

说数

在这里读懂中国消费

粥香年味暖九州

李瞳

“过了腊八便是年”，一碗熬煮千年的腊八粥，不仅盛满了五谷鲜香，更承载着中华民族的文化基因。今年腊八节，节日食材持续热销，生动诠释了国人日益浓厚的文化自信。从杂粮食材的热销到地域习俗的传承，年味在消费热潮中越发醇厚。

腊八节食材消费的热潮，见证了传统饮食文化的薪火相传。数据显示，小麦仁成交额同比激增250%，鹰嘴豆增速达117%，杂粮礼盒也以76%的增速跻身前十。这背后，是现代人对腊八“七宝五味粥”传统的回归与升级——古人以杂粮熬粥祭祀祈福，如今消费者既坚守“五谷丰登”的美好寓意，又追求营养均衡的健康饮食。而稻花香米、长粒香米分列成交额占比前两位，合计占比超四成，既延续了腊八粥以米为基的传统，也体现了大众对品质食材的追求。

地域消费的差异与融合，勾勒出腊八习俗的多元图景。广东以14.4%的腊八节食材

成交额占比领跑全国，江苏、四川紧随其后，展现出南方地区对腊八节饮食习俗的重视。而宁夏155%的腊八节相关食材成交额同比增速尤为亮眼，印证了传统节日在各地的普及度不断提升。更具地域消费特色的是，上海消费者更青睐腊八醋，腊八豆则更受广东消费者偏爱，腊八饭在江苏更为流行，这种“一方水土一方食俗”的差异，正是传统文化多样性的鲜活注脚，也让节日氛围更显丰富立体。

消费者的消费行为更加细分，凸显出传统节日代际传承与个性偏好。36岁至45岁消费群体以41%的腊八节食材成交额占比成为消费主力，他们既是家庭节日仪式的主导者，也是传统文化的核心传承者。不同年龄段的偏好蕴藏巧思——年轻人偏爱珍珠米、紫米等颜值与口感兼具的食材，中青年青睐胚芽米、杂粮礼盒等健康食材，中老年人则钟情鹰嘴豆、高粱等经典杂粮，形成了“各取所爱、代

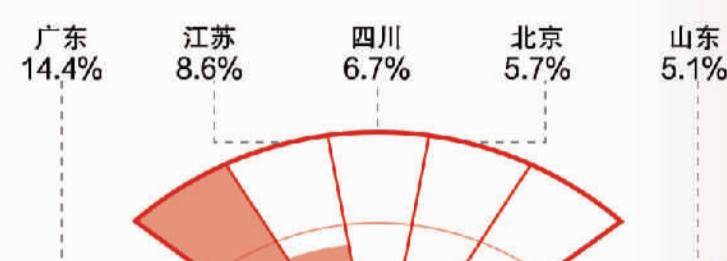
代相传”的消费结构。

腊八节关键词搜索量爆发式增长，彰显着文化自信的深度觉醒。腊八饭搜索量同比暴涨200%，腊八豆腐搜索量增速达157%，传统美食不再是老一辈的专属记忆，而是成为年轻人追捧的文化符号。正如非遗直播带货的火爆，腊八消费热潮本质上是传统文化“破圈”的体现——当年轻人主动搜索腊八习俗、选购特色食材，当传统饮食习俗与现代消费场景相互融合，文化传承便有了新的载体与活力。

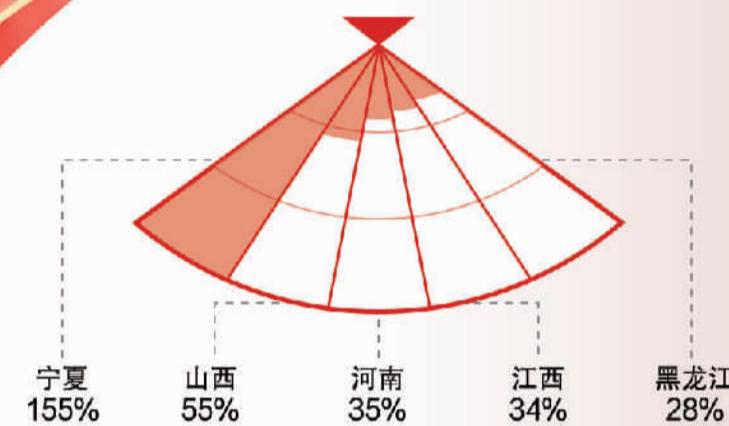
一碗腊八粥，熬煮的是千年习俗，沉淀的是文化根脉。今年腊八节前的消费数据，不仅是市场活力的证明，更是传统文化生命力的彰显。从地域特色到代际传承，从食材升级到习俗回归，腊八节正以更鲜活的姿态融入现代生活。

