

百度X京东

618消费趋势 洞察报告

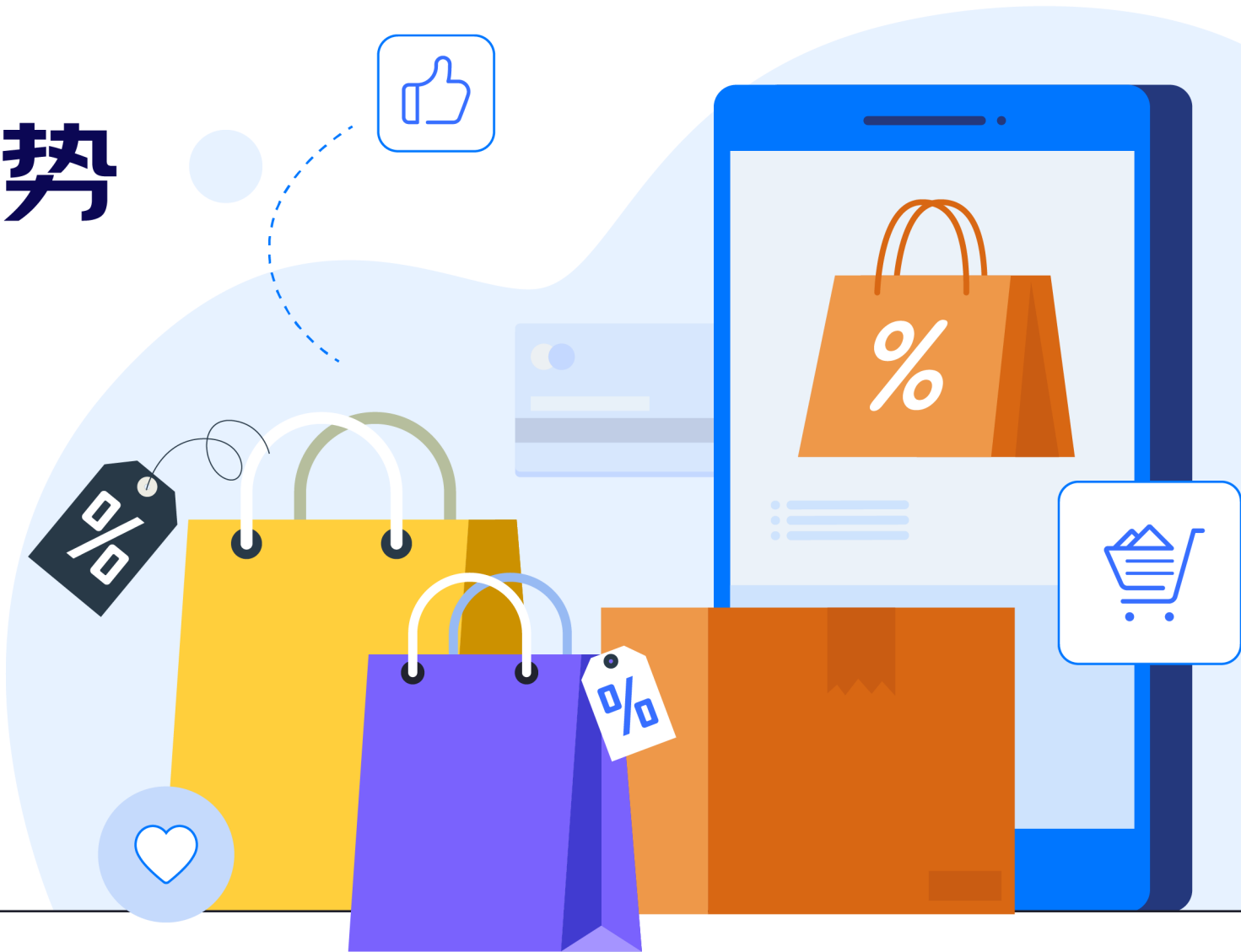
数据来源:

京东消费及产业发展研究院

百度营销研究院

百度指数 百度观星盘

2022.06



- 618关注热度高涨，环比上涨418%

百度指数显示，近30天“618”相关搜索同比上涨24%，环比上涨418%。

- 搜索提前5天，个护产品热度位列榜首

百度指数显示，今年618用户准备更超前，618搜索上涨趋势比2021年提前约5天。个护产品、家具家电、智能用品相关内容搜索热度位列前三。

- 00后日益成为618搜索主力军

百度指数显示，近30天，00后618搜索占比25%，且占比相较2021年增长10%；95后占比18%，占比相较2021年增长7%。

- 十大618搜索城市出炉，上海人更关注

百度指数显示，上海、北京、深圳、杭州、广州、成都、武汉、重庆、郑州、南京上榜近30天搜索“618”相关内容TOP10城市。



618是什么节日



618苹果13抢不到



618活动什么时候开始,什么时候结束



618跨店满减规则2022



618什么时候买最划算



开门红当天 TOP10搜索问题

618预售和618当天买哪个划算



618和双十一哪个优惠力度大



618什么时候开始的



618满减规则



618和61哪个活动大



数据来源：百度指数

京东618关联提及率TOP关键词



目录

PART 01

价值型购买

PART 02

反差式购物

PART 01

价值型购买

回归消费理性，享受人间烟火，追求产品的功能价值，
力求让买的东西不落灰，为热爱与需要买单

趋势一

舌尖经济 增长快

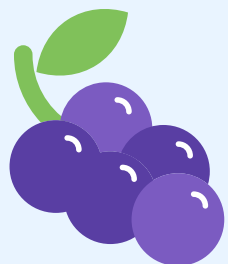
01



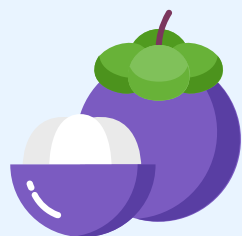
百度指数显示，近30天，“营养食谱”、“自制果汁”相关内容搜索分别同比上涨92%、163%。越来越多的人关注饮食结构的科学健康，并且在炎炎夏日希望亲自动手做一杯果汁。

京东618数据显示，新鲜水果受青睐，健康饮食成为潮流。

成交额同比增长



687%
葡萄/提子



309%
山竹



138%
枇杷



140%
水果礼盒



382%
有机食品



249%
低温奶

粽情端午：传统粽子口味翻新

京东618数据显示，粽子的成交额同比增长达287%。而在5月中旬至下旬粽子就已进入购买高峰，咸粽子销量是甜粽子的4倍，售出的新口味粽子超过130种。

百度指数显示，各类花样粽子搜索相较去年端午增长83%，榴莲粽挤入热度TOP5粽子家族；可乐粽（同比增长250%）海参粽（同比增长98%）咖啡粽（同比增长95%）佛跳墙粽（同比增长72%）松露粽（同比增长68%）等增长快速的花式粽子口味。

