



-春节众生相-

360四大关键词数说春节那些事

360商业市场策划部·商业研究组出品

提炼4个关键词数说狗年春节

四大关键词

1
黄金周

2
年夜饭

3
习俗

4
亲情

1

黄金周

归乡与出游



春节黄金周，不止归乡还有出游

归乡向左，出游向右

归乡

据统计，2016年我国流动人口总数为2.45亿，每5个人中就有一个，分布在沿海发达地区，通过自己的奋斗完成每个家庭的中国梦。浓重的乡土文化，让回家过年成为每一个漂泊的人一年最大的企盼，一场浩大壮观的迁徙运动便在春节前后展开。



出游

河南省实验中学信笺

辞职申请

世界那么大，我想去看看。

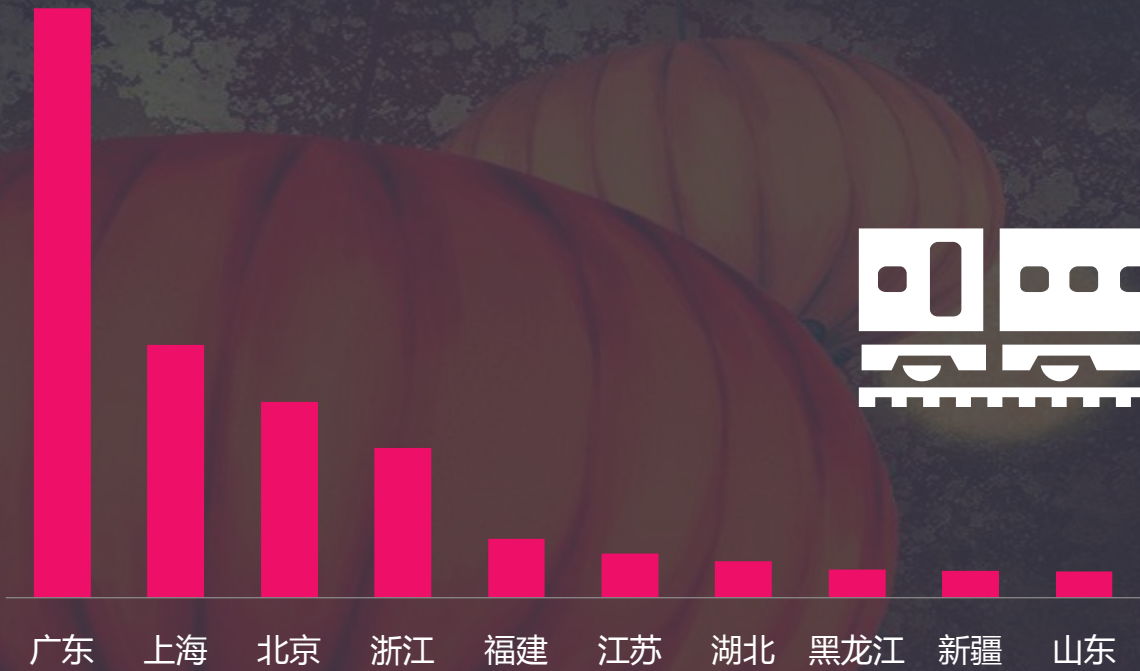
Tob
2015.4.13



走出自己的生活圈，去看看外边的世界是富裕起来的中国人心中的梦，据统计，2017年人均GDP超9千美元，人均可支配收入接近2.6万元，伴随着经济的起飞，“世界那么大，我想去看看”也就最为触动人的情怀，春节也一同成为全球黄金周。

不论身在天涯海角，也挡不住浓浓的归乡情

2018年春运360抢票出发省份TOP10



出发

据360抢票大数据统计，拥有中国制造业基地及广州、深圳两座一线城市成为春运出发人数之众位列各省之首，发达的上海、北京、浙江紧随其后成为春运前期主要出发地。

2018春运360抢票到达省份TOP10



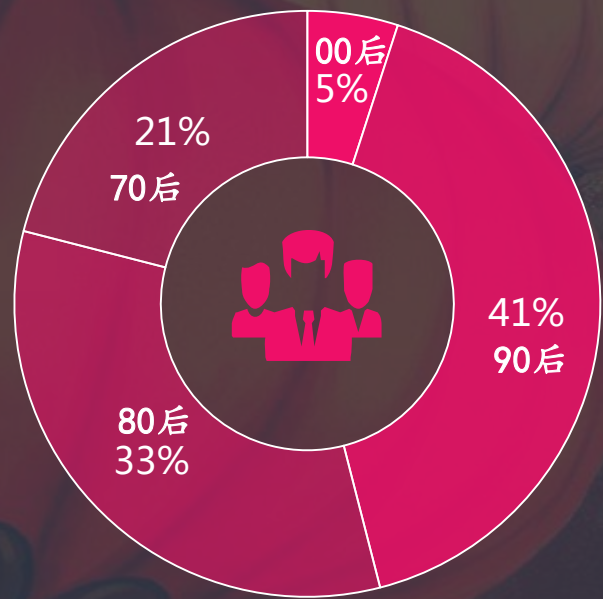
到达

据360抢票大数据统计，位于中部枢纽地带省份湖南、湖北成为春运首要目的地，同时，传统中西部人口流出大省河南、四川等依然是春运主要目的地。

漂泊在外人才能懂，有一种痛叫抢票回家

2018年全球最大规模迁徙——春运将于**2月1日**起，止于**3月12日**，共计**40天**，据发改委预计，2018年春运全国预计发送旅客**29.8亿**人次，与去年基本持平，相应的，**1月3日**可以在360及各大互联网平台上开始抢票。

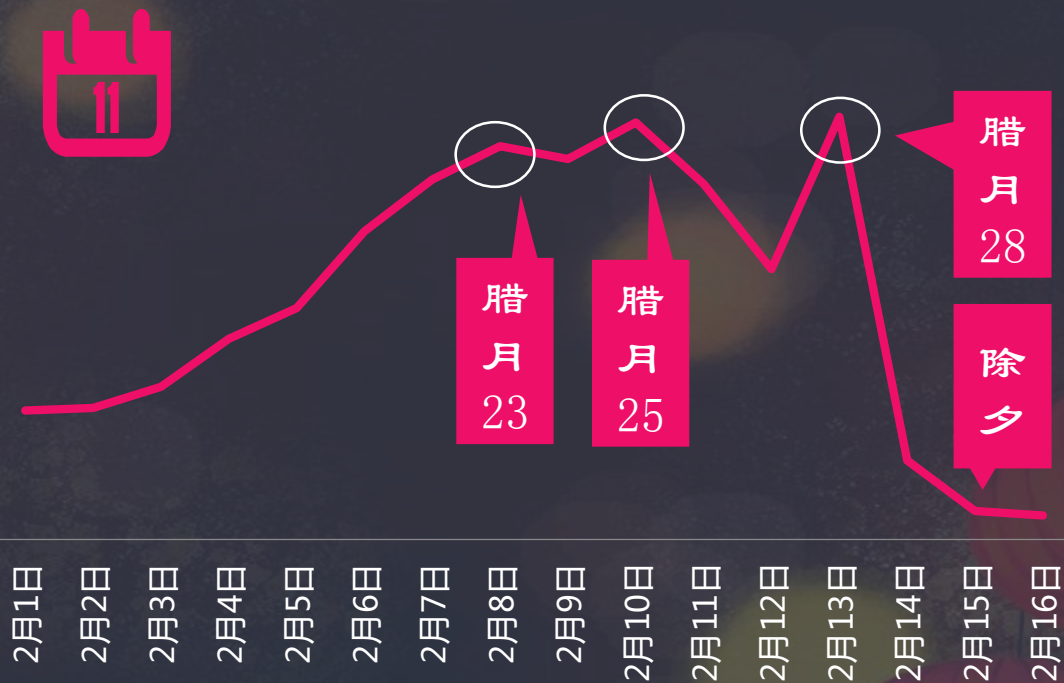
2018年春运360抢票人群年龄分布



年
龄

随着**90后**的成长并步入职场，同时他们也成为归乡大军中的中流砥柱，娴熟的互联网技能让他们超越80后，成为360抢票最大的群体。

2018年春运360抢票时间分布



时
间

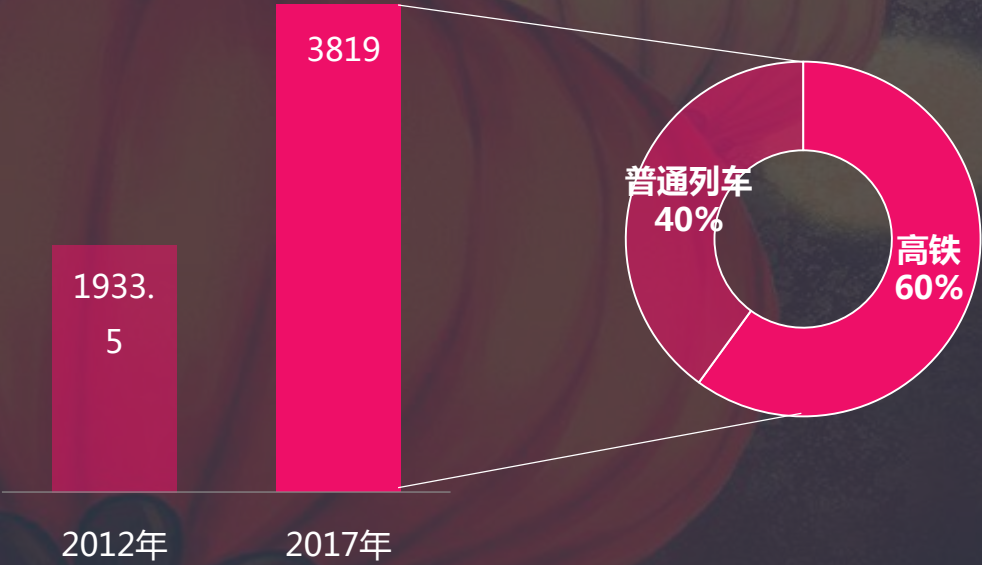
春运自开始起需求一路上扬，并根据各类群体的放假时间不同，形成**三个高峰**，分别于**腊月23、25、28日**，之后越是临近除夕需求逐渐降低。

