

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

生肖元素掀起消费热潮

在文化传承中创新

张艺

十二生肖在我国传统文化中是时间的符号，有着丰富的文化内涵。兔年到来，不管兔年是不是本命年，只要有了兔元素就有了年味。2022年12月份以来，与兔年相关产品消费同比增长了30倍

一方面，生肖文化发源于传统习俗，相关产品更应该与传统文化相融合。特别是每一个生肖都有其独特的文化寓意，寄托着人们对真善美的祝福与期望。以兔年为例，兔在中国神话故事中是长寿、吉祥与福气的象征。2023年，天干为癸，地支为卯，故为癸卯。癸卯五行属木，为祥和温暖之木，饱含鸿运纳福的美好寓意。因此，相关生肖商品要在传统中寻找发展根基、在设计上体现文化底蕴，使得产品与生肖文化充分碰撞，完成生肖符号与实物载体的融合，这样才能在一众商家中脱颖而出，真正抓住生肖经济这个大商机。

另一方面，生肖消费与现代生活又是密切联系的，无论是美观度还是实用性，生肖商品都要符合时代特征，满足消费者持续升级的消费需求。12年一个轮回，每一个兔年都是不同的兔年。因此，生肖产品也要保持创新性、展现实用性，能“蹭”上热度，更要把热度转化为切实的发展动能。例如，生肖文创产品一定是有质感、有温度、有趣味、有故事的，好看、好用且有内涵的，这样才能更好地把生肖文化资源转化成产品，俘获消费者芳心。

总体来看，生肖商品的设计者要以新视角展现和“重塑”十二生肖，不能只是简单地复制粘贴，而是要结合传统与新潮元素，使生肖商品适应当代消费者的偏好，从而唤醒消费者内在精神需求，这或许才是生肖经济实现大好前“兔”的突破口。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

兔元素商品受热捧

兔年到来，不管兔年是不是本命年，只要有了兔元素就有了年味。2022年12月份以来，与兔年相关产品消费同比增长了30倍

含有生肖兔元素商品的人均消费金额占比



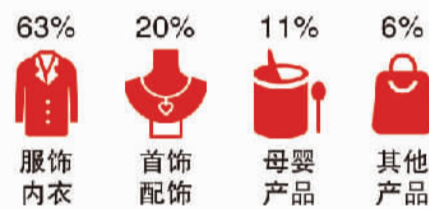
生肖兔元素相关商品偏好度TOP5省份



含有生肖兔元素的消费金额占比



含有生肖兔元素的商品销量占比



含有生肖兔元素商品消费数量TOP5



兔肉偏好度TOP5省份



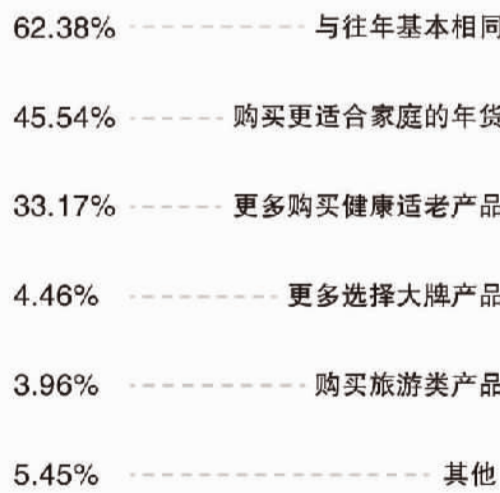
消费者喜爱什么样的年货？

最受欢迎的年货品类 (多选)