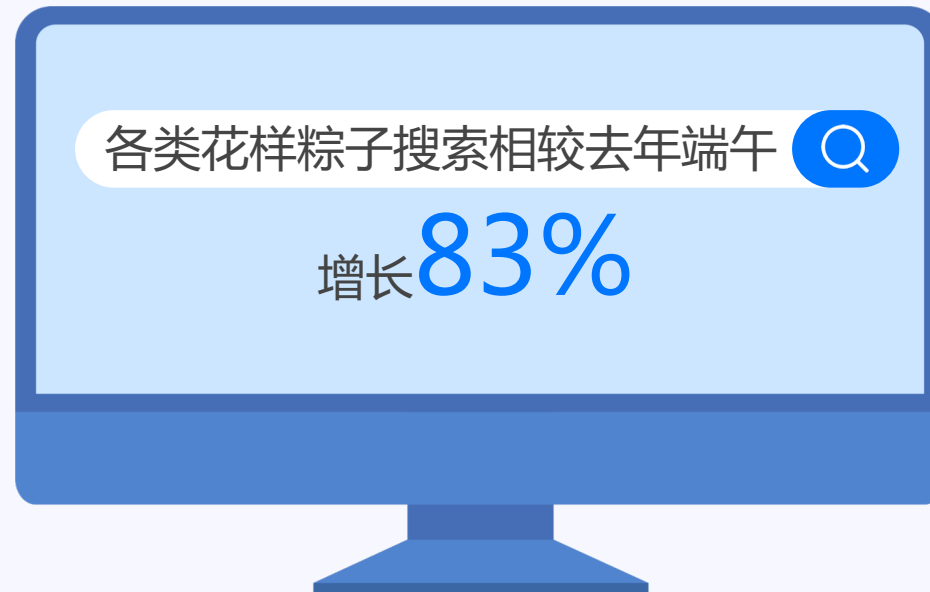


287%

粽子的成交额同比增长达

各类花样粽子搜索相较去年端午

增长83%



懒人下厨：空气炸锅与预制菜搅动厨房经济

京东618数据显示，可做各种美食的空气炸锅成交额同比增长超300%，预制菜成交额同比增长203%。

百度直营电商（度小店）5月份烹饪用具销量同比增长了71倍，餐具类销量同比增长61倍。度星选美食类达人2022年Q1创作内容环比增长58%。同时百度指数显示，快速蹿红的螺蛳粉已逐渐为大众接受，关心螺蛳粉为什么臭的搜索量与去年同期持平，已接受了这种独特味道的用户开始关心怎么做更好吃，烹饪做法类搜索同比增长15%；关心吃完怎么除臭，除臭类搜索同比增长29%；关心享用完会不会变胖，热量类搜索同比增长45%，是否会影响血糖平衡同比增长37%。

