

2022年

承包家的新年味

新春生活消费趋势报告



2022年货节概况一览

1

同一个中国，不同的年货

2

年货直播间消费趋势变迁

3

2022五大新年俗

4

我们的年与年货？

- **春节**，这项起源于殷商时期岁尾的祭神祭祖活动，是中国自古以来最重要的节日。“过年”包含了一代又一代人对家人与故乡的爱、对幸福生活的期盼，是从古至今流淌在中国人血液中的仪式感。

- 年货，《现代汉语词典》将其解释为“过农历年时应对的物品，如糕点、年画、花炮等”。然而随着当代人生活的变迁，“年货”也被赋予了更广的内涵，那些“过年买的东西”、在过年期间被购置的消费品，都是当代人眼中的“新年货”。

[illegible]

- 今年声量最高关键词：衣服、手机、零食等
- 今年相比往年增长显著增高关键词：猪肉、手机、项链、汉服等



2022年货节概况一览

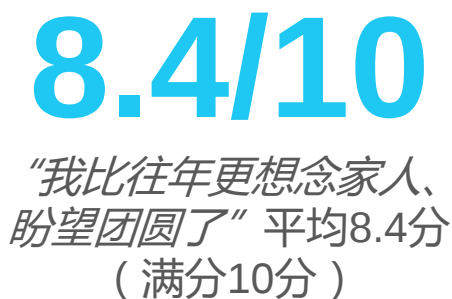
我们的年与年货？

“年”与“年货”发生了哪些变迁？

- 2022年，我们生活在“疫情仍在继续”与“国家持续发展”的两条交织而生的时代双主线下，“年”也顺应发生着变化。在4.9亿人“人户分离”、平均家庭人口降至2.62人/户的当代，年轻人普遍离开故乡或家族外出求学工作、组建小家。



- 离家的年轻人们一方面处在担心着疫情反复、准备“就地过年”的不确定性中，另一方面夹杂着对家人的思念、对团聚的期盼，2022的“年”也因此被赋予了更浓的情感内涵。



来源：《第七次全国人口普查主要数据情况》；根据艾瑞咨询2022年《过年生活态度调研》定量研究结果整理，N=800。

2022年货节概况一览

我们的年与年货？

我们的“年”与“年货”发生了哪些变迁？

- 与此同时，我们的“新年货”消费也在发生着物质需求、精神需求层面的变化。物质方面，对“家”、“健康”、“健身”与“智能”等的关注提升显著；精神方面，为“文化意义”、“治愈力”与“好运”等买单，是2022年置办年货时被唤起的精神需求。



淘宝直播间里的年货节

- 阿里年货节始于2016年，自举办开始就成为消费者最热衷的年货线上购物渠道之一；受疫情、云科技发展等多方面影响，直播在2020年爆发式增长，更成为不少消费者年货购买渠道首选。

对2022“年货节”的评价？

“对很多消费者而言，‘年货节’不仅是一场线上商品集市，更是一次关于传统节日的情感回溯；而直播带货则通过带有年味的特色产品、春节记忆的特色玩法等，营造出特定的春节营销场景，通过和用户的情感互动和交流，将产品触达给用户。”

