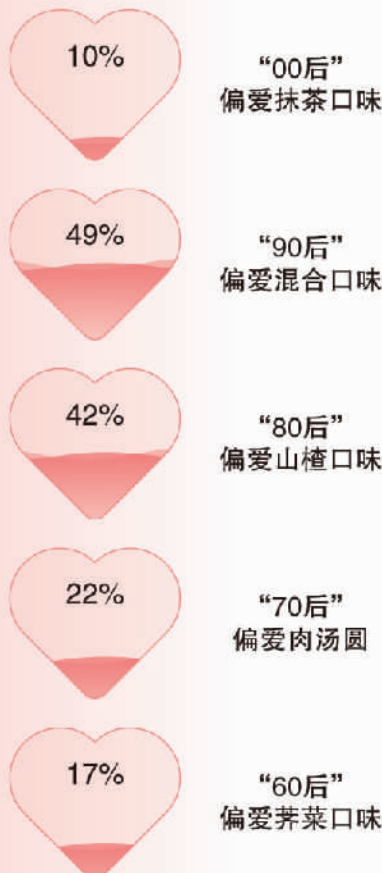
消费者在选购元宵或汤圆时，会更加关注产品的口感与品质，其中黑芝麻、糯香甜、高颜值、精选优质等成为关注指数较高的关键词。创新口味、弹爽软糯、草莓口味、丰富馅料、天然食材等关键词的关注度则获得了较高的提升。

## 2 元宵/汤圆销售情况

不同消费者的口味选择



分年龄来看 (消费额占比)



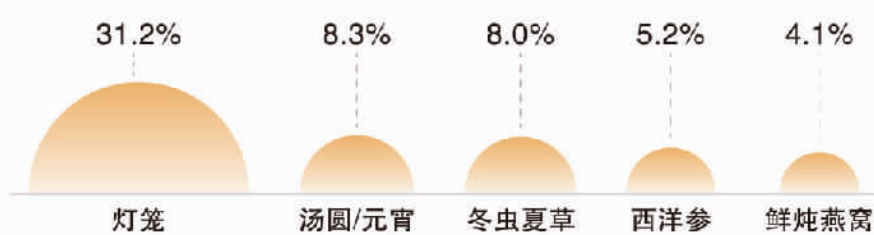
各种口味成交额同比增长



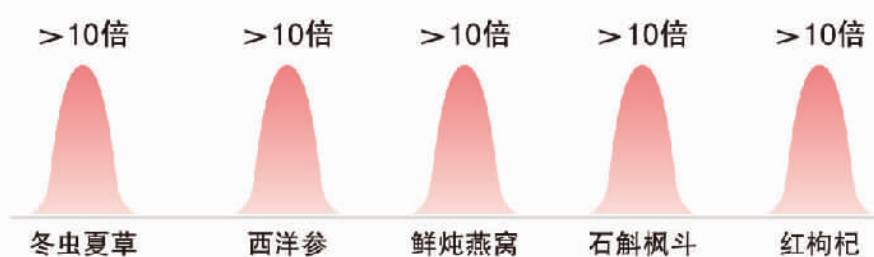
## 3 元宵节关联产品总体销售情况

注：元宵节关联产品为名称中包含了“元宵节”的产品

消费额占比TOP5品类



消费额同比增长TOP5滋补产品



## 说数

本期点评 董菲

正月十五闹元宵。作为元宵节的文化符号之一，元宵、汤圆受到消费者高度关注，且呈现出花色更加多样、口味更加多元的趋势特征。

从元宵、汤圆原料及口味相关的搜索热词来看，无糖汤圆、大黄米汤圆、榴莲汤圆、巧克力汤圆、水果汤圆成为更受关注的产品；抹茶汤圆热度提升最高，搜索量同比增长253%。总体看，汤圆的搜索热度要高于元宵，汤圆的搜索量是元宵的4.6倍。

从元宵、汤圆口味的销售情况来看，因传统习俗、口味偏好和文化背景的不同，对元宵、汤圆的喜好也存在差异。分年龄来看，“80后”和“90后”合计占比达72%，成为元宵、汤圆消费的主力人群。不同年龄段人群对口味的偏好上，“00后”偏好抹茶口味，“90后”偏好混合口味，“80后”偏好山楂口味，“70后”更爱肉汤圆，“60后”则对荠菜口味尤为青睐。

从各地的销售情况来看，北京消费者买走了更多的宁波汤圆，成交额同比增长超2倍；山东消费者买走了更多的爆浆汤圆，成交额同比增长超8倍；在广东，混合口味成交额同比增长超6倍；巧克力口味在南方多个省市获得了高速增长，如江苏、湖南、浙江等地成交额增速均超2倍。

此外，健康消费成为今年元宵节消费的趋势。在元宵节关联产品的消费中，滋补品受到青睐，如冬虫夏草、西洋参、鲜炖燕窝、石斛枫斗、红枸杞等成交额同比增幅均超10倍。

相关企业要及时研判消费趋势，加大对产品的研发与创新，积极推动“跨界”“联名”等形式的产品生产和营销模式，抓住消费者心理，匹配消费者不断变化的新需求。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



数据周期：2024年2月14日至2月20日

更多内容 扫码观看