



鸡年大吉！



新春快乐！

# 大数据呈现：一个浓浓年味里的中国

——2017年中国年货大数据报告（简洁版）



联合出品

Alibaba Group  
阿里巴巴集团

dt 第一财经数据新媒体

CBNData  
第一财经商业数据中心

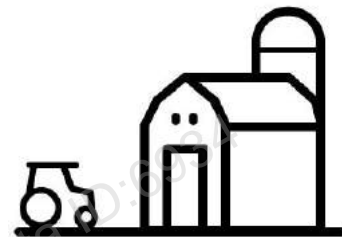
## 热闹年货节：土味畅销、年货升级



天猫引领消费升级，卖出超过**3.8亿**件商品，日均成交同比去年增长**42%**。



淘宝年味儿百货成交同比去年增长**36%**，淘宝年货大街仅3天就涌入**千万人**，平均每人逛店5家，上千家专家型、手艺型、农人型特色店铺涌现。



全国**2.8**万个村的村民通过农村淘宝置办年货，农村淘宝精选的**200种**土货，吸引了**365个**城市的消费者抢购，最远卖到美国、英国、澳大利亚等国家。



# 年味里的人

- 2017年年货节，城市消费者消费额占比超过八成，农村占比达到17%，较去年有所上升。
- 通过手机下单囤年货的交易占比超过八成，便捷的移动端已成为大部分人剁手年货的习惯性姿势。

图 农村消费者成交占比

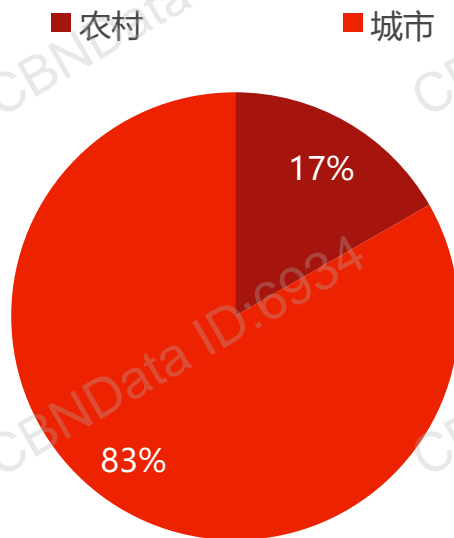
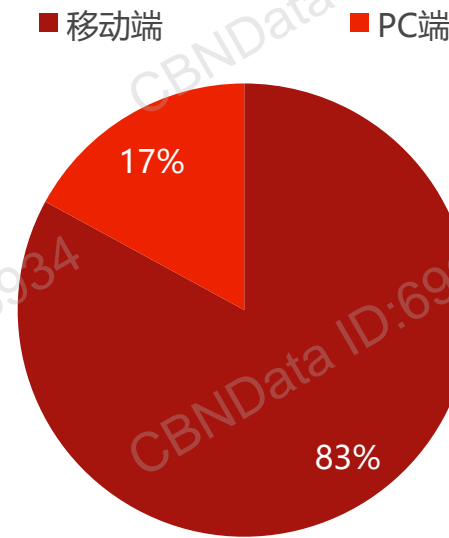


图 移动端成交占比



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

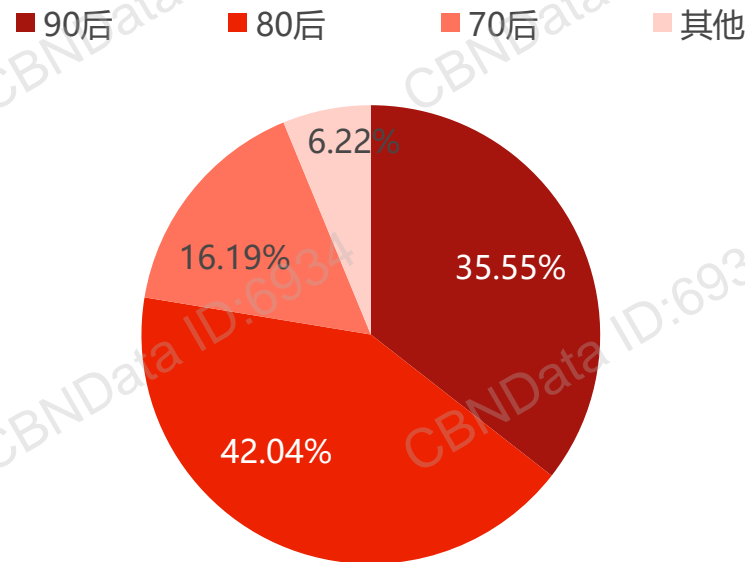
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 80后、90后引领年货消费

- 整体来看，80、90后这批新中产已成为线上囤货的主力，其消费金额占到总量的近80%。
- 从消费偏好上看，更年轻的90后们购买服装和美妆占比最多；相比，80后更偏重家庭消费，电器、居家用品、食品开支比重高于90后，与70后相当。另外，80后的母婴用品消费尤为强劲。

图 各年龄段买家消费金额占比



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

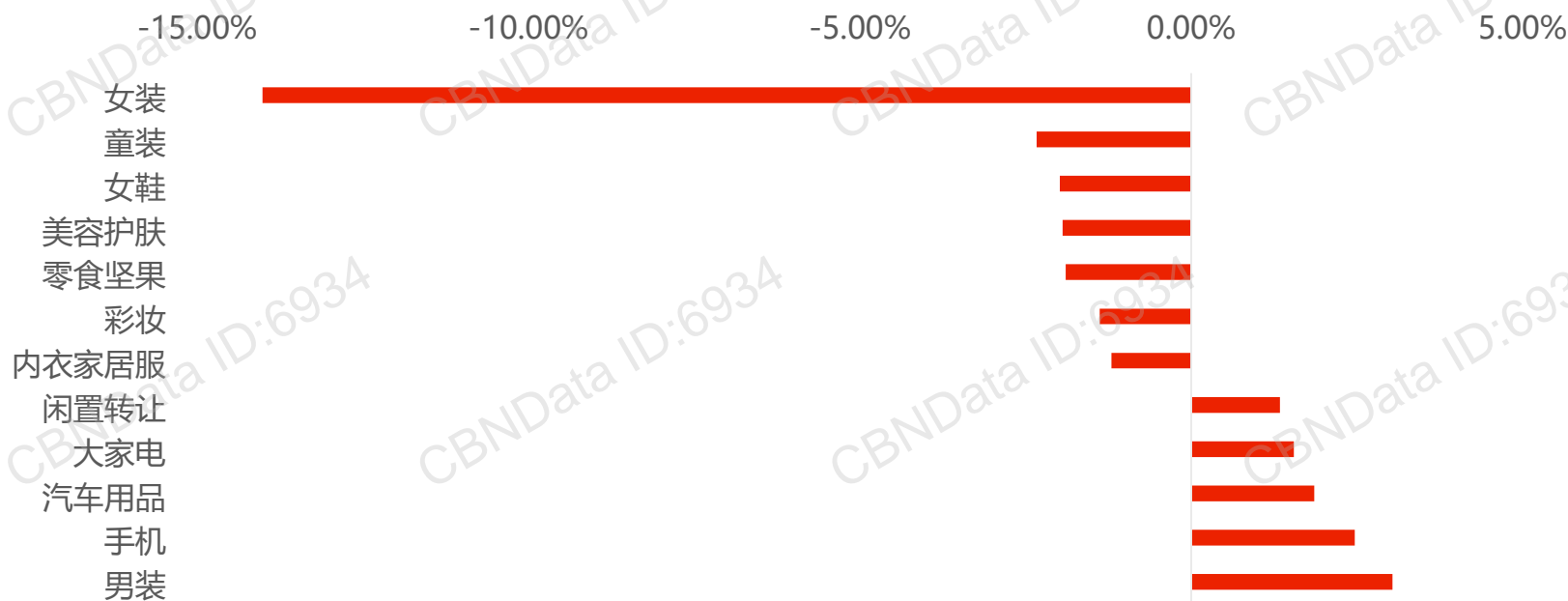




# 年货这件事儿：女主“细软”、男主“硬装”

- 无论男性女性，过年买新衣、美美地过年都是通理。
- 女性不仅大量购买护肤、彩妆品自用外，还为家人添置新衣（童装、家居服）等细软物品；男性则更爱买大家电、汽车用品等“硬装”，为住宅和爱车换新。

图 男女对不同品类商品的消费差异



注：消费差异=男性消费金额占比-女性消费金额占比，负值绝对值越大代表女性偏好度高，正值越大代表男性偏好度越高。

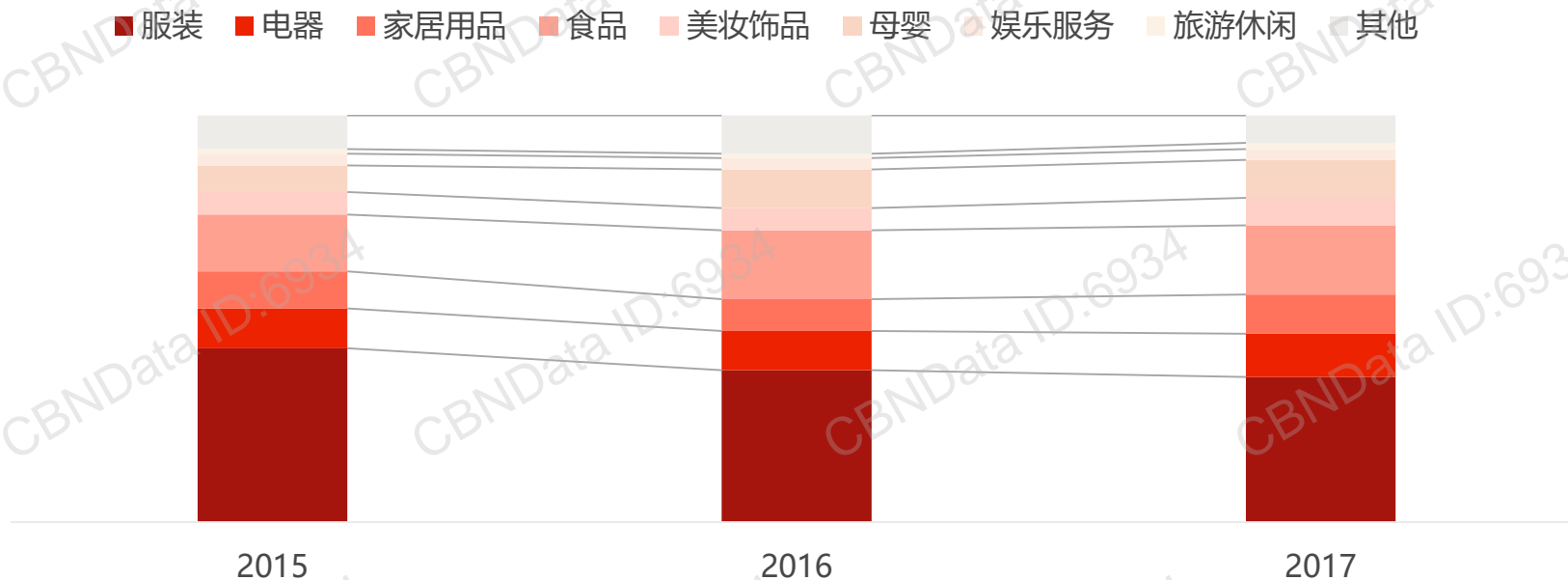
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 年货总概览：除了吃，美妆、家居用品份额增长迅速

- 随着消费者线上购物观念的成熟，年货消费品类结构也随之变化。服装作为年货中规模最大的品类，其份额在近三年不断减少。
- 食品、美妆饰品、母婴、旅游休闲等体现生活品质的领域，近三年的占比规模明显扩大。

图 年货消费结构变迁



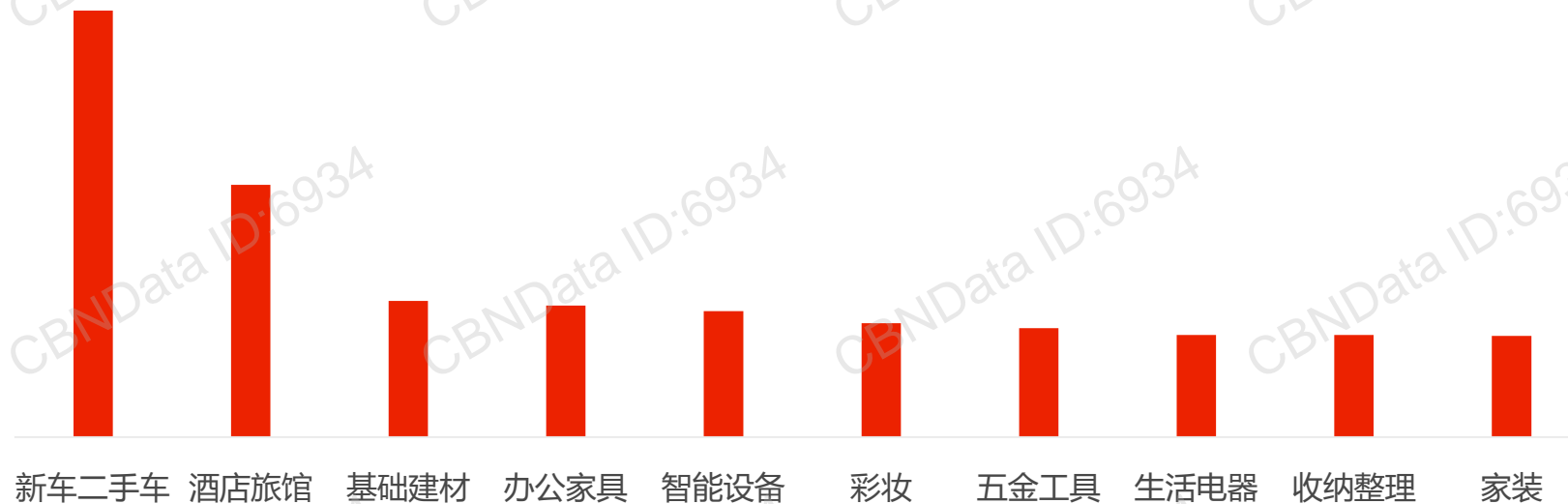
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 最IN年货：网上买车、酒店预订增速最快

- 随着电商渠道的渗透和消费者网购习惯的养成，汽车、基建材料、家具、家装等大物件成为人们在网上喜闻乐见的年货商品，其销售额占比较去年增长迅猛。
- 同时，智能设备，以及酒店预订所代表的旅游过年方式，体现了消费升级大潮下，人们对生活品质的不断追求。