——《年货节“开门红”，淘宝直播引领直播新生态》

来源：根据公开资料整理；段落引用自《年货节“开门红”，淘宝直播引领直播新生态》。

2022年货节概况一览

淘宝直播间里的年货节

年货节直播间贡献情况

- 2022年货节的成交金额保持着增长的态势，其中直播间渠道的成交额相比去年增长了20.5%。



+20.5%

直播间销售额增长

- 对于2022年货节，直播间渠道的成交笔数同比去年增长16%，用户数量占线上整体3.6%——直播间消费人群基数虽小，但却拥有更强的年货购买力。

+16%

年货节直播
成交笔数年增长

3.6%

直播成交人数
在线上整体中的占比



1.9倍

直播高于整体
客单价倍数

1.7倍

直播高于整体
货单价倍数

来源：淘宝直播年货节消费大数据（2022年度数据时间：1.7-1.15）。

2022年货节概况一览

淘宝直播间里的年货节

年货节品类整体消费情况

- 线上整体渠道：2022年货节品类成交额 TOP 10 分别为：女装、家装、食品、3C数码、家居家纺、母婴、男装、美妆、运动户外、大家电。



女装



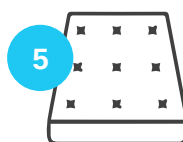
家装



食品



3C数码



家居家纺



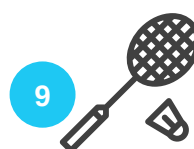
母婴



男装



美妆



运动户外



大家电

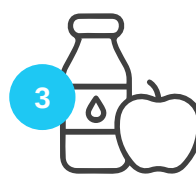
- 直播间渠道：2022年货节品类成交额 TOP 10 分别为：女装、珠宝首饰、食品、美妆、3C数码、母婴、家居家纺、生活电器、大家电、箱包配饰。



女装



珠宝首饰



食品



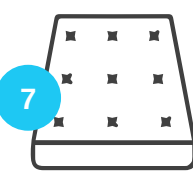
美妆



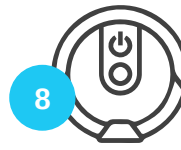
3C数码



母婴



家居家纺



生活电器



大家电



箱包配饰

来源：淘宝直播年货节消费大数据（2022年度数据时间：1.7-1.15）。

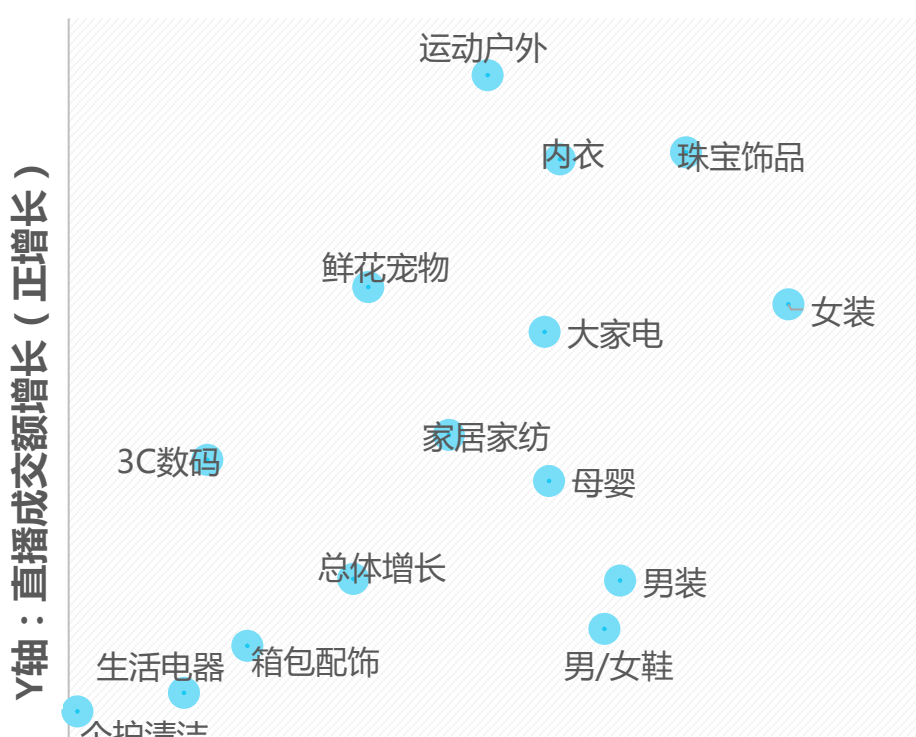
2022年货节概况一览

淘宝直播间里的年货节

年货节品类整体增长情况

- **线上整体渠道**：2022年货节成交额年度增长 TOP 5 品类分别为：女装、珠宝饰品、男装、男/女鞋、内衣。
- **直播间渠道**：2022年货节成交额年度增长 TOP 5 品类分别为：运动户外、珠宝饰品、内衣、鲜花宠物、女装。

2022年货节各品类成交额年增长情况



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36735

