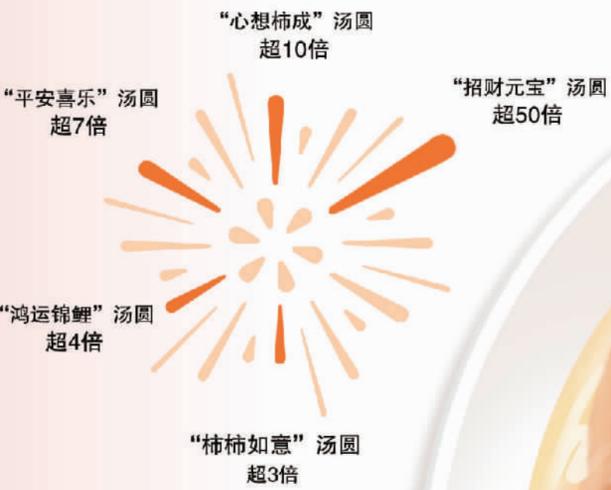


在这里读懂中国消费

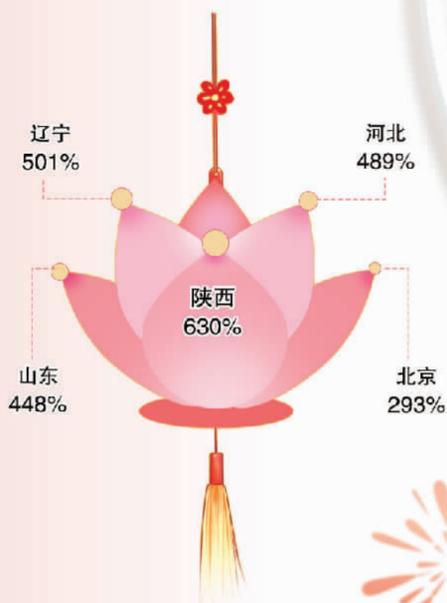
汤圆推陈出新寓意美好

1 销售热度

具有美好寓意的汤圆销量环比增长



新式汤圆销量环比增长较快省份
美好寓意汤圆销量环比增长



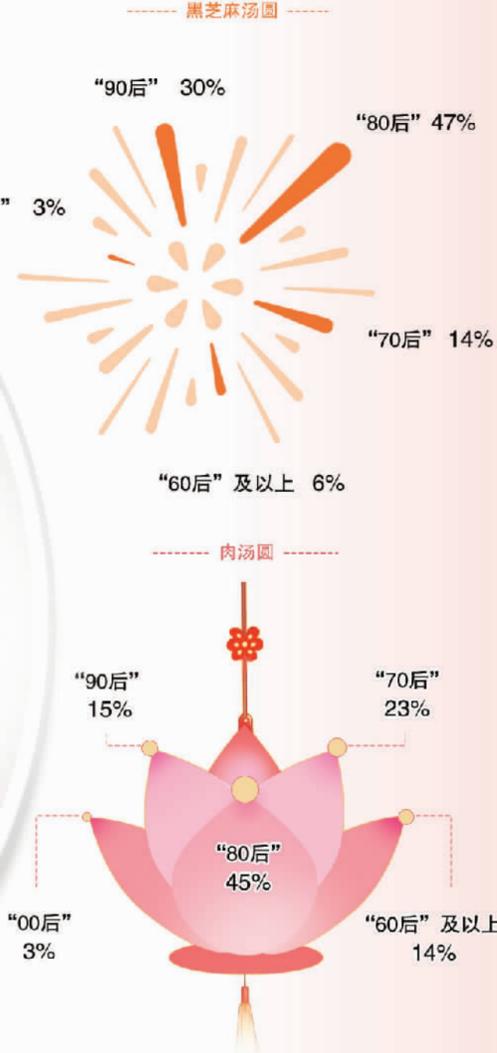
2 甜咸汤圆消费对比

甜汤圆与咸汤圆的销量占比



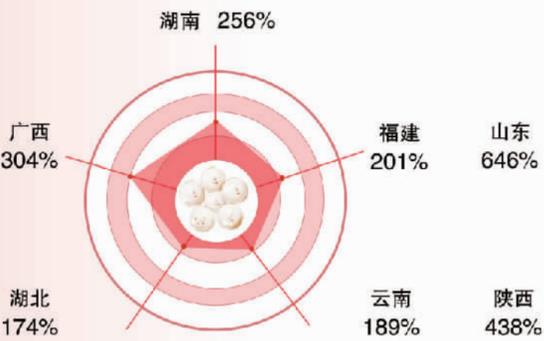
销售热度

甜咸汤圆典型口味年龄分布

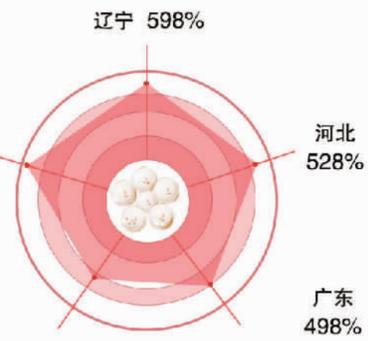


从销量占比看，甜汤圆占比达七成，力压咸汤圆成为“销量王”。此外，新口味汤圆、新造型汤圆、“美好寓意汤圆”等新产品持续热销，展现了消费者对新事物的接受程度不断提高。

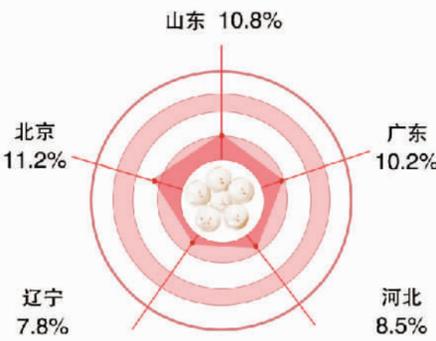
新口味汤圆销量环比增长



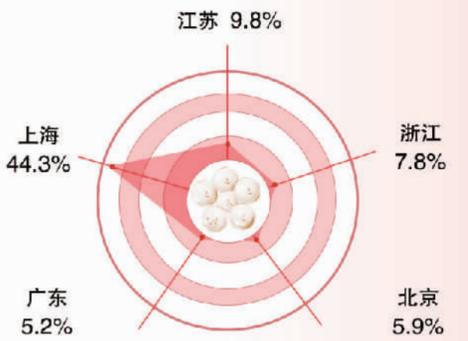
IP造型联名汤圆销量环比增长



黑芝麻汤圆销量占比TOP5省份



肉汤圆销量占比TOP5省份



3 搜索热度

汤圆搜索量是元宵的5.5倍，是饺子的11.5倍

元宵节期间，汤圆这一传统美食再次成为市场焦点，“南咸北甜”的汤圆口味格局依然持续，北方人整体偏好甜味汤圆，江苏、浙江、上海、广东等南方省份的消费者更青睐咸味汤圆。

受消费者关注的新式汤圆



说数