图 2017年销售额占比增速最快的十大年货



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 东部沿海城市的年货节买卖最热闹

年货收货地排行	年货发货地排行
上海	广州
北京	金华
深圳	上海
广州	深圳
杭州	杭州
苏州	北京
重庆	苏州
成都	温州
东莞	嘉兴
天津	泉州

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

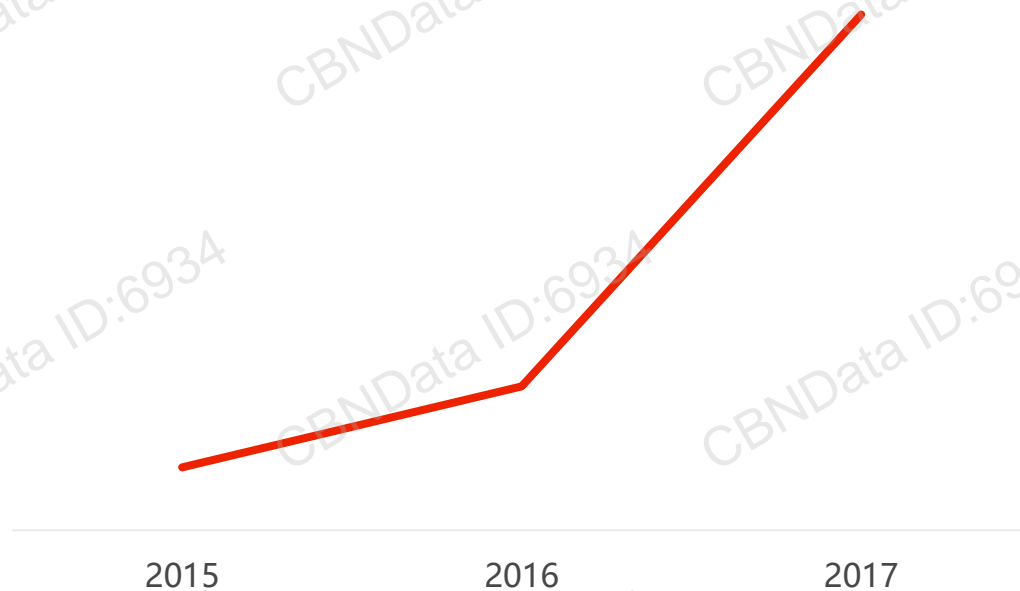




# 空气净化器：为了迎接一个空气清新的春节

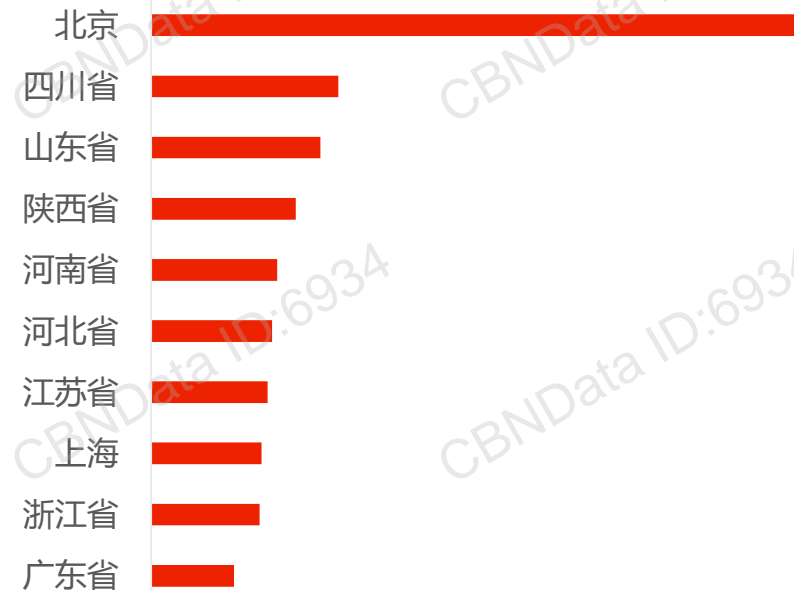
- 空气净化器今年的突然走红背后，其实是消费者难以承受的“霾痛”，而新年购买空气净化器的多为70、80后。
- 反观这份空气净化器消费排行，几乎等同于观摩一份中国空气质量报告。

图 空气净化器近三年年货节消费趋势



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 空气净化器消费金额前十省份



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 空气净化器，隔开了秦岭淮河

- 无论南方北方，各种冬装是大家最常规的年货。
- 而由于北方更严峻的雾霾和空气问题，空气净化器近年也成为当地人的必买年货。其中，尤其是包括京津冀在内的华北地区（见下图线标记区域），成为北方空气净化器的购买主力。

图 中国南北方年货地图

## 南北方共同年货

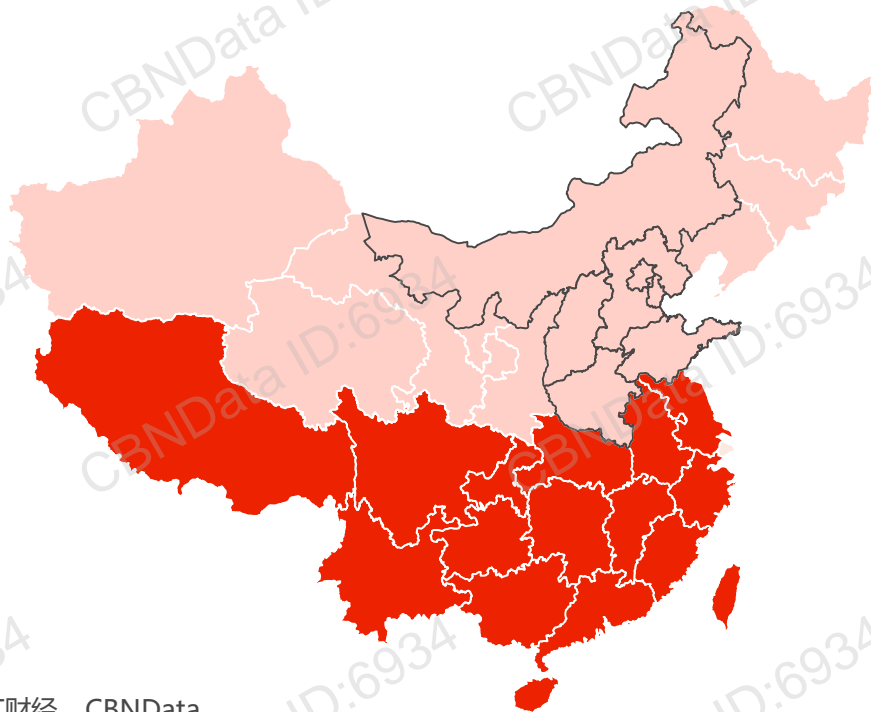
手机  
羽绒服  
毛呢外套  
连衣裙  
低帮鞋  
靴子  
休闲裤  
毛衣

## 北方还有

空气净化器  
皮草

## 南方还有

牛仔裤  
棉衣



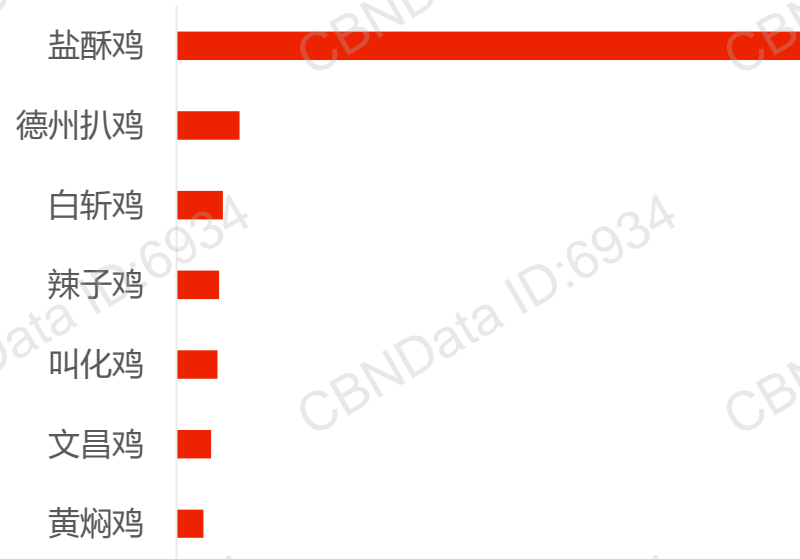
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 鸡年说鸡：盐酥鸡和清远鸡在鸡年最受宠

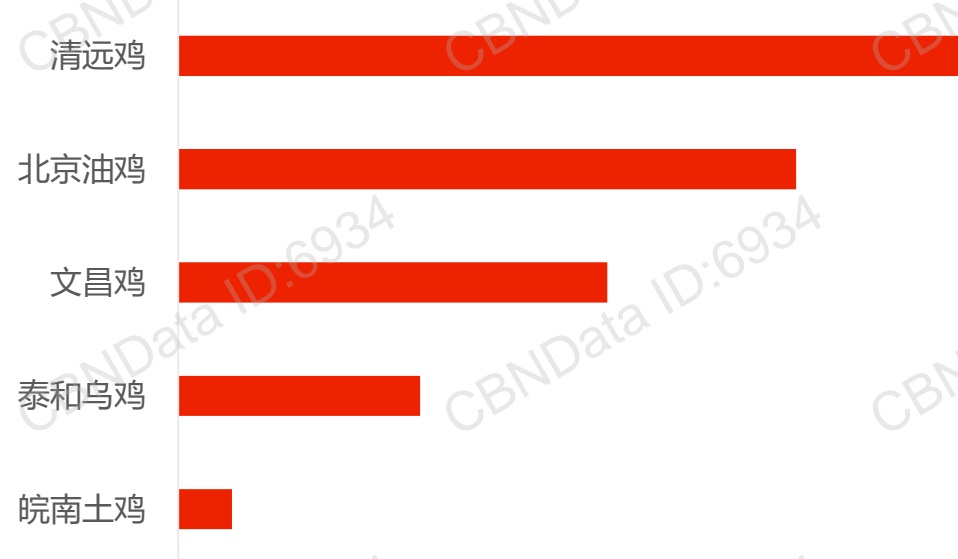
- 俗话说，“无鸡不成宴”，人们的年夜饭中自然也少不了各种口味和做法的鸡。
- 从熟食鸡来看，偏小食的盐酥鸡销量遥遥领先，其次是山东特产德州扒鸡。产于广东、适合煲汤的清远鸡则是生鸡销量中的战斗鸡。

图 熟食鸡销售排行



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 生鸡销售排行



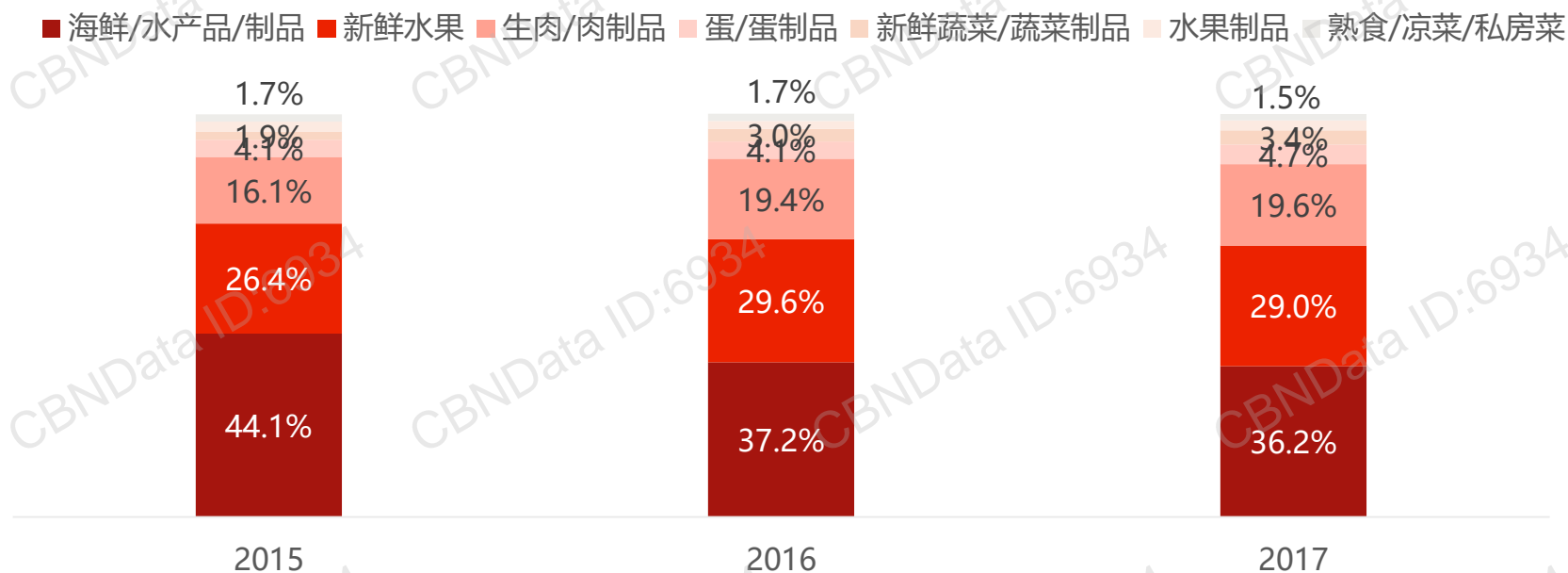
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 年夜饭里的中国地图：寻找你的家乡味

- 年夜饭，是一顿13亿人一年之中难得同时共享的晚餐。
- 随着网购的愈发便利，如今人们在线上采购生鲜的偏好逐渐强烈：生肉、蛋制品和新鲜蔬菜等生鲜食材在年夜饭食材采购中的占比逐年提升。熟食凉菜作为年夜饭不可缺的配角，也依然是大家喜爱的食材。

图 生鲜熟食销售额占比



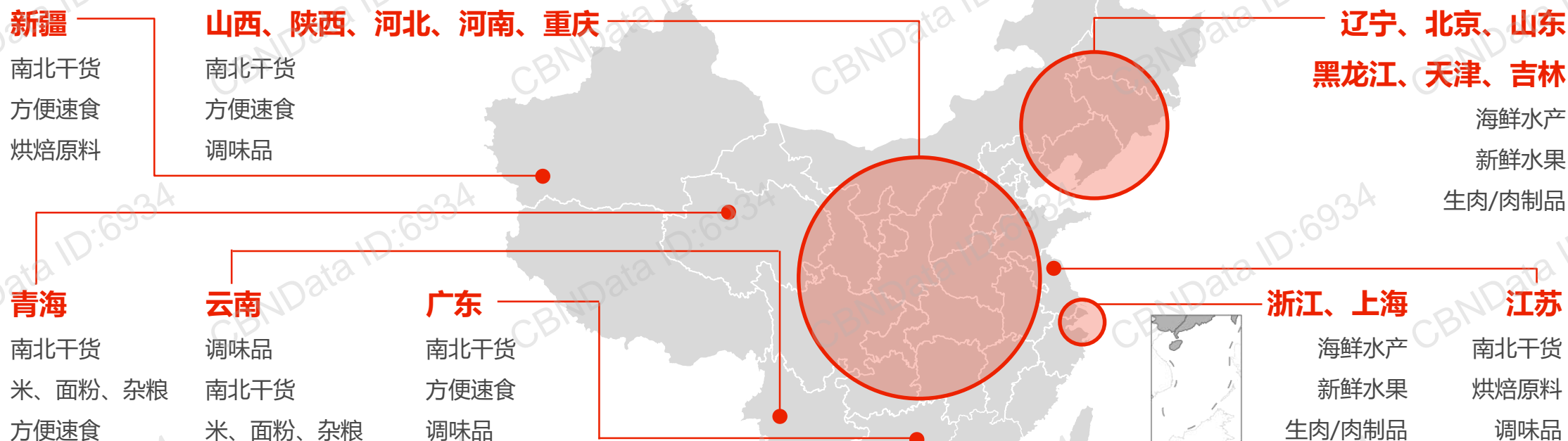
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 亿桌饭，一个年

- 这顿难得和家人团聚共享的年夜饭，某种程度上也是游子们奔波旅途回到家的意义所在。不管漂泊在哪儿、漂泊了多久，关于家乡的年夜饭味儿总是熟悉而独特的。
- 从全国各地年夜饭食材的偏好来看，东部、北方省份多偏爱生鲜食材，西部省份则以南北干货、米面杂粮仍为主。

