

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

特色年味带旺区域消费



传统民俗绽放新色彩 哈尔滨与三亚：最热门春节旅游路线

在享受阖家团圆的同时，品尝舌尖上的美食，感受家乡的年味儿，是许多人共同的选择。值得注意的是，我国幅员辽阔，各地区因地理、文化的不同，形成了各具特色的春节习俗，并带来了更加多元化的春节消费。

仔细对比各地春节消费的数据，可以发现一个规律：离家越远，越看重年味。同时，因城市、地域不同，不一样的春节习俗和文化相互交融碰撞，还形成了很多新的消费趋势变化。

首先，随着社会流动加速，越来越多人远离家乡，在外寻找发展机会，春节则成了他们与家乡“交流”的重要载体。特别是对于旅居他乡的游子来说，吃上一口家乡菜，绝对是春节收到的最好礼物，这也是为什么三亚收到了更多东北美食。

其次，身在异乡的消费者也不断被自身所在地的文化习俗影响，并通过年货将新的消费潮流反馈给家乡的亲人们。同时，年味儿也是相通的，具有中国文化特色的产品受到了不同地区消费者的认可，北京、西安两地消费者对生肖文创产品的偏好就展现了这一点。

年货消费趋势的转变，既是对传统文化的传承和发扬，更是人们为满足自身需求而主动选择的结果。一方面，更新、祈吉、庆贺、迎春、团圆、和谐为主旨的春节精神依然积淀延存；另一方面，越来越多的人能够以开放包容的态度接受当代新鲜事物和不同地域文化，使得年货消费展现出差异化、多元化、现代化的新特征。各地不尽相同的年味儿背后，是传统文化在不同层面的差异化呈现，展现了老传统与新变化水乳交融的变化趋势，承载了现代人对传统文化的创意表达和全新阐释。春节传统民俗不断融入现代元素和地域特色，定将绽放出新的色彩。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数



在食品年货消费上，无论是追求健康还是品尝家乡味道，所有消费者都希望有家人的陪伴。对厂商来说，可以以“团圆”为主题，在家乡特产、年货礼品的设计上更多考虑亲情元素，体现人们对家人朋友的牵挂，更好地传递过年的喜悦心情，并有效地拉动消费。

当前，年轻人更喜欢购买“营养健康”类年货，显示出他们希望以健康、舒适的方式度过春节。同时，年轻人也越来越重视服务型消费，更愿意为服务价值买单。对于厂商来说，应当重视年轻人消费需求的变化趋势，为春节消费注入更健康、更环保、更智能的新内涵。

上海与成都：时尚和美食交相辉映

2022年12月份以来，两地消费者购买进口品牌年货商品

金额占比均为30%左右

上海消费者的异地订单(寄出)

113%

迪士尼玲娜贝儿公仔

89%

唐饼家蛋黄酥

76%

葡萄籽胶囊礼盒

成都消费者的异地订单(寄出)

