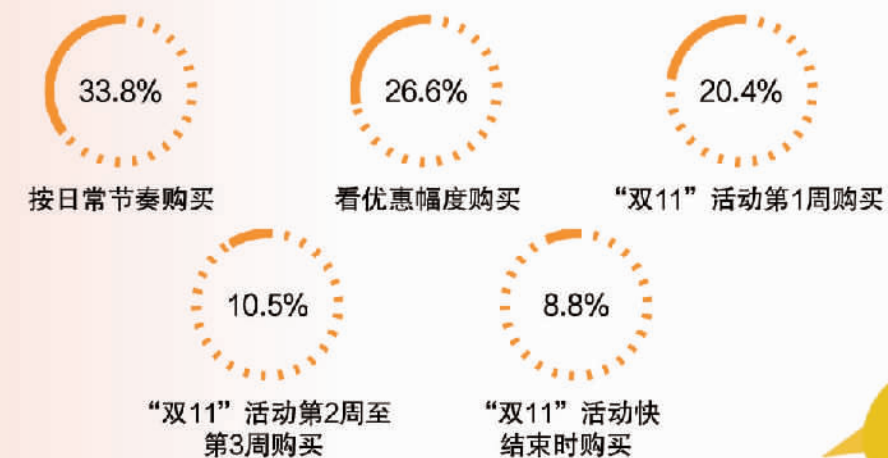


在这里读懂中国消费

# 日用套装和盲盒类产品受青睐

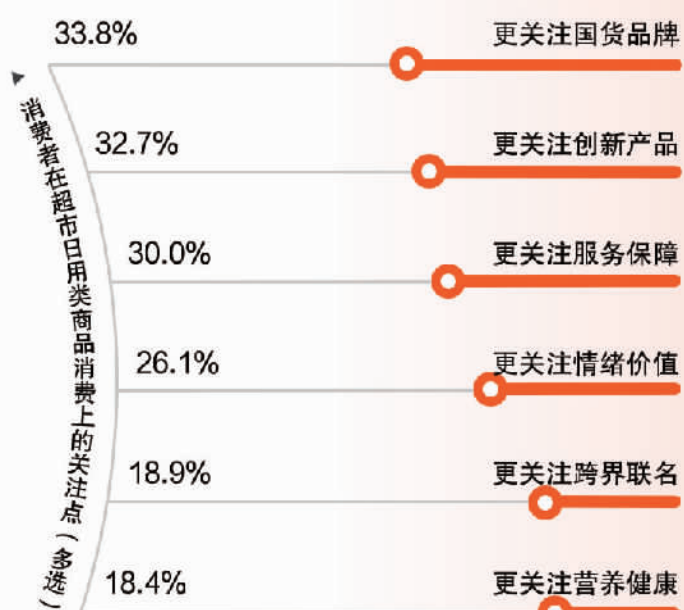
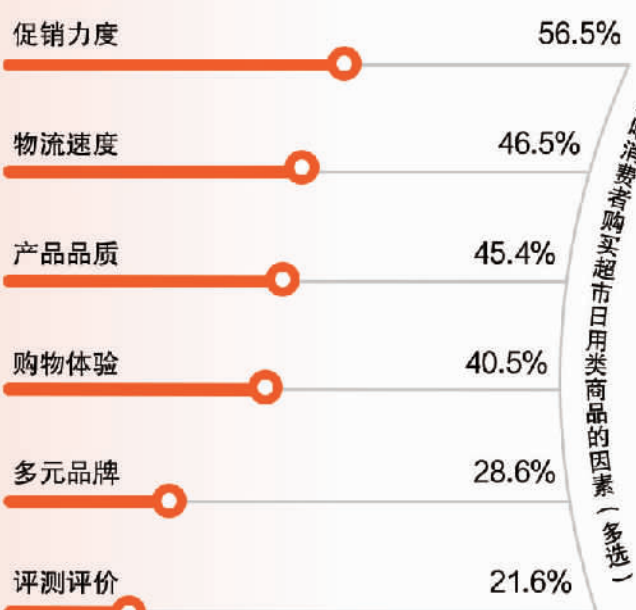
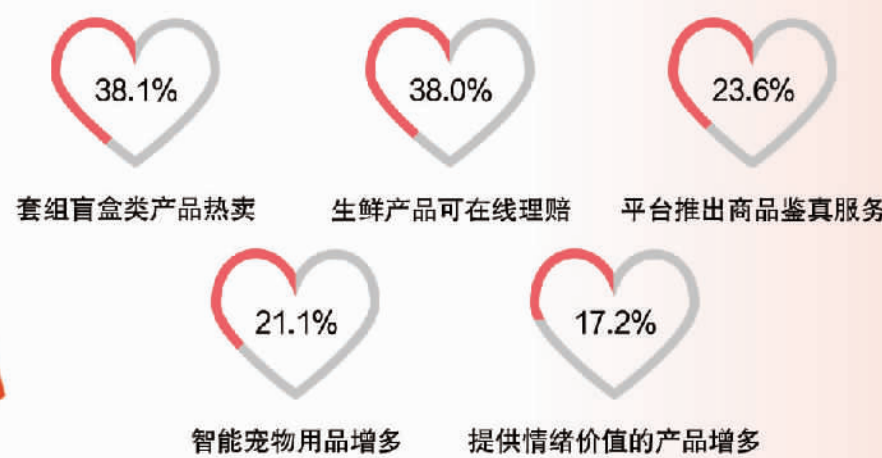


