

说数

在这里读懂中国消费

特色粽子香飘万家

李 瞳

一缕粽香裹挟着浓郁烟火气，拉开端午消费的热闹序幕。从千家万户餐桌上的小小粽子，到大江南北各具特色的节日习俗消费，端午消费串联起不同地域、不同群体的生活偏好，热闹的端午消费中，既有代代传承的传统味道，也有不断涌现的新消费风向。

数据显示，蛋黄肉粽以31.7%的销量占比稳坐头把交椅，蜜枣粽、鲜肉粽、豆沙粽紧随其后，销量占比分别达到26.7%、14.9%和9.6%，咸粽整体市场接纳度略胜一筹，但甜粽受众根基同样稳固，延续多年的“甜咸之争”并未分出绝对胜负。如果说销量占比代表消费者的基础选择，销量增速则藏着粽子消费市场发展的新风口。赤豆粽以销量增速4.3倍领跑，靓汤粽、鲍鱼粽销量增速双双突破120%……消费者早已不满足基础馅料，杂粮养生、特色海鲜等口味迎来快速增长，粽子赛道从存量竞争转向增量创新，小众特色口味成功打开新消费空间。

把视线投向全国消费版图，端午消费呈现明显地域分化。从成交额占比看，广东、江苏、上海、北京、浙江等经济发达省份的消费底盘扎实稳定。从成交额环比增速看，吉林、甘肃成交额环比增速在5倍以上，重庆、四川等中西部省份成交额环比增速突破4倍，西北、西南、东北地区端午消费爆发力十足，内陆省份的消费活力持续释放。同时，节庆刚需消费不分城市规模，县域农村地区市场蕴藏巨大增长空间。

值得注意的是，家庭分工与生活阶段直接左右消费者端午采买的重心。36岁至45岁消费群体独揽43.6%的端午消费份额，是端午采购的绝对主力，上有长辈下有孩童，置办礼盒、囤购食材的需求相对集中；26岁至35岁消费群体的端午消费成交额占比为29.7%，年轻一代自主过节、尝鲜猎奇的需求稳步提升；46岁及以上的中老年、25岁及以下年轻群体占比依次递减，消费能力与采购

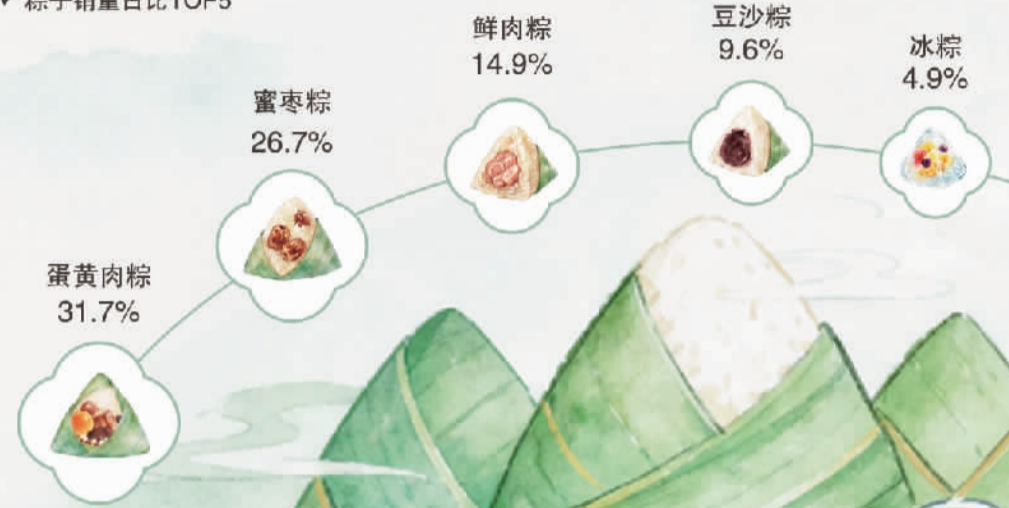
需求随年龄呈现清晰分层。

此外，细分人群口味偏好特色鲜明，女性消费者更偏爱冰粽、豆沙粽、八宝粽这类清甜软糯、颜值出众的款式，男性消费者则对蛋黄肉粽、牛肉粽等咸香风味情有独钟；从年龄维度看，25岁及以下消费者独爱蛋黄肉粽，26岁至35岁消费者追捧清爽水晶粽，中年群体偏爱粗粮粽追求健康，中老年群体则执着传统裹蒸粽，饮食口味呈现鲜明分化。一方水土养一方口味，饮食记忆深刻影响消费选择，同时人口流动、电商普及也让各地特色粽子走出本土，跨区域尝鲜成为常态。

