

说数

在这里读懂中国消费

# 智能家电成“老家年货”焕新主力

董 菲

超市里琳琅满目的坚果礼盒、糕点礼盒，线上平台爆火的“哭哭马”生肖挂饰，长辈为孩子精心准备的红色年衣……腊入过后，年货市场迎来消费高峰。数据显示，红色服饰、马元素摆件、福字装饰及各类礼盒类产品备受消费者青睐，成为年货消费的热门选择。

当前，年货消费呈现出“新旧融合、多元拓展”的显著特征。一方面，承载吉祥寓意的“好彩头年货”持续走热。其中，红色元素全面渗透年货消费场景，在最受消费者喜爱的红元素年货品类中，窗花、福字、灯笼、中国结等传统装饰产品持续热销，成为打造家庭年味氛围的首选。同时，“马年”关键词搜索量环比大幅增长，生肖酒、对联、玩偶、抱枕等产品的搜索量环比增幅均超过80%。各类搭配马年吉祥祝福的产品热销，在“龙马精神”“马上有福”“一马当先”等祝福语加持下，不少马年礼盒类产品受到消费者欢迎。

另一方面，年货边界不断拓宽，一批兼具科技感、趣味性和实用性的“新年货”正在重塑年货消费图景。数据显示，“新家电”“新潮数码产品”等品类的销量增长较为亮眼。其中，电动艾灸仪、腹部按摩器等产品销量环比增长超10倍；膝盖按摩器、电子口喷、电动修眉刀等产品销量环比增长超3倍。还有不少消费者选择用一场旅行来奖励自己，与去年同期相比，今年春节提前7天以上预订行程的消费者占比显著提升。在目的地的选择上，厦门、昆明、福州等具备独特文化与休闲气息的城市热度攀升，相关城市的酒店预订量大幅提升。

在县域农村消费市场，以智能家电为主导的“焕新式年货”成为消费新趋势。其中，扫地机器人销量环比激增121%，嵌入式微蒸烤一体机增长114%，KTV音响、洗碗机、煮茶器等智能家电增幅均超70%。这些兼具实用性与

品质感的产品，正替代传统年货，成为年轻人提升父母生活品质的心意之选，折射出新一代“老家年货”的升级方向。

此外，家政服务也成为很多消费者年货清单中的必选项。家政服务订单销量同比增长超3倍，与此同时，洗衣服务和洗车服务也迎来销售高峰，订单销量同比增幅均超10倍。

今年年货消费，既有传统年味的温馨热闹，又有品质生活的全新表达。从红火喜庆的马年装饰、寓意吉祥的节庆礼盒，到智能家电、健康按摩、家政服务等新年货走俏，再到春节旅行预订火热，折射出大众消费从“图热闹”向“重品质、重实用、重心意”转变。县域农村市场里，扫地机器人、智能厨电等成为返乡孝敬长辈的热门年货，更是让科技温度融入团圆时刻。新旧交融、城乡共进的年货图景，既藏着中国人不变的团圆情结，也映照着烟火气里不断升级的美好生活。

## 年货搜索热度持续攀升

- 年货关联搜索量环比增长 **超4倍**↑  
其中，对联、灯笼等产品搜索量环比增长 **超80%**↑
- 红色元素产品搜索量环比增长 **超80%**↑  
其中，红色毛衣、红色内衣、红色围巾搜索热度较高
- 年货礼盒产品搜索量环比增长 **超60%**↑  
其中，纯坚果礼盒搜索量环比增长 **超10倍**↑  
糕点礼盒、饮料礼盒、酸奶礼盒等产品搜索量环比增长 **超100%**↑
- 马年关键词搜索量环比增长 **超50%**↑  
“马上有财”搜索量环比增长 **327%**↑  
“快乐加马”“马上有喜”“神马都好”等词语搜索量环比增长 **超150%**↑