数据来源：360商易，360抢票大数据，2017.12-2018.1

未来，舒适回家不再是每个游子心底里奢望

自2008年开通第一条高铁——京津城际，截止到2017底，十年来，我国铁路运营里程达12.7万公里，其中高速铁路2.5万公里，包含东三省的中西部地区铁路运营里程达9.7万公里。

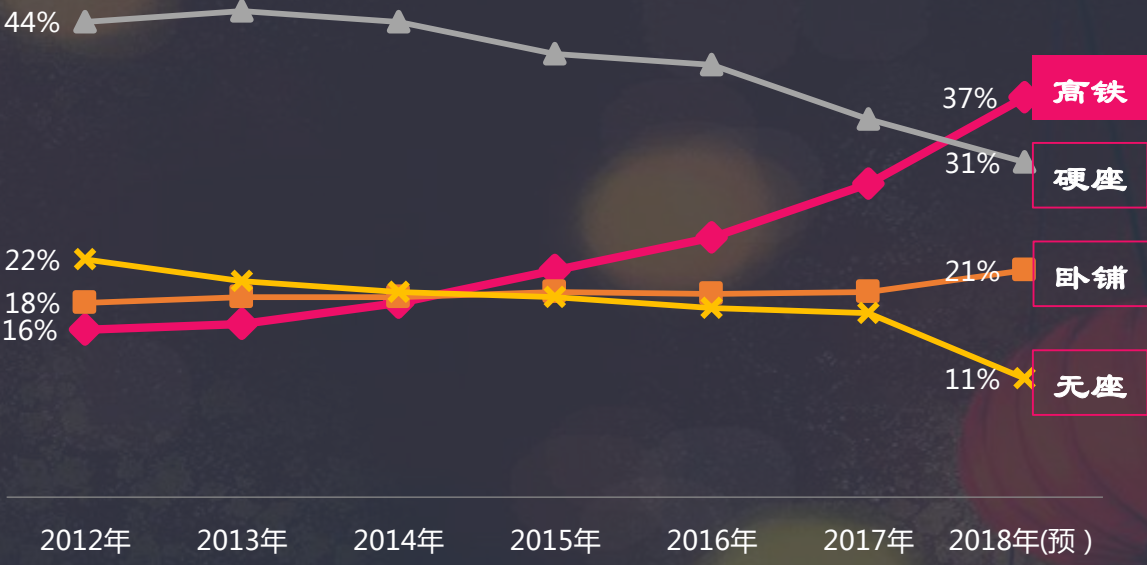
中国铁路列车开行数量



列车
数量

春运期间列车开行数量直接关系到回家的难易程度。2012年春运开行数量1933.5对，2017年开行数量上升接近一倍，达到3819对，其中60%为高铁。

中国铁路列车座位类型比例



座位
类别

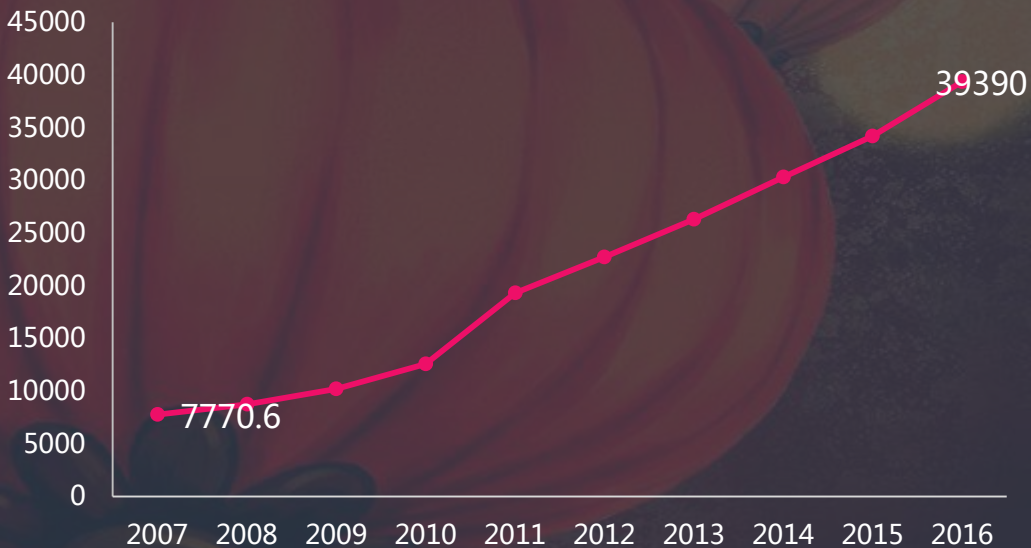
高铁与卧铺在舒适性上相较于普通硬座与无座来讲有了质的提升，2018年预计高铁占比将较2012年提升21%达到37%，硬座与无座则分别下降到31%与11%。

除了回家，人们选择把钱和闲交给诗和远方

国家旅游部门综合测算，2017年春节期间，全国共接待游客3.44亿人次，同比增长13.8%。我国公民出境旅游总量约615万人次，同比增幅近7%。春节接待游客预计近4亿人。2018年将成旅游过年、出国过年史上最热春节，中国春节将成全球黄金周。

可支配收入的快速提升是人们出游的最大动力，据统计局数据，截止2016年，我国居民可支配收入达到23820.98，同比增长8%。

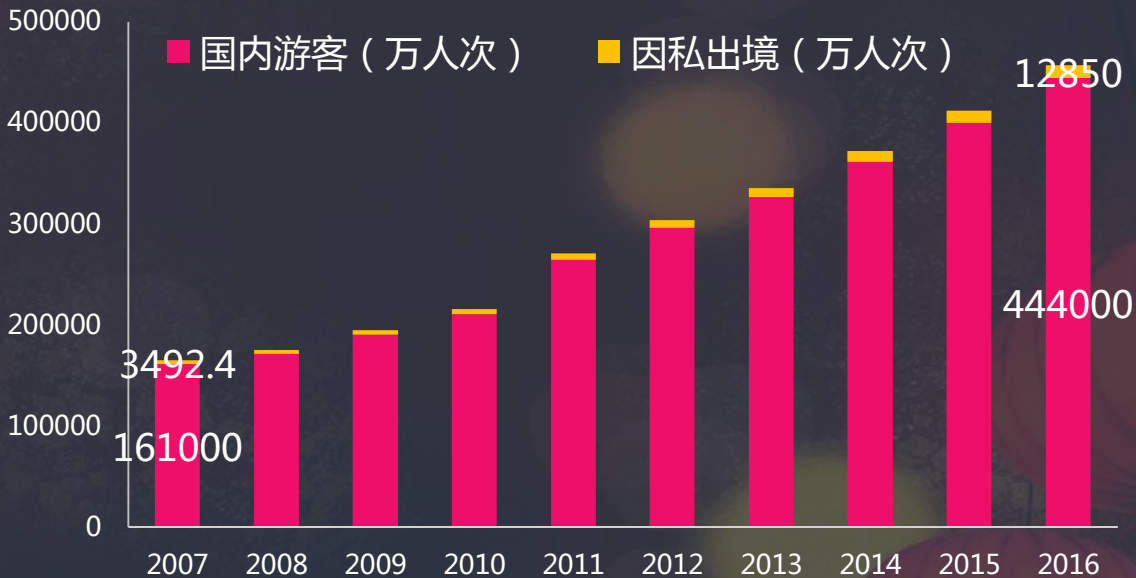
国内旅游总花费(亿元)



旅游
花费

10年来，随着中国经济快速增长，国内旅游总花费也是一路飙升，2016年达39390亿元，较2007年增长了4倍。

2007-2016中国游客数量(万人次)



旅游
人数

10年来，不论是国内游客还是出境游人数都显著增长，2016年国内游客与因私出境数量分别达到44.4亿人次与1.285亿人次，较10年前，分别上升近176%与268%。