整体消费情况

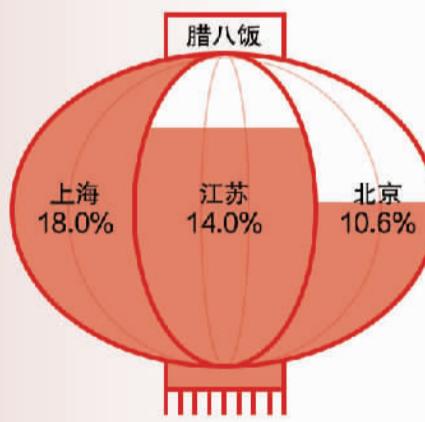
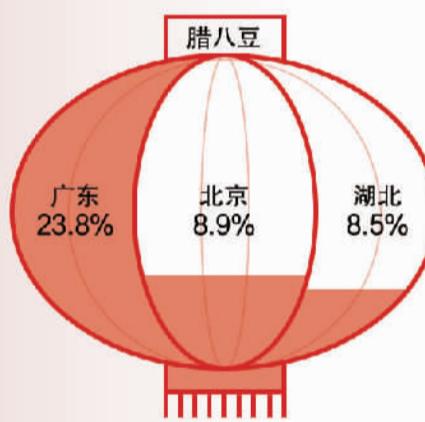
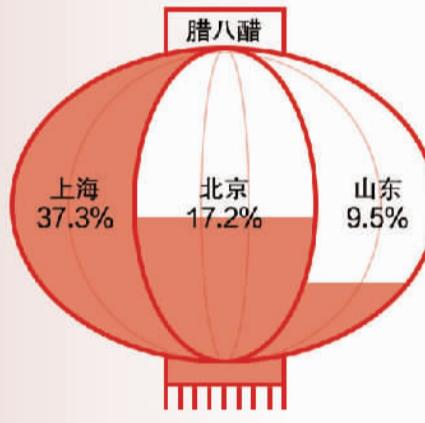
腊八相关食材成交额占比TOP5省份