图 食材偏好地图



注：当该省某品类消费金额占比/全国某品类消费金额占比>1时，表示该省对该品类具有偏好。

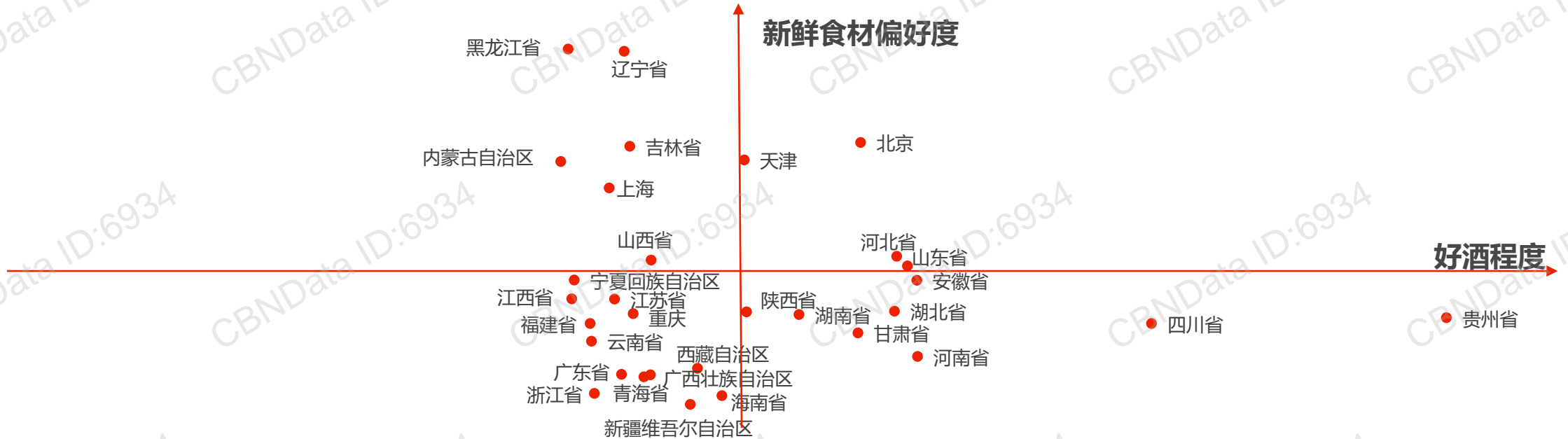
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData





# 贵州、四川人民最好酒，东北人对生鲜爱不释手

- 在偏爱新鲜食材的省份中，尤以东北等北方省份偏好程度较为显著。
- 酒在年夜饭里同样扮演着重要的角色。作为茅台之乡和五粮液等名酒产地，贵州和四川的消费者的好酒程度显著高于其他省份。



注：新鲜食材偏好度=各省生鲜消费金额与各省干货消费金额之比；好酒程度=各省酒类消费金额占各省食品消费金额的比例。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

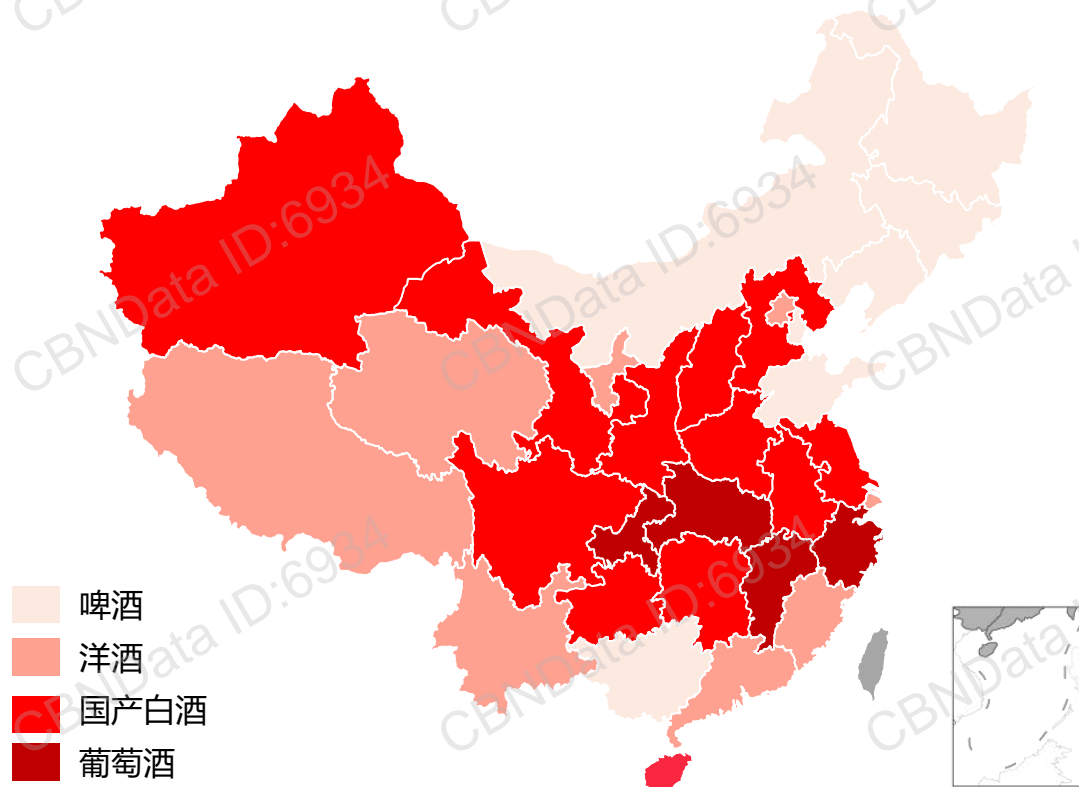


## 中部爱喝白的，东北爱喝啤的

- 酒在春节期间一直扮演着重要的角色，它是年夜饭里最浓郁的年味，也是最能调动餐桌气氛的道具。
- 白酒通常出现在重要的宴会场合，这顿难得的年夜饭自然配得上它如此仪式感的出场。从各省份对不同类型酒的偏好来看，最具中国特色的国产白酒征服了从西到东的多个省份。
- 除此之外，山东、北京以及东北等豪爽省份则偏爱适宜畅饮的啤酒。
- 位居东南地区的广东、福建等省份相对偏好洋酒，浙江、江西等省份则热衷于颇有情调的葡萄酒。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 各省份酒类偏好



注：酒类偏好=各省某类酒消费金额占比/全国该类酒消费金额占比。

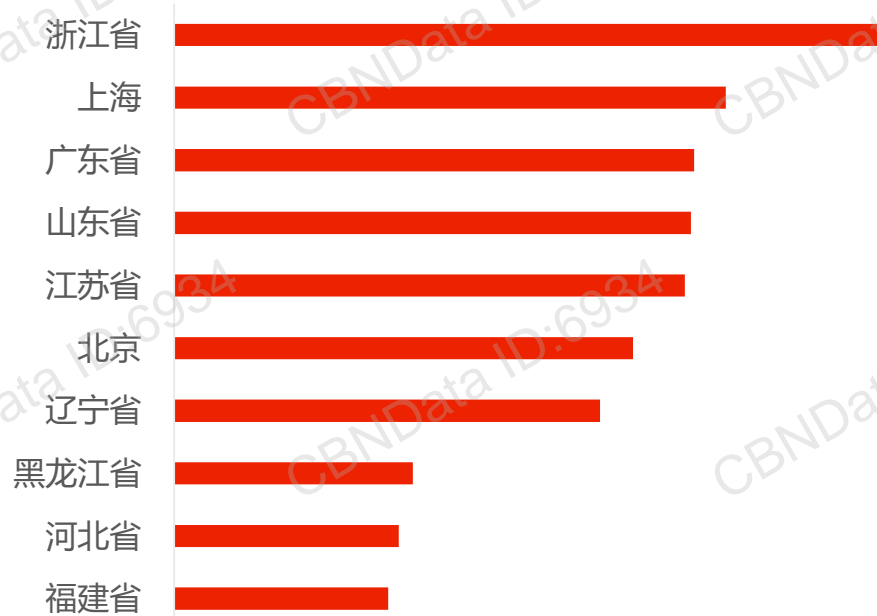
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 最好海鲜的，还是东北三省

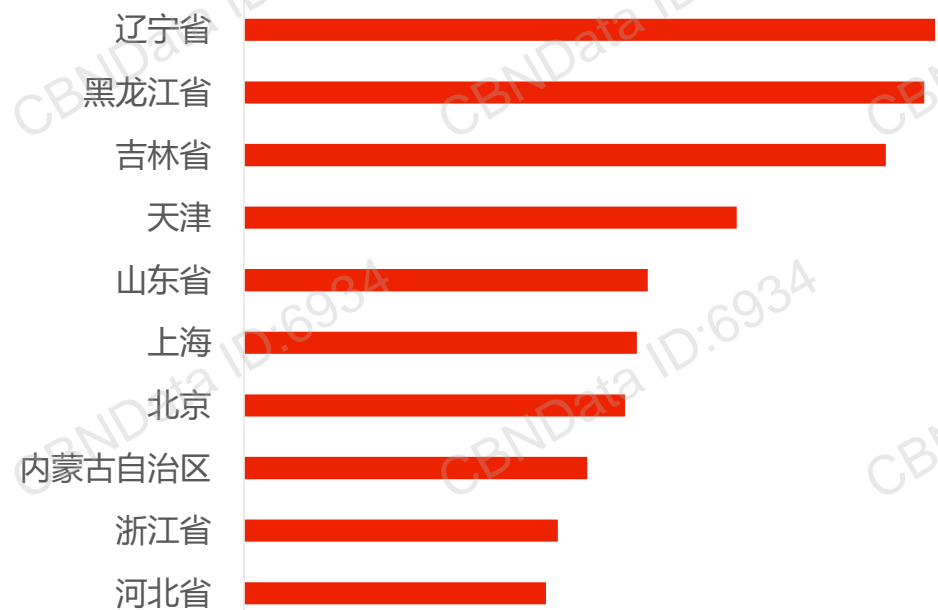
- 对于经济较为发达的东部沿海省份消费者来说，海鲜佳肴自是采购年夜饭食材中的必选。
- 东北三省虽消费力不及上述省份，但论及对海鲜的喜爱程度，他们未必不如。

图 海鲜消费金额前十省份



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 偏好海鲜消费的前十省份



注：海鲜偏好=各省海鲜水产消费金额占比/全国海鲜水产消费金额占比。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

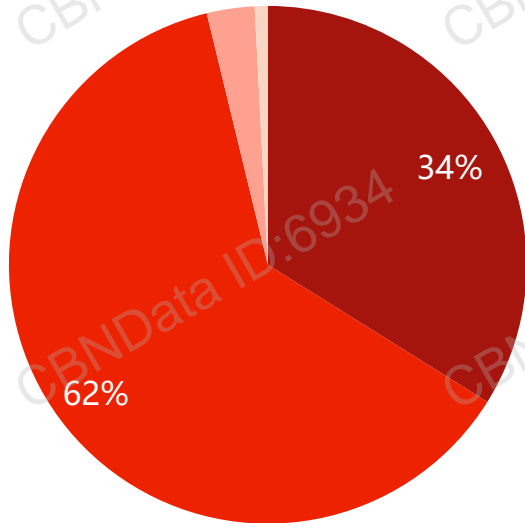


## 传承如一的年味：特产中国

- 土特产所承载的“土味”，从某种意义上来说也是最正宗的年味。每到年货节，也是土特产最畅销的时节。
- 从年货节期间热销的土特产榜单来看，生鲜照例是消费者的首选。但论销量，生鲜还是比不过主食必备的原材料——大米。

