

在这里读懂中国消费

网络热词提高细分消费关注度



1 情绪价值

40.9%的消费者愿意为能够提供情绪价值的商品付费

毛绒玩具成交额同比增长超5倍

“禁止蕉绿”水培香蕉成交额同比增长近4倍

潮流玩具成交额同比增长190%



情绪价值

隐藏土特产

即时健身

老少搭子

“隐身”居家服饰

超市盲盒/全家桶

“神兽”来了

身体护理成“刚需”

减法生活

2 隐藏土特产

贵州抹茶搜索量同比增长21倍

黑龙江蔓越莓搜索量同比增长33倍

安徽六安鹅肝搜索量同比增长38倍

3 “隐身”居家服饰

40.9%的消费者青睐一体式保暖内衣或家居服

超2倍

一体式保暖内衣成交额同比增长

超80%

一体式睡衣成交额同比增长

超80%

一体式家居服成交额同比增长

4 老少搭子

银发族与年轻人在更多消费场景产生交集，运动装备、秋冬服饰、美妆产品等关注点高度重合（注：以下为老年人消费数据）

6倍

彩妆体验装成交额同比增长

237%

网球装备成交额同比增长

103%

运动羽绒服成交额同比增长

5 身体护理成“刚需”

65%的消费者认为头部、手部、口腔是“第二张脸”，愿意购买相关护理产品

二硫化硒洗发水成交额同比增长5倍

快速美白牙膏成交额同比增长30%

卫生护理产品成交额同比增长90%

护发精油成交额同比增长51%

6 即时健身

筋膜球搜索量同比增长141%

拉力器搜索量同比增长81%

走步机搜索量同比增长131%

壶铃搜索量同比增长83%

7 “神兽”来了

国学类图书搜索量增长明显，其中《山海经》图书及周边产品搜索量超120万次

8倍

山海经相关服饰搜索量同比增长

3倍

山海经原著搜索量同比增长

2倍

山海经相关漫画搜索量同比增长

8 超市盲盒/全家桶

组合套装类产品总体成交额同比增长超50%

200%

洗护组合套装成交环比增长

180%

啤酒组合套装成交额同比增长

为了让身体、精神、生活全方位减负，许多消费者开启“减法生活”。数据显示，54.7%的消费者在购物时会格外关注“0添加”标签。从消费情况看，0添加产品成交额实现快速增长。其中，0添加调味品、0添加饮料成交额同比增长超10倍，0添加米面粮油、0添加饼干蛋糕成交额同比增长超4倍。

9 减法生活

54.7%的消费者购物时会格外关注“0添加”标签

超10倍

0添加调味品成交额同比增长

超10倍

0添加饮料成交额同比增长

超4倍

0添加米面粮油成交额同比增长

超4倍

0添加饼干蛋糕成交额同比增长

超2倍

0添加坚果蜜饯成交额同比增长

说数

本期点评 曹凤娟

随着社交媒体蓬勃发展，网络热词层出不穷。人们热衷于在社交平台上使用这些词汇表达，这些热词也对人们的消费观念和行为习惯产生影响。

“秋天的第一杯奶茶”冲上热搜，带动全国单日饮品销量创新高；“早C晚A”风靡各“种草”平台，含有维生素C和维生素A及衍生成分的护肤品迎来销售热潮；Citywalk火了之后，冲锋衣、徒步鞋、运动护膝等产品销量快速提升……这些都是网络热词驱动细分领域消费增长的生动案例。

从智能家电到服饰美妆，从健康食品到家居用品，“隐藏土特产”、超市盲盒/全家桶、“隐身”居家服饰等热词带动诸多细分赛道增长。以“隐藏土特产”为例，在今年初网络上掀起的“土特产大摸底”中，全国网友兴致勃勃地发掘出很多让人惊喜连连的家乡隐藏土特产，使得相关产品走进大众视野，推动销售增长。近期，安徽六安鹅肝搜索量同比增长

38倍，黑龙江蔓越莓搜索量同比增长33倍，贵州抹茶搜索量同比增长21倍。还有新疆国产三文鱼、四川雅安鱼子酱、上海崇明岛藏红花等“隐藏款土特产”也被越来越多消费者喜爱和选购。此外，“情绪价值”一词的走红也为相关产品的销售拓展了空间。数据显示，40.9%的消费者愿意为能够提供情绪价值的商品付费，“禁止蕉绿”火了之后，水培香蕉成交额同比大幅增长近4倍。

网络热词驱动相关领域消费快速增长，反映出情感和心理因素对消费行为具有明显影响，体现出消费者对心理舒适度、社会认同以及自我价值实现的追求。面对消费过程中人们对情绪价值、趣味性及互动性的更高需求，商家不仅要敏锐捕捉消费者心理动向和趋势变化、及时调整产品和服务策略，同时也要具备引领风潮的能力，增强商家与消费者之间的互动，从而吸引更多消费者关注。



数据周期：2024年10月14日至11月11日