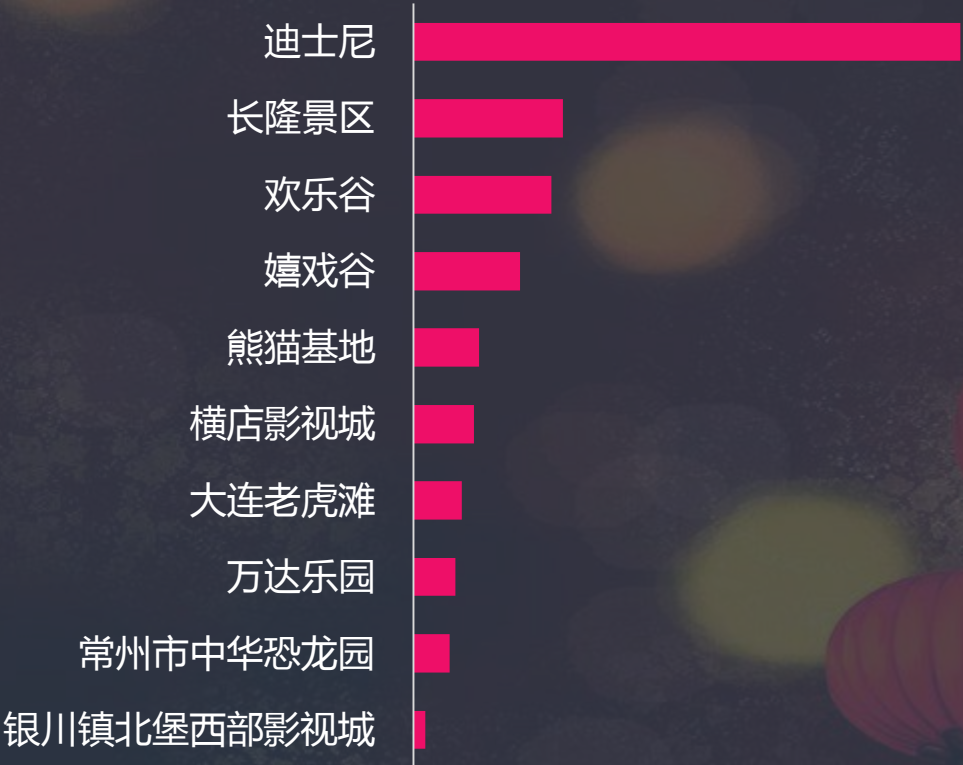
踏遍中华大地，只为找寻心中的远方

960万平方公里的国土，拥有无限风光的大好山河，国内游始终是人们出游的首选，而集历史与人文于一体的首都北京又一直是最受关注的旅游目的地。除此之外，近些年，以迪士尼、长隆景区、欢乐谷、嬉戏谷等的国内特色景区逐渐受到消费者追捧，一次旅行只为感受一次不一样的欢乐。

360用户国内出行目的地关注度TOP10



360用户国内特色景区关注度TOP10

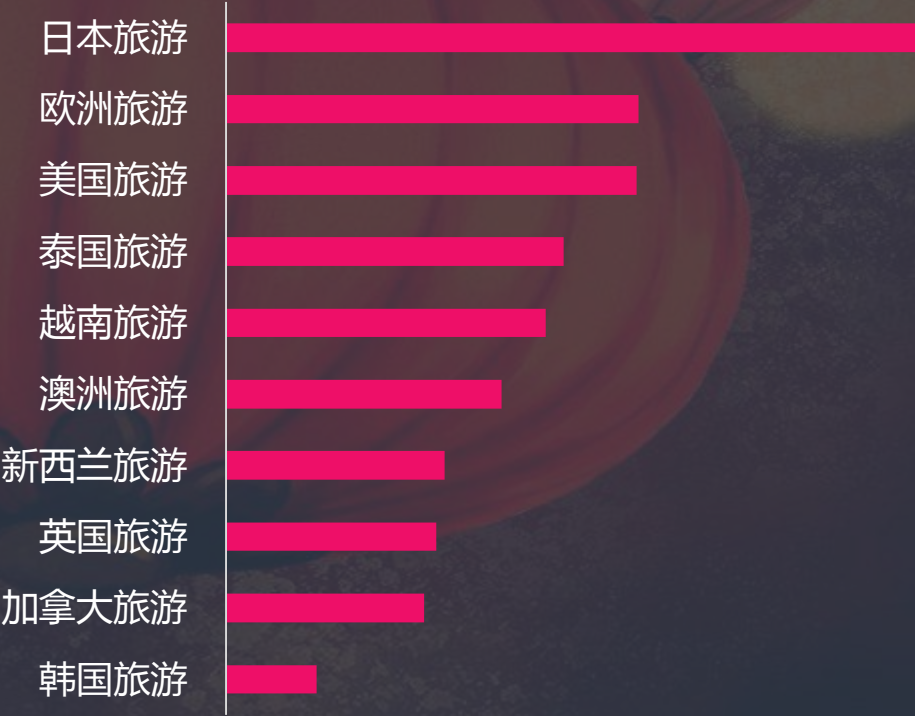


心之所向，就没有到不了的远方

出境热的也可谓一时风光无两，更多的国人青睐于在长假期间踏出国门瞧瞧，国内黄金周或将变为“全球黄金周”。

据国家旅游局预计，2018年春节黄金周，出游覆盖规模有望到达全球60多个国家、280多个目的地，最远抵达南极，将创下全球最大规模旅游历史记录，而较近的距离，丰富的旅游资源，让日本成为最受360用户关注的目的地。

360用户国际出行目的地关注度TOP10



360用户最关注外国航空公司TOP5



数据来源：360商易，2017.12-2018.1

OTA在手，攻略、订票、酒店通通都有，想走就走

互联网的快速发展，极大的方便了人们的出行。各类OTA全方位的满足了人们旅游各个阶段的需求，不论是攻略的查找、酒店预订，还是票务查询样样都有，随时随地，想走就走。对于行前的准备，多数人更加钟爱蚂蜂窝，携程与去哪儿稳居OTA综合网站前两位。近年来，随着航司官网的完善，其官网也受到用户青睐。

两大攻略网站360用户关注度



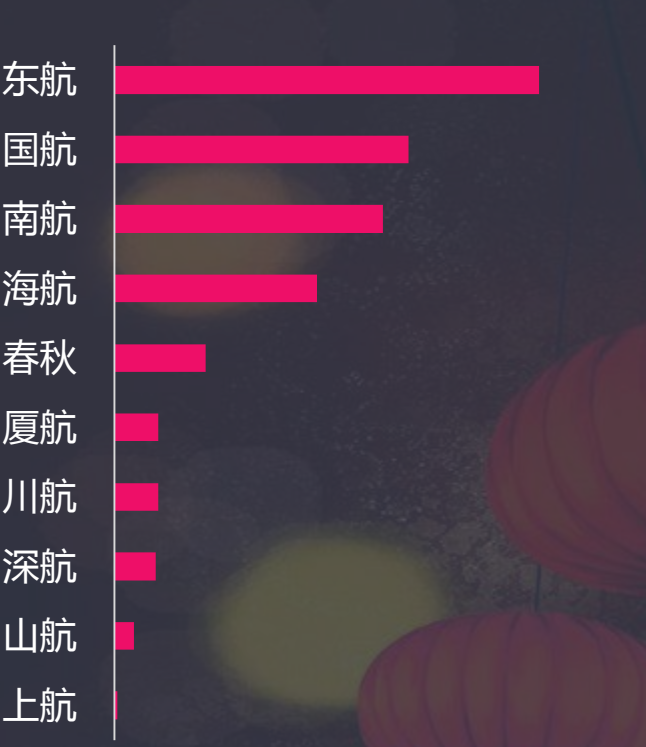
行前攻略查找

最受360用户关注的9大OTA综合网站



酒店、订票服务

最受360用户关注的10大航空公司



机票预订

数据来源：360商易，2017.12-2018.1

2

年夜饭

精神与物质



年夜饭不止玉盘珍馐，还有精神盛宴

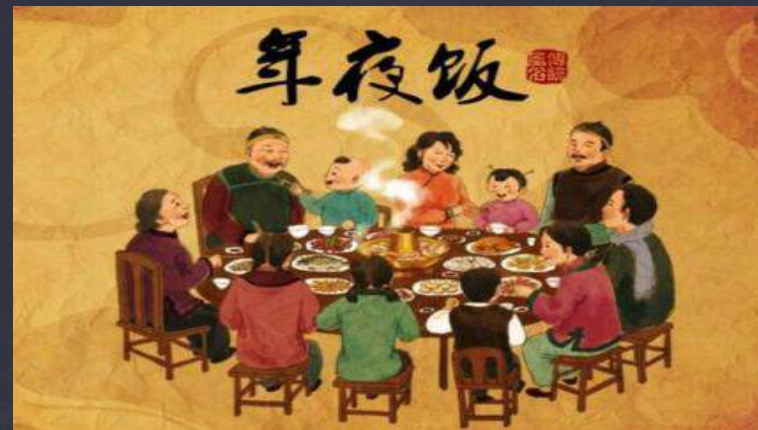
精神向上，物质向下

精神

对于年夜饭，我们的企盼一直都不局限摆在桌上那顿丰盛的晚餐，对于精神上的珍馐宴席更是我们心中抹不去的那点年味，伴随着春晚的开始，我们除夕夜也拉开了序幕。



物质



一桌热气腾腾的年夜饭是无数中国人魂牵梦萦的情愫，全家人围坐在一起吃着最丰盛的饭菜，聊着最为熟悉的家常，这便是传承近千年的中国年味。

35年了，春晚它依旧是多数国人除夕夜里一道硬菜

诞生于1983年的春节联欢晚会，作为一枚80后，它已过了而立之年，度过以主旋律歌曲为主导的80年代与宏大的歌舞绚丽场面的90年代，再到流行歌曲与原生态歌舞为主的新千年。如果说它是年夜饭上的一道菜，那么它一定是最硬的那一道。