成交额同比增长

300%

空气炸锅

203%

预制菜

销量同比增长

71倍

烹饪用具

61倍

餐具

趋势二

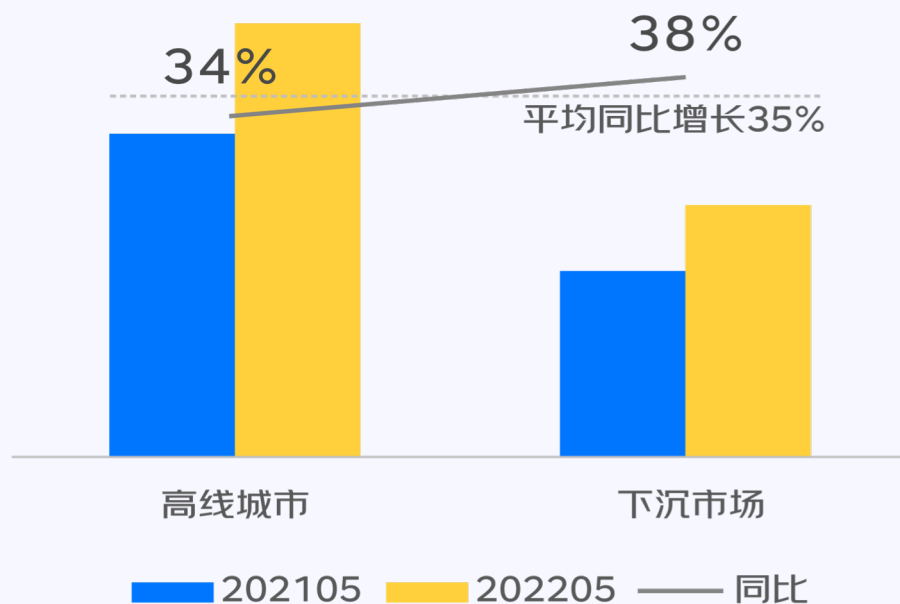
预防式健康 驶入快车道

02



“未病先预防”正取代“有病才就医”的传统健康理念并成为主流

百度指数显示，预防式健康类需求同比增长35%，下沉市场对预防式健康的关注度增速超越高线城市。其中一至二线城市同比增长34%，而三四五线城市同比增长38%。



度星选健康养生达人2022年Q1创作内容：



平均阅读量环比增长
398%



平均互动量增长
321%

“未病先预防”正在取代“有病才就医”的传统健康理念并成为主流

京东618数据显示，健康服务类产品中

产品成交额同比增长

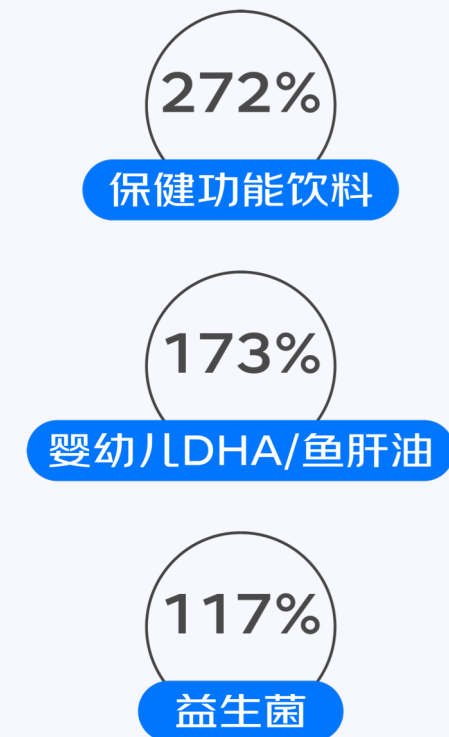


武汉、沈阳、合肥地区，同比增长30倍

京东健康以“筛查全方位、服务全周期”的理念为用户提供疾病早筛服务，并推出癌症早筛保险保障服务，最高加赠10万元治疗保障权益。

京东618数据显示，营养保健类产品中

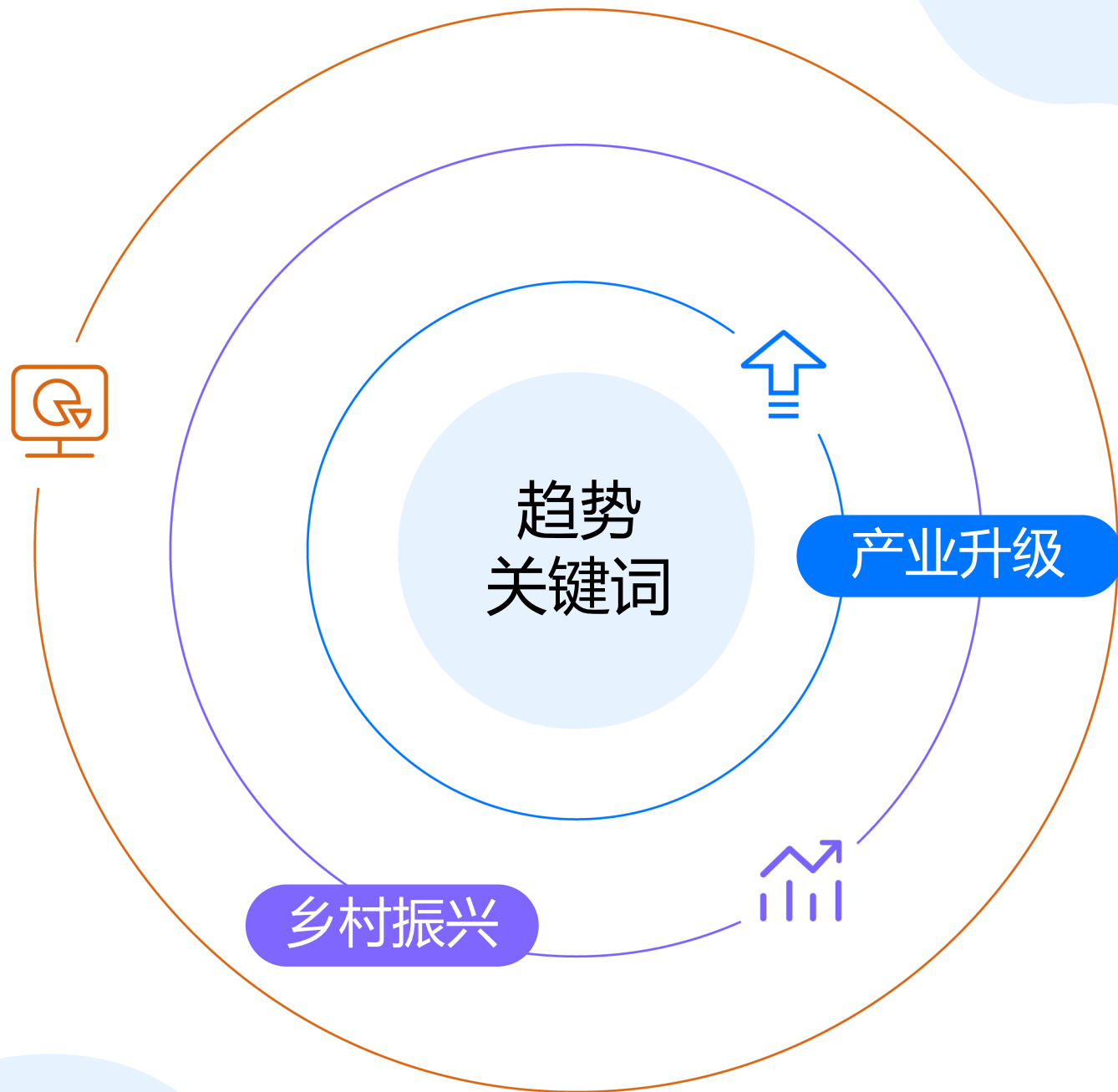
产品成交额同比增长



趋势三

地标好物 走向全国

03



越来越多的产业带好物通过线上走向全国

百度搜索大数据显示：

区域特色产品（或称土特产）是地方亮眼名片，90%以上搜索来自外省。

如：『海南莲雾』有约94%搜索来自外省；
『山东龙口粉丝』有约93%搜索来自外省。

