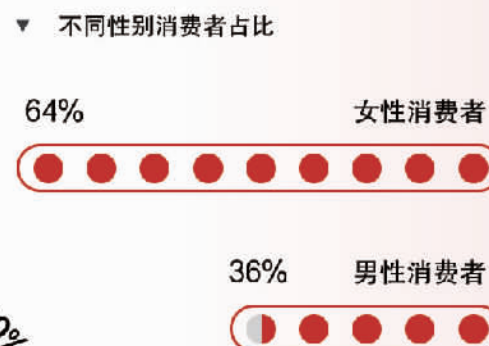
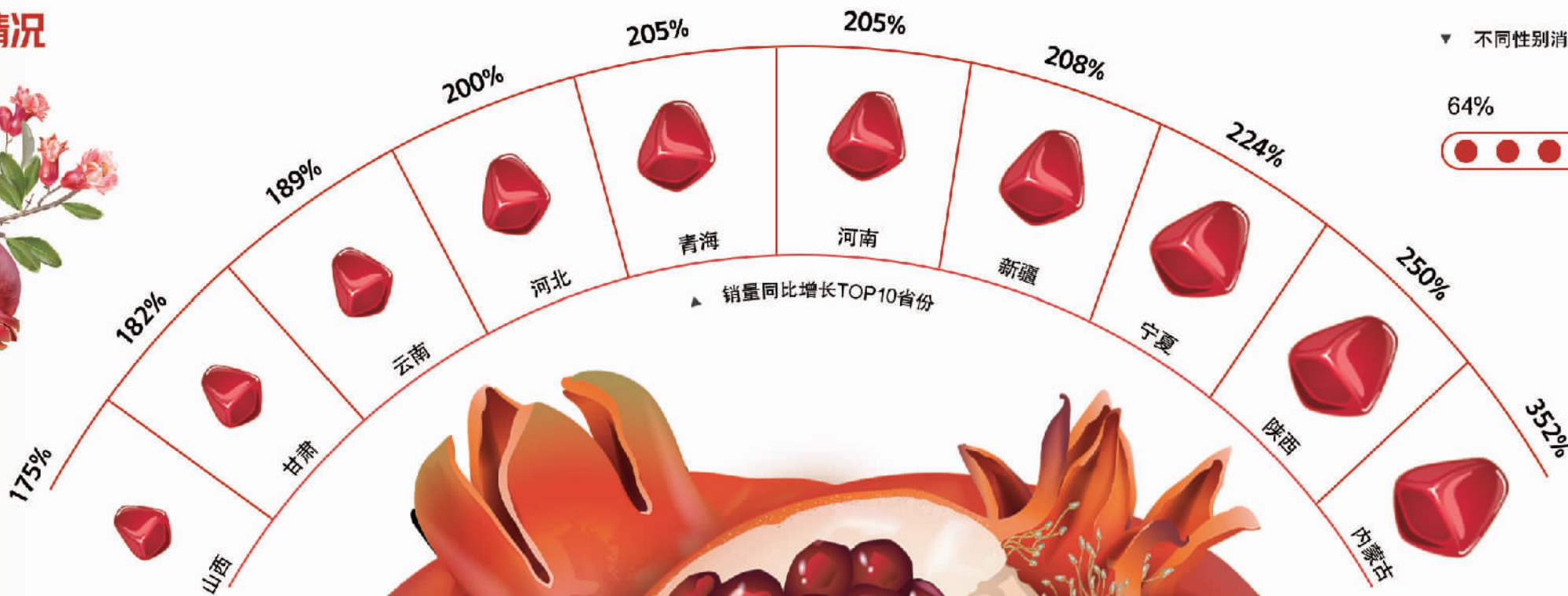


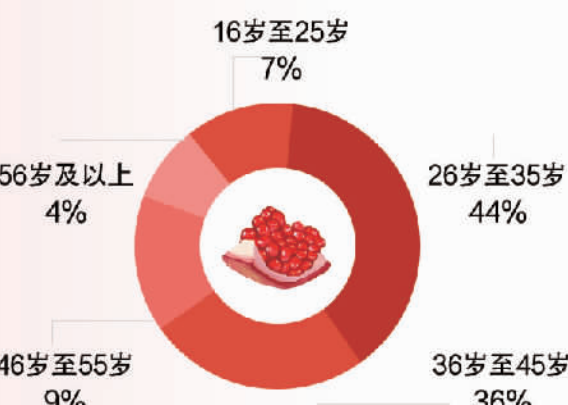
在这里读懂中国消费

秋果市场石榴畅销

1 石榴销售情况

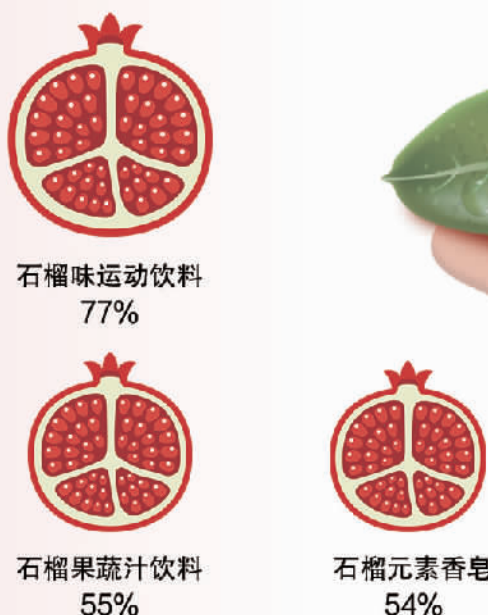


各年龄段消费者占比



3 石榴关联产品销售情况

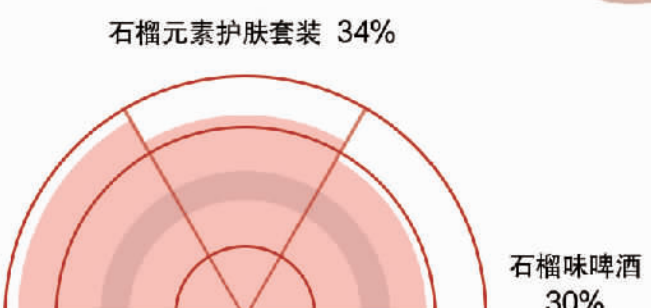
男性消费者偏好购买产品TOP3 (占比)