360春晚搜索词示意图

1万个关于春节的搜索词

900个
关于春晚搜索词

搜索
数量

随着互联网的快速发展，当我们以为春晚不再万人空巷时，我们发现360用户搜索关于春节的TOP一万关键词中，有900个与春晚相关，春晚还在我们心中，未曾走远。

360春晚搜索人群分布



备注：区分度表示分析对象对该条目的偏好程度，1为基准线，大于1表示偏好，且越大越偏好，小于1表示不偏好，且越小越不偏好

搜索
人群

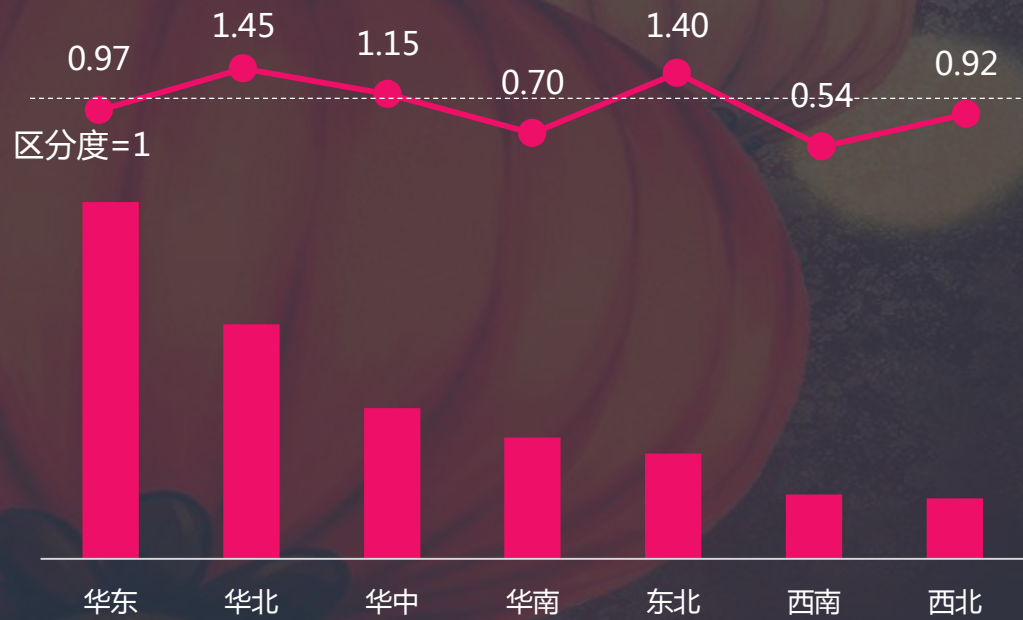
春晚不老，对年轻人的影响力依旧在。360用户中搜索春晚群体集中在19-34的中青年用户，并且越是越是年轻越是偏好。

辽阔的国土，多元的文化，你和他爱看的并不一样

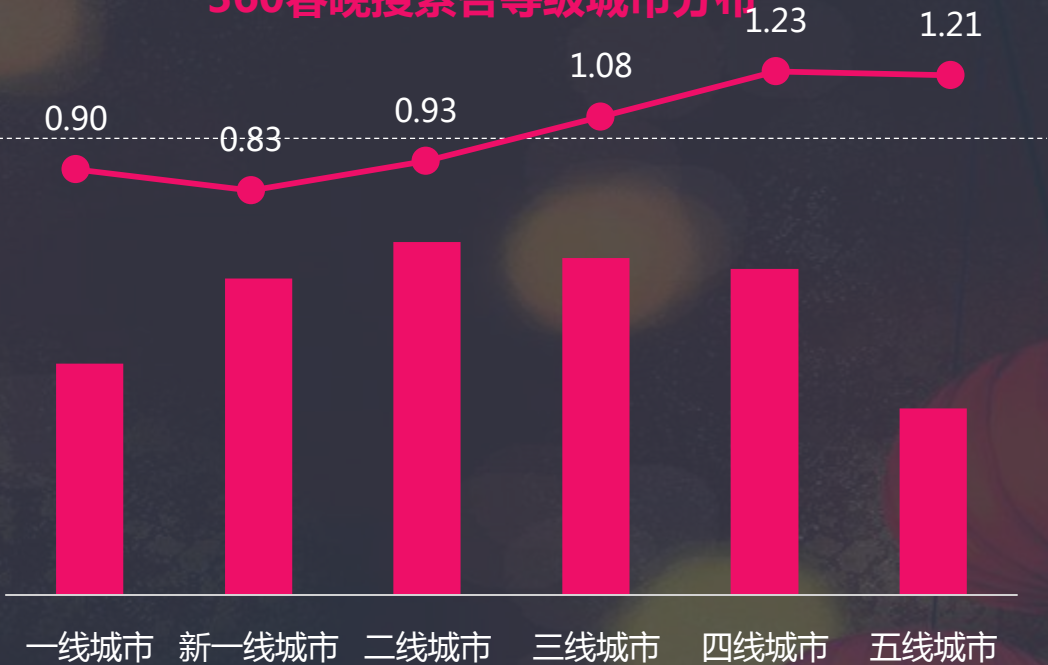
960万平方公里的国土上，分布着34个省级行政区，住着56个民族，这构成了最复杂的文化系统，每个区域都有着自己独特的文化符号，尽管春晚足够包容，但众口难调，你和他爱看的并不一样。

10万亿的GDP中，各级城市及农村不够均衡的发展，各级城市文娱发展水平也不尽相同，拥有更多选择的一二线城市对春晚的关注被稀释。

360春晚搜索各区域分布



360春晚搜索各等级城市分布



区域分布

春晚是以北方文化为主体的大型文艺表演，南方观众缺乏足够的共鸣与带入感，360搜索春晚用户中，**华南与西南地区**区分度均低于1，分别为**0.7**与**0.54**。

城市分布

作为除夕夜的精神盛宴，发达的一二线城市观众显然拥有更多的选择，360搜索春晚用户中，**一线、新一线与二线城市**区分度均低于1。

新时代，电影与综艺给了国人另一种守岁方式

曾几何时，贺岁电影成为春节期间一项相当期待的项目，但无论是香港还是内地，会发现“贺岁档”就是根据“贺岁”这一普通老百姓的心理诉求而来的，即如何通过影像视听符号的组合让观众感到有趣、快乐与温暖，这是关键。

近些年，综艺的快速发展，为了迎合贺岁述求的综艺节目也应运而生，构成了以家庭、欢乐为基调的贺岁综艺。

贺岁电影

上映时间
2018年2月16日



西游记女儿国



唐人街探案2



熊出没·变形记



捉妖记2



营救汪星人



祖宗十九代

贺岁综艺

上线时间
12月开始直到春节



吐槽大会2



歌手2



王者出击



王牌对王牌3



国家宝藏



萌仔萌萌宅



舌尖上的中国3

年夜饭，除夕夜里与家人把酒言欢辞旧迎新

年夜饭对于每一个华人来说，可谓是一年到头最重要的一顿饭，全家团聚，其乐融融共叙天伦，既是对过去一年的话别，也是对新的一年的展望，纵使时代变迁，丰盛的菜肴中总少不了那几道寓意美好祝福出现在饭桌上，饺子则是这其中最被广泛关注的食物。