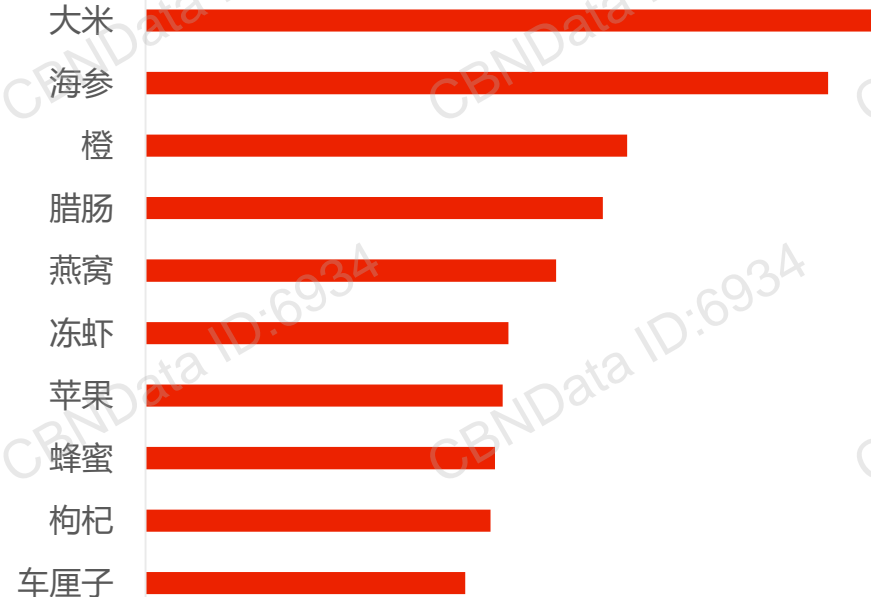
图 各类土特产销售额占比

■ 粮油干货 ■ 生鲜 ■ 传统滋补品 ■ 其他



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 热销土特产排名



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 透过土特产地，看一个富饶的中国

- 江苏只是全国各地富饶的土特产之乡的代表之一，从年货节期间热销土特产的销售地你可以看到，一个特产富饶、区域各异的自然资源图景。

图 各区域土特产地图

枸杞、苹果、生羊肉  
冬虫夏草、奇异果

橙、腊肉、香菇  
蜂蜜、腊肠

三七、腊肠、腊肉  
橙、冬虫夏草

燕窝、腊肠、桂圆干  
百香果、车厘子

西北

华北

东北

海参、大米  
黑木耳、人参、冻虾

海参、冻虾、生羊肉  
生牛肉、苹果

华中

华东

大米、火腿、车厘子  
蜂蜜、燕窝



注：各区域土特产选取区域销售额排名前五的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

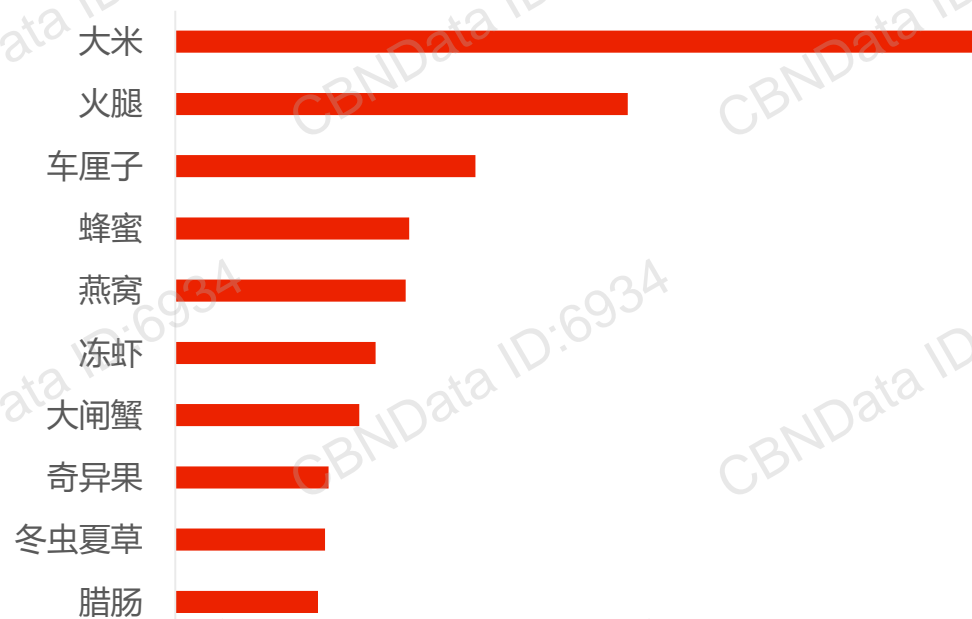




## 特产中国——华东

- 大米、火腿、车厘子等是华东地区销量不错的土特产品类。
- 同时，华东地区的消费者对于火腿、奇异果等本地特产偏好依旧较高，对海参、冻虾则不太感冒。

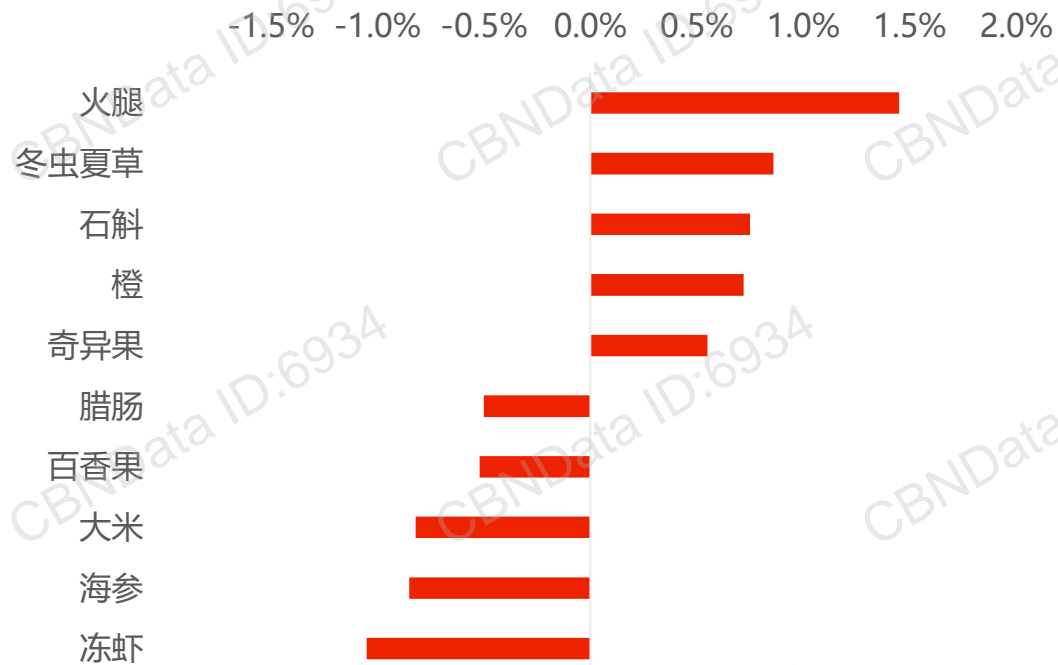
图 华东地区主要土特产品类



注：主要土特产品选取该区域销售额前十的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 华东地区土特产偏好品类



注：土特产偏好=各省某种土特产消费金额占比—全国该类土特产消费金额占比。

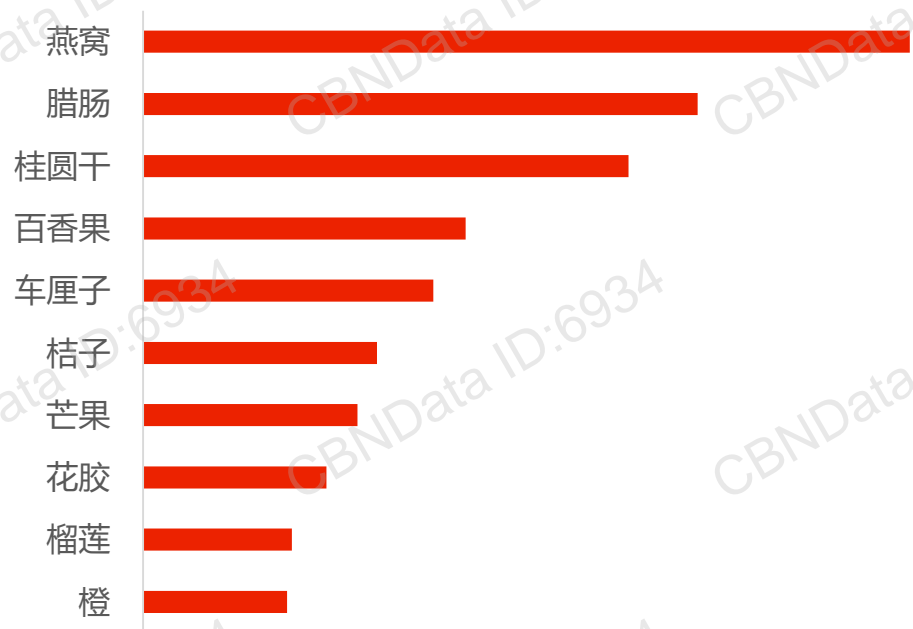
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 特产中国——华南

- 爱煲汤和煲饭的华南地区消费者显然偏好腊肠、燕窝等食材。
- 同时，该地区也是燕窝和腊肠等热销土特产的产地。

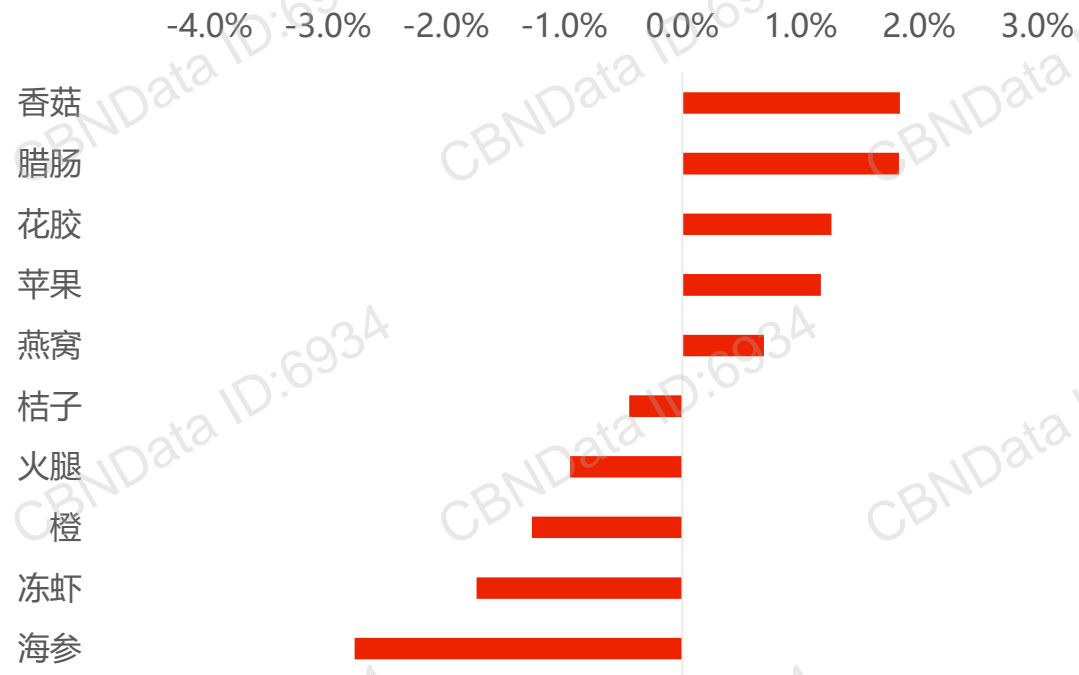
图 华南地区主要土特产品类



注：主要土特产品选取该区域销售额前十的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 华南地区土特产偏好品类



注：土特产偏好=各省某种土特产消费金额占比—全国该类土特产消费金额占比。

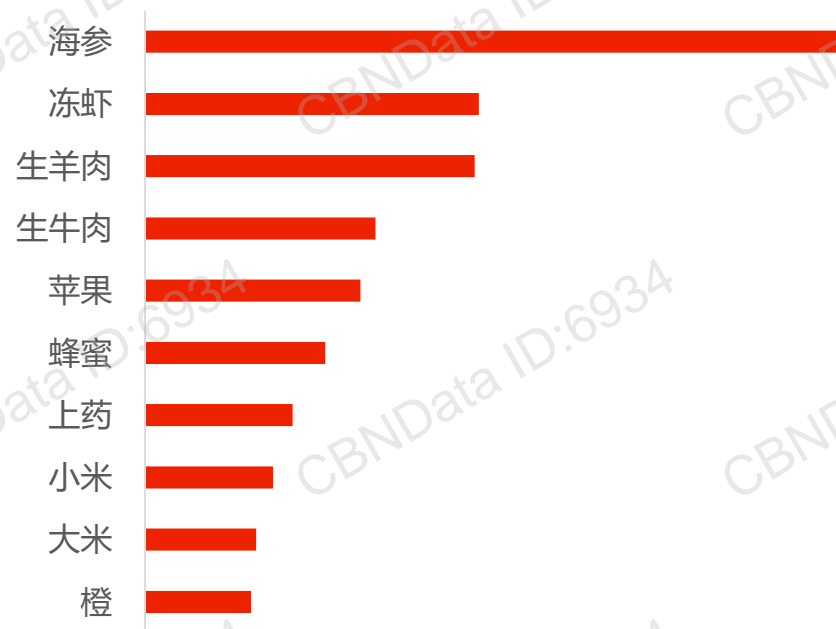
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 特产中国——华北

- 毗邻渤海，华北地区的海参、冻虾销量不错。其次，源于内蒙古的生羊肉和生牛肉也相当受欢迎。
- 相比保健食材而言，华北地区的消费更加偏好海鲜水产。

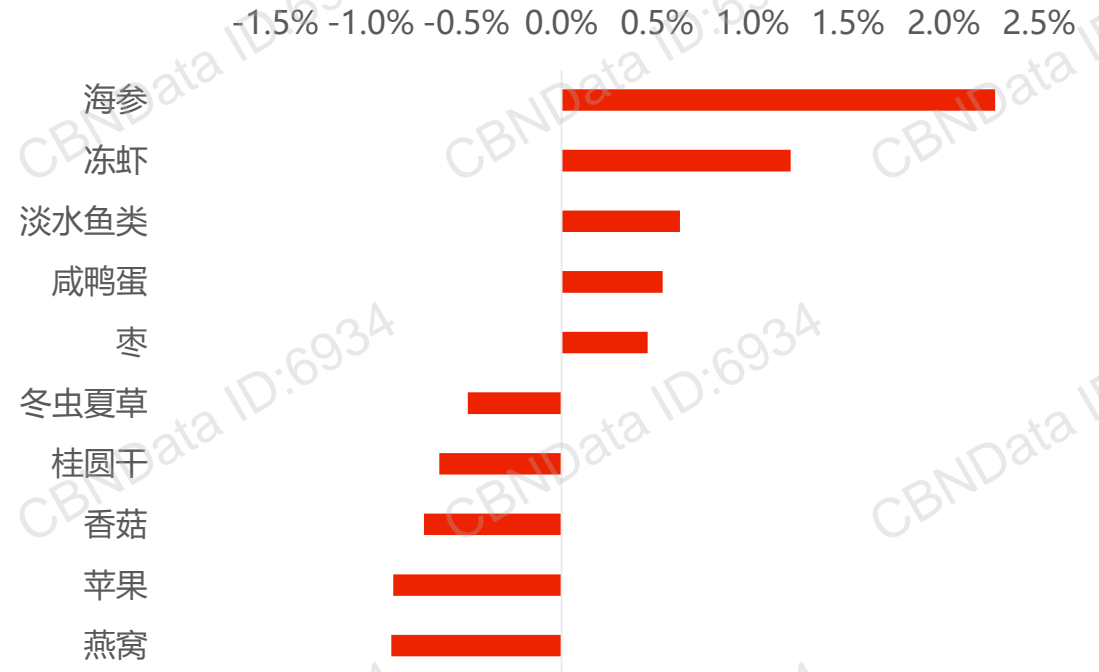
图 华北地区主要土特产品类



注：主要土特产品选取该区域销售额前十的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 华北地区土特产偏好品类



注：土特产偏好=各省某种土特产消费金额占比—全国该类土特产消费金额占比。

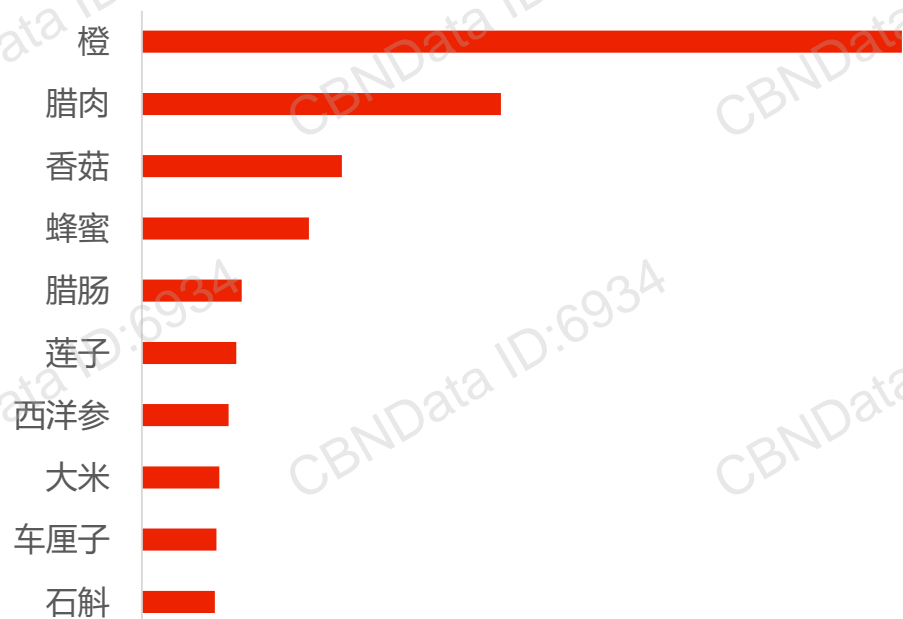
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 特产中国——华中

- 提到橙，则必然联想到江西赣南的脐橙。橙，也自然成为华中地区销量最为领先的土特产。
- 华中地区的消费者对于家乡味的橙也颇喜爱，同时对于苹果等其他水果的偏好度也较高。

