

在这里读懂中国消费

“桂花经济”绽芬芳

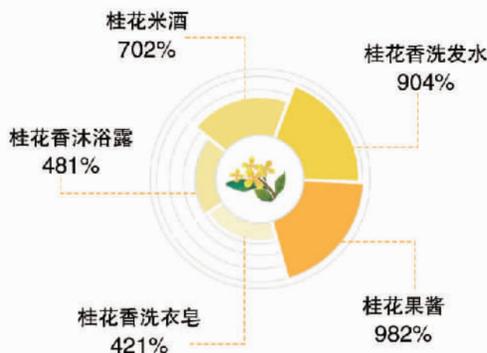


1 整体消费情况

销量占比TOP5桂花相关产品



销量同比增长亮眼桂花相关产品

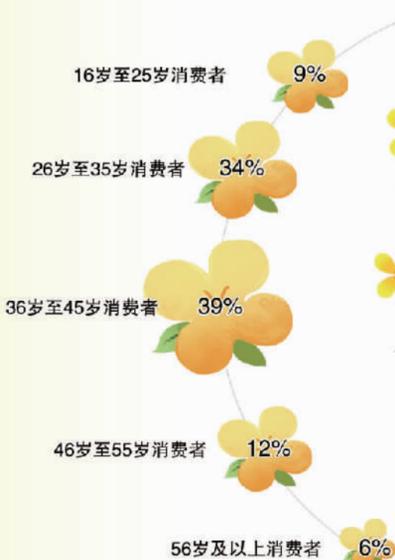


桂花相关产品搜索量同比增长TOP5



2 消费者特征

各年龄段消费者桂花相关产品销量占比



不同性别消费者桂花相关产品销量占比



各年龄段消费者桂花相关产品消费偏好



又到金秋桂花香时节，“桂花经济”随之升温。消费趋势显示，8月以来，桂花及相关产品搜索量增长超50%。其中，桂花干、桂花香沐浴露等产品搜索量增长超140%，桂花露、桂花饮、桂花香皂等也备受追捧，彰显出味觉和嗅觉体验在秋日消费中的独特魅力。

3 地域消费特征

桂花相关产品销量占比TOP10省份



桂花相关产品销量增速TOP10省份



各地消费者对桂花相关产品的偏好呈现出多样化特点。广东消费者偏爱桂花香气洗衣液，贡献了超七成的销售量；四川消费者更喜欢桂花香气的润肤乳，买走了八成的相关产品；江苏消费者买走了超七成桂花植物/种子；北京和上海的消费者更偏好桂花味的饮品。

不同地域消费者桂花相关产品消费偏好



说数

初秋时节，金桂芬芳，桂花的香气成为消费者品味秋天的热门之选。桂花花期短暂，不少商家推出桂花“限定”产品，带火了“桂花经济”。当下，人们愈发追求品质消费，围绕嗅觉元素的创新，吸引消费者闻香而来。数据显示，8月以来，桂花香系列产品销量大幅增长，其中桂花香洗发水、桂花香沐浴露、桂花香美妆护理、桂花留香珠的销量同比增长十分亮眼。对于想要被桂花香气萦绕的消费者来说，桂花香洗衣液和洗衣皂特别好用；同时，桂花香薰蜡烛、桂花香车载香水热销，让人们进一步感受到古诗词中“亭亭岩下桂，岁晚独芬芳”的独特魅力，给消费者增添了更多浪漫和美好。凭借独特的香气和鲜甜的口味，桂花在饮食调味方面应用广泛。入秋以来，桂花酸梅汤、桂花茶、桂花面点、桂花果酱等“桂花系”美食在桂花相关产品

品的销量占比中排名靠前，其中桂花果酱的销量同比增长超9倍。清新甜美和持久不散的香气，让桂花相关产品在这个秋天成为各年龄段消费者的心仪之选。数据显示，16岁至25岁的消费者偏爱桂花香薰蜡烛，借助清香来缓解学习和工作压力，享受宁静与放松；26岁至35岁的消费者倾向于选择具有美容养颜、提神醒脑功效的桂花茶饮，在繁忙的生活中获得自然的滋养与慰藉；36岁至45岁的消费者更偏爱“桂花系”的美食佳酿，感受独特味蕾享受。今年以来，从樱花到牡丹，再到当下的桂花，多种鲜花价值扩围，被不断应用在新的场景和商品之中。随着消费市场不断拓展，未来将会出现更多创意商品，在为广大消费者带来前所未有的感官体验的同时，进一步推动香味经济发展。

本期点评 董菲



数据周期：2024年8月