

说数

在这里读懂中国消费

时令春菜广受青睐

李 瞳

春回大地，万物复苏，时令春菜成为餐桌上的主角。当前，春季时令蔬菜消费热度持续攀升，蔬菜消费市场呈现“传统焕新、多元爆发”的鲜明特征。

传统“七头一脑”作为江南地区春日饮食的经典符号，正逐步成为消费者购买春季时令蔬菜的主要选择，成交额环比增速表现亮眼。其中，苜蓿头成交额环比增长891%，领跑春季时令蔬菜，菊花脑、香椿头、小蒜头、马兰头成交额环比增速均超180%，印证了当下春季时令蔬菜消费趋势与“应时而食，不时不食”的传统饮食智慧的契合，以及消费者对原生态、本味蔬菜的青睐。

同时，春菜消费也呈现出“经典与新奇共生”的格局。数据显示，马蹄、蚕豆、蒜薹等常见春菜稳居消费头部，其中马蹄以15.8%的搜索量占比和12.4%的成交额占比双双居榜首，成为备受消费者喜爱的春日鲜食；而板蓝根青菜、丝瓜尖等新品类异军

突起，丝瓜尖成交额同比增长超10倍，板蓝根青菜同比增长458%，成为春菜市场的新宠，反映出消费者强烈的尝鲜意愿。此外，春笋、春笋等品类搜索量环比增速超200%，说明随着气温逐步回升，应季品类的消费需求集中释放，春菜品类正不断丰富。

消费的多元化和差异化影响着蔬菜消费市场的发展。从性别看，女性消费者以57.7%的成交额占比成为春季时令蔬菜消费的主力，且更偏好地木耳、芝麻菜等口感细腻、营养丰富的品类；男性消费者则更青睐柳蒿芽、蕨菜等风味独特的蔬菜品类，消费偏好的差异为市场细分指明了方向。

从年龄看，36岁至45岁消费群体以35.7%的成交额占比成为核心消费群体，更注重家庭饮食健康与品质；而25岁及以下消费群体占比仅3.2%，年轻群体对春菜的接受度仍有提升空间，可通过创新营销、便捷烹饪引导等方式挖掘消费潜力。

从地域看，北京、天津、河北等地消费者偏爱蒜薹、芦笋、香椿，体现了北方春日饮食的实用特点；广东、江苏等地消费者则更青睐马蹄、菜心等品类，凸显南方“鲜字当头”的饮食偏好。这种差异既源于地域气候带来的食材供应差异，也与各地饮食文化传统密切相关。

春季时令蔬菜消费的火热，不仅是时令食材的自然迭代，更是居民消费升级与文化自信的体现。消费者对春菜的追捧，本质上是对健康饮食、品质生活的追求，也是对传统文化的传承。消费数据背后，既藏着消费者的饮食偏好，也为春菜市场发展指明了方向：一方面要深耕传统品类，挖掘“七头一脑”等经典春菜的文化价值与市场潜力；另一方面要关注新奇品类的培育与推广，满足消费者的尝鲜需求。同时，针对不同性别、年龄、地域的消费者精准施策，让春日的鲜味儿走上更多家庭的餐桌。