消费者在哪个时段购买超市日用类商品



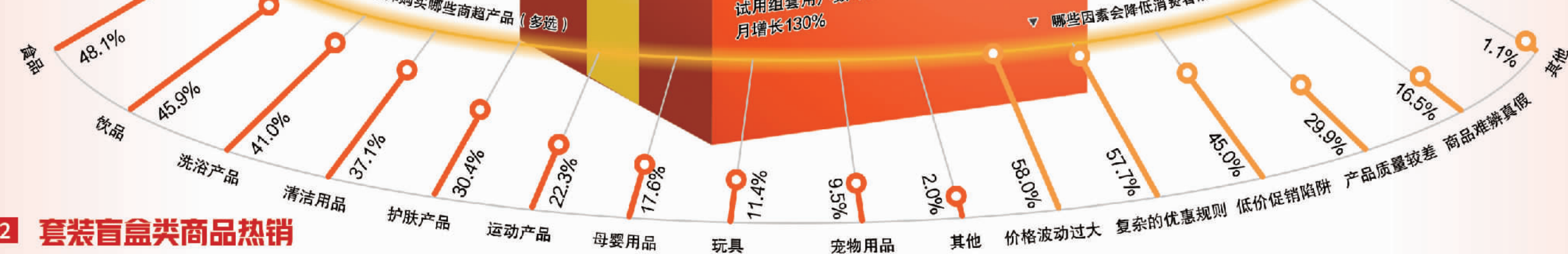
## 1 超市日用类商品消费趋势

消费者眼中的超市日用类商品消费新现象



“双11”期间  
包含多款知名品牌洗护产品的“洗护小美盒”试用组套用户数环比上月增长130%  
低温奶定期购成交额同比增长超100%

今年“双11”，消费者的关注点主要集中在促销力度、物流速度、产品品质等因素上。其中，价格波动过大、低价促销陷阱等是降低消费者购物意愿的重要因素。

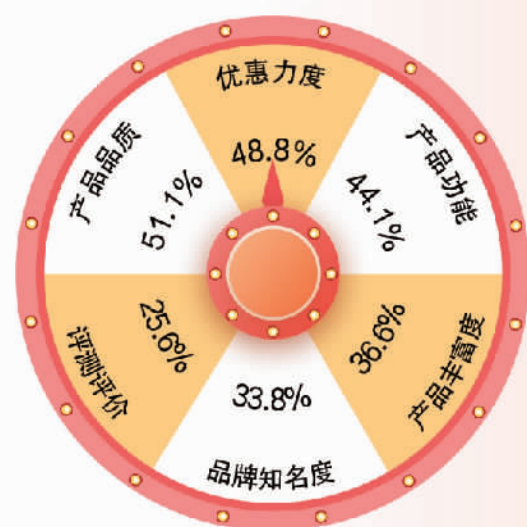
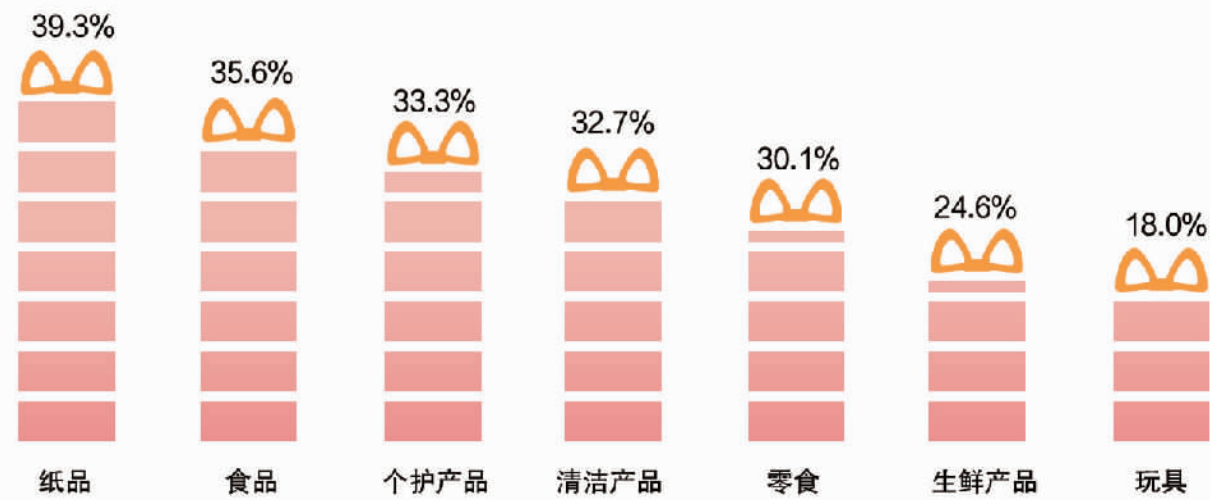
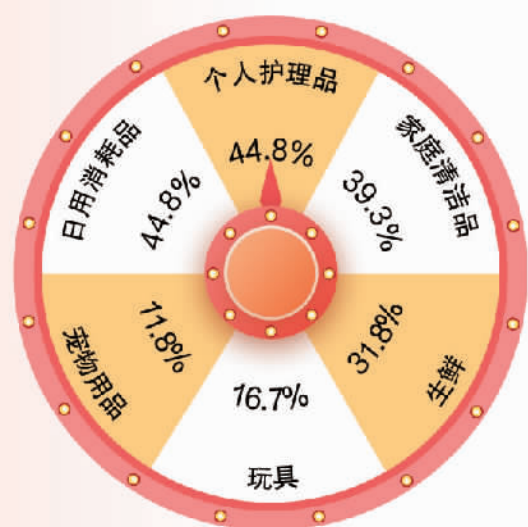