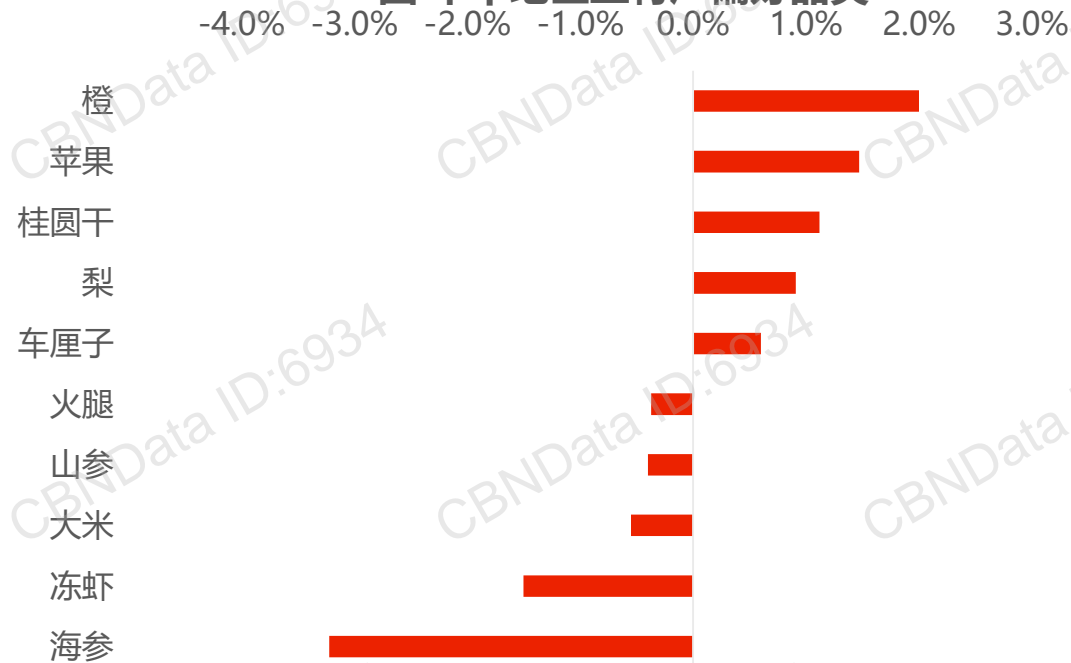
图 华中地区主要土特产品类



注：主要土特产品选取该区域销售额前十的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 华中地区土特产偏好品类



注：土特产偏好=各省某种土特产消费金额占比—全国该类土特产消费金额占比。

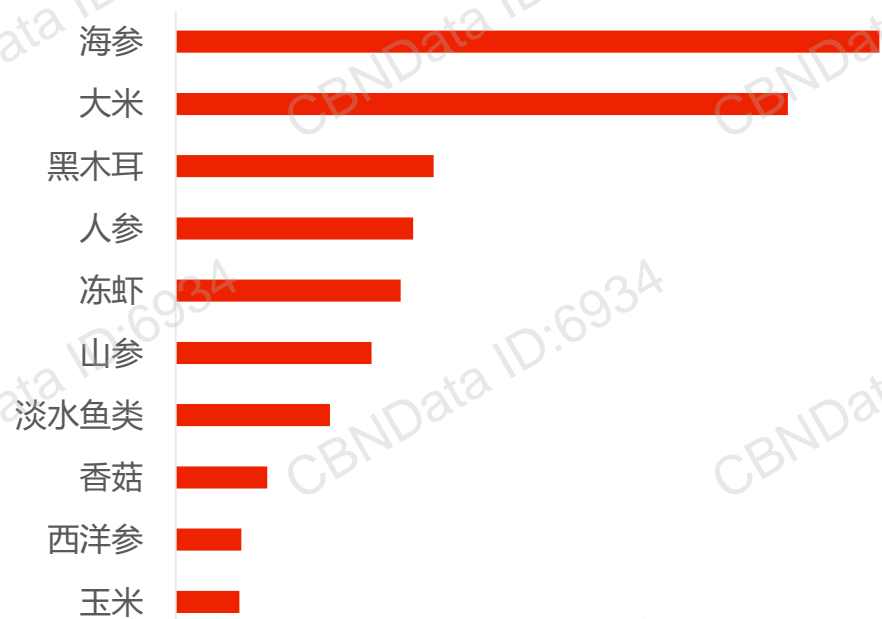
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 特产中国——东北

- 俗语有云，东北有三宝：人参、貂皮和鹿茸草。兼具高山、海洋资源的东北特产丰富，海参、人参等知名土特产热销全国。
- 东北的消费者对于海鲜也十分热爱，对于腊肉等干货则偏好一般。

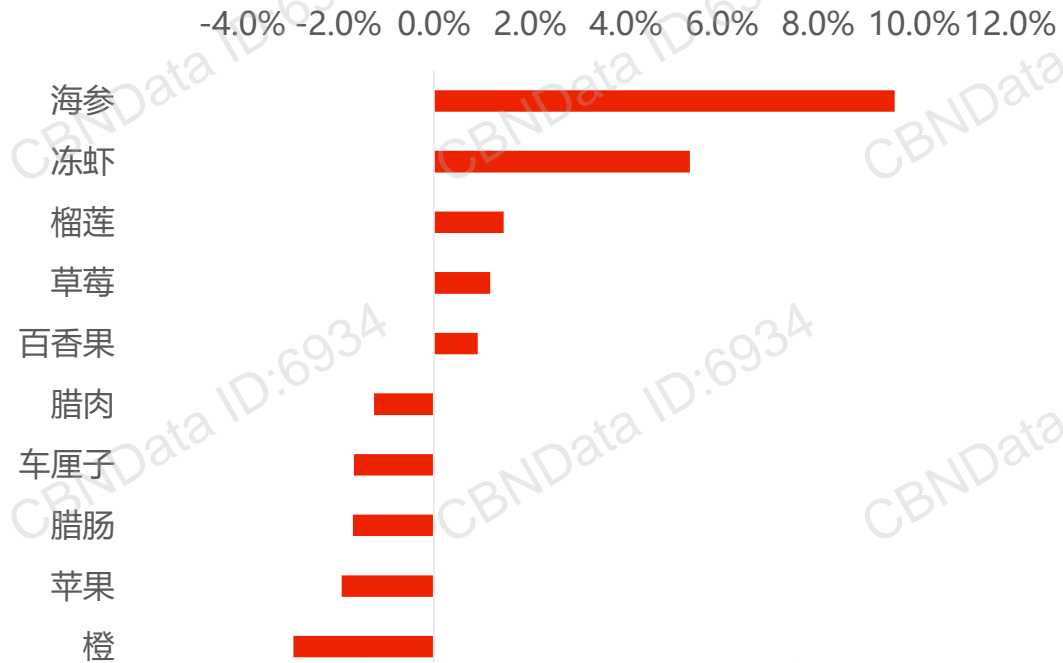
图 东北地区主要土特产品类



注：主要土特产品选取该区域销售额前十的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 东北地区土特产偏好品类



注：土特产偏好=各省某种土特产消费金额占比—全国该类土特产消费金额占比。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

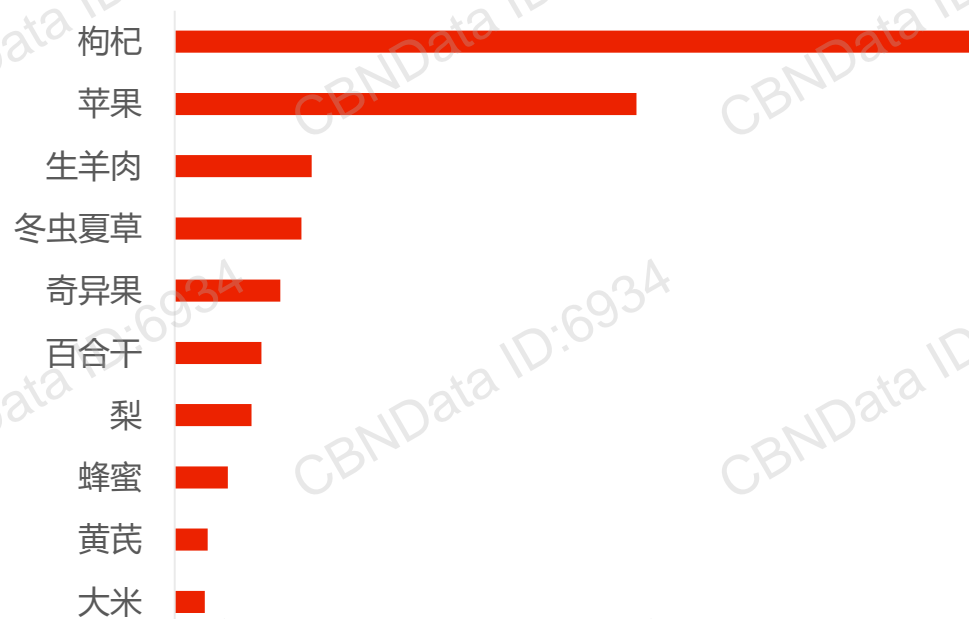




## 特产中国——西北

- 枸杞是宁夏的五宝之一，也是西北地区最热销的土特产。除此之外，西北地区热销的土特产还有苹果、生羊肉等。
- 除了同样偏爱土特产枸杞，西北地区的消费者更乐意在线上淘外省的好食材，例如腊肠、冻虾等。

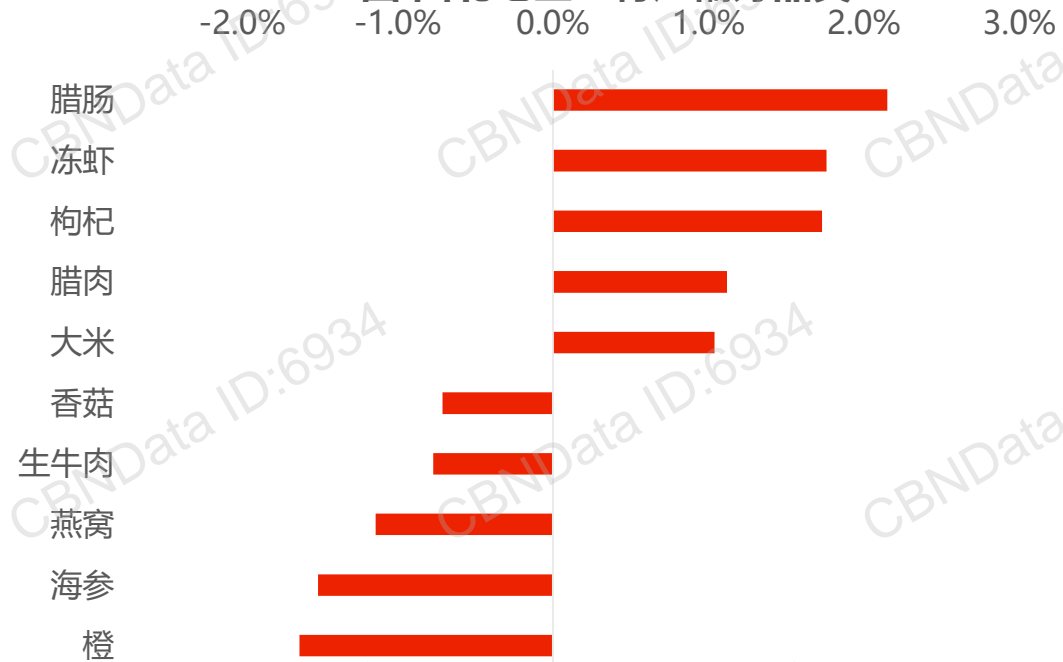
### 图 西北地区主要土特产品类



注：主要土特产品选取该区域销售额前十的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

### 图 西北地区土特产偏好品类



注：土特产偏好=各省某种土特产消费金额占比-全国该类土特产消费金额占比。

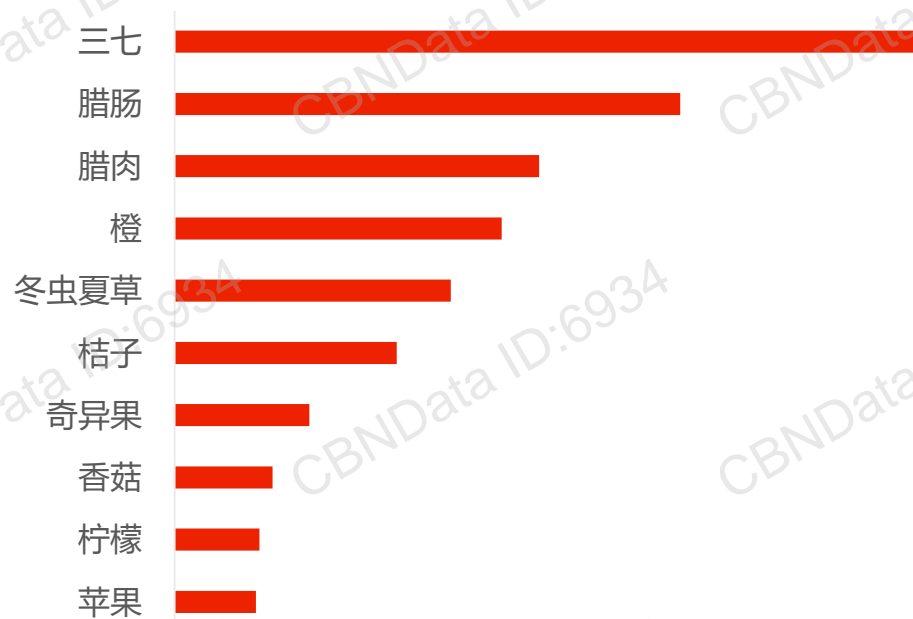
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 特产中国——西南

- 以云南为代表的西南地区以盛产名贵中草药而闻名，三七、冬虫夏草等热销往全国各地。
- 因为土特产在线下唾手可得，西南地区消费者更乐意在线上购买燕窝、大闸蟹等来自外省的土特产，真正实现了互联网所带来的最大效用。

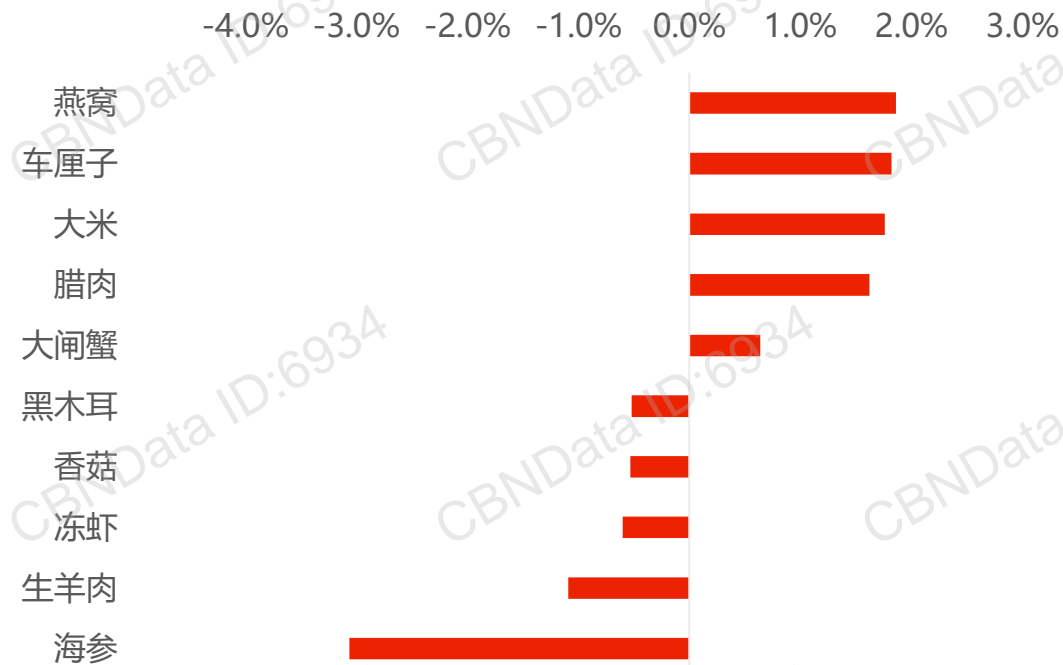
图 西南地区主要土特产品类



注：主要土特产品选取该区域销售额前十的土特产。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 西南地区土特产偏好品类