## 礼盒礼包类年货产品消费情况

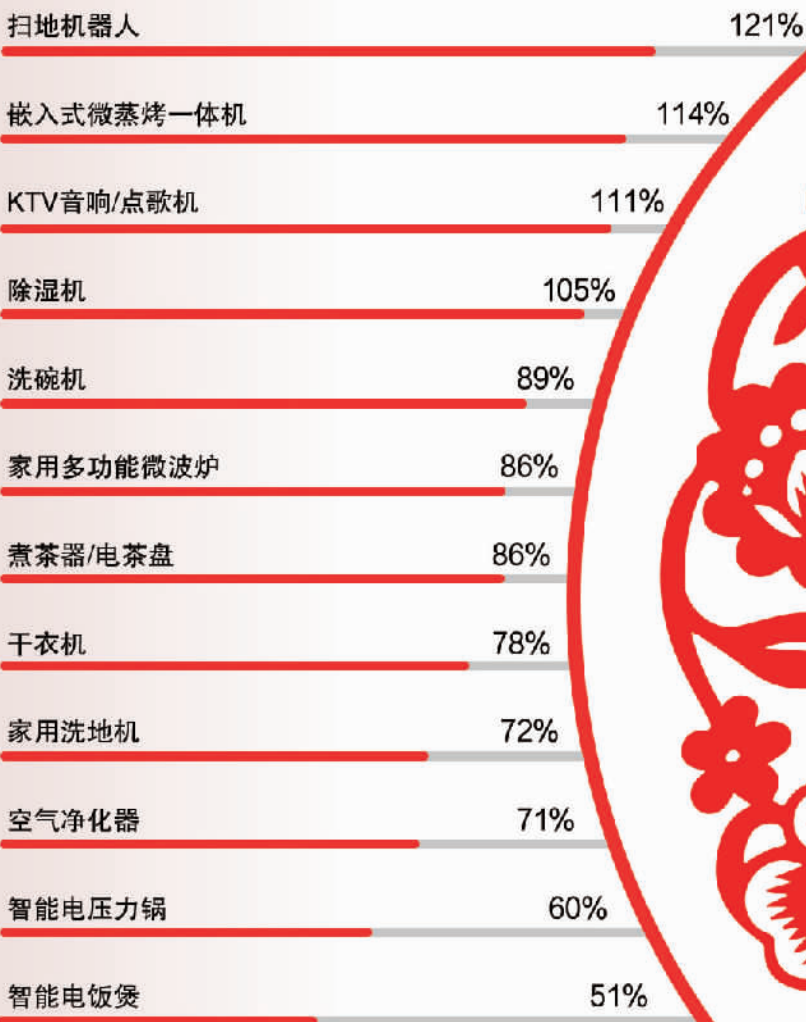
▼ 礼盒礼包类年货产品销量占比TOP5



- 膨化食品、素食零食、西式糕点、中式糕点、糖果等礼盒或礼包类产品销量增速更为亮眼，销量环比增长均 **超80%**↑
- 从地域消费特色来看，江西、广西、安徽、上海、湖南等省份偏好购买礼盒类产品，礼盒类产品的销量环比增长 **超50%**↑