1 整体消费情况

春菜产品搜索量环比增速TOP5



春韭 333%



春笋 248%



棠梨花 167%

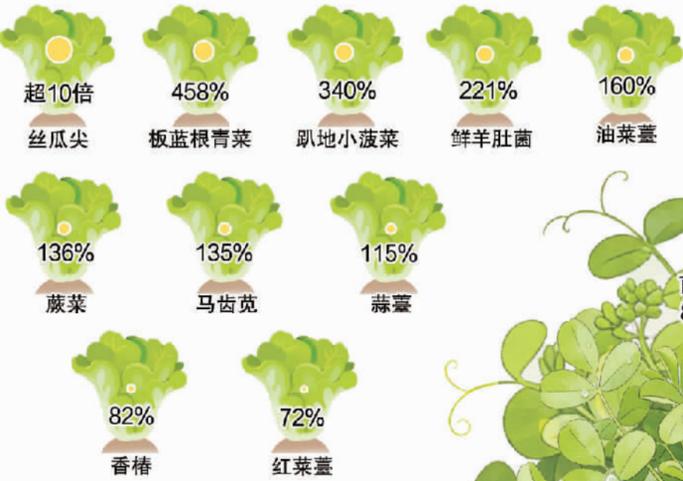


冰草 108%



鲜羊肚菌 107%

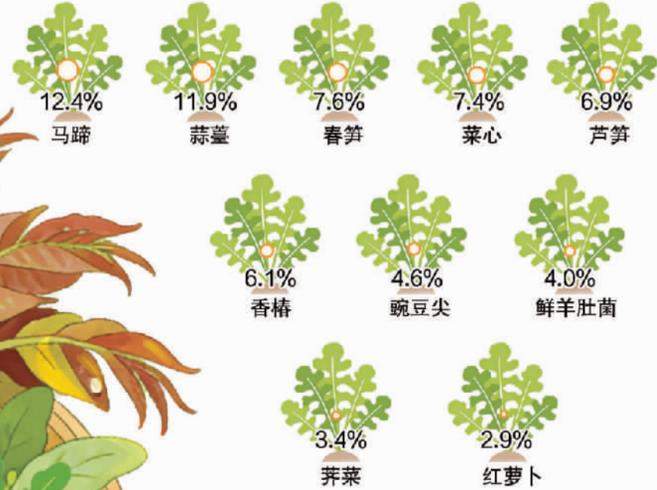
春菜产品成交额同比增速TOP10品类



传统春菜成交额环比增速



春菜产品成交额占比TOP10品类



2 消费者特征

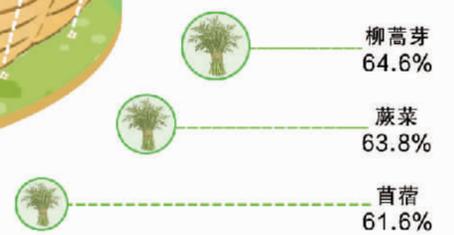
不同年龄段消费者的春菜产品成交额占比



不同性别消费者春菜产品成交额占比



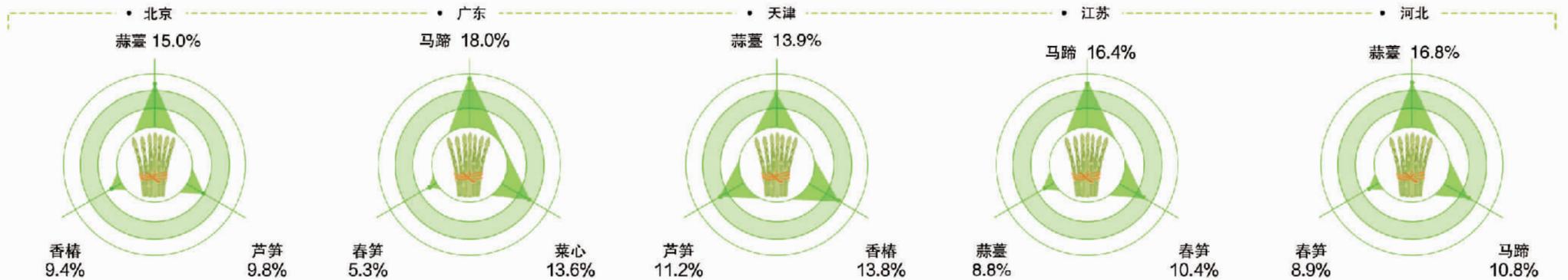
男性消费者偏好TOP3 (成交额占比)



女性消费者偏好TOP3 (成交额占比)



部分省份春菜产品成交量占比TOP3



春菜产品成交量占比TOP10省份



数据周期：2026年2月1日至3月12日