注：土特产偏好=各省某种土特产消费金额占比—全国该类土特产消费金额占比。

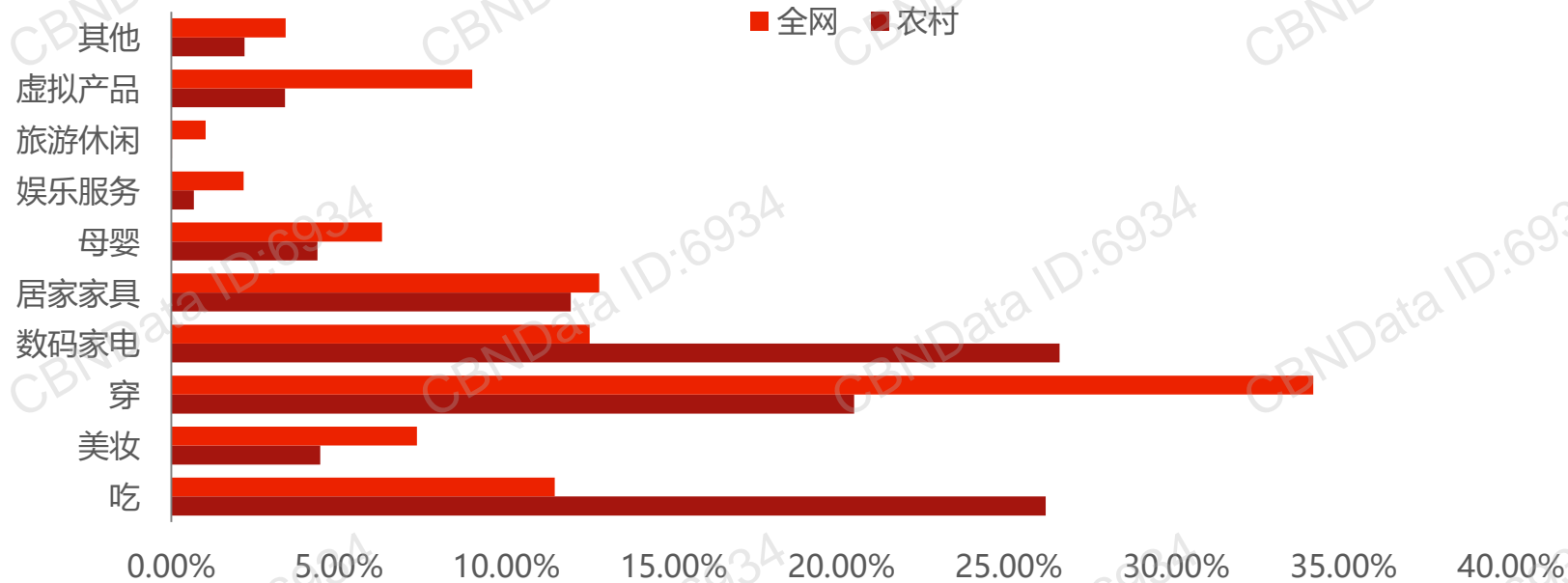
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 年货下乡：家电和食品占半数

- 除了土味的进城，越来越多的村民开始通过网购囤起了更多花样和高品质的新年货。
- 对比农村消费者与全网消费者的年货消费结构可以发现，村民的年货消费大头还是数码家电和食品，两者占了村民网购年货消费的近半成，其次是服装和居家家具。
- 对于不少村民来说，辛苦一年攒下的钱花得最痛快的时刻，应该就是新年为家中添置一件新家电了吧。

图 农村与全网消费结构对比



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 村里的土豪，“隐藏”在这里

图 最土豪的村点TOP10

江西省吉安市万安县枳头镇南洲村
山东省威海市荣成市寻山街道青鱼滩村
福建省南平市浦城县仙阳镇太平村
浙江省台州市三门县浦坝港镇沿江村
山东省青岛市黄岛区灵山卫街道固上村
山东省威海市荣成市人和镇大庄村
山东省德州市乐陵市朱集镇李胡马村
福建省龙岩市长汀县大同镇东街村
福建省南平市浦城县九牧镇九牧村
黑龙江省绥化市安达市青肯泡乡黎明村

- 从年货节期间各村点的成交金额榜单来看，来自山东的四个村点占据了榜单中的四个席位；
- 其次，福建省也有三个村点入榜。
- 除了沿海农村之外，来自内陆的江西省南洲村夺得榜首，可见内陆的农村消费力也不可忽视。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## 会买也会卖，农村好货疯狂抢购

- 年货节中，电商的精准扶贫让多个国家级、省级贫困县的土特产热销全国。其中来自湖南麻阳的冰糖橙、安徽八里河的咸鸭蛋和来自山西的五寨玉米夺得销售金额排行榜前三。
- 除此之外，临安的手剥山核桃、四川不知火新鲜丑柑等农村好货也在年货节期间遭到疯狂抢购。

### 扶贫县销售金额TOP3

湖南麻阳的冰糖橙

安徽八里河的咸鸭蛋

山西的五寨玉米

### 土货

浙江临安手剥山核桃

四川不知火新鲜丑柑

云南傣乡园玫瑰鲜花饼

新疆阿克苏冰糖心苹果

内蒙古新牧哥手撕牛肉干

### 销量

200个农户1整年的销量

卖空眉山2017年第一批下树的不知火

用完50亩的玫瑰园全部的玫瑰

红旗坡5队农场全部产量

当地牧民1年的牛肉销量

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

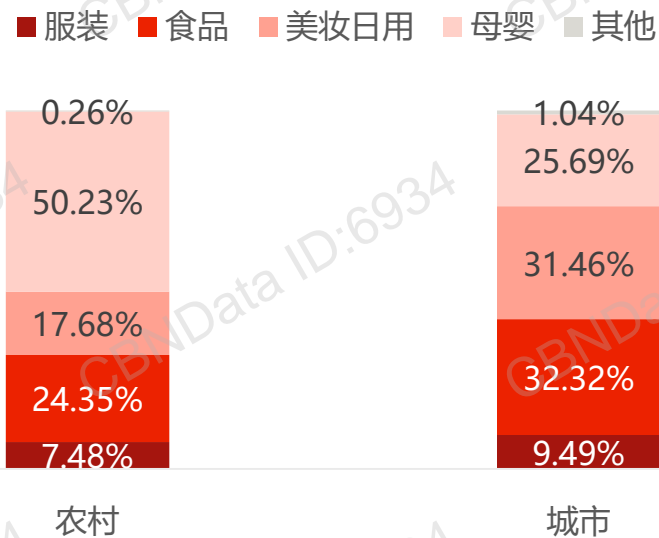




# 洋味儿飘进农村，母婴食品占主流

- 除了科技、娱乐产品的升级之外，漂洋过海的洋年货也逐渐成为了村民年货中颇有活力的新元素。
- 对比农村与城市的洋年货消费结构可以看到，村民的洋年货消费结构更为集中，其中半数均为母婴用品，其次为食品和美妆日用。
- 在美妆日用消费中，相比爱彩妆的城市女性，农村女性更偏爱BB霜和护肤产品。

图 农村与城市洋年货消费结构对比



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 女性最爱淘的美妆洋年货

农村	城市
BB霜	面膜
面膜	乳液/面霜
粉底液/膏	唇膏/口红
乳液/面霜	面部护理套装
化妆水/爽肤水	卸妆

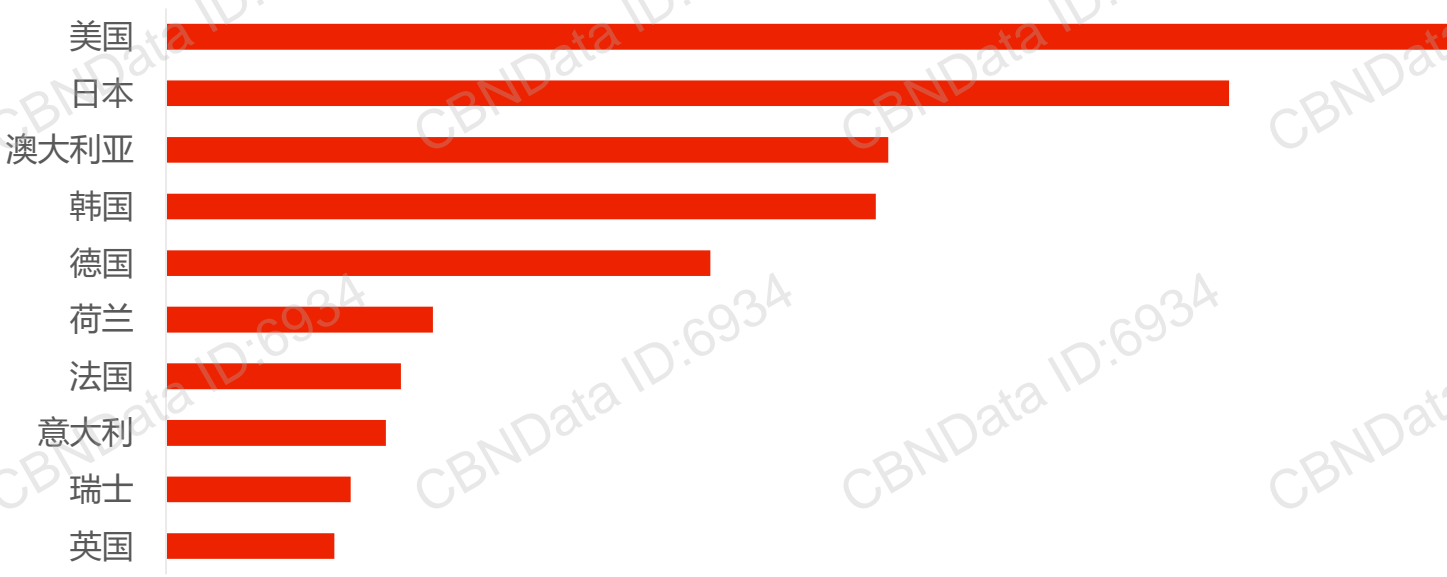
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 年货节十大进口国

- 美国和日本这两个进口大国，在线上积聚了极高的消费人气。

图 2017年货节销售额前十进口国



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 进口国家的热销年货：经典“土特产”+网红爆款

- 在这些线上进口大国的热销年货中，母婴、美妆、保健产品普遍受欢迎。
- 消费者除了购买各国传统意义上最具代表性的“特产”，如澳大利亚奶粉、韩国面膜、瑞士腕表等外，近年海外新兴的“网红”产品也出现在这份洋年货榜单里，比如日本酵素、英国梳子。



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 最爱洋年货的十大省份热门商品

广东省	浙江省	上海	江苏省	北京
肉类干货	纸尿裤	蜂蜜	保健用品	玩具
日韩腕表	保健用品	咖啡	婴幼儿零食	厨用工具
休闲鞋	背带/学步带	饼干/膨化	羽绒服	文胸

山东省	四川省	湖北省	福建省	河南省
日韩腕表	男士包袋	成人奶粉	夹克	枕头
烧烤烘焙用具	空气净化器	眉笔	水杯	空气净化器
男士包袋	皮带	米面杂粮	烧烤烘焙用具	隔离霜

注：热门商品基于各省消费偏好度计算。各省消费偏好度=各省某品类天猫国际消费金额占比/全国天猫国际该品类消费金额占比。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 广东、江苏的小镇最洋气

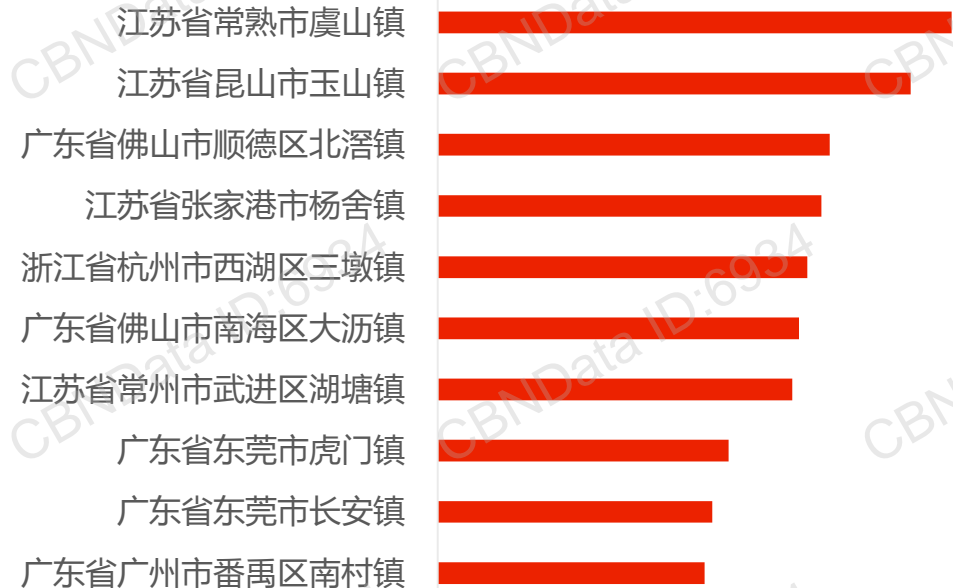
- 村级方面，洋货消费额最多的村分布较为分散，沿海和内陆均有村跻身前十榜单。
- 而洋货消费最多的镇则集中在富庶的珠三角和长三角地区，加上广东和江苏独特的村镇运营模式，令当地居民拥有较强的购买力。

图 洋货消费金额排行前十村



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 洋货消费金额排行前十镇



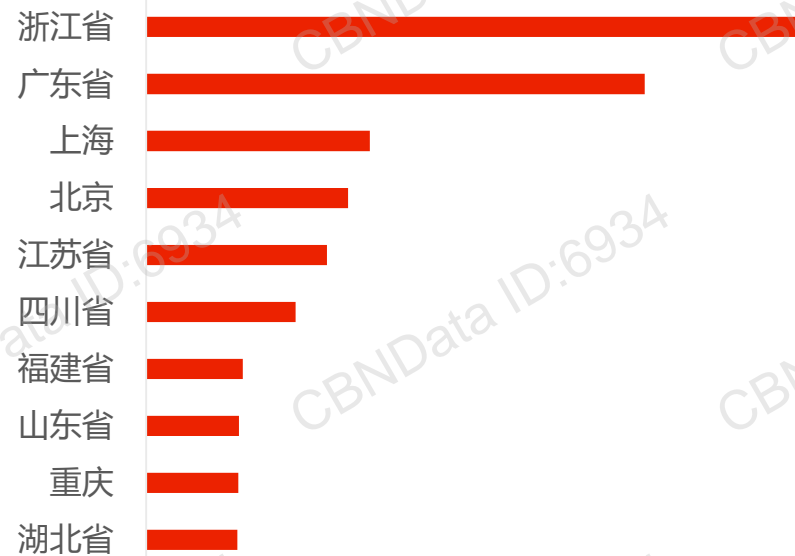
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 春运的迁徙大军来自五湖四海，但浙江人最疯狂