99%

川剧变脸娃娃

张飞牛肉礼包

廖记棒棒鸡

2022年12月份以来鲜花成交额环比增长



东北味道飘香三亚

成交环比增长

东北酸菜 281%

格瓦斯 215%

大连海参 118%

三亚消费市场更加火热

成交环比增长

坚果炒货 336%

牛奶乳品 294%

数码产品 227%

家用电器 131%

运动户外用品 106%

成都消费者成交环比增长



上海消费者成交环比增长



郑州销售增速较快的特色面食品类

成交同比增长

烩面 55%

南阳米线 48%

山药粉条 39%

西安销售增速较快的特色面食品类

成交同比增长

擀面皮 91%

肉夹馍 50%

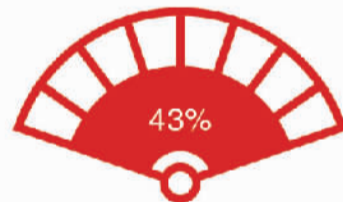
甑糕 45%

西安与郑州：传统味道历久弥新

从不同年龄段消费情况来看



西安36岁至45岁年龄段面食消费最多



郑州26岁至35岁年龄段面食消费最多

南京与广州：春节里的家乡味道

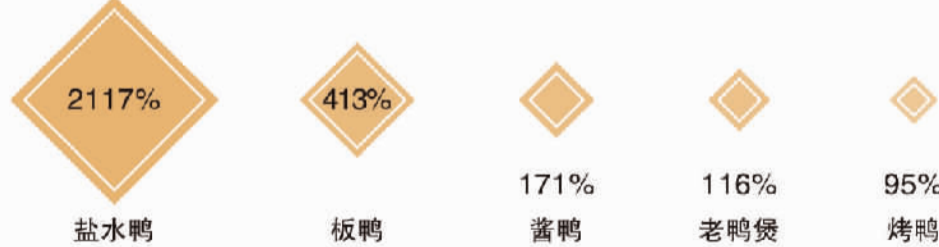
广州消费者“最爱吃鸡”

在所有肉类产品中，广州消费者购买鸡肉的占比达到57.5%



南京消费者“鸭不离手”

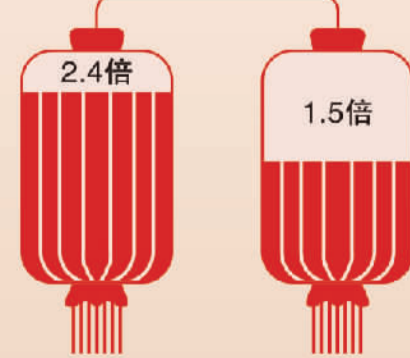
在所有肉类产品中，南京消费者购买鸭肉的占比达到3.5%



北京与西安：古都的年饱含中国风

消费者偏好度是全国平均值

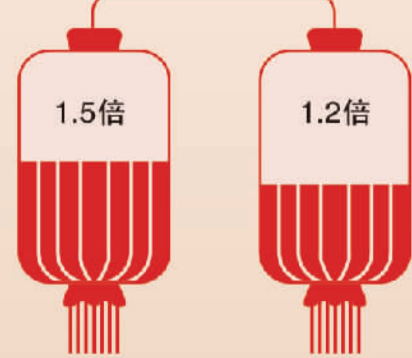
春联年画



北京

西安

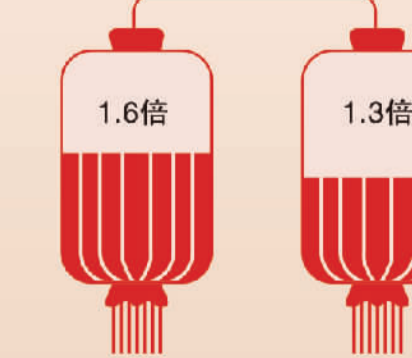
兔年主题服饰



北京

西安

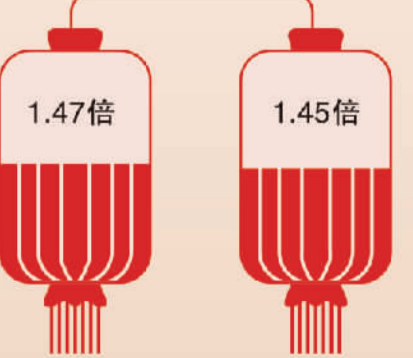
兔年主题家居装饰品



北京

西安

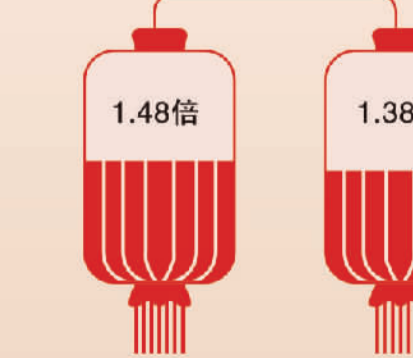
仿古宫灯



北京

西安

仿羊皮灯笼、纯铜大红灯笼



北京

西安



更多内容 扫码观看