

在这里读懂中国消费

# 消费新趋势激发新活力



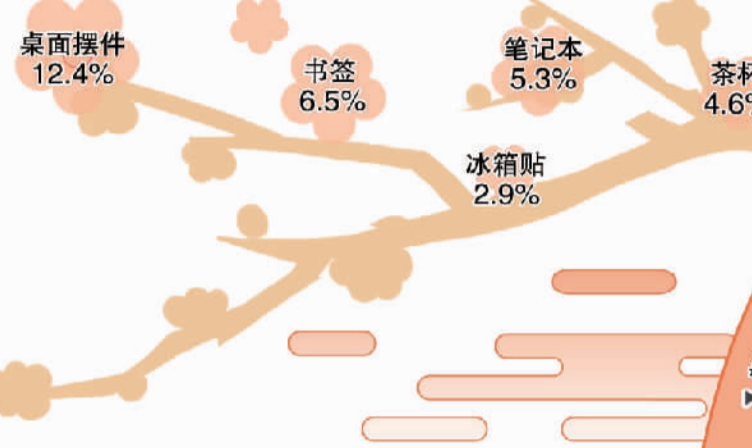
2024年消费市场盘点

**文旅消费** 2024年，文旅“热”消费“兴”，以旅游、文创、娱乐等为关键词的搜索量总体同比增长242%

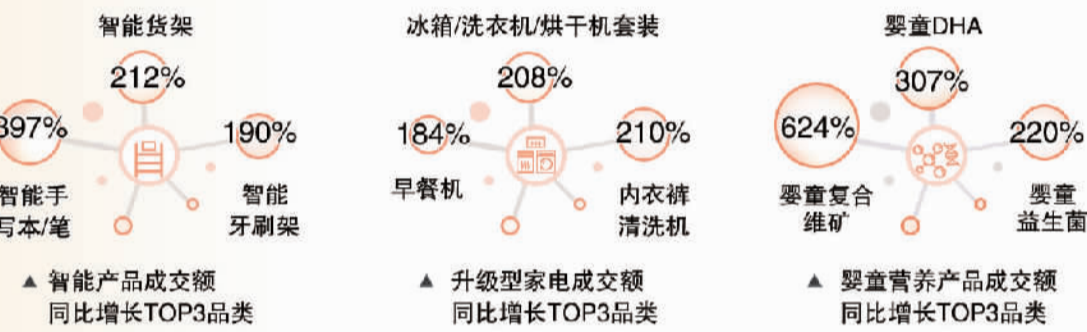
从旅游行业看 成交额同比增长较快品类



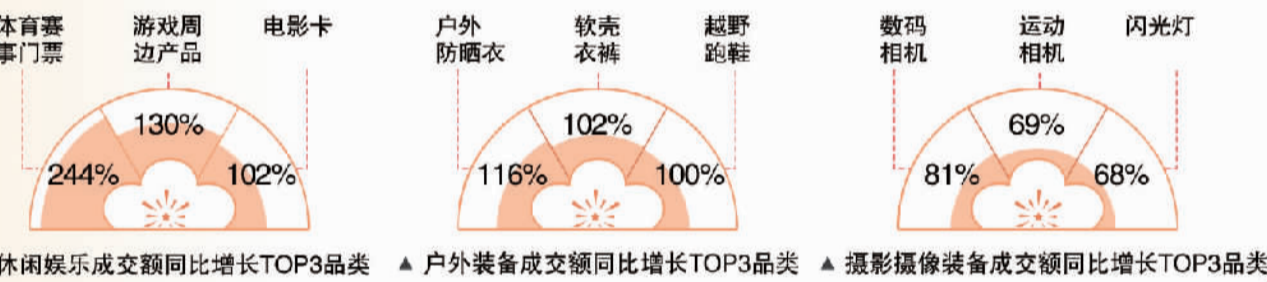
从文创行业看：文创产品成交额同比增长75% 成交额占比TOP5文创产品



**县域消费** 2024年，县域农村消费潜力持续释放，升级型产品向县域农村地区加快渗透



**社交消费** 2024年，各类社交圈子兴起，摄影摄像圈、户外运动圈、社交娱乐圈等新兴社交圈层助力消费市场发展



**新中式消费**

2024年，“万物皆可新中式”，新中式商品种类同比增长147%，新中式关联搜索量同比增长328%

**以旧换新**

2024年，补贴政策极大促进了消费市场繁荣发展，家电家居掀起“焕新”热潮

**“0添加”消费**

2024年，“0添加”成为大多数消费者最关心的消费热词，关联搜索量同比增长7.4倍

购买哪些食品时会关注“0添加”标签 (消费者数量占比: 多选)

