在这里读懂中国消费

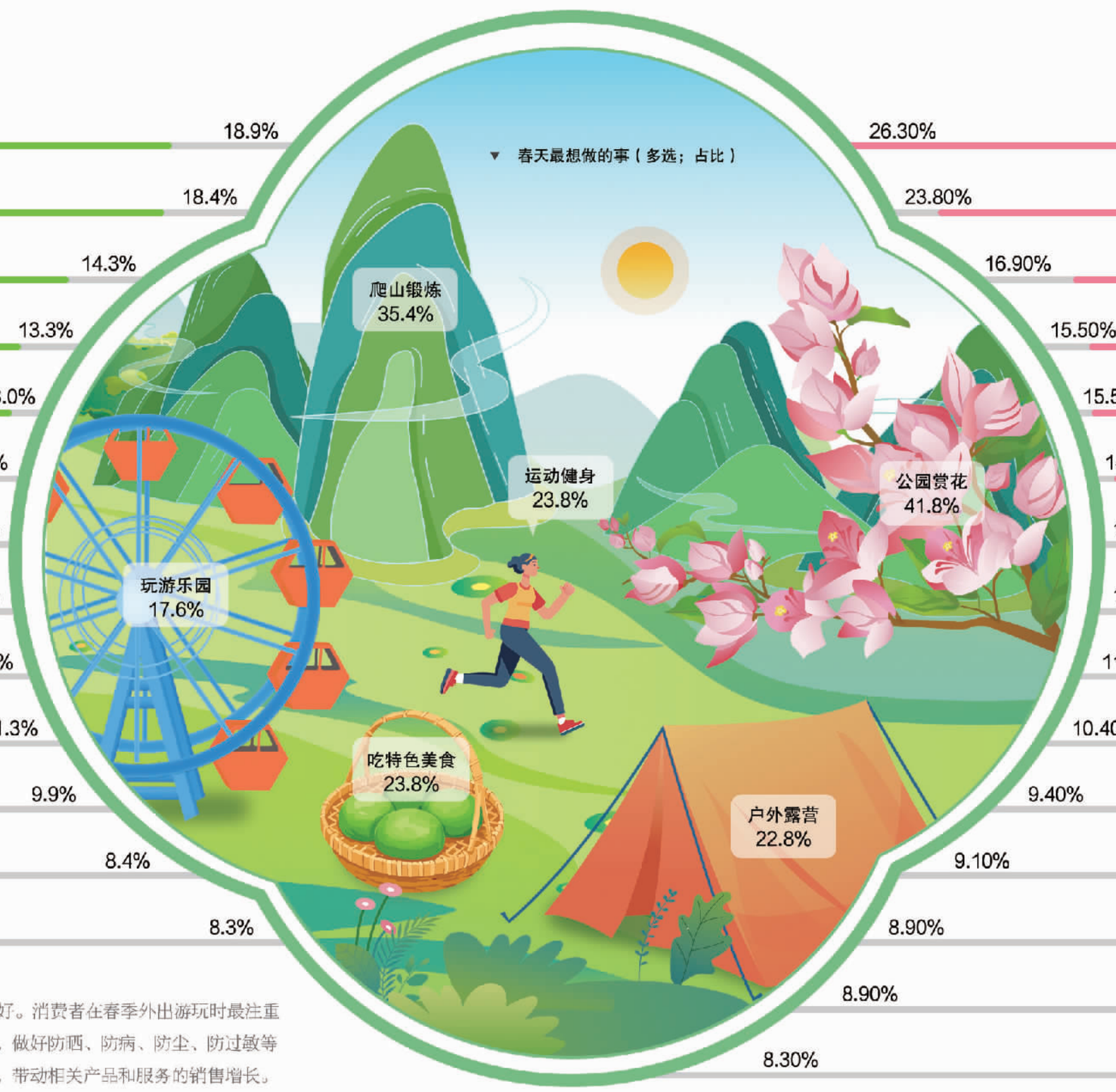
春日经济提振消费需求

走，去爬山

▼ 最想爬哪座山（多选；占比）

黄山	18.9%
长城	18.4%
泰山	14.3%
庐山	13.3%
普陀山	13.0%
青城山	12.8%
峨眉山	12.2%
老君山	12.2%
五台山	11.7%
莫干山	11.3%
九华山	9.9%
井冈山	8.4%
雁荡山	8.3%