经典风味守住基本盘，创新特色撬动新增量，纷繁多样的消费选择背后，是消费市场多元分层的真实缩影，只有兼顾传统口味与创新升级，适配不同地域、人群需求，才能持续抓住节庆风口，让粽香年年带动端午消费。

1 整体消费情况

粽子销量占比TOP5



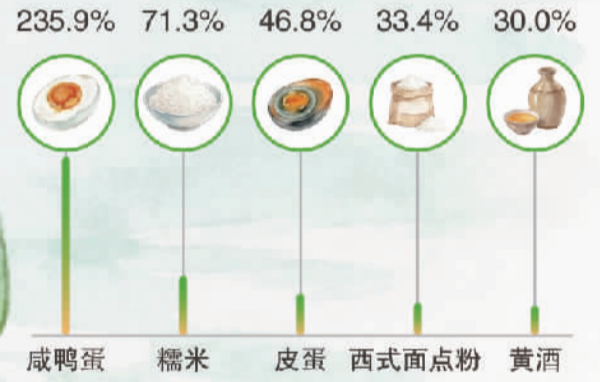
粽子销量同比增速TOP5



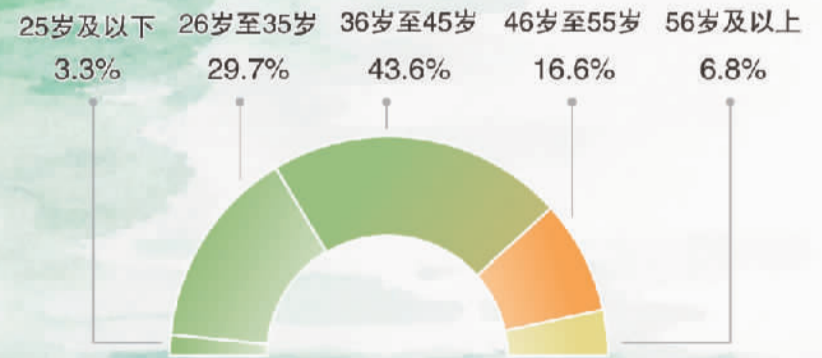
其他端午特产成交额占比TOP5



其他端午特产成交额环比增速TOP5



各年龄段消费者的端午消费成交额占比

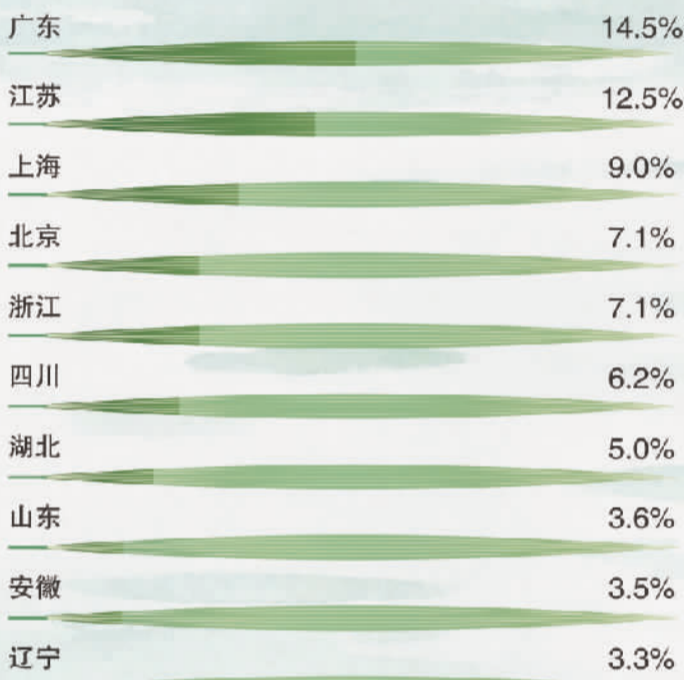


不同地区消费者青睐的粽子类型(指数)



2 消费者特征

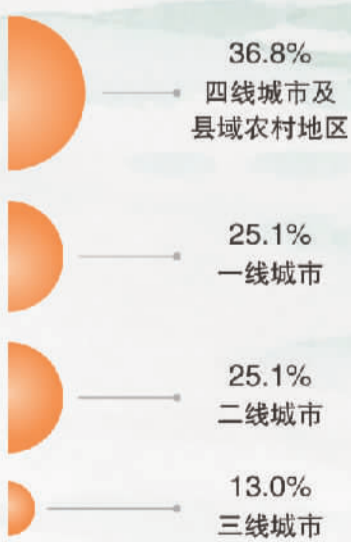
端午消费成交额占比TOP10省份



端午消费成交额环比增速TOP10省份



各级市场端午消费成交额占比



不同性别消费者青睐的粽子类型TOP3(指数)



各年龄段消费者青睐的粽子类型(指数)



数据周期: 5月28日至6月10日



更多内容 扫码观看