

说数

在这里读懂中国消费

细分场景重塑出行消费逻辑

刘辛未

在刚刚过去的国庆假期，超21亿人次的跨区域流动催生庞大消费需求，也在假日出行账单上留下了新印记。从热门景区的文创产品，到商圈街区的特色市集，再到人们随身携带的出行好物，假期出行消费市场呈现出多维度的新气象。

浓厚的节庆气息，构成了假期出行消费的底色。今年是中国共产党成立105周年、中国工农红军长征胜利90周年，特殊的时间节点让这个国庆假期有了别样的意义。景区里，游人挥动手中的红旗，汇成一道流动的风景；博物馆中，观众跟随展览重“走”长征路，带动主题冰箱贴等文创产品热卖。京东消费及产业发展研究院发布的今年9月1日至10月1日出行消费数据显示，46岁及以上人群的“小红旗/小国旗”成交额环比增长超10倍，其他年龄段的成交额也有超3倍的增长。在国庆假期这

个特殊的消费窗口，节日氛围、旅游出行和社交场景相互叠加，带动小红旗、主题冰箱贴等情感附加值较高的商品走俏市场。

对旅途便捷性的追求，深刻改变着人们的出行方式。从“大包小包”到轻装简行，一次性内衣、压缩浴巾、马桶垫等“次抛”用品成为不少游客行李箱中的标配。数据显示，一次性内衣成交额同比增长58%，其中25岁及以下人群增速达90%；一次性清洁用品同样有着30%的同比增速。过去，长辈们出游讲究“有备无患”，各类日常用品塞满行李箱。如今，越来越多人选择花钱买便利，告别旅途中的洗涤烦恼，用极简行囊换取身心从容。这种消费选择，表面看是为背包做“减法”，实则是为体验做“加法”，折射出消费者对便捷、舒适体验的更高期待。

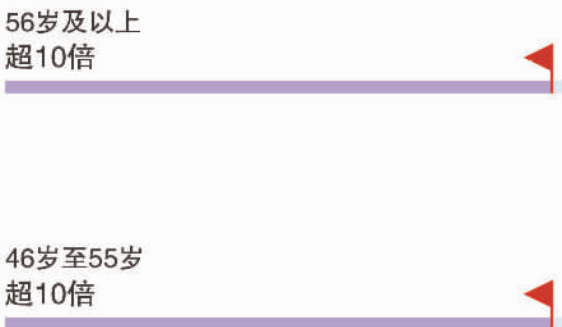
消费需求的个性化，带动出行装备加速迭代升级。移动充电宝、胶囊旅行枕、便携即热

饮水机等“巴掌好物”成为假期出行市场的热门单品。为满足场景化细分化的出行需求，这些小巧装备在功能上不断“进化”：移动充电宝自带充电线，胶囊旅行枕能快速充气，便携饮水机支持多档控温……功能迭代的背后，是出行消费逻辑的更新，消费者更看重产品与自身出行场景的匹配度，愿意为个性化买单，出行消费也从满足基础功能需求，迈向自我表达和品质提升。

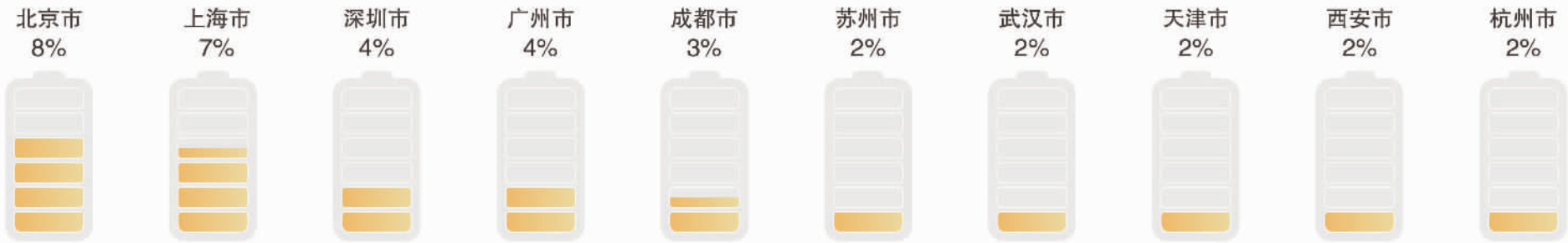
无论是追求旅途从容的轻便选择，还是对个性化装备的偏爱，本质上都是消费者在为美好的出行体验付费。对于商家和品牌而言，面对日益细分的出行消费市场，既要能够提供减少出行负担、提升旅途品质的轻量化方案，更要懂得打造承载情绪价值与个性化体验的产品。只有从纷繁多元的需求中找准发力点，才能在出行消费赛道上真正触达人心。