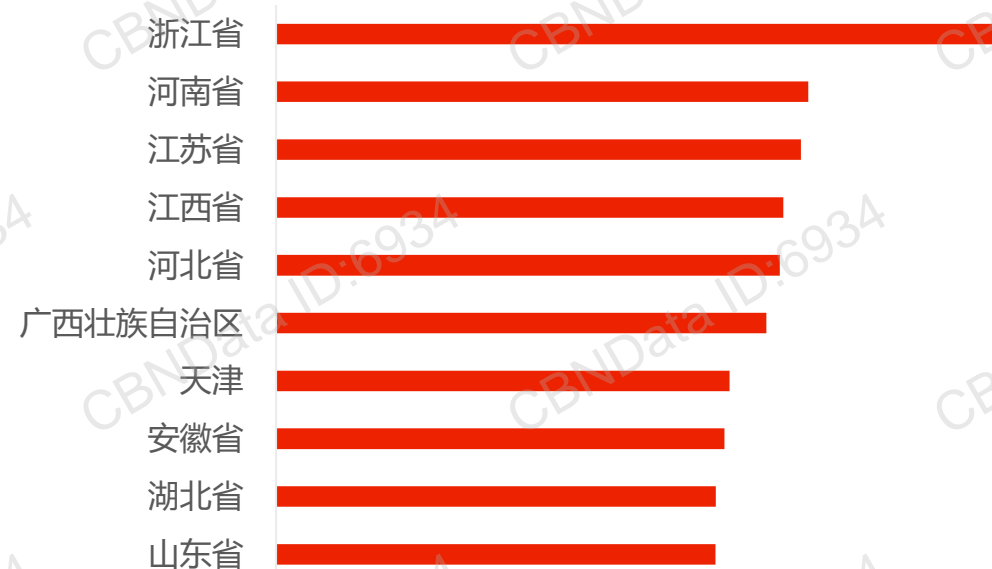
- 不管沿海还是内陆，举国上下都加入了这场约30亿人次的迁徙春运队伍。
- 地域方面，浙江在今年年货节期间迎来了线上航旅票务消费的大爆发：不仅消费金额位居全国第一，并且同比增幅也是遥遥领先其他省份。

图 2017年货节期间票务消费金额前十省份



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 2017年货节期间票务消费金额同比增幅前十省份



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

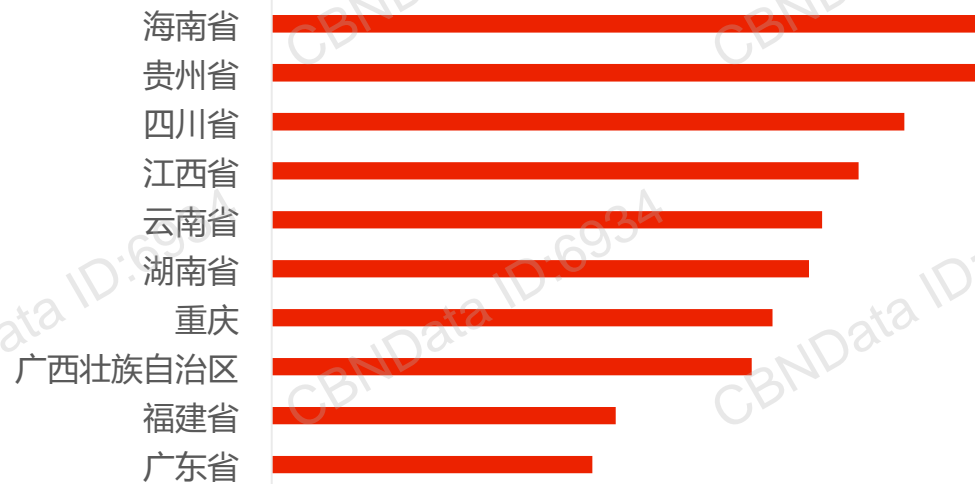




## 谁家年味更浓？西南贴联，全国买绿植

- 贴对联、福字、生肖贴纸……祈盼来年吉祥顺遂，是绝大多数中国家庭的风俗。地域上，南方尤其在西南地区，当地人较喜欢在网上购买这些新年挂饰，将家中布置得更具传统年味。
- 不过买点鲜花植物，为家中添几分欢乐和节庆色彩，倒是全国人普遍的做法。

图 偏好年节用品消费的前十省份

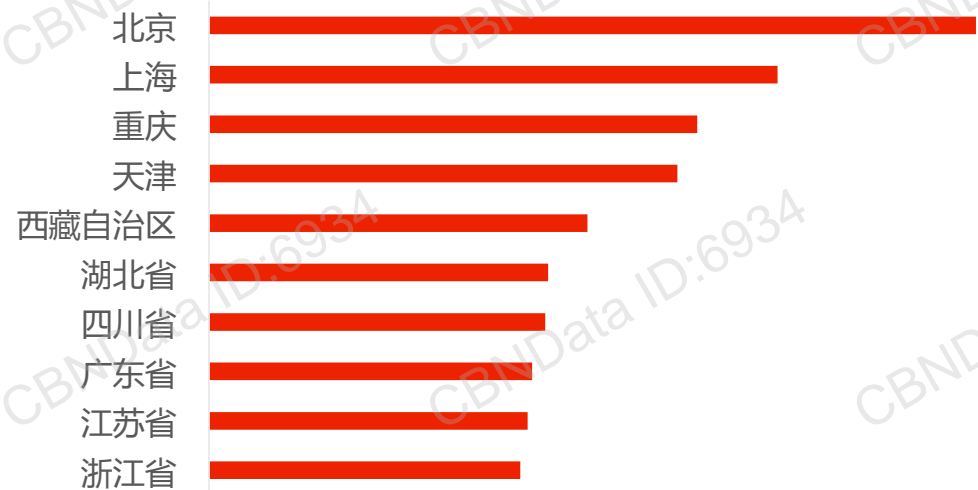


注：年节用品包括对联、福字、窗花、灯笼、生肖贴纸、门神等。

消费偏好度=省份年节用品消费金额占比/全国年节用品消费金额占比。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 偏好鲜花植物消费的前十省份



注：消费偏好度=省份鲜花植物消费金额占比/全国鲜花植物消费金额占比。

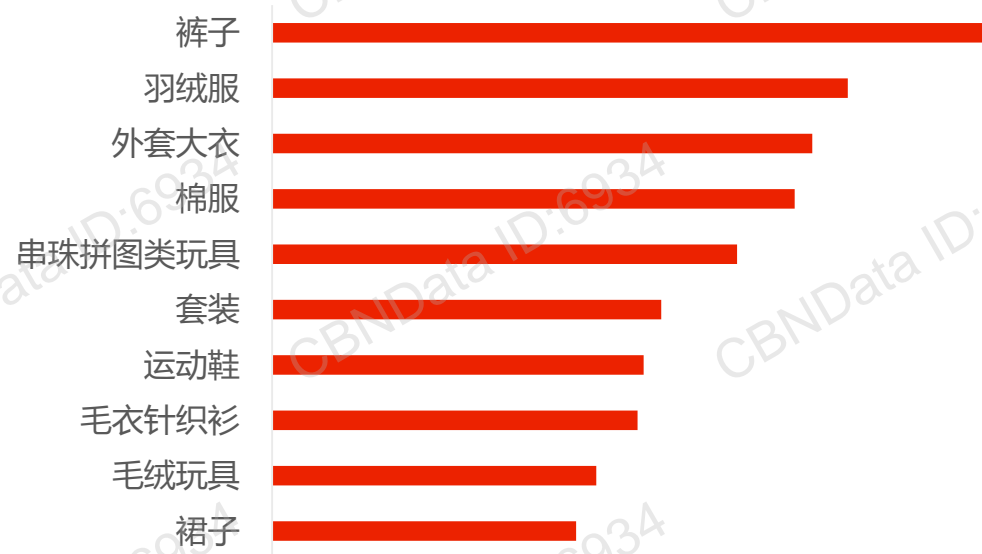
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 北上广深的游子，还给老家的孩子寄去了新年礼物

- 每到春节，寄往异地的订单就特别多，其中就包括了外出务工的长辈给孩子们寄去的年货。
- 我们从中梳理了一二线城市寄往村镇的订单，发现下图这些线路承载的年货金额最高。
- 从寄收方地址来看，游子多在老家附近的一线城市——北上广深打拼，但也有部分不远万里像从三亚、台州到北京工作的人；年货品类上，冬季服装和玩具占主流。

## 图 村镇儿童收到最多的新年礼物



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

## 图 金额最高的儿童年货归家线路

买家所在城市	儿童所在村镇所属城市
江苏省苏州市	浙江省温州市苍南县马站镇
上海市	广东省东莞市沙田镇
北京市	浙江省台州市仙居县皤滩乡
广东省深圳市	广东省东莞市沙田镇
广东省深圳市	广东省东莞市虎门镇
广东省广州市	广东省佛山市南海区大沥镇
广东省广州市	广东省漳州市浦漳县盘陀镇
北京市	海南省三亚市吉阳镇
北京市	天津市宝坻区大白庄镇
广东省广州市	广东省东莞市凤岗镇

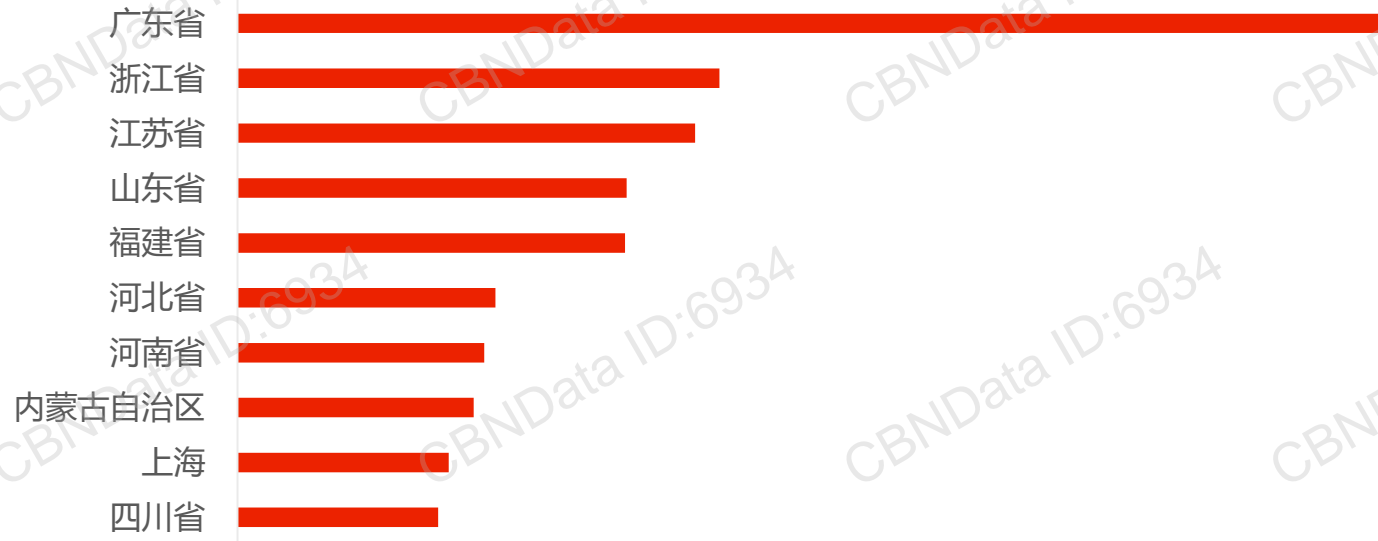
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 胜过成都“耙耳朵”，广州暖男过年更贴心

- 若是把逢年过节为身边女性购置服装、包袋、暖宝宝等生活用品的男性称为“暖男”，广东竟然是年货节期间最暖男的省份。
- 而众所周知的好男人标杆地区——上海和四川，勉强跻身在暖男省份前十。

图 十大暖男省份



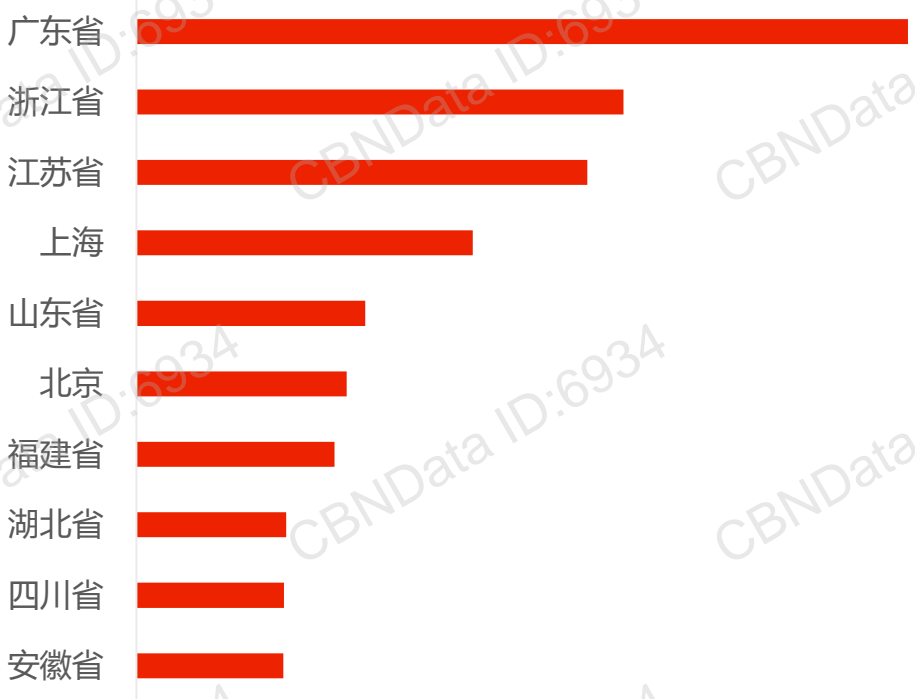
注：暖男省份排名基于年货节期间，男性买家购买女装、女包、女鞋等商品的消费金额。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



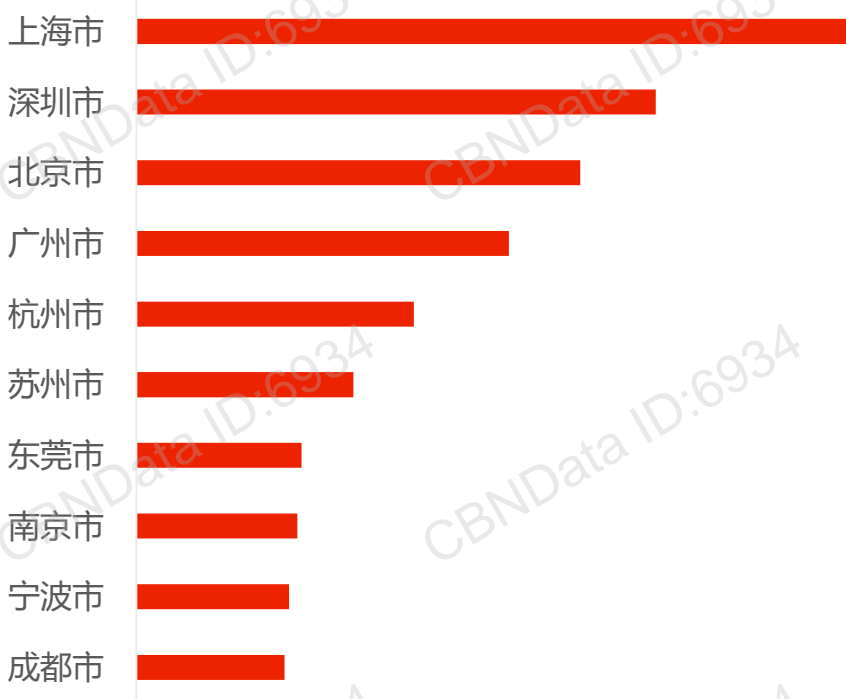
# 过年最爱买买买的地区榜

图 年货订单前十省份



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 年货订单前十城市



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

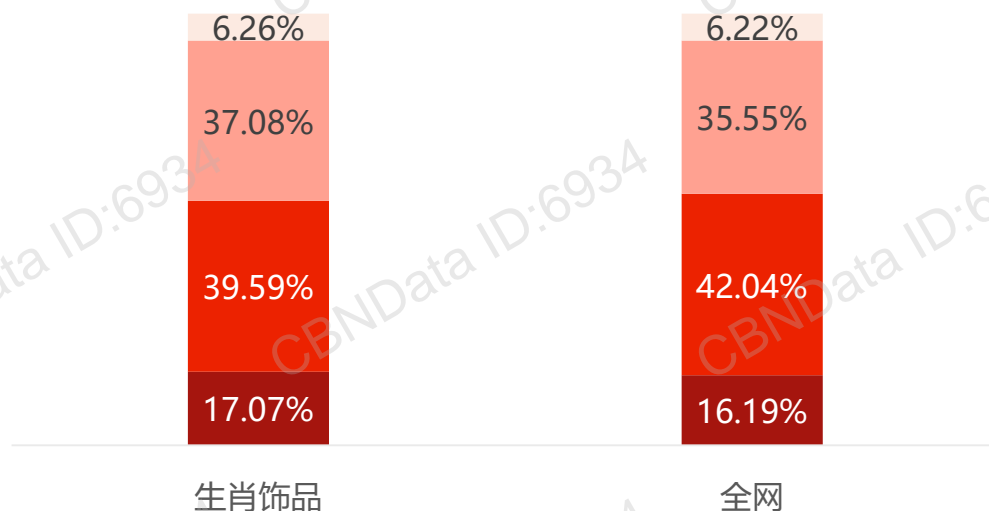


## 新生代90后和北方人民，最注重生肖习俗

- 不管科技如何加速生活的现代化，源远流长的传统文化一直根植在中国人的心里。比如，人们依然很注重十二生肖的古老哲学。哪怕是爱追赶潮流的90后，在购买生肖饰品中的占比也超过了全行业中的消费占比。
- 从生肖饰品的偏好度中也可以发现，出身传统文化氛围更浓郁的北方消费者明显更在意本命年挂生肖饰品以祈福的习俗。