汤圆作为元宵节的应景美食，代表着团团圆圆、阖家欢乐。今年元宵节期间，传递好寓意成为汤圆类食品消费的重点。数据显示，在新式汤圆搜索热度前10名中，有一半有好的寓意，另一半则是在馅料配方上有所创新的口味。

汤圆不仅是一种传统美食，更是一种情感寄托，满足了消费者对美好生活的期待。从产品看，“柿柿如意”汤圆、“心想柿成”汤圆等寓意吉祥的产品受到消费者喜爱。2月以来，“招财元宝”汤圆销量环比增长超50倍，“心想柿成”汤圆销量环比增长超10倍，“平安喜乐”汤圆销量环比增长超7倍。

从关注度看，汤圆站上元宵节美食“C位”，搜索量分别是元宵的5.5倍和饺子的11.5倍，这在很大程度上得益于近年来汤圆产品不断在形式和口味上推陈出新，迎合了越来越多年轻人的需求。今年上市的汤圆除了黑芝麻、红豆沙等传统口味外，

还增加了许多新奇口味的汤圆，如腐乳奶黄流心汤圆、龙井茶汤圆、白桃乌龙茶汤圆等。新口味不仅满足了消费者对新鲜感的追求，也吸引了更多年轻消费者。

不同地域、不同年龄的消费者对于汤圆口味的偏好呈现出较大差异。甜汤圆的代表黑芝麻汤圆在北京、山东、广东、河北、辽宁的销量占比最高，咸汤圆的代表肉汤圆在上海、江苏、浙江、北京、广东的销量占比最高。可以看出，消费者的口味虽然依旧呈现出“南咸北甜”的整体格局，但在广东、北京等省份，“甜咸融合”的趋势也非常明显。

从甜咸口味的融合创新，到更加强调美好寓意，再到以多种玩法实现“出圈”，汤圆不仅满足了味蕾的需求，更成为情感与文化传承的载体。一碗热气腾腾的汤圆，馅料不同、口味各异，都承载着人们对家庭团圆、生活美满的祝愿。



数据周期：2025年2月1日至2月9日

更多内容 扫码观看