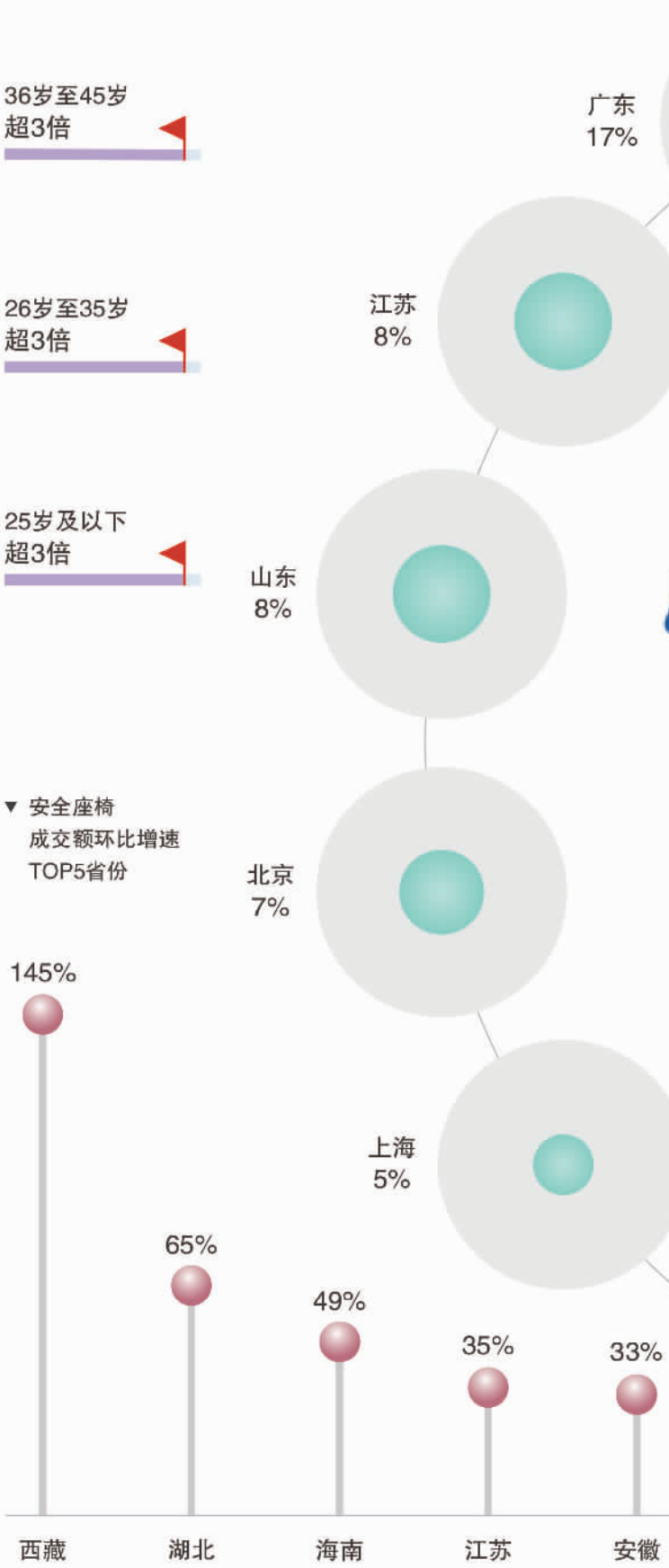
各年龄段消费者的“小红旗/小国旗”成交额环比增速



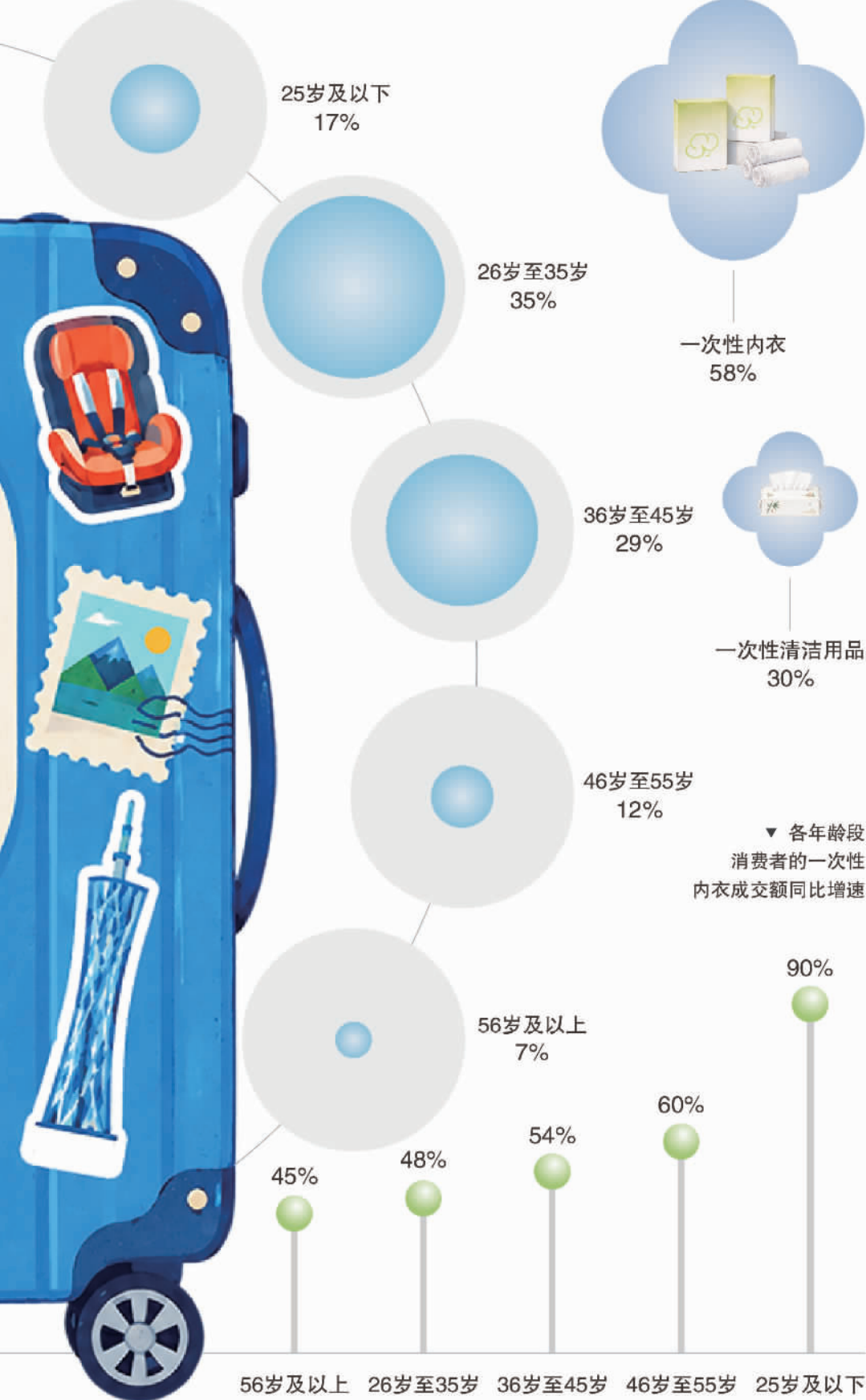
移动电源和手机充电器成交额占比TOP10城市