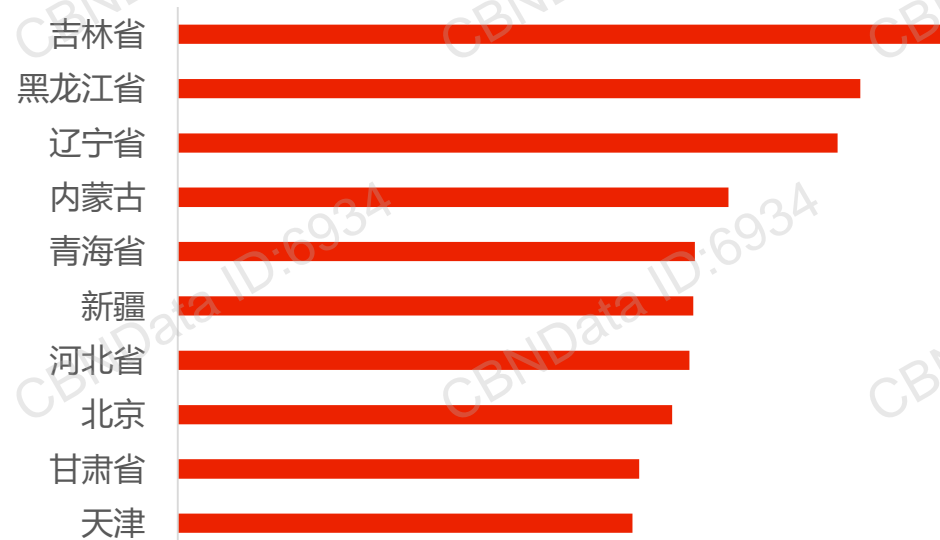
图 各年龄段生肖饰品消费金额占比

70后 80后 90后 其他



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 偏好鸡生肖饰品消费的前十省份



注：生肖饰品偏好度=各省生肖饰品消费金额占比/全国生肖饰品消费金额占比。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

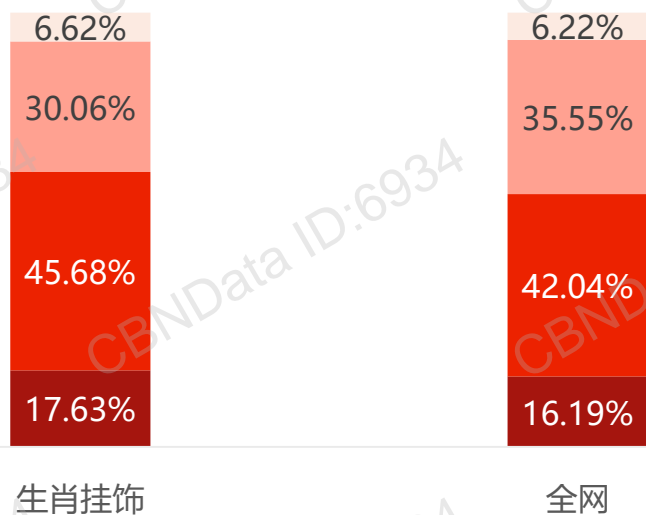


## 80后和海南人民偏爱用生肖挂饰装饰新年

- 生肖装饰品一直是年节用品中不可或缺的装饰品。从各省份的偏好度来看，海南、北京和云南等省份消费者较为偏好生肖装饰品。
- 从购买生肖装饰品的消费年龄来看，稍年长已成家的80后成为了最主要的购买力。

图 各年龄段购买生肖挂饰占比

70后 80后 90后 其他



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 偏好鸡生肖装饰品消费的前十省份



注：生肖装饰品偏好度=各省生肖装饰品消费金额占比/全国生肖装饰品消费金额占比。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData





## 红红火火，从内里开始

- 在传统习俗中，本命年常被认为是一个不吉利的年份。而穿戴上和红色相关的配饰，据说可以趋吉避凶、消灾免祸。因此除了生肖饰品，与红字相关的本命年商品也是属鸡的人们必备的年货之一。
- 从阿里平台跟“本命年”相关的商品热度来看，红内裤位居榜首。
- 人们对红色的喜好程度不太一致，但因着红所寓意带来的一年的福，也许并不喜欢但也觉得有购买的必要，所以穿在最隐私部位的内裤成了他们最大的需求。

图 “本命年” 相关商品热度



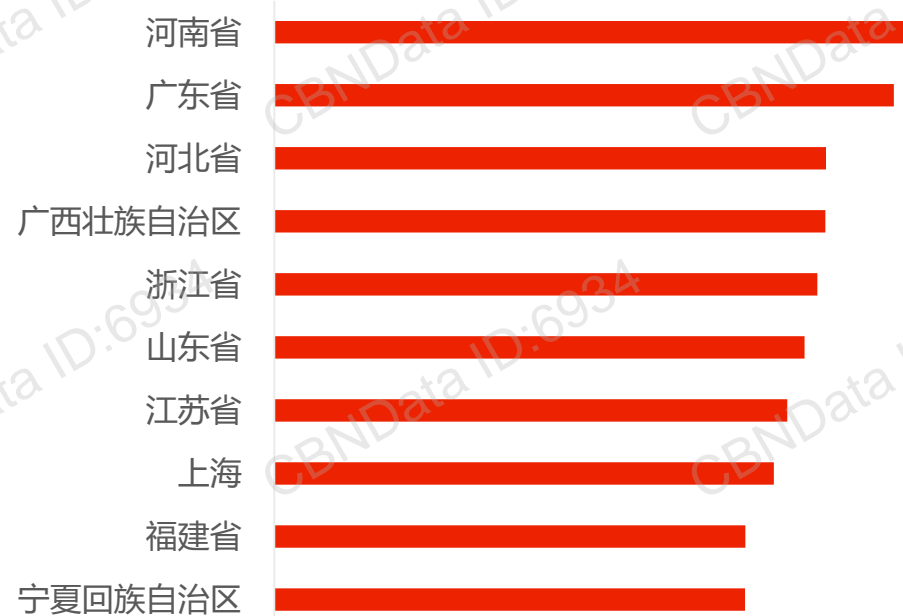
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 河南和北京，懂美妆的男闺蜜和好酒的女汉子密度最高

- 相比内陆省份，东部沿海地区的男性购买更多美妆产品。但中部省份河南，当地男性对于美妆的偏好竟超过了汇聚诸多化妆品企业的广东省，位居全国第一。
- 北京的姑娘最爱买酒。纵观线上酒类消费偏好前十省份，豪爽的东北姑娘和西南的辣妹子占了多半。

图 男性偏好美妆消费的前十省份



注：男性美妆消费偏好-各省份男性美妆用品消费金额占比/全国男性美妆用品消费金额占比。

来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 女性偏好酒水消费的前十省份



注：女性酒类消费偏好-各省份女性酒类消费金额占比/全国女性酒类消费金额占比。

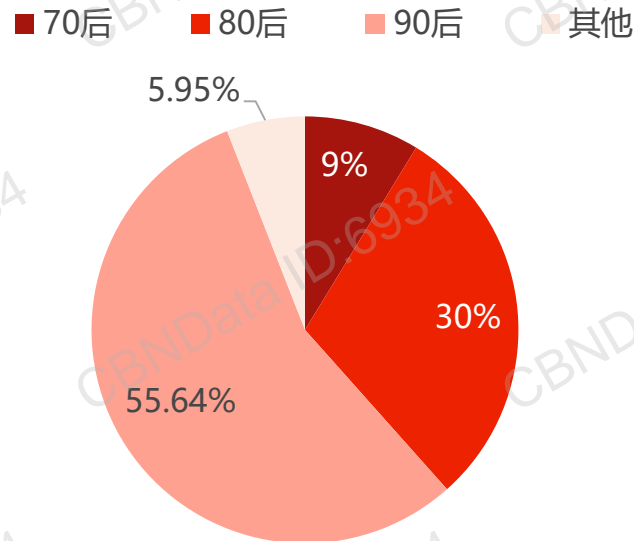
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 口红：年轻人的美丽心意

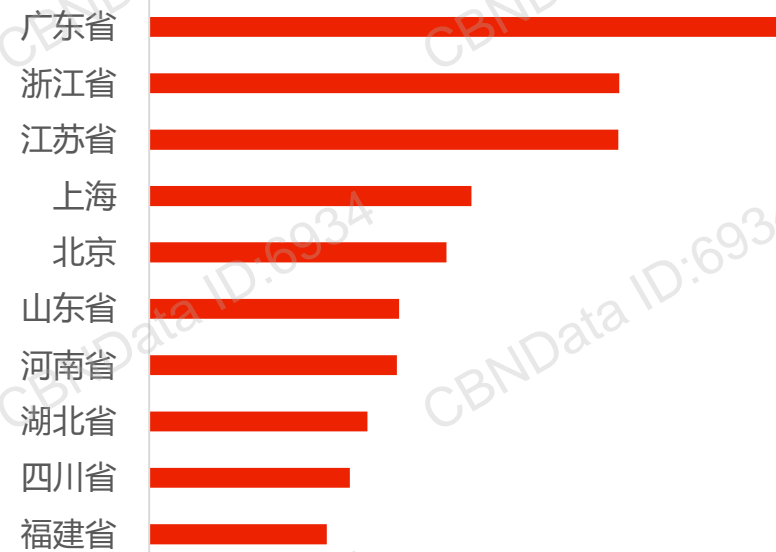
- “口红效应”也反映到了线上：近三年年货节，口红的销量持续增长。2016年年货节期间，口红的销售量同比2015年增长了91.97%，而今年，这一增长达到115.96%。
- 口红被认为是价格合理而非必需的奢侈品代表，也成为春节送礼的新时尚。从口红消费金额来看，90后的占比超过了半数。

图 口红消费者年龄结构



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 口红消费金额前十省份



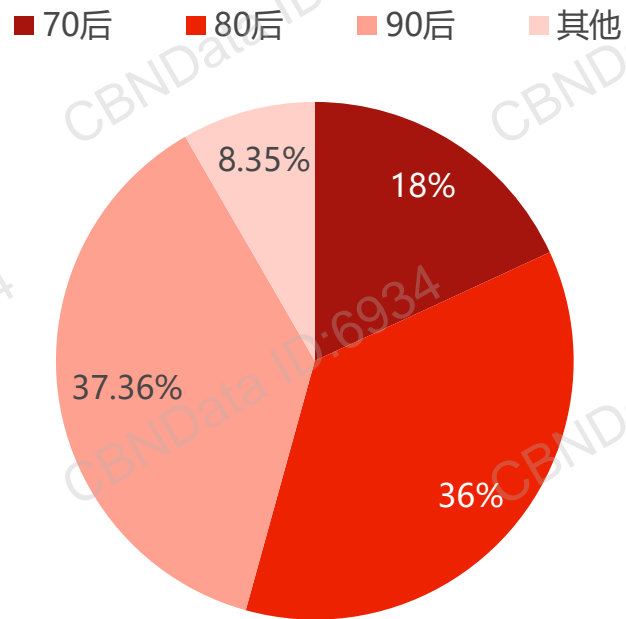
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



# 宠物食品：你的宠物也要过节

- 除了为自己和家人囤置年货之外，“铲屎官”们也不会忘了给自己心爱的宠物准备过节的年货，近三年年货销售中，狗粮、猫粮的销售额以平均41.3%的速度增长。
- 从购买宠物食品消费者的年龄和省份可以看出，一、二线城市的90后们对自己宠物的新年最上心。

图 宠物食品消费者年龄结构



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

图 宠物食品消费金额前十省份



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



## DT财经介绍：

DT财经是第一财经旗下数据新媒体，旨在用数据解读财经新闻，传播大数据时代的新知。成立至今，DT财经作为“最年轻”的新媒体入选腾讯“最具价值媒体号”TOP10，并荣获第十一届中国传媒年会授予的“推动媒体融合十佳科技企业”称号以及新浪财经评选的头条号原创奖。

DT财经的主要产品包括，用数据记录商业社会新趋势、新消费、新科技的数据新闻；聚集各行业数据大牛的社群平台——数据侠联盟（DT Club）；旗下数据沙龙产品“数据侠实验室”（DT Labo），“年度新媒体创新峰会”等。

DT财经微信  
公众号



## 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是集数据可视化、商业分析报告、数据自动化终端于一体的战略数据平台，以阿里巴巴的商业数据库为基础，输出产业经济全景分析和行业企业深刻洞察的数据产品，全面满足商业世界的的数据刚需。CBNData以专业数据报告为核心产品，同时通过数据活动、数据电商培训、数据营销产品等构建数据整合营销传播体系，通过整合中国最大财经媒体集团的优势资源，以媒体加数据的倍增效应，全面提升中国商业世界运行效率。自2015年12月以来，第一财经商业数据中心（CBNData）已经连续发布100余份商业数据报告，在商业数据领域建立品牌优势。

CBNData微信  
公众号



## 声明：

数据来源：阿里巴巴大数据，汇集4.34亿消费者、超过1000万商家、10亿件商品的基本信息和行为数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

## 指标说明：

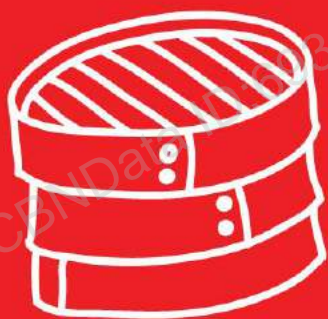
- 如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省份。
- 数据时间维度：201501-201701。
- 城市线级：基于消费者最近半年的常用收货地址确定。
- 年龄标签：90后：18~27；80后：28~37；70后：38~47。
- 省偏好度=各省份某单品服饰在线上服饰消费金额占比/全国某单品服饰在线上服饰消费金额占比，偏好度高=偏好度>1，偏好度低=偏好度<1。
- 为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。





# 大数据 · 全洞察

谢谢观赏！



联合出品