

在这里读懂中国消费



# 特产年货南来北往走西东

## 地方特产销售特点

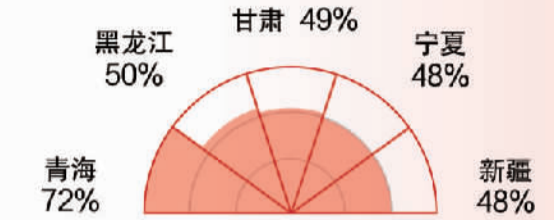
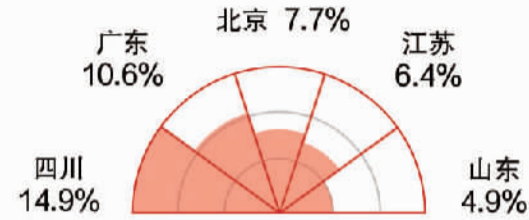
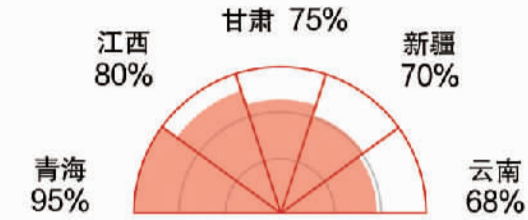
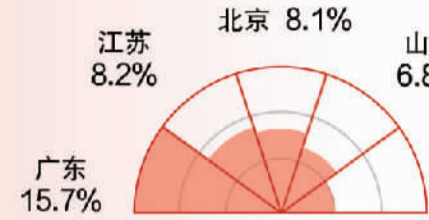
新疆特产