京东618数据显示：

各产业带销量同比增长

112%
广东荔枝

83%
大连樱桃

98%
古田食用菌

600%
宁夏葡萄酒

292%
东北木耳

各产业带成交额同比增长

20倍
安溪铁观音

75%
湖北松滋鸡

53%
阳山水蜜桃

111%
宁德大黄鱼

120%
五常大米

100%
宁夏枸杞

105%
云南保山小粒咖啡

趋势四

老字号 焕发新活力

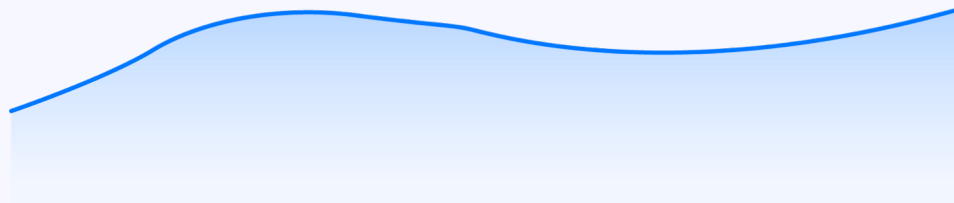
04



百度搜索大数据：

- ▶ 百度指数显示，2022年，国货消费品牌搜索热度上涨27%，越来越多网友在消费选择中倾向于国货。

环比上升27%



- ▶ 其中，“老字号”关注度占比国货搜索热度近4成。在关注老字号人群中，18-24岁复古女孩占女性25%，35-44岁国潮大叔占男性31%。

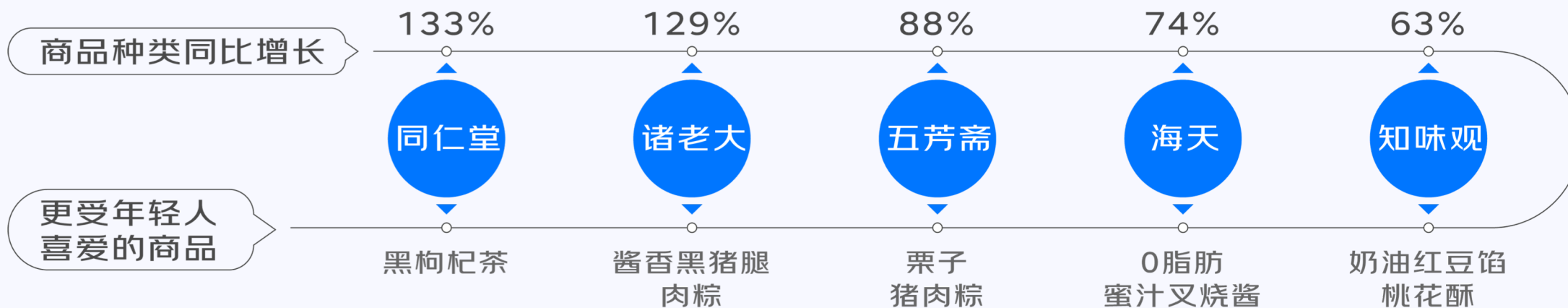
- ▶ 百度指数显示，2022年，上海、北京与深圳网友更爱搜索国货品牌。

TOP10国货品牌搜索城市



京东618数据显示：

打标“老字号”的商品



趋势五

场景化应用成智能 产品增长新动力

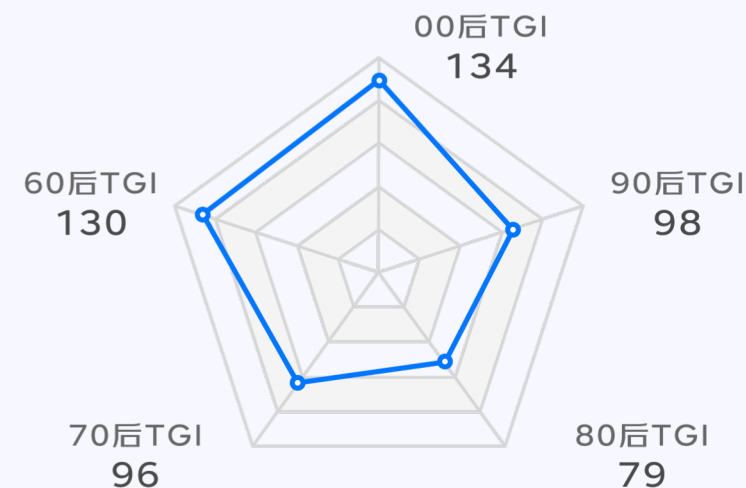
05



百度搜索大数据：

百度指数显示，2022年，智能产品相关搜索环比上涨42%。其中，00后搜索兴趣度位列第一，对新消费和新科技更感兴趣。百度直营电商（度小店）2022年5月，家居智能用品销量同比增长百倍。