## 县域农村地区消费特色

▼ 家用电器类年货产品销量环比增幅亮眼产品

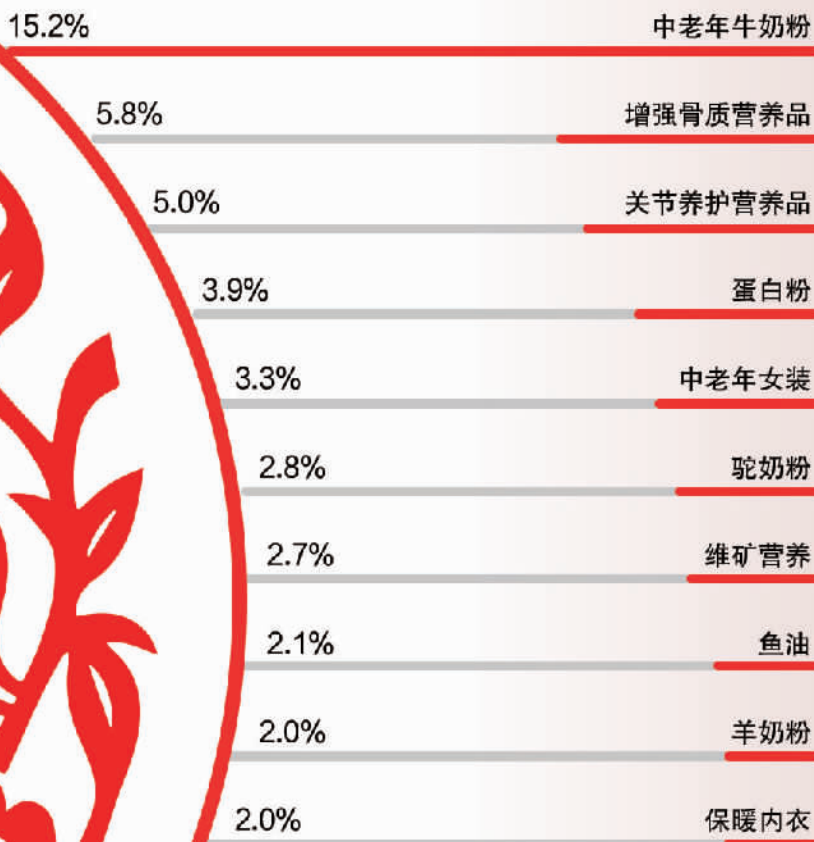


▼ 礼盒礼包类年货产品销量环比增幅亮眼产品

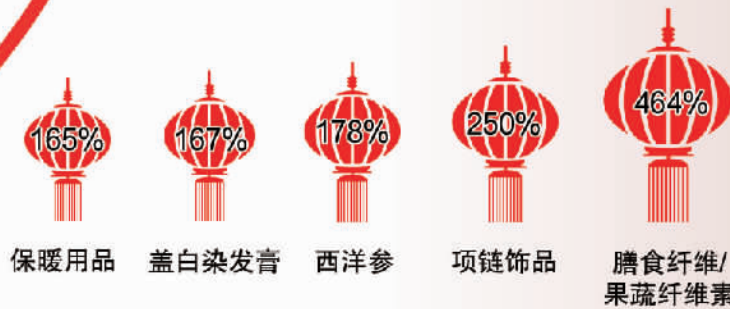
- 膨化食品、中式糕点、预制菜肴套餐等礼盒礼包类产品销量环比增长 **超100%**↑

## 送长辈年货消费特色

▼ 送长辈年货销量占比TOP10产品

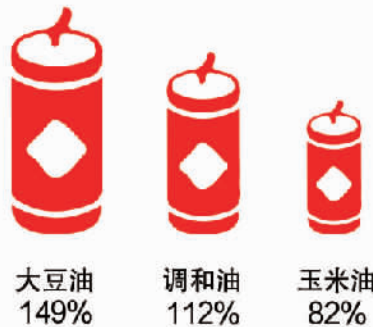


▼ 送长辈年货销量环比增长TOP5产品



## 粮油类年货产品消费情况

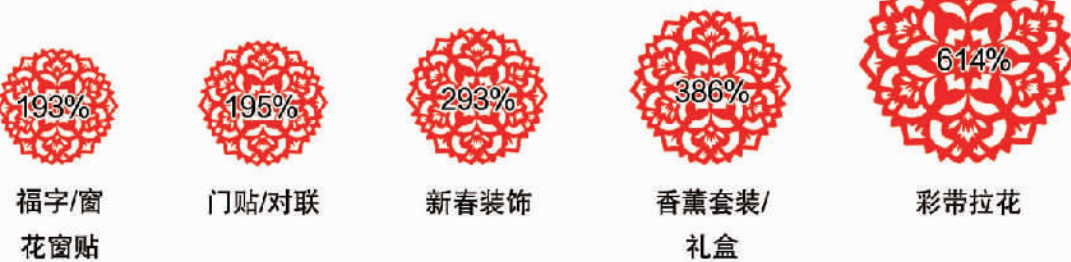
▼ 销量环比增长TOP3产品



## 家居类年货产品消费情况

- 马元素摆件销量环比增长 **超2倍**↑

▼ 销量同比增长TOP5产品



## 新年服饰内衣类产品消费情况

- 儿童汉服销量环比增长 **超10倍**↑
- 女士羽绒服、女士毛衣、冬季连衣裙等销量环比增长 **超160%**↑



更多内容 扫码观看

数据周期：  
2026年1月25日至2月9日