69.5%	乳制品
57.9%	饮料
55.9%	调味品
50.7%	面包糕点
48.1%	休闲食品
47.0%	母婴食品
46.5%	米面粮油
31.5%	老年食品
27.9%	水果蔬菜
27.5%	肉蛋水产

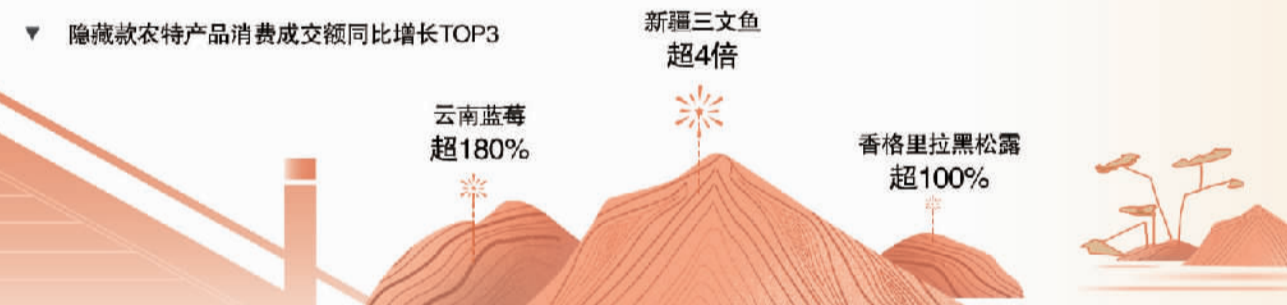
**新中式产品成交额同比增长TOP10品类**

玩具乐器	743%
美妆护肤	680%
珠宝首饰	484%
家用电器	482%
数码产品	422%
收纳用品	378%
床上用品	327%
家居饰品	323%
服饰内衣	282%
居家布艺	250%

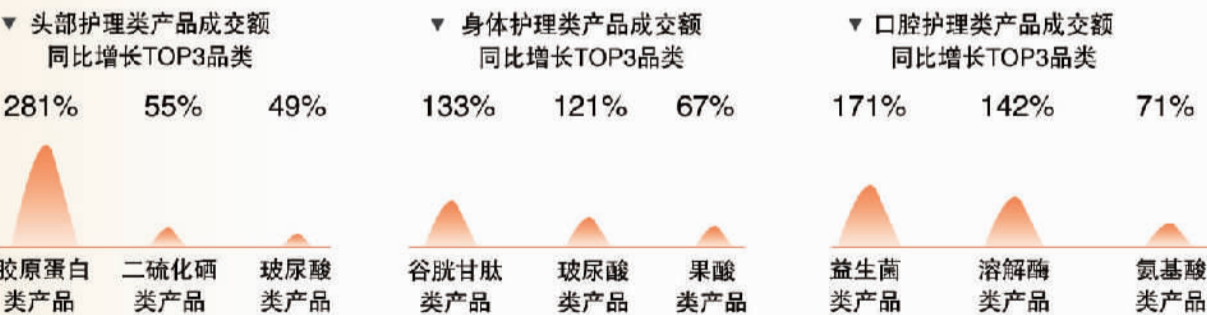
**以旧换新成交额同比增长TOP10品类**

烘干机	285%
顶侧双吸油烟机	240%
微单相机	206%
电动牙刷	181%
电压力锅	174%
洗碗机	161%
游戏本	160%
洗烘套装	151%
嵌入式微蒸烤	147%
吸尘器	138%

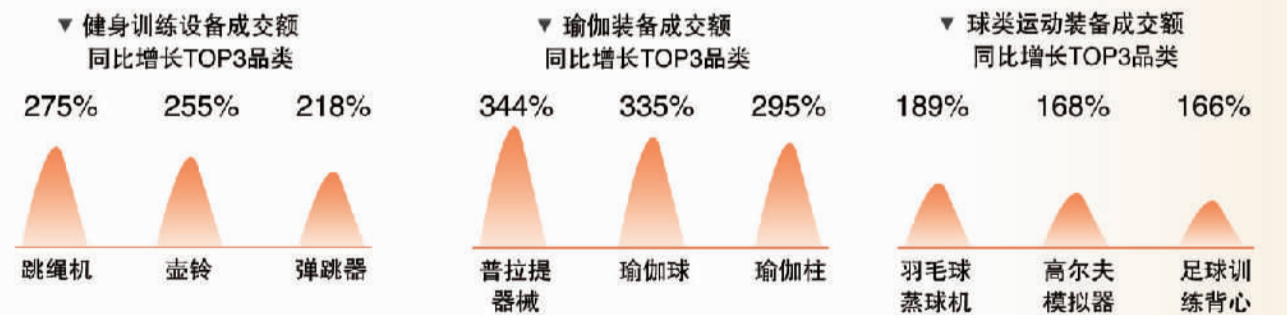
**隐藏款农特产品消费** 2024年，小众商品受关注，以“隐藏款土特产”为代表的商品热卖出圈