2016-2017春节期间360用户对六大春节食品关注度及寓意示意图

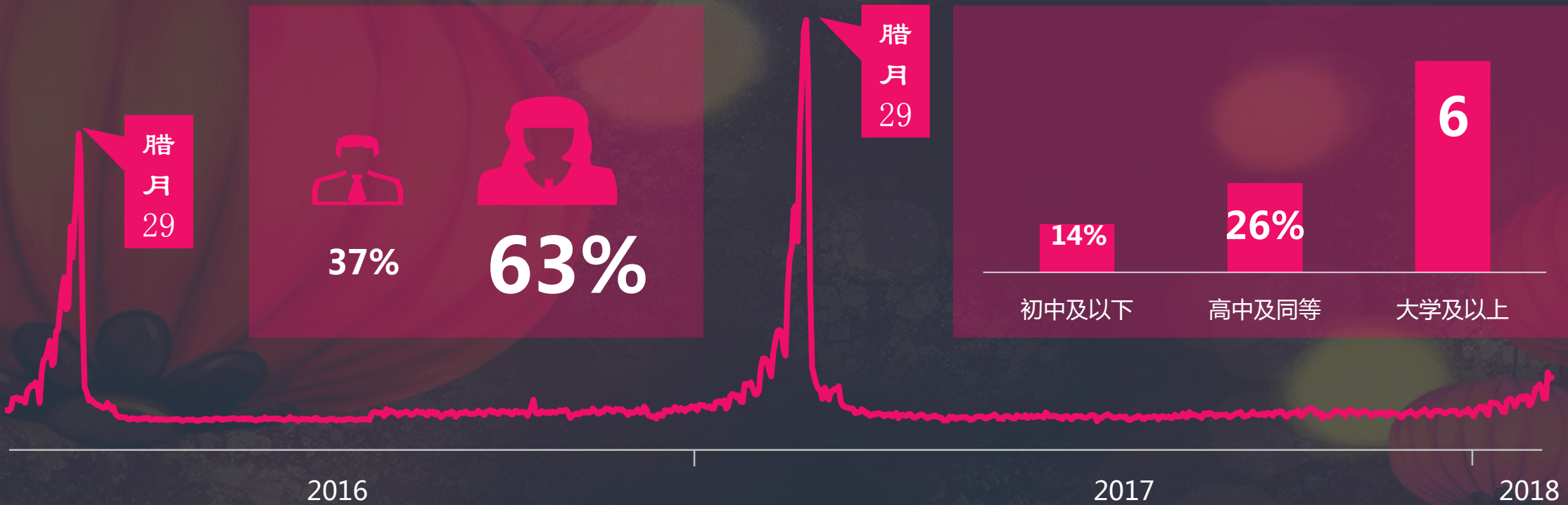


数据来源：360商易，2017.12-2018.1

亲自为家人烧一桌丰盛的年夜饭，是除夕夜最大的乐趣

看着家人吃着自己亲手打造的年夜饭，也是种乐趣。如何打造这一桌不同种类的菜式呢，每年春节期间便成为360用户搜索年夜饭菜谱的高峰期，在腊月29这天到达顶峰。女性与高知群体最懂得享受做饭的乐趣。女性有远超过男性的比例关注年夜饭菜谱，达到63%，大学以上学历关注度也到达60%，占比最高。

2016-2017春节期间360用户对年夜饭食谱关注度趋势及分布

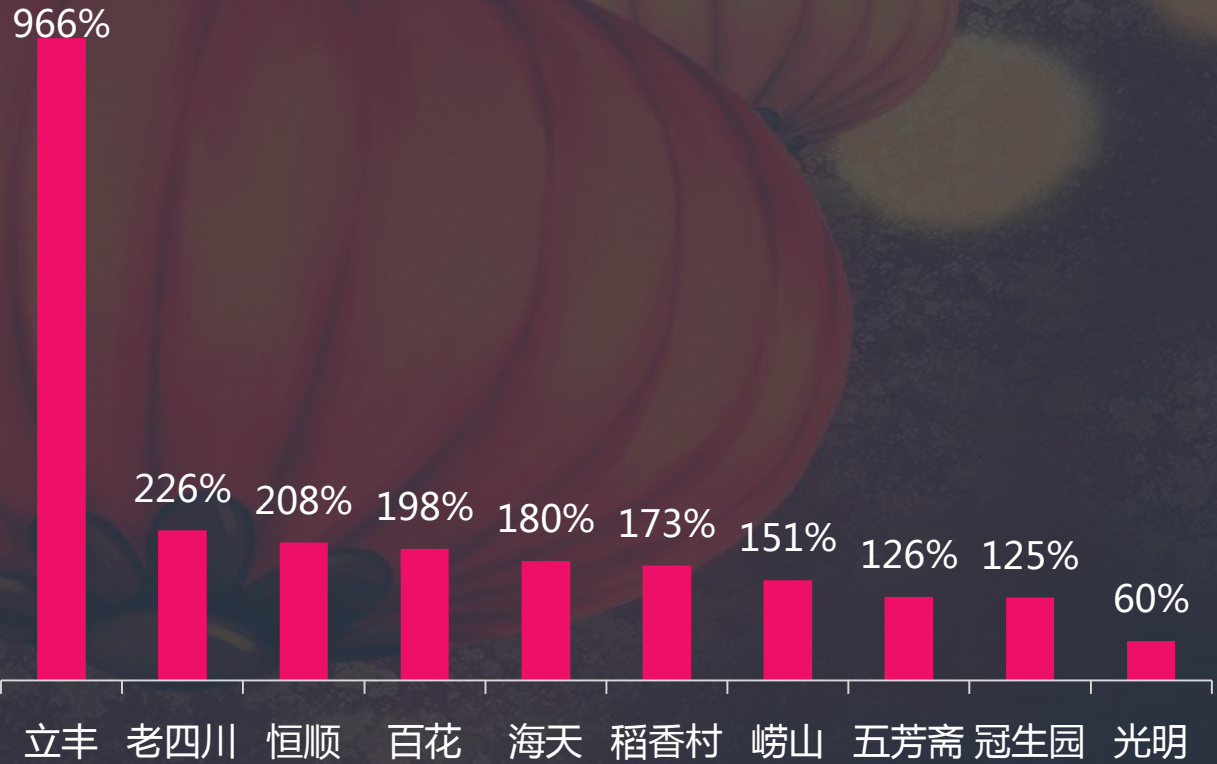


数据来源：360商易，2016.1-2018.1

食材上的精挑细选，只为家人打造有品质的年夜饭

随着中国经济的快速发展，人们生活也越来越好，对于生活品质的追求已经渗透到生活的方方面面，对于年夜饭自然也是不能马虎。要做一桌品质年夜饭，自然离不开食材的选择。中华老字号品牌得到了广泛认可，上海立丰旗下食品在2018京东年货食品超级品类日当天销量同比增长966%。同样，进口食品也普遍受到欢迎，来自西班牙的橄榄油，法国矿泉水等都受到热捧。

京东年货食品超级品类日中华老字号销量同比增长率



京东年货食品超级品类日进口食品销量TOP6

- | | |
|----------------------|------------------|
| 西班牙进口贝蒂斯
特级初榨橄榄油 | 依云矿泉水 |
| 马来西亚进口益昌
老街2+1白咖啡 | 丹麦进口皇冠
丹麦曲奇 |
| 孟乍隆苏吝府泰国
茉莉香米 | 歌梵帝双享经典
巧克力礼盒 |

3

习俗

传统与现代



习俗不止对传统的继承，还有新时代的产物

传统延续，现代兴起

传统

悠久绵长的华夏历史，辽阔的国土，孕育了独有的节气，自然而然，也同时诞生了赋予其意义的传统习俗，春节作为岁末年初而成为一年中最重要的节气，相伴而来的习俗也是丰富多样。



现代



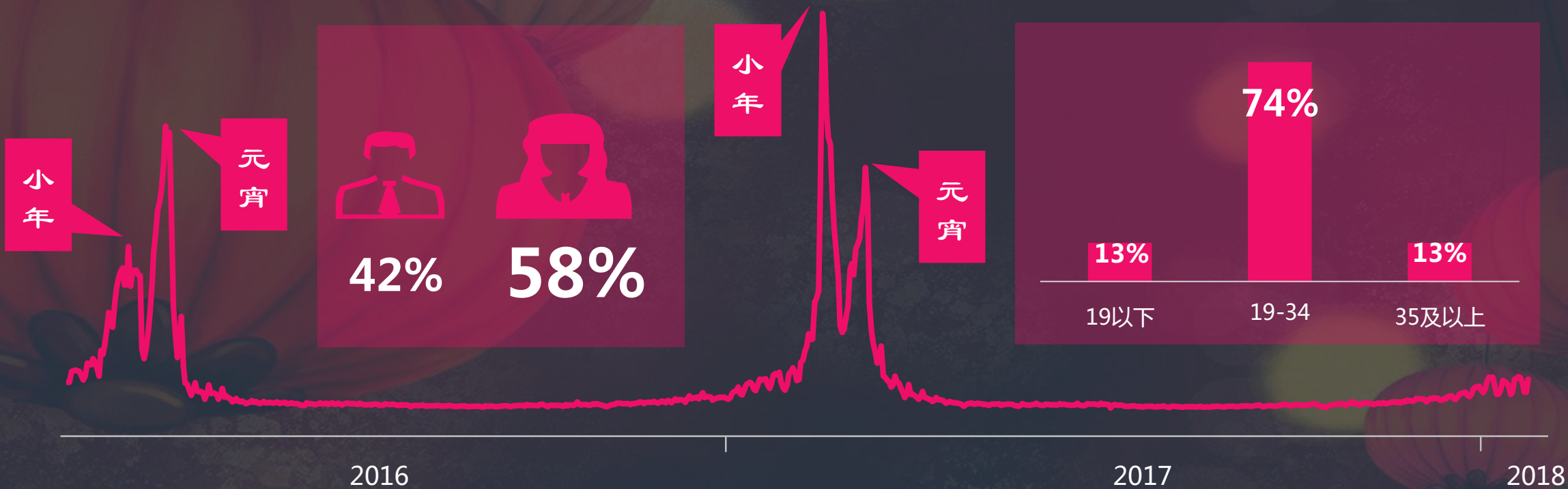
习俗作为历史与文化的产物，是时间的沉淀，也将随着时代的变化而进行着潜移默化的改变。如今，随着互联网的发展，大量传统习俗同样从线下走到了线上。