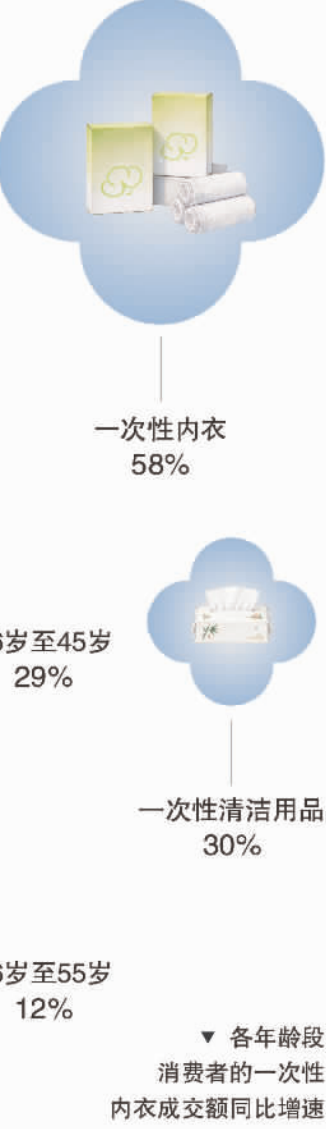
安全座椅成交额占比TOP5省份



各年龄段消费者的一次性内衣成交量占比



一次性用品成交额同比增速



各年龄段消费者的一次性清洁用品成交量占比



更多内容 扫码观看

数据周期：
2026年9月1日
至10月1日