京东618数据显示：在智能产品消费时，用户有着对更多场景的需求。



场景一：更畅爽

京东618数据显示：

游戏电视成交额同比增长275%

VR眼镜成交额同比增长超150%

电竞桌成交额同比增长207%

场景二：更省力

京东618数据显示：

智能晾衣机成交额同比增长399%

自清洁扫地机器人成交额同比增长500%

洗碗机成交额同比增长115%

家用洗地机成交额同比增长650%

场景三：更舒适

京东618数据显示：

智能健康类产品成交额同比增长243%

智能坐便器成交额同比增长56%

烘干机成交额同比增长310%

射频美容仪成交额同比增长500%

趋势六

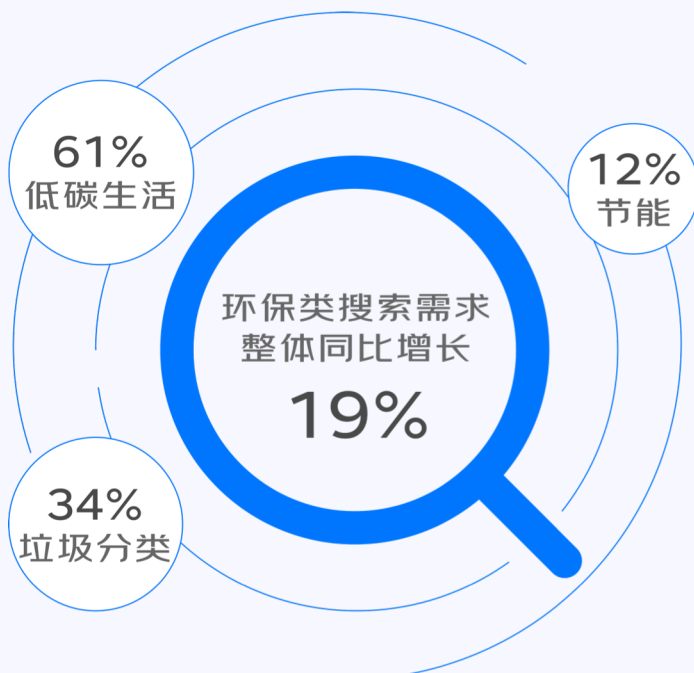
绿色低碳消费 呈持续升级态势



06

百度搜索大数据：
百度指数显示，近30天，环保类搜索需求整体同比增长19%。

相关需求同比增长



京东618数据显示：



22%
打标“节能”
商品种类同比增长



39%
打标“有机”
商品种类同比增长



562%
分类垃圾站
成交额同比增长

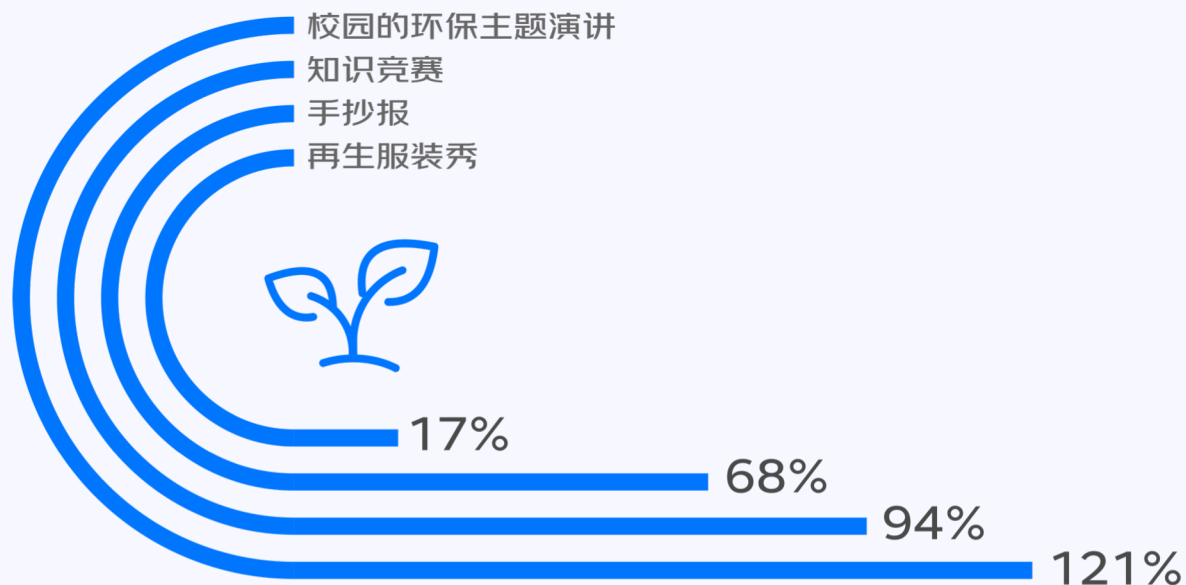


184%
垃圾袋
成交额同比增长

百度搜索大数据：

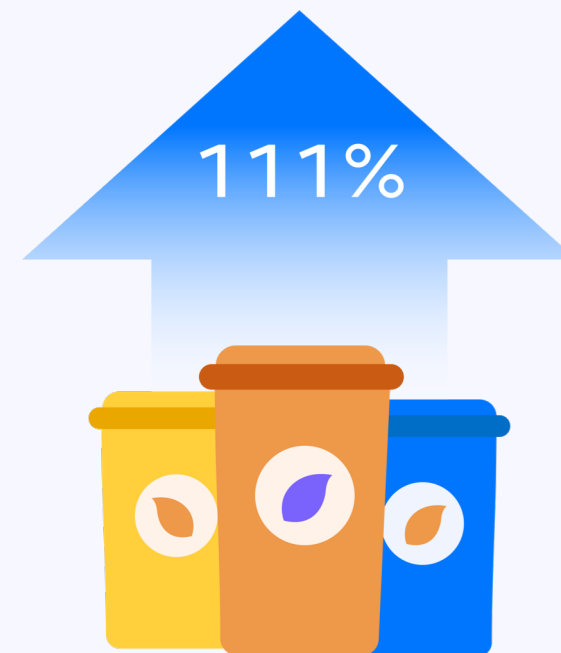
学生环保教育对环保类意识提升发挥重要作用，帮助祖国下一代更加理解环保的意义。百度指数显示，近30天，“环保教育”相关内容搜索同比增长72%。

环保教育类活动同比增长



京东618数据显示：

玩具类产品中垃圾分类玩具成交额环比增长111%



玩具类产品中垃圾分类玩具
成交额环比增长

环保就在我们生活的衣食住行方方面面

百度搜索大数据显示：环保相关搜索需求增长体现在衣食住行的方方面面。

数据周期：近30天

衣

方面例如『附近旧衣服回收』
(同比+43%)

食

方面例如『多吃素食属于低碳
生活饮食吗』(同比+26%)

住

方面例如『空调节能温度是
多少度』(同比+45%)

行

方面例如『节能车型有哪些』
(同比+95%)

京东618数据显示：

- ▶ 京东手机618开门红28小时战报显示（5月31日20:00-6月1日24:00）：使用以旧换新选购新手机的用户同比增长超380%
- ▶ 京东家电开门红28小时，家电以旧换新订单量超去年同期5倍，为超过30万家庭提供换新服务
- ▶ 今年京东618联合多家品牌、商家推出“青绿计划”，给节能商品打上“绿色”标签。开门红10分钟，京东电脑数码开放
- ▶ 平台超万款“绿色”标签商品成交额同比增长260%，持续释放绿色消费需求，不断助推消费端、生产端的低碳发展。

趋势七

轻量型健身 成为新时尚

07



轻量健身产品需求提升

百度搜索大数据：

百度指数显示，2022年，“运动健身”相关内容搜索成为热点，环比上涨121%。越来越多网友对运动更感兴趣。其中，近30天，智能健身镜、握力器、瑜伽垫、跳绳搜索热度激增，成为轻量健身新风尚。激发体育类达人创作热情，度星选体育达人22年Q1创作内容量环比增长82%。



数据周期：近30天

注重运动防护

京东618数据显示：



百度直营电商
(度小店)