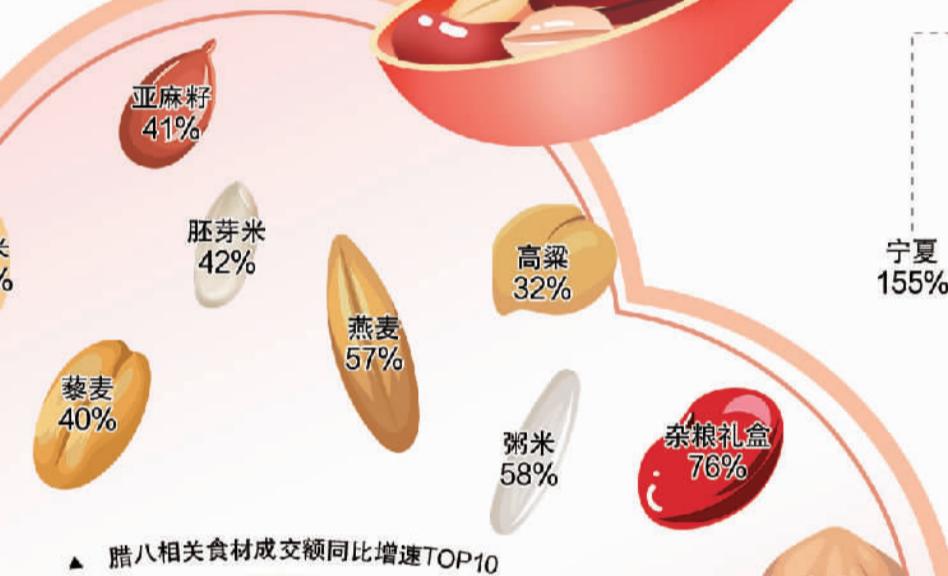
腊八相关食材成交额同比增速TOP5省份



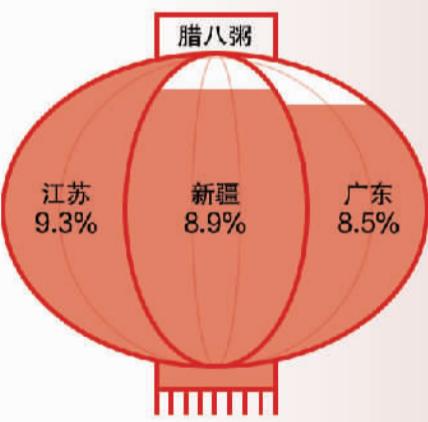
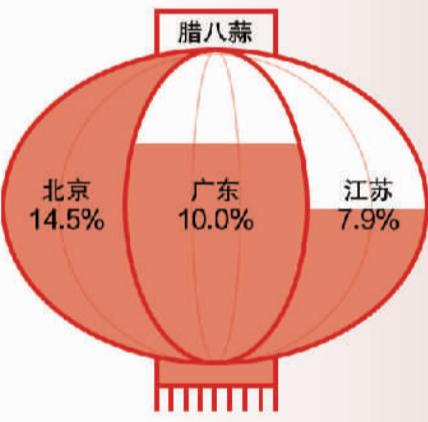
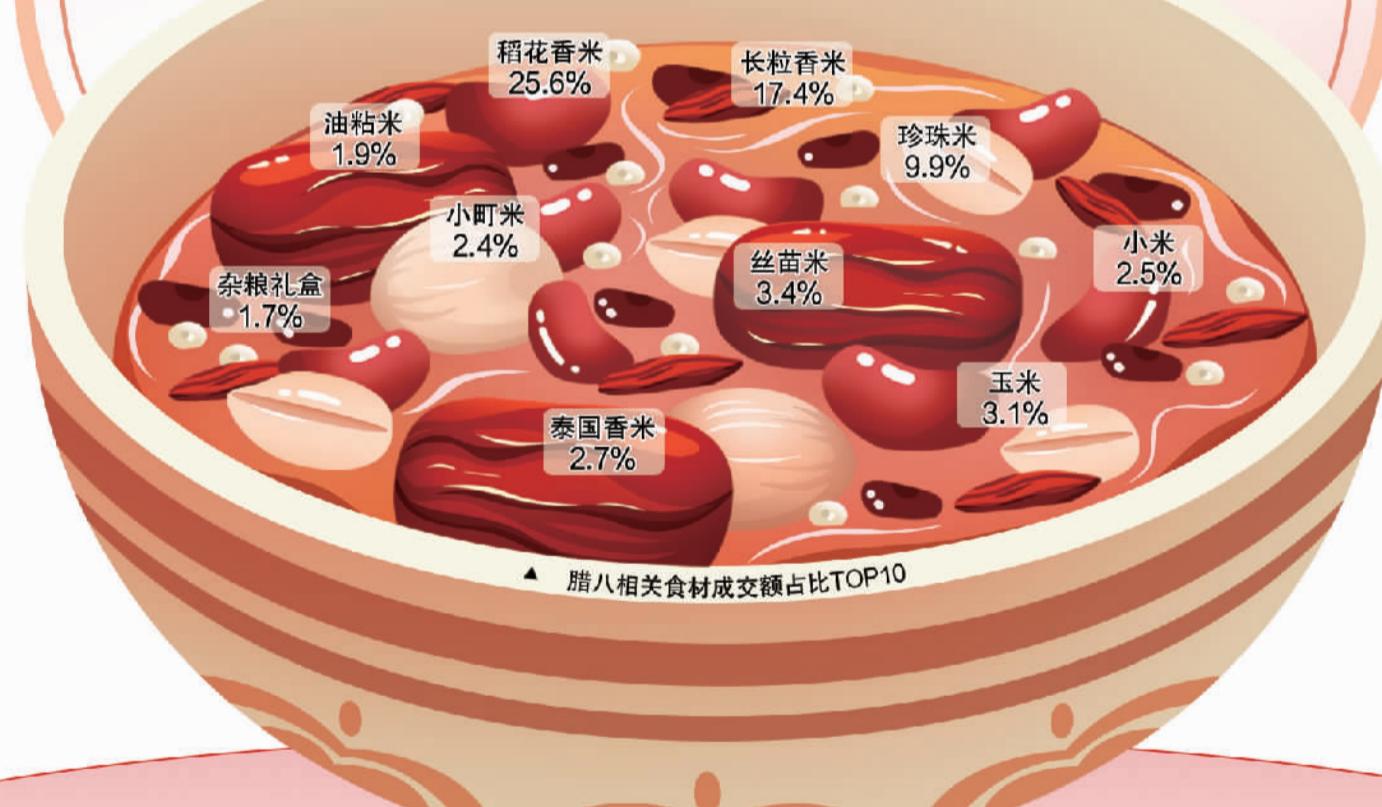
腊八相关产品成交额占比TOP3省份