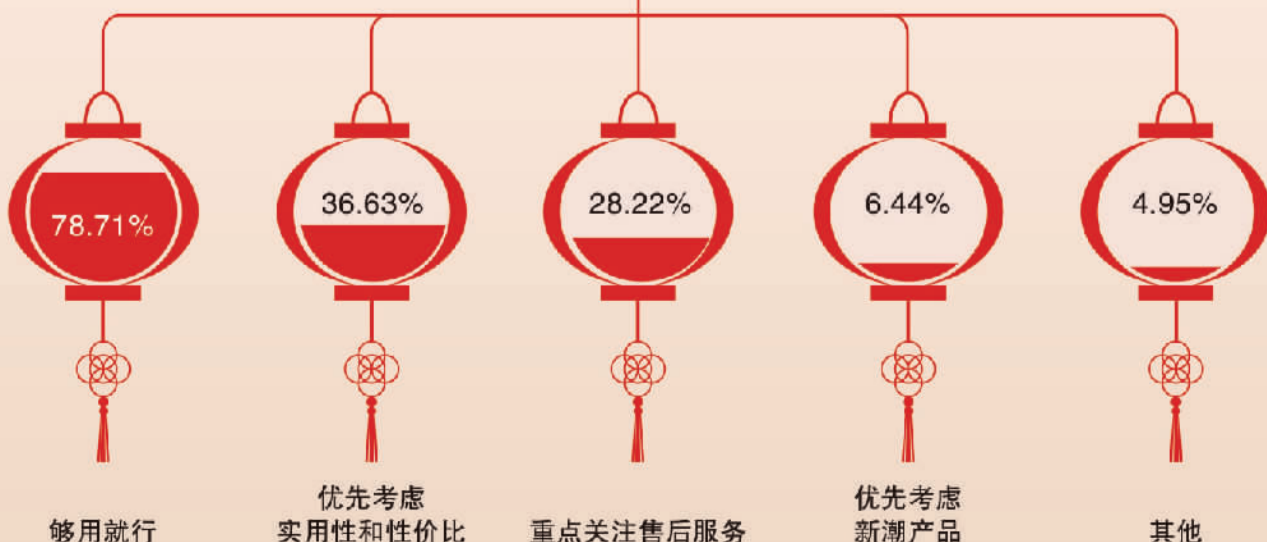


(注：以下数据来源于调查问卷)

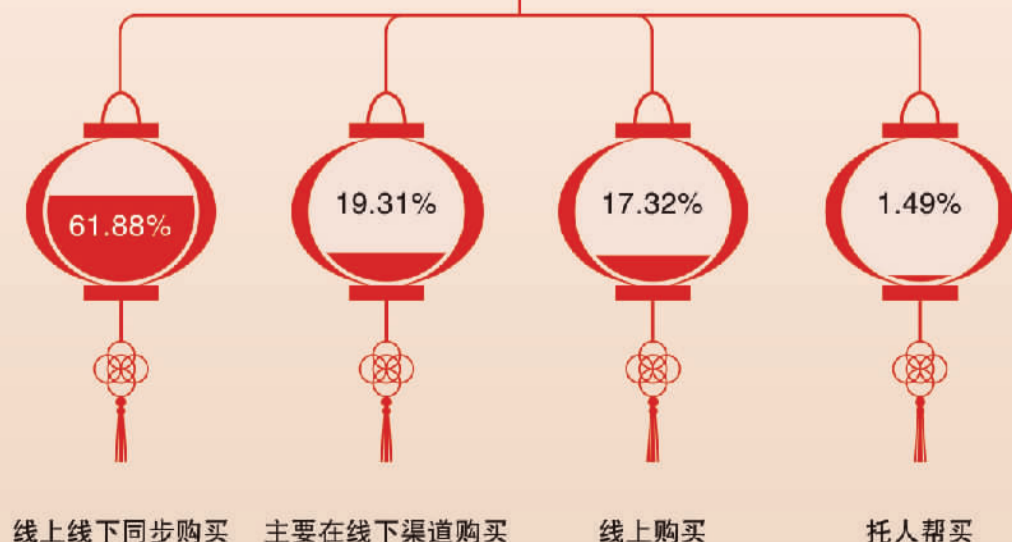
购买的年货与去年比有什么变化 (多选)



购买年货时考虑的因素 (多选)



购买年货的渠道选择



更多内容 扫码观看