传统习俗，既是对文化的传承更是春节应有的仪式感

春节作为华人最重要的节气，经过漫长的历史沉淀，自然有着丰富多样的各式习俗，传统上，从筹备过年到正月十五，接近一个月，纷繁多样的民俗讲究，正是这些才在点滴中透着年味，为人们增加节日的仪式感。

对于纷繁复杂的民俗活动，互联网成为现代人获取其相关资料的重要途径。360用户对春节民俗的关注度在春节前后1个月迎来其高峰期，并分别在小年与元宵的达到峰值，女性和青年用户关注度更高。

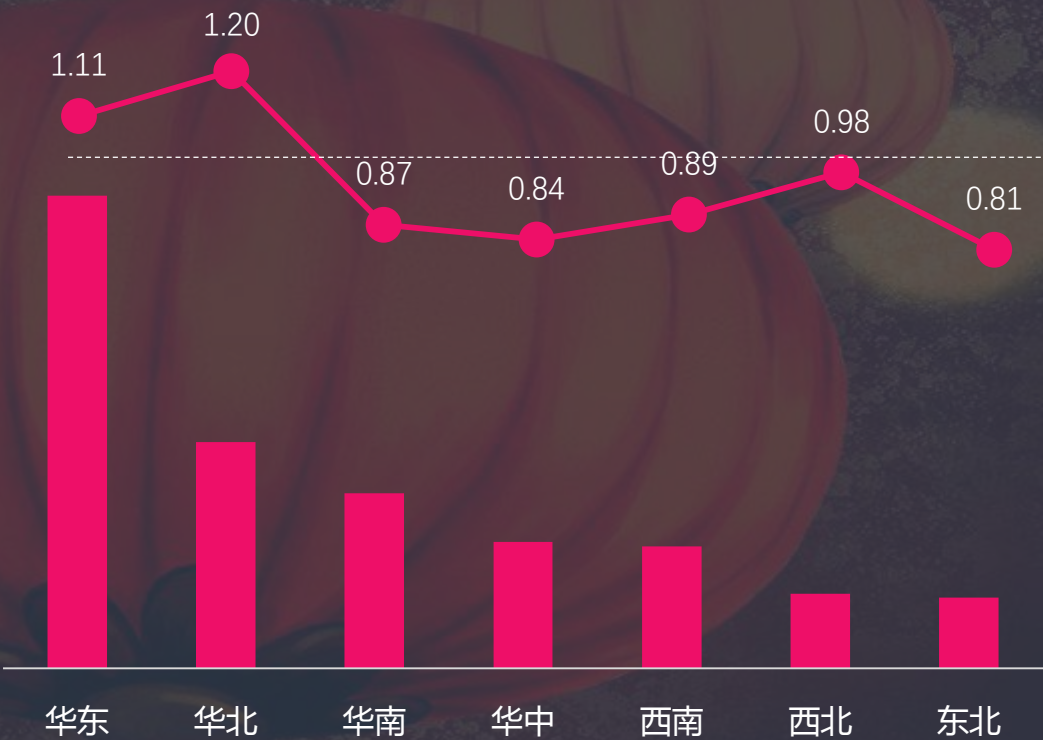
2016-2017年360用户对春节传统习俗关注度变化趋势及分布



经济发达、社会结构稳定利于春节民俗传承

对于居住在面积辽阔的国土上的中国人来说，传统民俗文化的关注，通常会因为各地的人文氛围、经济发展水平等多方面因素的影响，不平衡是各区域与各等级城市对民俗关注度的总体特征。

各区域360用户对春节传统习俗关注度



区域

经济的发展对于文化的自信与传承有重要的作用，华东地区作为中国经济较发达的地区，对春节民俗关注度最高，偏好较高。

各等级城市360用户对春节传统习俗关注度



城市

社会结构越是稳定的城市，对于保留传统文化越是有利，二三线城市人口流动小，对春节民俗关注也更高，同时偏好也更高。

七大春节传统习俗中，现代人对发红包最倾心

根据传统，自农历腊月二十三开始，各式春节习俗就陆续拉开序幕，直到正月十五元宵结束，接近一个月时间，基本每天都有讲究，丰富多样的民俗活动让人应接不暇，随时代的发展，忙碌的人们讲究越来越少，七大民俗中，发红包、挂灯笼、放爆竹是最入大家心坎的春节习俗。

360用户对七大春节习俗关注度



年画



灯笼



窗花



红包



春联



爆竹



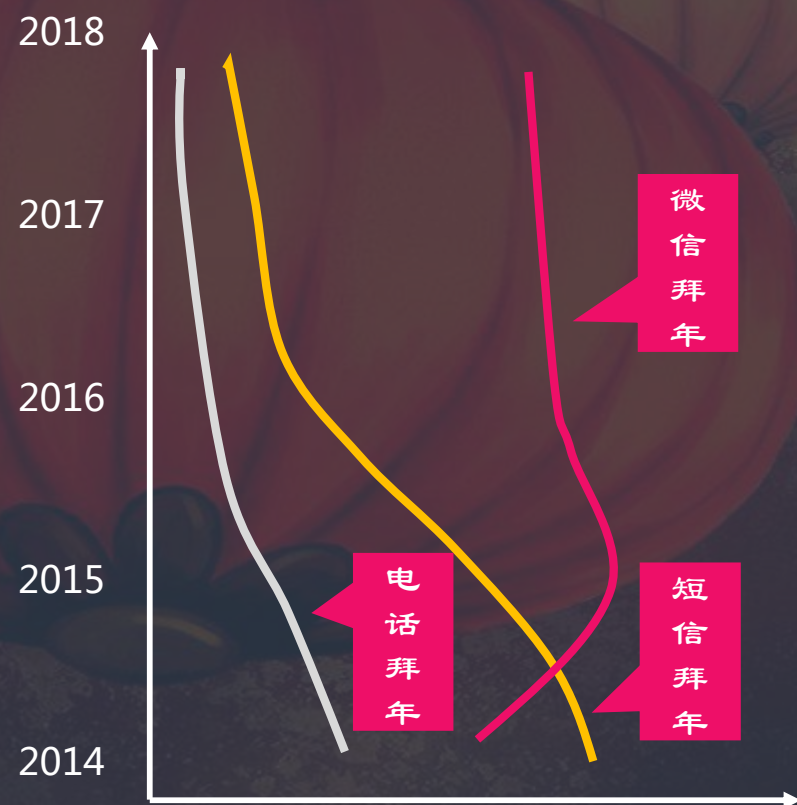
舞龙舞狮

如今，通信技术的发展，拜年不受时空限制尽在指尖跳跃

移动互联网时代的到来，总是在我们不经意间改变着身边的那些熟悉不过的事物。电话拜年被短信拜年替代，短信拜年再被微信拜年替代，一切都变得越来越简单。

电子支付技术的成熟，让发红包从线下走到了线上。不仅让人感受到科技带来的便利，不再受时空限制，让古老的民俗展现出新的魅力，也让电子支付迅速的普及开来。

360用户拜年方式变化示意图



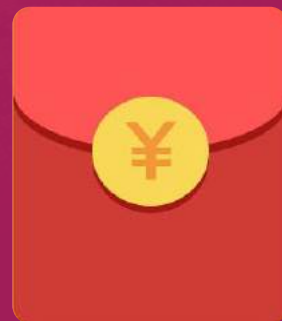
2014
0.16亿个

2015
10.1亿个

2016
80.8亿个

2017
142亿个

微信红包除夕当日
收发总量示意图



电商的发展，也让置办年货从线下走到了线上

购买年货，作为过年前购买的一些物品，通过置办年货来慰劳辛苦一年的自己，同时也通过伴手礼把祝福送给亲朋好友。近年来，随着网购平台的快速发展，网购成为年货购买的重要途径，三家电商平台也陆续推出了年货节。

2018天猫年货节



活动：全场通用红包

金额：1、2、5、8元等，最高达888元

玩法：全场通用、可叠加、限实物不转赠

发放时间：1月21日-24日

使用时间：1月24日-28日

2018京东年货节



活动：PC端参加年货大街活动，可中优惠券

奖品：限品牌东券

玩法：随机发放、数量有限、需用户实名认证、每天登陆可获得3次抽奖机会

2018苏宁易购年货节



活动：拍拍了游戏赢红包

奖品：现金红包、优惠券、商品券等

玩法：每天每人9次九次机会，分享增加1次；红包优惠可叠加

网购年货中东部销量大，热销年货种类也越来越多元

京东年货节自开办以来，用户在年货节的购买习惯已经从吃喝的需求向生活方式类的需求转变，人们在过年期间购买会购买一些生活用品、美妆用品来升级家庭环境和个人形象来迎接新年。