腊八相关食材成交额同比增速TOP10



腊八相关食材成交额占比TOP10



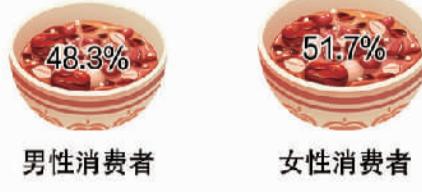
消费者特征



各年龄段消费者对腊八食材的偏好度（指数）



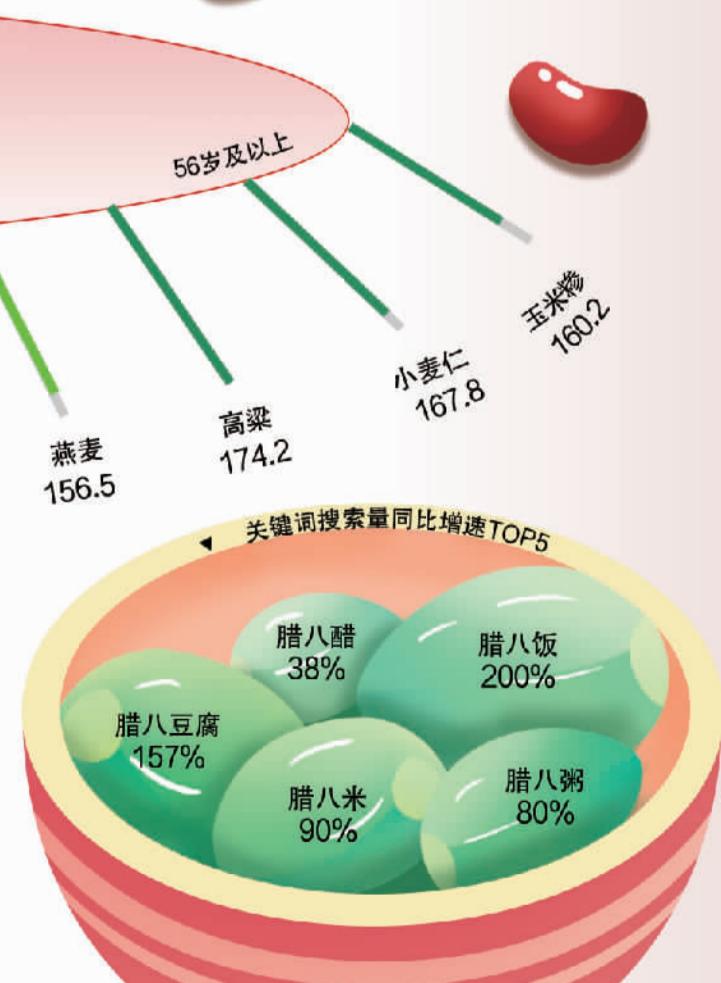
不同性别消费者的腊八相关食品成交额占比



男性消费者偏好度（指数）



女性消费者偏好度（指数）



数据周期：2026年1月8日至1月15日（对比上年农历同期）