▼ 春天最想做的事（多选；占比）



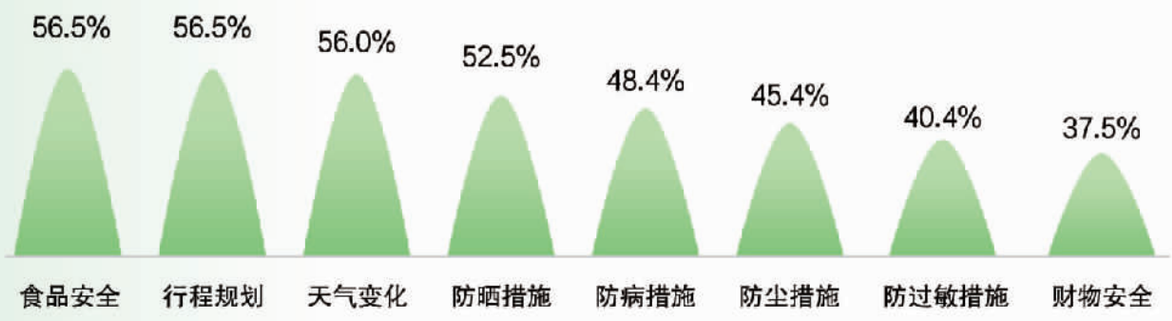
走，去赏花

▼ 最想去哪些地方看花（多选；占比）

杭州西湖看桃花	26.30%
武汉大学看樱花	23.80%
江西婺源篁岭景区看油菜花	16.90%
北京国家植物园看桃花	15.50%
无锡太湖鼋头渚风景区看樱花	15.50%
北京中山公园看郁金香	14.80%
北京陶然亭公园看海棠花	14.20%
新疆伊犁杏花沟看杏花	12.90%
重庆酉阳桃花源看桃花	11.10%
西藏林芝桃花沟看桃花	10.40%
贵州百里杜鹃风景名胜区看杜鹃花	9.40%
贵州平坝看樱花	9.10%
北京智化寺看梨花	8.90%
江苏兴化千垛景区看油菜花	8.90%
云南罗平看油菜花	8.30%

平安健康出行才能享受春天的美好。消费者在春季外出游玩时最注重行程规划和食品安全。关注天气变化，做好防晒、防病、防尘、防过敏等预防性措施也被列入出行事项的重点，带动相关产品和服务的销售增长。

