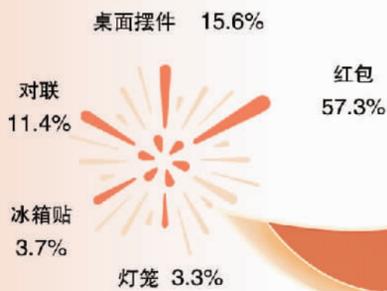


在这里读懂中国消费

# 国潮创新精彩纷呈

## 1 国潮元素家居饰品消费

销量占比TOP5产品

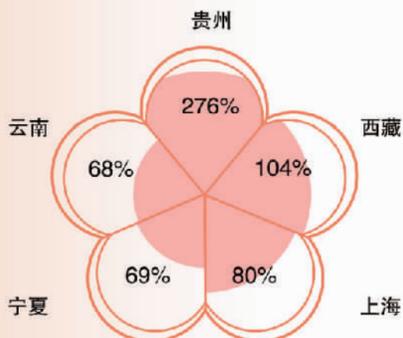


消费者年龄分布(销量占比)



国潮消费的触角已深入消费市场的方方面面，从文化娱乐到吃穿住行，都有国潮产品的身影。从搜索热度来看，“国潮”关联搜索量同比增长225%，羽绒服、汉服、口红、文具、伴手礼等国潮产品受到更多消费者关注。

销量同比增长较快省份



## 2 国潮产品关注热度提升

搜索量增长较快的“国潮”关键词



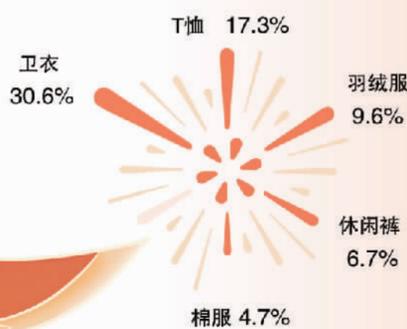
国潮产品销售TOP10品类(销量占比)



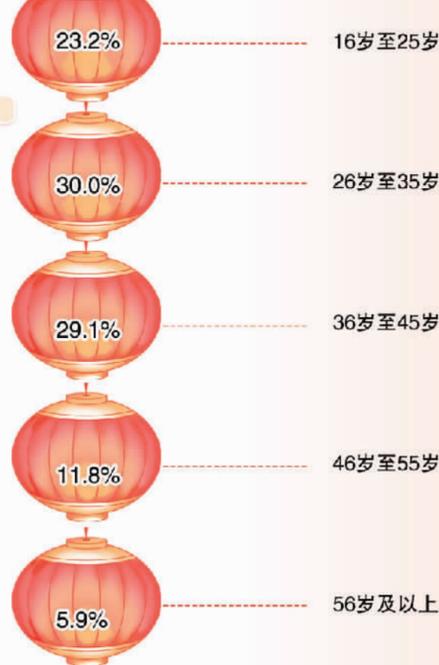
“国潮”关联搜索量同比增长225%

## 3 国潮元素服饰内衣消费

销量占比TOP5产品



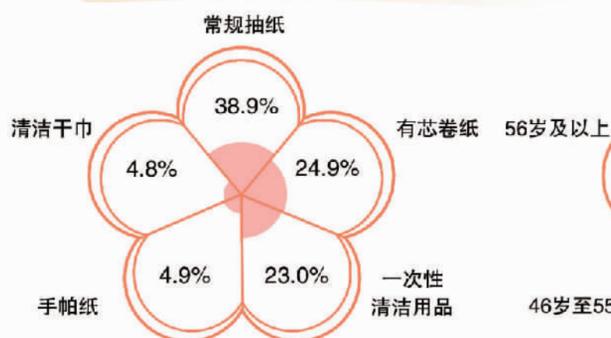
消费者年龄分布(销量占比)



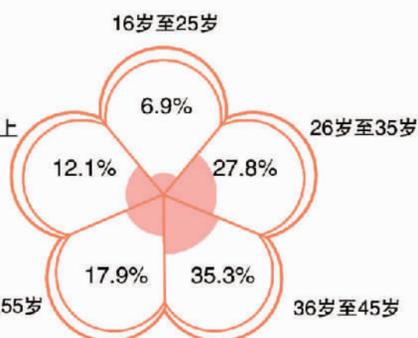
从购买国潮产品的人群特征看，“80后”“90后”消费群体是主力，该群体对国潮文化有着更高的认同感，愿意为具有中国特色和文化内涵的产品买单。另外，“00后”在国潮消费中占据较高份额，该群体更注重产品的个性化和时尚感，追求独特设计和潮流元素。

## 4 国潮元素家清纸品消费

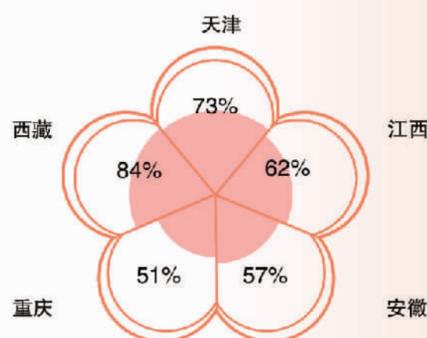
销量占比TOP5产品



消费者年龄分布(销量占比)



销量同比增长较快省份



销量同比增长较快省份



### 说数

“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录，这一中华民族的文化瑰宝申遗成功，彰显了中华文化的独特魅力和深厚底蕴。同时，申遗成功也进一步提升了大众对国潮文化的认同感，激发了国潮消费的热情。

从消费品类看，具有国潮元素的家居饰品、服饰内衣等产品备受消费者青睐。其中，家居饰品是消费者最爱买的品类。春节期间，国潮元素家居饰品深受年轻人喜爱，桌面摆件、对联、冰箱贴、灯笼等小物件持续热销。

从地域分布看，国潮家居饰品在西部省份的销量同比增长较快。贵州以276%的销量增长位居首位，西藏、宁夏、云南等省份的国潮家居饰品销量也有明显增长。

生肖外套、国风套装成为这个春节的穿搭时

尚。在具有国潮元素的服饰内衣产品消费上，销量占比最高的是卫衣，其次是T恤、羽绒服、休闲裤和棉服。得益于日益便捷的网络购物系统，西藏、天津、江西、安徽、重庆等国潮服饰的消费上均有较快增长。同时，越来越多的国潮元素出现在日用家清产品的包装上，作为隐藏在生活中的小细节，不经意间烘托出满满的年味，受到全国各地消费者欢迎——国潮元素日用家清产品在北京、上海、海南等地的销量同比增长均超过190%，湖北、甘肃等地的销量同比增长也超过150%。

春节体现了传统与现代的交织，人们除了用贴年画、看戏曲、买绣品等古朴的方式承载年俗外，也通过购买具有国潮元素的产品来拉满春节氛围感。活力四射的春节假期消费市场，既彰显着我国超大规模市场的巨大潜力，更折射出经济高质量发展的强劲动能。

董菲



更多内容 扫码观看

数据周期: 2025年1月