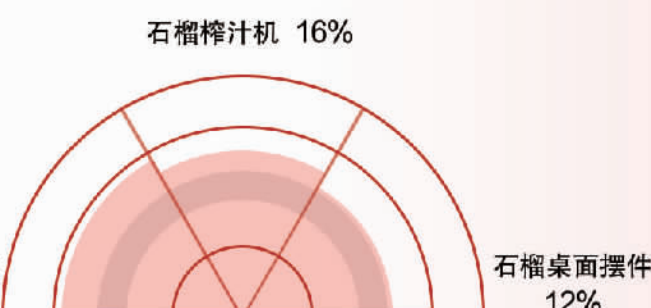
"00后"消费者偏好购买产品TOP3 (占比)



"80后"消费者偏好购买产品TOP3 (占比)

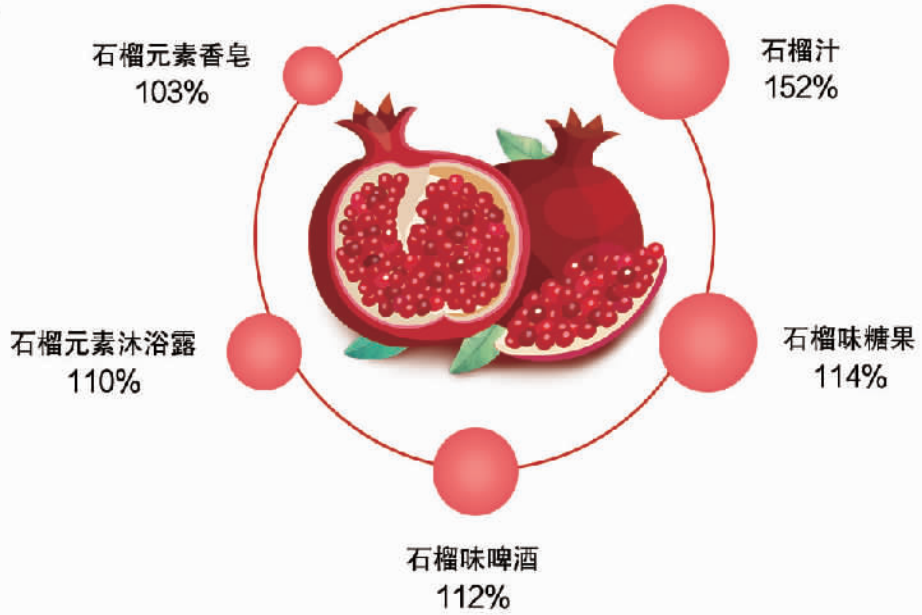


"60后"消费者偏好购买产品TOP3 (占比)



不仅石榴热销，石榴相关产品也备受欢迎，石榴汁、石榴味糖果、石榴味啤酒、石榴元素沐浴露和香皂是热门选择。男性消费者偏爱石榴味运动饮料、石榴果蔬汁饮料、石榴元素香皂等石榴关联产品，女性消费者购买了更多石榴味糖果、石榴元素洗洁精、石榴元素洁面等产品。

销量同比增长TOP5产品



说数

暑热未退，秋果已至。入秋后，空气变得干燥，清甜多汁、润秋燥的时令水果石榴成为备受喜爱的“宠儿”。其中，成熟较早的软籽石榴受到消费者青睐，因食用方便且肉质更为细腻，搜索量同比增长近10倍。

富含维生素和抗氧化物质的石榴，满足了女性消费者的健康保养需求，深受女性消费者的喜爱，消费占比达到64%。石榴的消费者群体覆盖广泛，从年轻人到中老年人都有较高的接受度。中国人喜欢石榴，不只因为它鲜美的果实，石榴在中国文化中还蕴含着繁茂、昌盛、和睦、团结等吉祥寓意。中秋国庆等假期的相继到来，也使得石榴的搜索热度持续提升。内蒙古、陕西、宁夏、新疆、河南、青海等省份销量同比增长较多。石榴除了外观好看、籽粒味美外，从根茎

到石榴皮都可以进行深加工，各种以石榴为主题的创新产品也在市场走俏。从饮料到零食再到个人护理产品，无处不在的石榴元素展示了其广泛的适用性和无穷的创意潜力。从石榴关联产品的偏好看，“00后”消费者偏好购买石榴种子、石榴元素沐浴露、石榴元素洗发水等产品，“80后”消费者偏爱石榴元素洗洁精、石榴元素护肤套装、石榴味啤酒等产品，“60后”消费者更喜爱石榴元素花瓶、石榴榨汁机、石榴桌面摆件等。

石榴及其关联产品的热销，反映出人们对健康生活方式的追求。相关企业要时刻关注市场需求，深耕产业链条，丰富产品类型，不断提高石榴附加值，多渠道增加农民收入，助力乡村全面振兴。

本期点评 董菲



数据周期：2024年9月