京东年货节首周销量TOP10省市



销量No.1：食品饮料 

销量增长明星品类：

 生鲜 100% 

 美妆 900% 

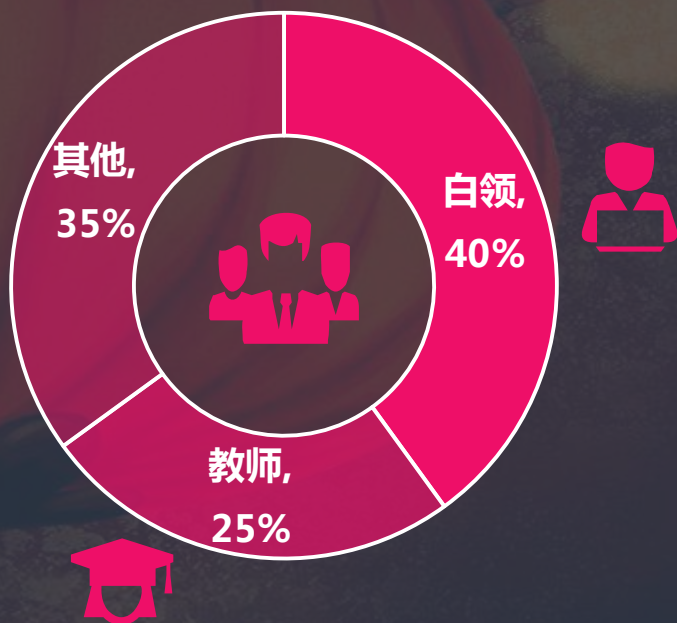
医药保健类的商品：

 610%+
3年复合增长

网购年货人群年轻白领为主，同时向中老年扩散

网购年货这种新兴方式从最开始被部分资深网购达人接受，快速发展的物流与更加丰富的货源，种种便利也开始为大多数人所知，也受到更多人接受，购物人群呈现从80、90为主，并向中老年扩散。

购买京东年货人群职业分布



人群占比最大：

80后和90后

人群占比提升：

60后

女性的占比很高，与京东全站的比例相比，女性要**高出8%**

4

亲情

期待与尴尬



亲情不仅团聚时的其乐融融，还有寒暄时的尴尬难受

期待满满，尴尬不少

期待

一直以来，春节被赋予了太多了亲情元素，春节从某种程度上就意味着团聚，老人家看儿孙满堂，一家大小共叙天伦，而年轻一辈也正可以借此机会向父母的养育之恩来表达感激之情。



尴尬



时代的快速变化，候鸟般生活的我们，家乡亲人便成为远方的故乡，春节的团聚，既是带着久违蒙面的亲切，又是不同时空环境下不同理念的碰撞，不同心境下，长辈的关心是鸡汤还是毒药成为未知，尴尬成为了寒暄的主要体现。

七大关键词折射出国人对于春节最大的期待

春节作为一个寓意亲人团聚的日子，团聚自然是人们最为期待的事。我们分析360用户关于“春节”的最高频的1万个联想词中，和亲情的相关搜索词全部集中在“父母”“家人”“家庭”3大关键词，而诉求全是“团聚”“陪伴”“健康”“平安”4大关键词，折射出人们心底最为朴实的愿望。

360用户搜索“春节”关于亲情与诉求的7大搜索词



亲子间共同完成课外作业，既是学习也是共享天伦

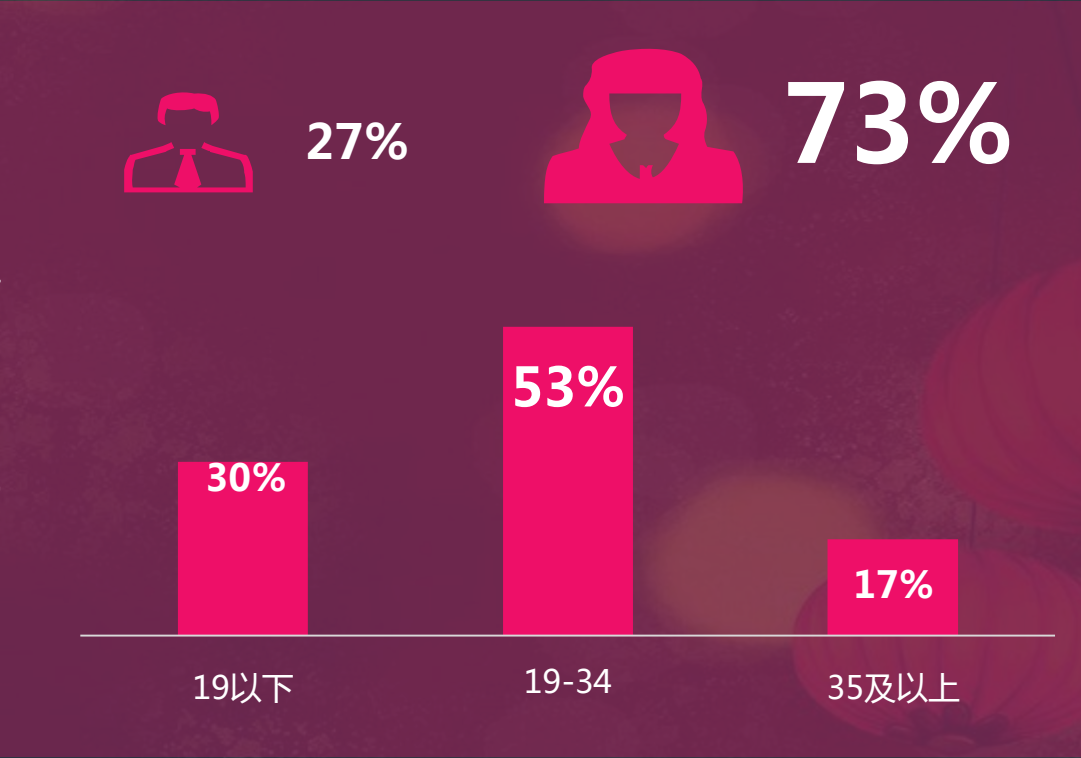
春节对于还在上学的孩子们来说，既是轻松的假期也是一个可以灵活应用时间进行自我学习的时机，和父母一起做做各项手工活动等，不仅可以让假期充实，更让亲子间有机会在任务中更好的沟通，增进亲子间的了解，加深亲子间感情。

数据显示，在1万个关于春节的搜索词中，有大量关键词与春节手抄报与作文等小学生课外作业相关，搜索人群则以孩子们和年轻妈妈为主。

360用户搜索“春节”关于课外活动的2大搜索词



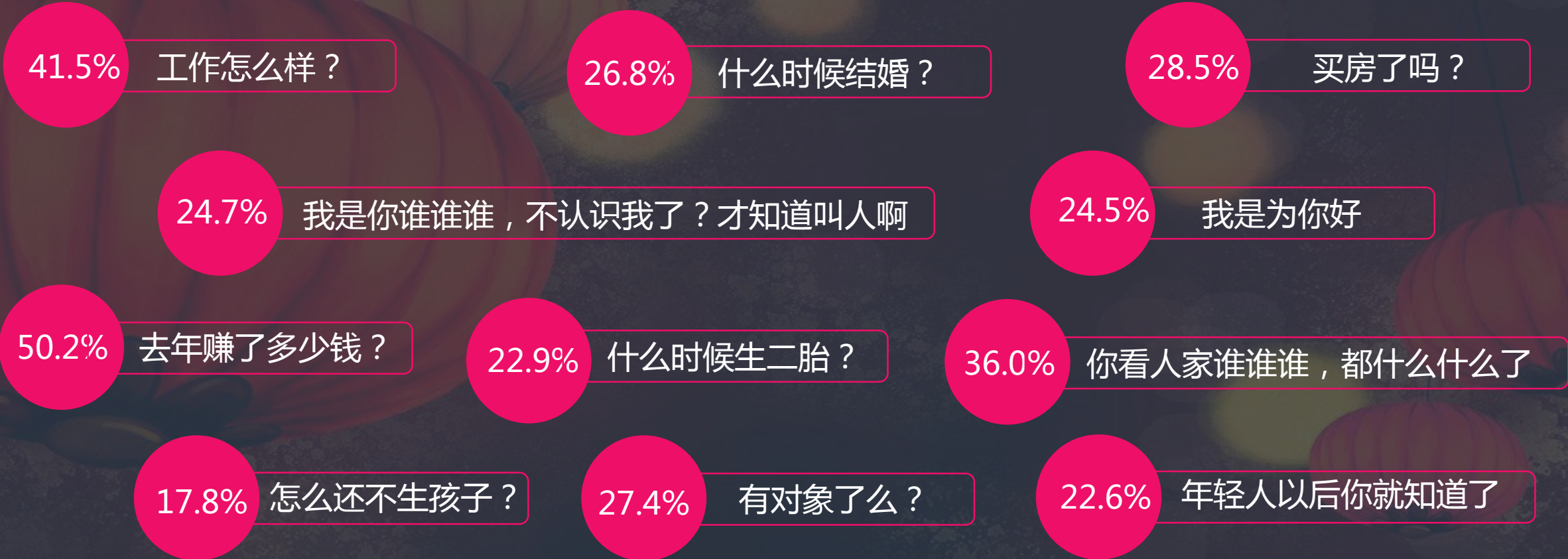
360用户春节2大课外活动人群分布



不同时空下生活的亲人，见面聊天总是难以避免尴尬

快速发展的社会，改变了我们固守一地的生活模式，远离家乡，远离亲人，独自在外求学、工作，成为大多数人的生活常态，而处于不同时空下的亲人逐渐形成了截然不同的生活习惯与认知，纵然百般牵挂，见面时也难以相谈盛欢，而长辈们过于亲近的询问，反而像是触破隐私的利剑，让我们尴尬的难以开口，“工作怎么样？”与“去年赚了多少钱？”成为最让人尴尬的长辈关怀。