## 2 套装盲盒类产品热销

消费者期待哪些套装盲盒类产品 (多选)

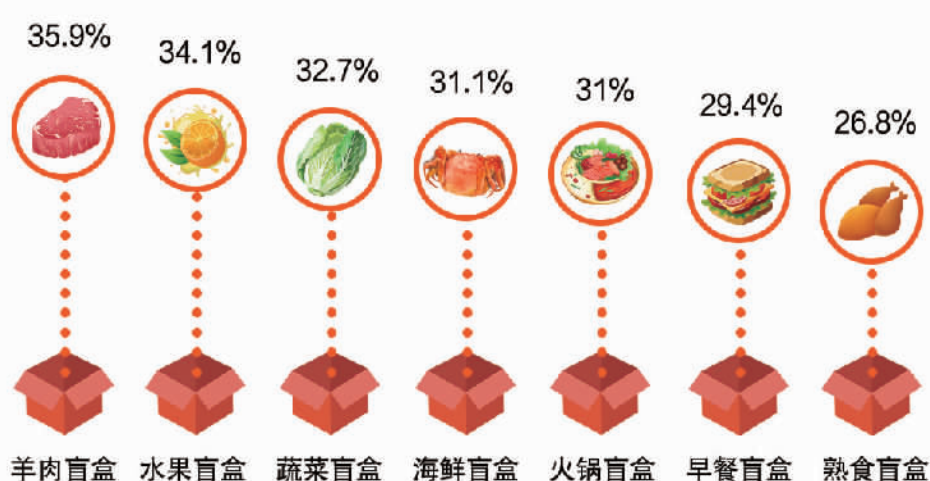
消费者购买了哪些套装盲盒类产品 (多选)

哪些因素会影响消费者购买套装盲盒类产品的意愿 (多选)



今年“双11”，套装盲盒类产品成为消费者新宠。其中，消费者对日用消耗品、个人护理品、家庭清洁用品和生鲜产品等套装盲盒类产品较为青睐；产品品质、优惠力度、产品功能等是影响消费者购买套装盲盒类产品的主要因素。

消费者愿意购买哪类生鲜盲盒 (多选)



### 说数

今年“双11”长达1个月，各平台和商家使出浑身解数吸引消费者眼球。数据显示，吃喝日用品消费在去年的大促中依然占据“C位”，近五成消费者选择购买休闲零食等食品，超四成消费者购入牛奶等饮品以及洗发水等个人护理产品，还有37.1%的消费者选择购买清洁产品和纸品等日用品。

消费者普遍认为，吃喝日用品选购频次高、品牌和种类多，虽然每次购买金额不大，但十分耗时耗力，也很容易“踩坑”。因此，创新产品和服务，让购物更加省心省力，成为消费者的共同期待。近四成消费者希望平台和商家可以推出一些超市套装或盲盒产品，既能节省挑选和拼凑优惠的时间，也能享受日常拆盲盒的乐趣和惊喜，还能发现并尝试各种新品。

今年“双11”，超市日用类商品套装和盲盒热卖。在超市日用类套装产品中，清洁纸品全家桶、

食品全家桶、个护产品组套、衣物清洁超级桶、零食全家桶等广受青睐。比如，包含抽纸、厨房用纸、手帕纸、湿厕纸等常用纸品的套装产品，一次购买就能满足家庭不同场景的用纸需求。生鲜盲盒也是消费者的期待选择之一，近三成消费者希望把蔬菜、海鲜、肉类等按照品类或健康饮食标准搭配成盲盒套装，每顿吃什么全凭开盲盒，可以获得省心又有趣的消费体验。其中，羊肉盲盒、水果盲盒、蔬菜盲盒、海鲜盲盒和火锅盲盒成为最受消费者欢迎的生鲜盲盒品类前5名。

如今的超市套装、盲盒类产品早已升级换代，不再是冷门产品的随意拼凑。在提升产品品质和丰富度的同时，还应匹配更多创新服务，如定期购、定期推送、不爱吃包退、质量问题包退换等，让消费者省时省力安心购买，不断带来惊喜和新奇的购物体验，满足消费者多样化需求。

本期点评 曹凤娟



数据周期：2024年10月24日至10月30日