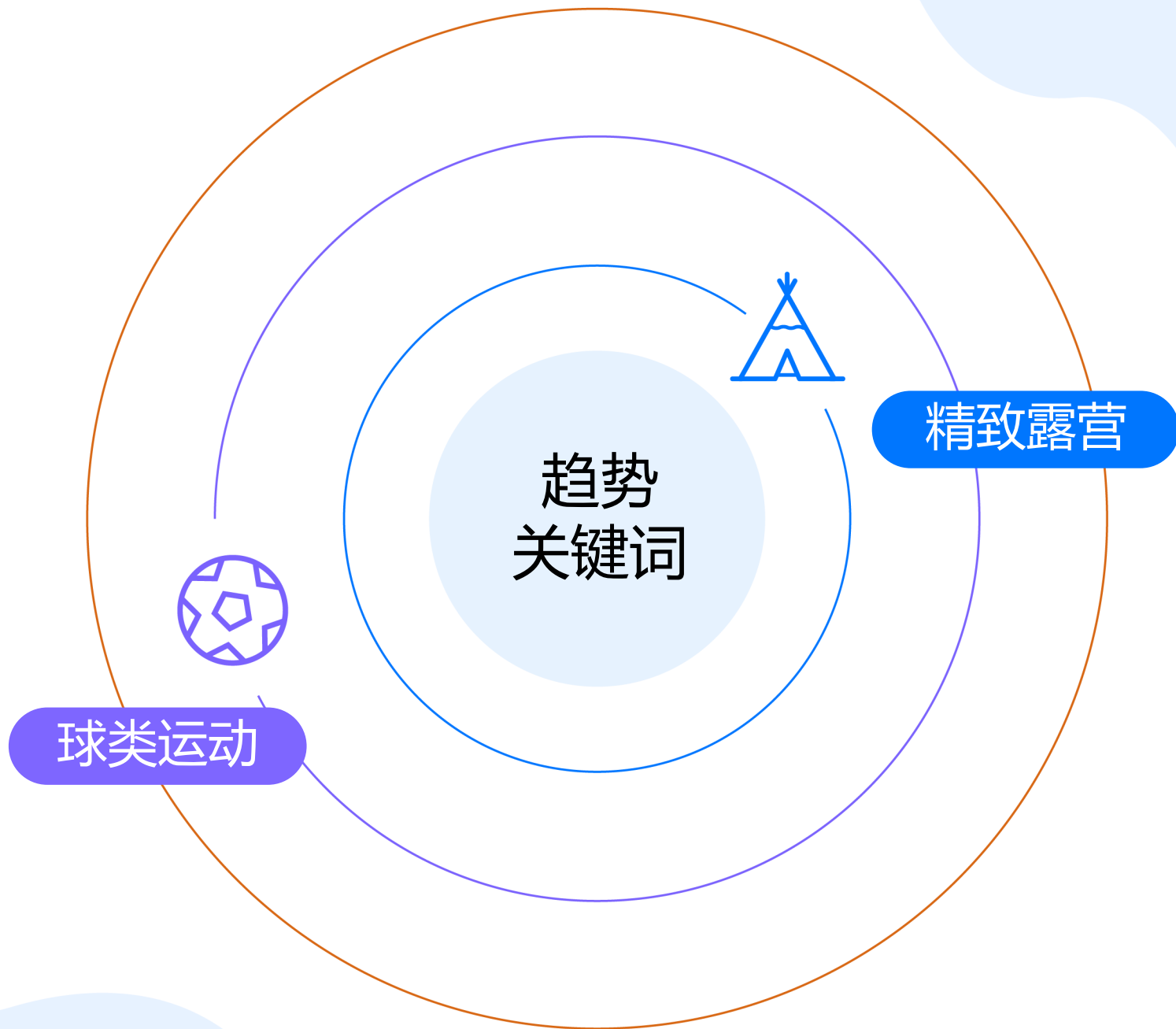
京东618数据显示：
各品类成交额同比增长



趋势八

户外经济 新活力

08



百度搜索大数据：

- 百度指数显示，2022年“露营野餐”相关内容搜索热度同比上涨121%，成为2022年的热门活动。其中，80后关注度更高，搜索占比近5成。其中，北京、成都、杭州“露营热”，搜索热度位列前三。
- 值得注意的是，“节日露营野餐”相关搜索在清明、五一、端午前分别环比上涨59倍、102倍、14倍。

2022年不同节日前『节日露营野餐』搜索上涨趋势



百度搜索大数据：

百度指数显示，近30天，“露营装备”相关搜索同比增长204%。

其中，露营桌椅、飞盘、营地车成为露营装备搜索热度增长TOP3。

露营桌椅

同比增长800%

飞盘

同比增长536%

营地车

同比增长389%

京东618数据显示：

各品类成交额同比增长

便携桌椅床
541%

救援装备
227%

帐篷/垫子
165%

野餐用品
142%

睡袋/吊床
116%

烧烤用具
114%

军迷用品
113%

京东618数据显示:

各球类训练器成交额同比增长



乒乓球训练器
876%



网球训练器
840%



羽毛球训练器
438%

PART 02

反差式购物

今年618中男女老少的购物反差感爆棚

反差一式：去标签化的银发族与Z世代 —— 智能用品、数码的银发族

百度搜索大数据：

百度指数显示，2022年“银发族”搜索“智能用品、数码产品”相关内容比例有所增长，搜索总量占比12%，搜索热度同比上涨32%。越来越多的老年人正在尝试更多智能产品，迈向银发族的“科技年”。

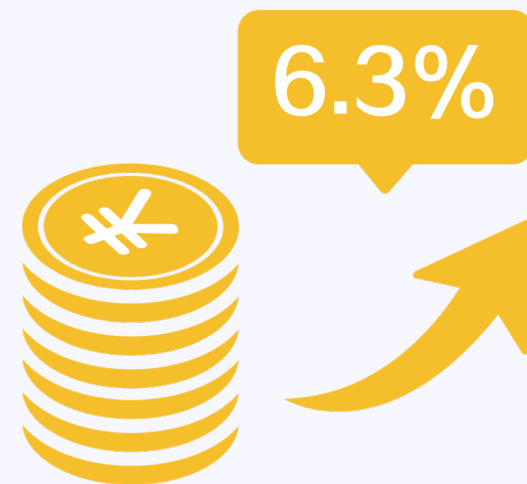


搜索总量占比**12%**

搜索热度同比上涨**32%**

京东618数据显示：

购买智能用品、数码产品的消费者中，“银发族”的消费金额占比增长达6.3%



“银发族”的消费金额占比
增长

百度搜索大数据：

百度指数显示，2022年“预制菜”相关搜索同比上涨877%，成为忙碌职场人群的新选择，其中95后占比超三成。

京东618数据显示：

95后预制菜的成交额同比增长达95.8%。



2022年“预制菜”
相关搜索同比上涨

877%



95后预制菜的
成交额同比增长

95.8%

百度搜索大数据：

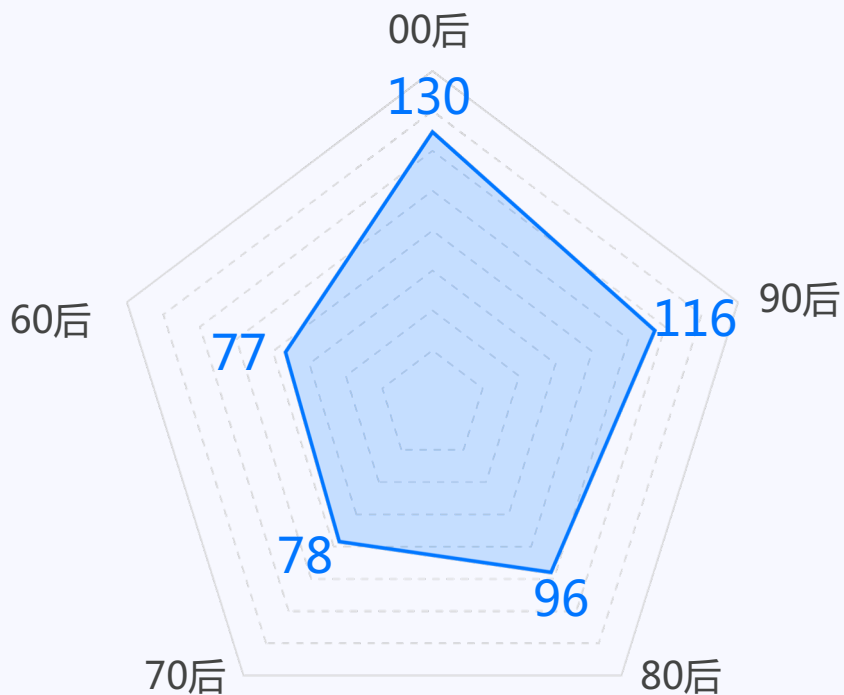
方便快捷，是生活节奏较快的年轻人最切实的需求。百度直营电商（度小店）2022年5月，方便速食/速冻食品销量同比增长超百倍。