销量占比TOP5省份

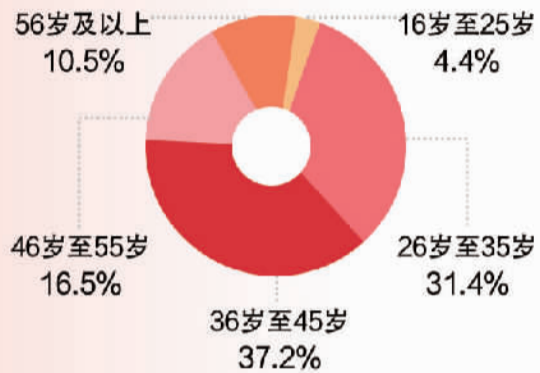
销量同比增长TOP5省份

销量占比TOP5省份

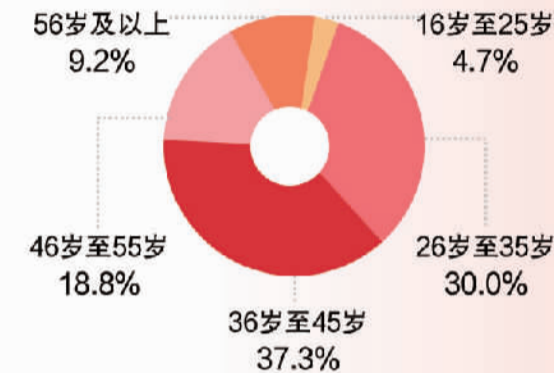
销量同比增长TOP5省份



各年龄段消费者的销量占比分布

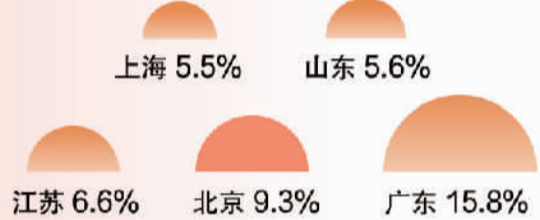


各年龄段消费者的销量占比分布

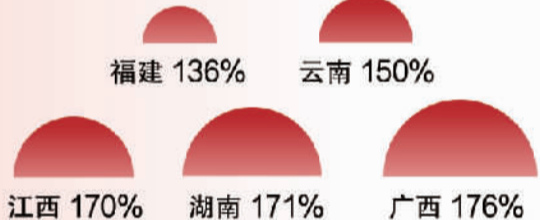


海南特产

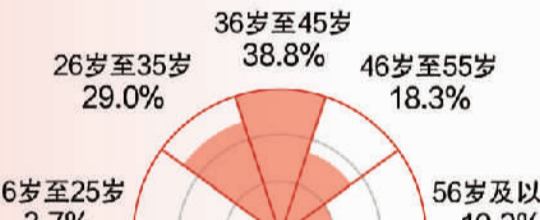
销量占比TOP5省份



销量同比增长TOP5省份

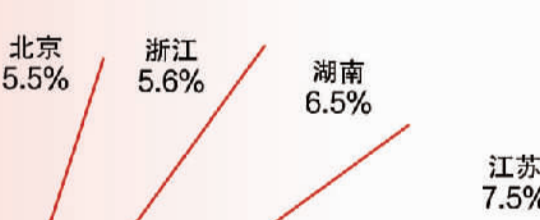


各年龄段消费者的销量占比分布



湖南特产

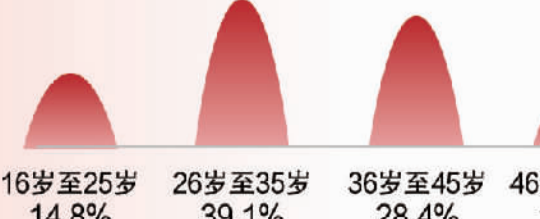
销量占比TOP5省份



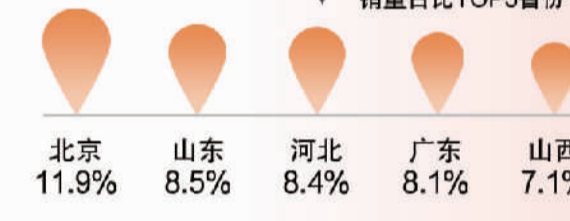
销量同比增长TOP5省份



各年龄段消费者的销量占比分布



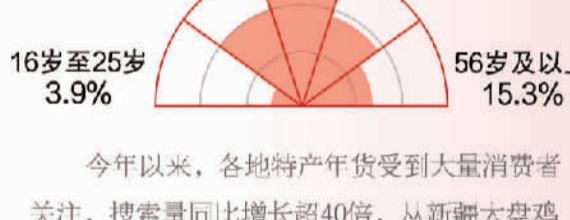
山西特产



销量同比增长TOP5省份



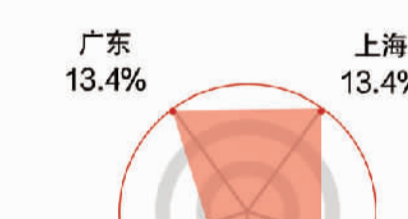
各年龄段消费者的销量占比分布



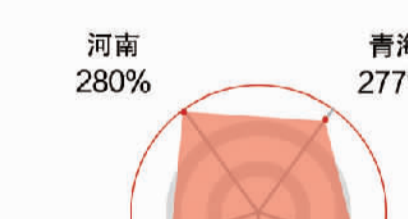
今年以来，各地特产年货受到大量消费者关注，搜索量同比增长超40倍，从新疆大盘鸡到海南文昌鸡，从湖南安化黑茶到上海糕点，东南西北的美食都流动了起来，在春节前形成了独特的年货“大迁徙”风景。

## 上海特产

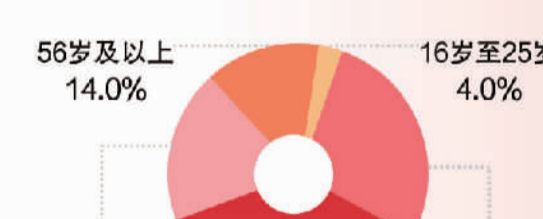
销量占比TOP5省份



销量同比增长TOP5省份



各年龄段消费者的销量占比分布



## 说数

今年年货流动的范围、频次、种类均大大超过往年，地域特色鲜明的产品更受青睐，给消费者新年餐桌增添更多地道年味。各地年货风味虽各异，但中国人的年味儿却相通，地域年货的大规模流动也全面彰显出年货消费市场的巨大潜力。

春节是中国人最重视的传统节日。春节之前，“人未动，年货先行”，身处异地的人们还没有踏上归途，年货已经开始流动。随着年味儿渐浓，各地特产美食受到大量关注，这些流动而又充满新意的物品，承载着人们对新一年的期盼，为“过年”打开了更大的想象空间。

近期，辽宁特产、宁夏特产、贵州特产等热销，占据了年货销量增长排行榜的前三名。辽宁的海鲜、蘑菇、大米和坚果等礼盒深受消费者喜爱；宁夏的枸杞、葡萄酒、滩羊等特产销售快速增长；冬季不“空档”的海南，各类水果礼盒受欢迎；今年阿克苏苹果、葡萄干、巴旦木、烤馍、奶疙瘩、大盘鸡等新疆特产进入很多消费者的年货清单。

随着线上消费体验变得更快更好，越来越多

的县城农村地区居民也品尝到了更多来自全国各地的特产。上海特产在青海的销量同比增长277%，南翔小笼包、大白兔奶糖、高桥松饼以精致的造型与经典的口感，深受西北消费者青睐。山西特产在黑龙江的销量同比增长155%，汾酒、竹叶青酒、老陈醋等为东北“老铁”们增添了更多年味。

除了“南来北往”“东西贯通”，年货也在邻近省份间流动。甘肃人爱买“隔壁”四川的特产，郫县豆瓣、江油肥肠各有各的滋味，却都对上了甘肃消费者的口味。广西与海南邻近，广西人买走了更多海南特产，兴隆咖啡、椰子糕，都是阳光海滩的味道。邻近省份的人们口味相近又不完全相同，消费者在年货的选择上，也倾向于这种“和而不同”。



数据周期: 2025年1月1日至1月12日