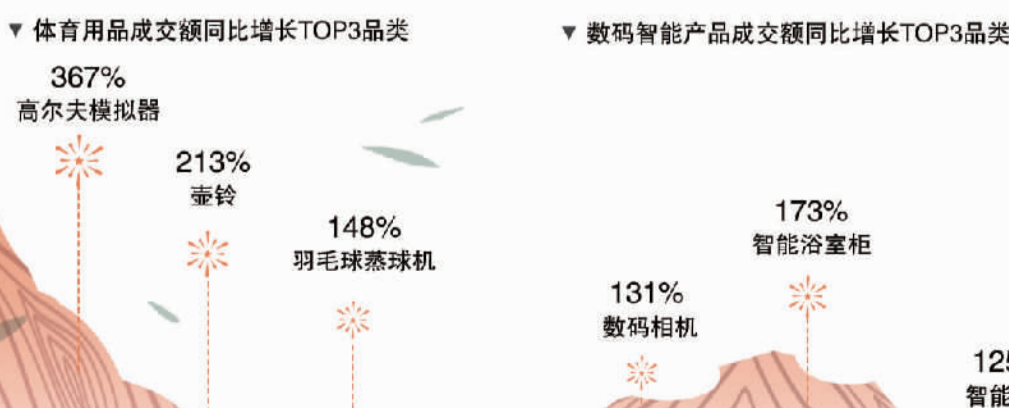
**个护美妆消费** 2024年，越来越多消费者注重仪表，个护美妆产品适用范围突破面部



**便捷健身消费** 2024年，随时随地运动锻炼成为新风尚，越来越多消费者购买居家或便携运动或健身的装备，让自己运动起来



**银发消费** 2024年，银发经济的市场需求持续扩大，健康与品质生活成为银发族的主要消费趋势



## 说数

本期点评 李 瞳

2024年，中国经济运行总体平稳、稳中有进，其中国内消费贡献良多，显示出内需市场的巨大潜力。特别是随着新中式、以旧换新等消费新趋势持续涌现，消费市场得到正向激发，焕发出新的活力。

从消费市场整体发展看，11月份，我国社会消费品零售总额达4.38万亿元，同比增长3.0%。这一数据表明，尽管面临巨大压力，但在国家政策的支持下，我国消费市场保持了强大韧性，消费者信心稳步回升。特别是最近一段时间，消费品以旧换新等扩内需促消费政策进一步落地显效，市场销售增长加快，升级类商品较快增长，线上消费活力提升，服务消费稳定增长，这些积极因素为各类企业发展提供了有力支撑。

互联网技术的普及应用、数字经济的跨越式发展也在快速塑造新的消费环境。数据显示，1月份至11月份，实物商品网上零售额占社会消费品零

售总额的比重为26.7%，占比较1月份至10月份提高0.8个百分点。随着电子商务的飞速发展，在线购物逐步成为主流消费模式，消费者实现了足不出户“看天下”到“买天下”的升级。在这一发展过程中，涌现了许多新的消费热点，如贵州抹茶、新疆三文鱼、雅安鱼子酱等“隐藏款土特产”通过互联网进入大众视野，乃至成为网红产品；各类社交圈层快速兴起，带动“圈子”周边产品持续热销。

改变的不仅是消费模式，还有大众消费观念。一方面，消费者在理性消费的同时，开始寻求更多具有个性化、功能化的升级产品，为消费市场带来了更多发展机遇；另一方面，消费多样化升级路径愈发明晰，绿色、智能、健康等消费理念逐步深入人心。这些新趋势反映了消费者在购买行为、消费模式等方面的变化，商家需要密切关注这些趋势，更好满足消费者需求，实现更优发展。



数据周期：2024年1月1日至12月15日