百度直营电商（度小店）2022年5月
方便速食/速冻食品销量同比增长

百度搜索大数据：百度指数显示，2022年，00后搜索“养生”相关内容兴趣度最高，TGI达到130。

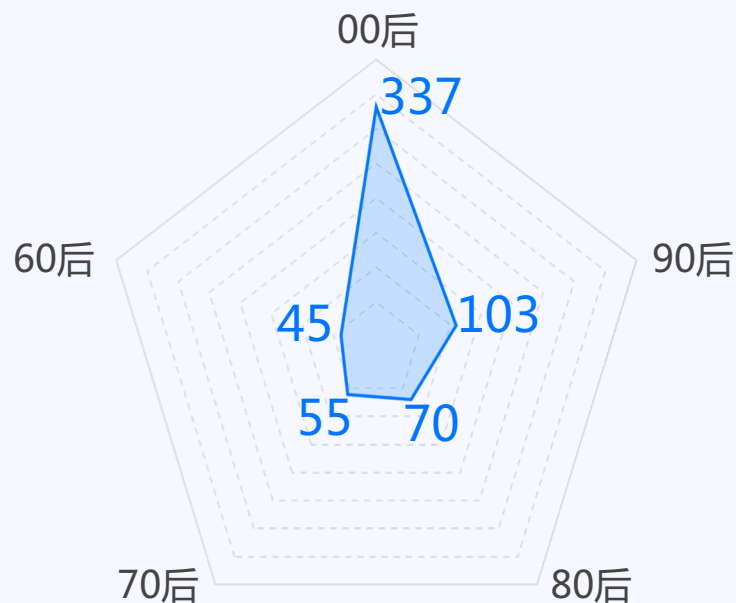
“养生” 相关搜索TGI分布



京东618数据显示：购买营养保健的消费者中，“00后”的消费金额占比增长达13.8%。

百度搜索大数据：百度指数显示，2022年，褪黑素、养生茶等保健养生产品，在Z世代（95后）人群搜索需求最高。同时，00后搜索“熬夜的危害”相关问题兴趣度最高，践行朋克养生生活方式。

“熬夜的危害” 相关搜索TGI分布



反差二式：去性别化“他/她经济”——撸铁、买车的 女性消费者

京东618数据：购买健身器械、汽车用品的消费者中，女性用户的消费金额占比增长达5.4%

百度搜索大数据：

“硬核健身”的她力量：

- ▶ 夏天来临，又到了练出漂亮肌肉线条、更加轻盈有力的季节！百度指数显示，近30天，女性“增肌健身”相关搜索环比上涨14%。

增肌健身



环比上涨**14%**

数据周期：近30天

“说走就走”的她力量：

- ▶ 百度指数显示，2022年，女性搜索“驾照考试”相关内容热度同比上涨20%，越来越多的女性希望通过自驾的方式，出行更便利，生活更高效。

驾照考试



同比上涨**20%**

汽车用品



环比上涨**13%**

数据周期：近30天

反差二式：去性别化“他/她经济”——美妆、母婴的男性消费者

京东618数据显示：购买美妆、母婴产品的36-45岁消费者中，男性用户的消费金额占比增长达6%

百度搜索大数据：

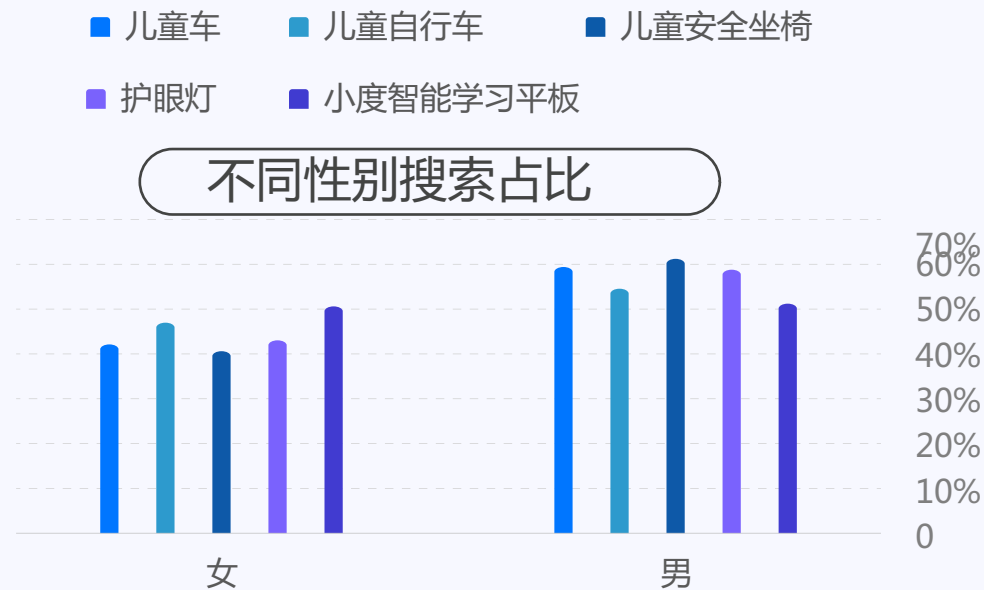
- 百度指数显示，2022年，男性搜索“美妆护肤”相关产品同比上涨27%。
- 2022十大男性美妆护肤城市：上海精致男性夺得头筹，搜索热度位列第一。

- 儿童用品更上心：男性搜索儿童用品在一些品类更高，例如儿童车、儿童安全座椅、护眼灯等。

2022十大男性美妆护肤城市



不同性别搜索占比



反差三式：去地域化的都市与小镇消费者

一二线市场消费者买走了更多的土特产

▶ 京东618数据显示:

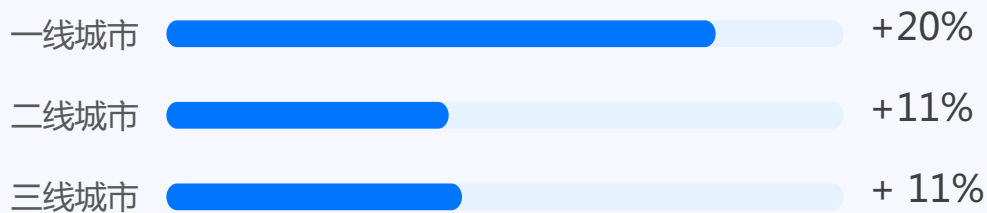
购买农特产品的消费者中，一二线市场的消费金额占比增长达55%



一二线市场
消费金额占比增长
55%

▶ 百度搜索大数据: 一线城市更关注地方特产

百度指数显示，2022年一线城市对土特产相关搜索环比增速上涨20%



下沉市场消费者买走了更多的国际大牌商品

▶ 京东618数据显示:

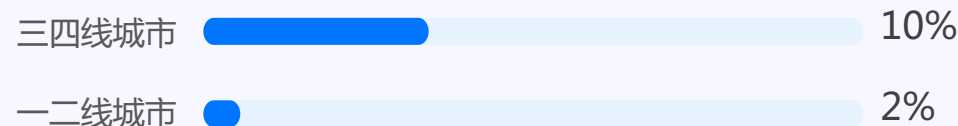
购买TOP国际大牌商品的消费者中，下沉市场的消费金额占比增长达13%



下沉市场
消费金额占比增长
13%

▶ 百度搜索大数据: 三四线城市“奢侈品”搜索增速高于一二线城市

百度指数显示，2022年三四线城市对奢侈品类搜索环比增速10%



张军扩

国务院发展研究中心原副主任

- 2022年以来由于国内消费需求收缩，对实体企业冲击很大，特别是中小型企业，普遍面临订单减少，销售下降，循环受阻的问题，面临的困难甚至更多。京东“618”作为一个促进消费需求的的活动，对于实体企业是一个重要的机会。
- 无论是商家还是实体企业，都要认真研究现阶段消费需求特点，要充分利用“618”机会扩大宣传，扩大销售，又要着力提高产品质量，改善服务，向社会提供更多适销对路、物美价廉的产品。

李鸣涛

中国国际电子商务中心电子商务首席专家

- 京东618给了品牌企业一次“浴火重生”的机会，可以利用618的消费趋势及时跟进需求变化的节奏和特点，及时调整产品，优化供给，更好满足后疫情时代的市场需要。谁能做到最懂消费者，最值得消费者信赖，谁就能最终赢得消费者信任。
- 疫情对消费需求的结构和渠道产生了很大的影响，比如疫情后生活必需品、健康类消费有所上升，电商平台、生鲜平台逐渐成为日常消费品的主流购买渠道，这些变化也给了电商企业更多的发展机遇。

李勇坚

中国社会科学院财经战略研究院研究员

- 中国的新中产阶级2015年已接近3.3亿人，2030年将超过10.4亿人。他们的消费正在发生质的变化，呈现新的趋势性特点，整体上正从温饱型向舒适型、发展型、享受型转型，消费者更为关注个性、品质、健康、美丽等相关的产品。
- 京东利用数据、技术和生态等资源整合，生产者与消费者之间具有更多的信息沟通机制，并缩短了生产者到消费者的渠道流程和链条，实现了各个环节的价值共创，满足消费者的多样化需求。

THANKS

618消费趋势洞察报告

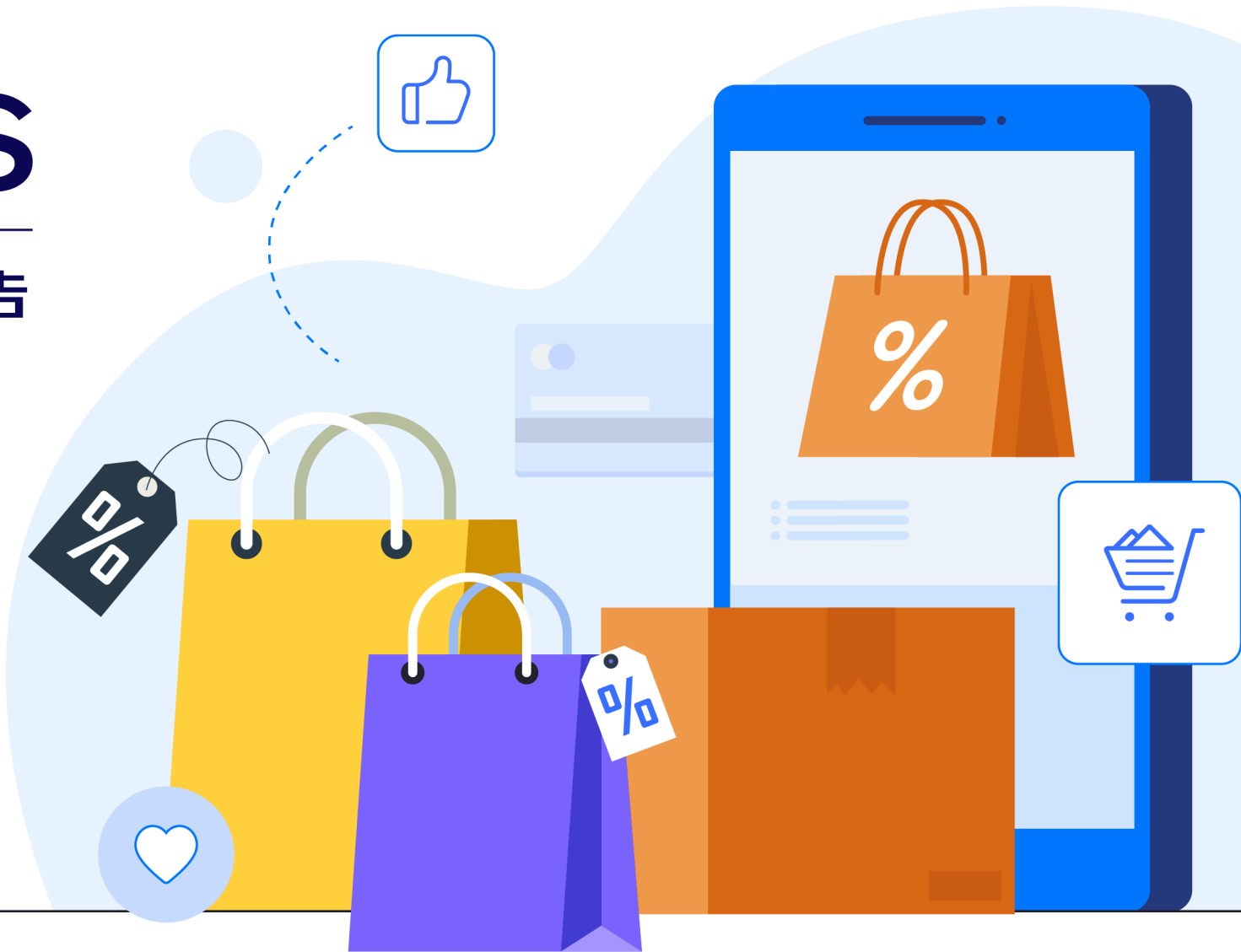
数据来源:

京东消费及产业发展研究院

百度营销研究院

百度指数 百度观星盘

2022.06



京东618数据的统计周期: 2022年5月23日-6月1日