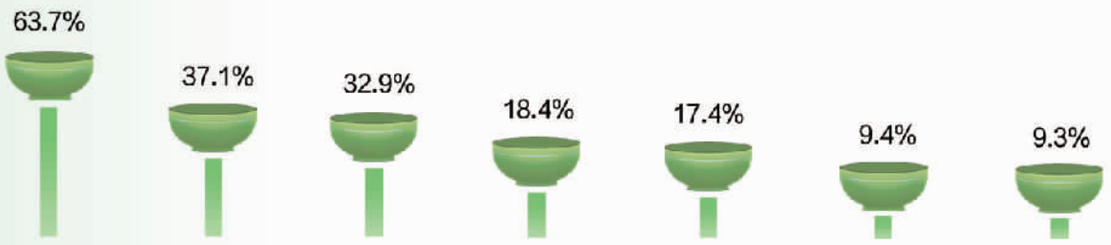
▼ 出游时会重点关注哪些因素（多选；占比）



▼ 更倾向何种形式看花（多选；占比）

走，品美食

▼ 消费者最喜欢的春季传统美食（多选；占比）

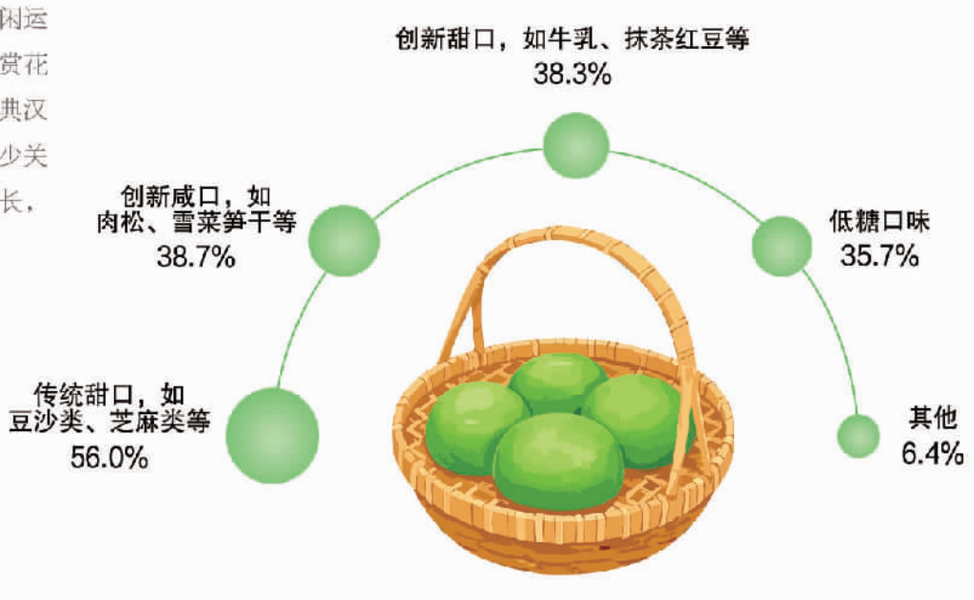


▼ 看花时倾向哪种穿搭风格（多选；占比）

多样的穿搭风格为消费者的春日出行增添了不少亮色。其中，休闲运动风和舒适自在风穿搭最受出游赏花的消费者喜爱，时尚潮流风、古典汉服风等适合拍照的风格也收获不少关注。消费者对各类服饰的需求增长，助力春日经济升温。

更多内容 扫码观看

▼ 消费者喜爱的青团口味（多选；占比）



说数

□ 朱双健

春风拂过，大地不断焕发生机的同时，消费市场也迎来新变化。生机盎然的春景加上适宜的气温，让赏花踏青、爬山锻炼等活动成为年轻人追求春日仪式感的热门选择。人们出行愿望增强、多元消费场景融合焕新，春日经济不断释放新活力。

赏花和踏青是每年春季的热门活动。调查显示，在最想去的赏花地点选择中，杭州西湖看桃花、武汉大学看樱花、江西婺源篁岭景区看油菜花位列前三。与其说是各具特色的花海吸引了游客，不如说是文化IP给春花赋予了灵魂。西湖承载着的浪漫情景，武大樱花与学术殿堂的气质交融以及江西婺源徽派建筑的符号，赋予赏花超越视觉的意义。除了在公园景区赏花，露营赏花、骑行花海、夜游花海等多元场景的赏花需求也不断提升。

春季是适宜开展户外运动的时节，“上春山”是户外爱好者拥抱春天的首选。登山、徒步、露营等活动备受追捧。年轻人带着相机、帐篷和美食，踏上探索自然的旅程。他们不仅享受运动带来的快乐，更在山水间寻找心灵的宁静与自由。随着“上春山”的火热，相关装备和产品的销量也大幅增长，户外品牌纷纷推出春季新品，满足消费者的多元化需求。

尝鲜时令美味也是春季出游必不可少的一部分。在消费者最喜欢的春季传统美食中，青团以63.7%的占比高居第一名。春笋、香椿、马兰头等春菜也是不少美食爱好者的“心头好”。

春日经济不仅是自然与文化的盛宴，更是消费趋势的重要体现。各地要充分调研消费者新需求，针对性升级基础设施和更新消费场景，深入挖掘本地文化、历史、自然等资源，打造多样化的消费场景和业态，更好将春日流量转化成经济效益。

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