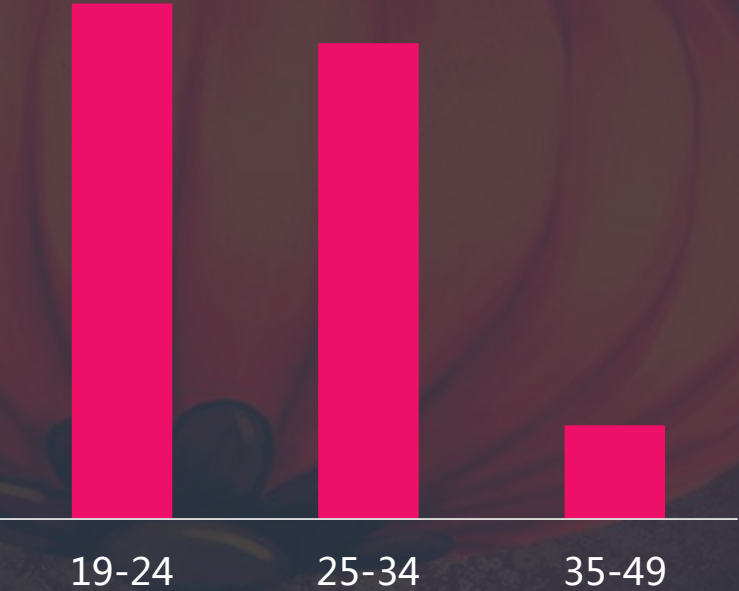
亲人间最让人尴尬的话题汇总



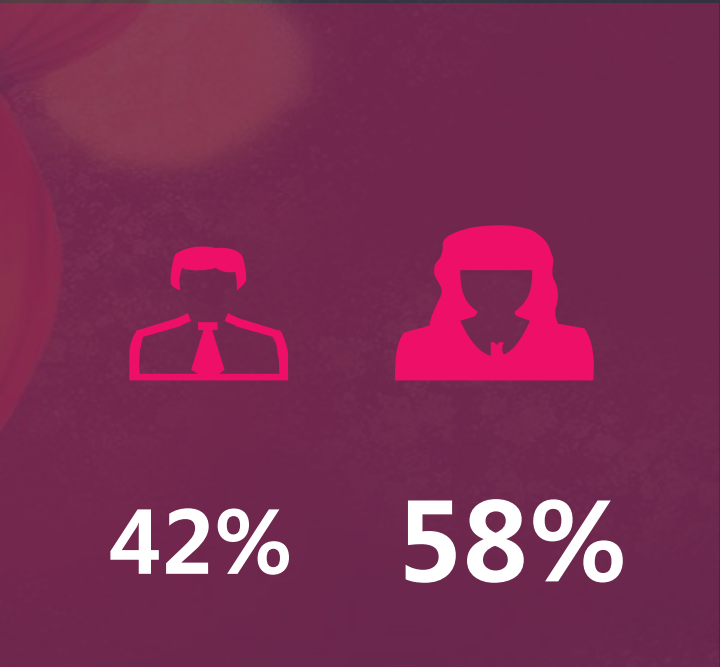
化解团聚与尬聊的矛盾，归乡前必须学会的技能

《春节自救指南》作为一首专门帮助年轻人应付春节回家来自于父母亲戚好友各种尬聊的网络神曲，其歌词对于各种尬聊话题进行描述，让所有的归乡年轻人找到了共鸣，自2017年诞生一来，便火爆网络，来自一二线大城市的归乡前的360年轻用户们在临近春节期间对其搜索量也是大幅增加，相对来看，女性与高学历用户承受了更大的压力，在春节的自救上也更加积极。

《春节自救指南》搜索年龄分布



《春节自救指南》搜索性别分布



《春节自救指南》搜索学历分布

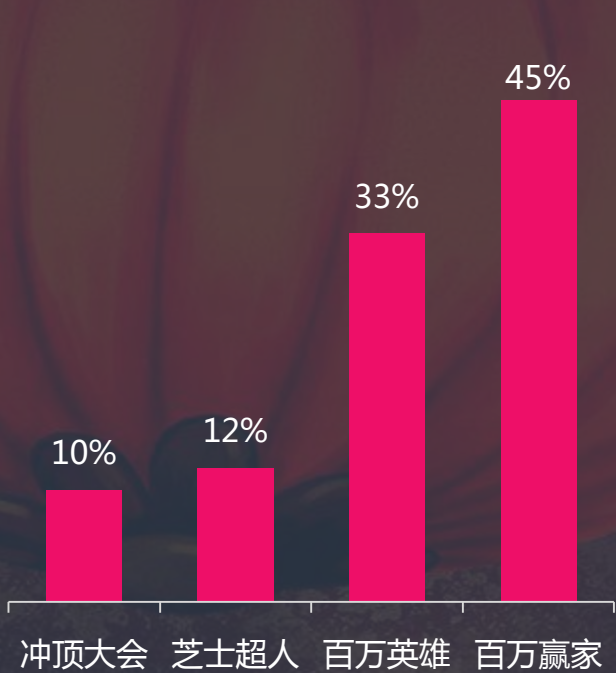


除了提升应对技能，火爆的直播答题让团聚不再尬聊

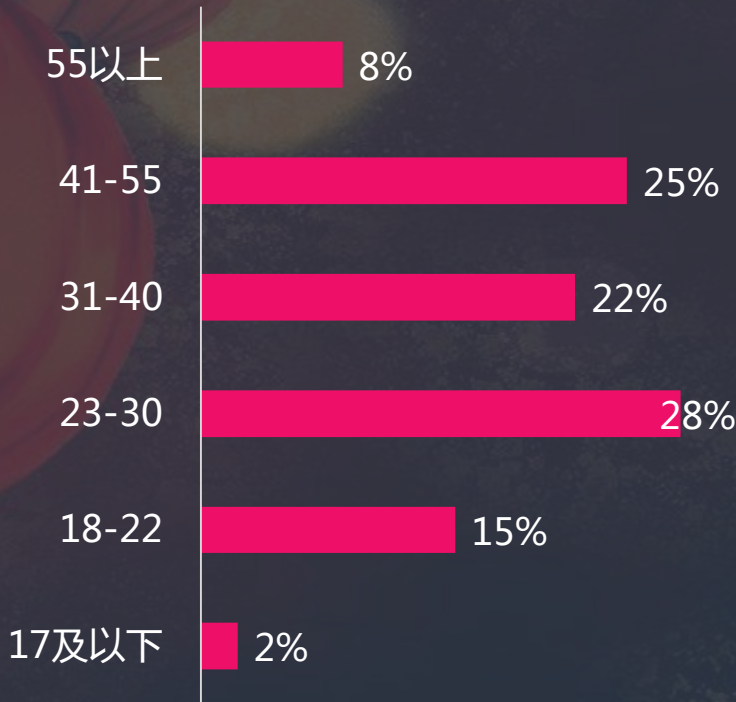
对于春节团聚时种种尬聊情景，《春节自救指南》提供了一种应对方式，然而，这样的应对方式难度因人而异，这样的技能说起容易做起难。

幸运的是，近期火爆网络的直播答题，受到各个年龄群体及东中西部人群的追捧。其强烈的互动性，团队合作性让团聚时亲朋间，无需尬聊，一起来答题，既能拉近彼此距离，又能充分享受合作答题一起闯关的快乐，科技与娱乐让一家人围坐一起不再尴尬，只有共享天伦。

四大主流直播答题平台关注度占比



直播答题参与人群年龄分布



直播答题参与人群省份TOP10



数据来源：讯飞，360智库整理

百万赢家春节档，高奖金多玩法多场次全家团战

《百万赢家》作为360与花椒合作推出的一款直播答题节目，一经推出便拥有超高人气。也在春节期间推出了春节档直播答题，以高奖金、多场次、低门槛、多玩法为用户打造一款趣味性强、老少咸宜的春节游戏，完美规避七大姑八大姨追问盘点，让春节只有团聚的快乐，再没尬聊的伤害。

春节期间撒币超1.6亿



多样主题 + **百万赢家** = 阖家欢乐

对联专场

回忆专场

同学聚会专场

猜灯谜专场

方言专场

春节档优质内容
串烧

压岁钱专场

拜年专场

麻将专场

红包专场

吃货专场

回家专场



不论**黄金周**时的我们身处何方，**家**永远是我们牵挂的地方！

与爱的人在一起，**年夜饭**不论吃什么都是**家**的味道！

习俗是礼物不是束缚，是为我们找到**家**的归宿！

亲情是我们最大的财富，有她才有我们温馨**的家**！

家既在远方，更在**心中**！

The background features a dark, textured surface with several glowing red lanterns. One large lantern is prominent on the left, while others are smaller and positioned towards the right and bottom. Soft, out-of-focus light spots (bokeh) are scattered across the background, creating a festive and warm atmosphere.

Happy Chinese New Year!

汪年大旺！！

360 商业市场策划部·商业研究组出品