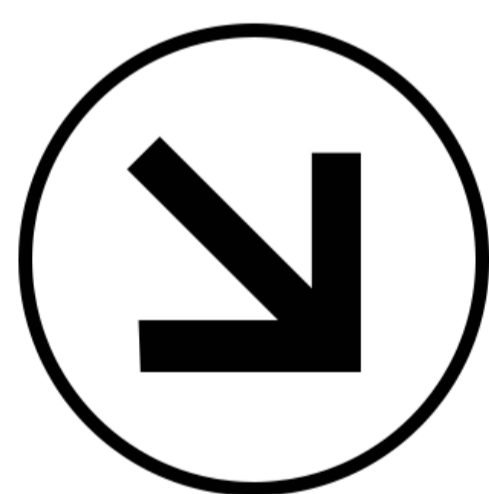


阿里妈妈 热点指南

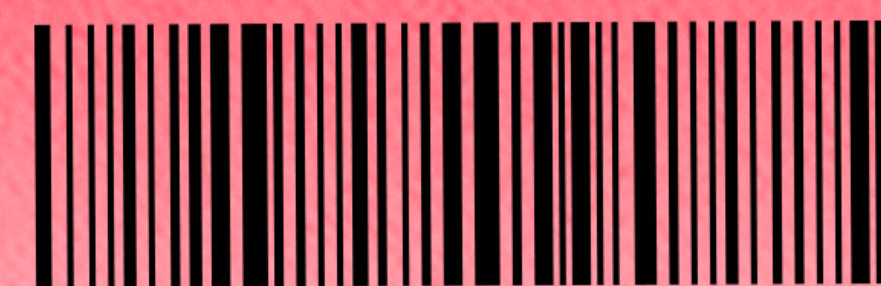
VOL.25



崭新的年味 新消费理念升级CNY营销



阿里妈妈 让每一份经营都算数



2025
趋势
趋势
趋势
趋势

PART 01

年味焕新·2025年味生活新趋势全览

PART 02

新年生活风向标，解锁新人群与新商机

趋势1 | 复古新生：新式年味正复兴

趋势2 | 灵感走心：花式礼赠新升级

趋势3 | 养生充电：过年养磁场计划

趋势4 | 国潮复兴：国风非遗焕新生

PART 03

年货节·阿里妈妈营销策略

o alimonda

PART 01

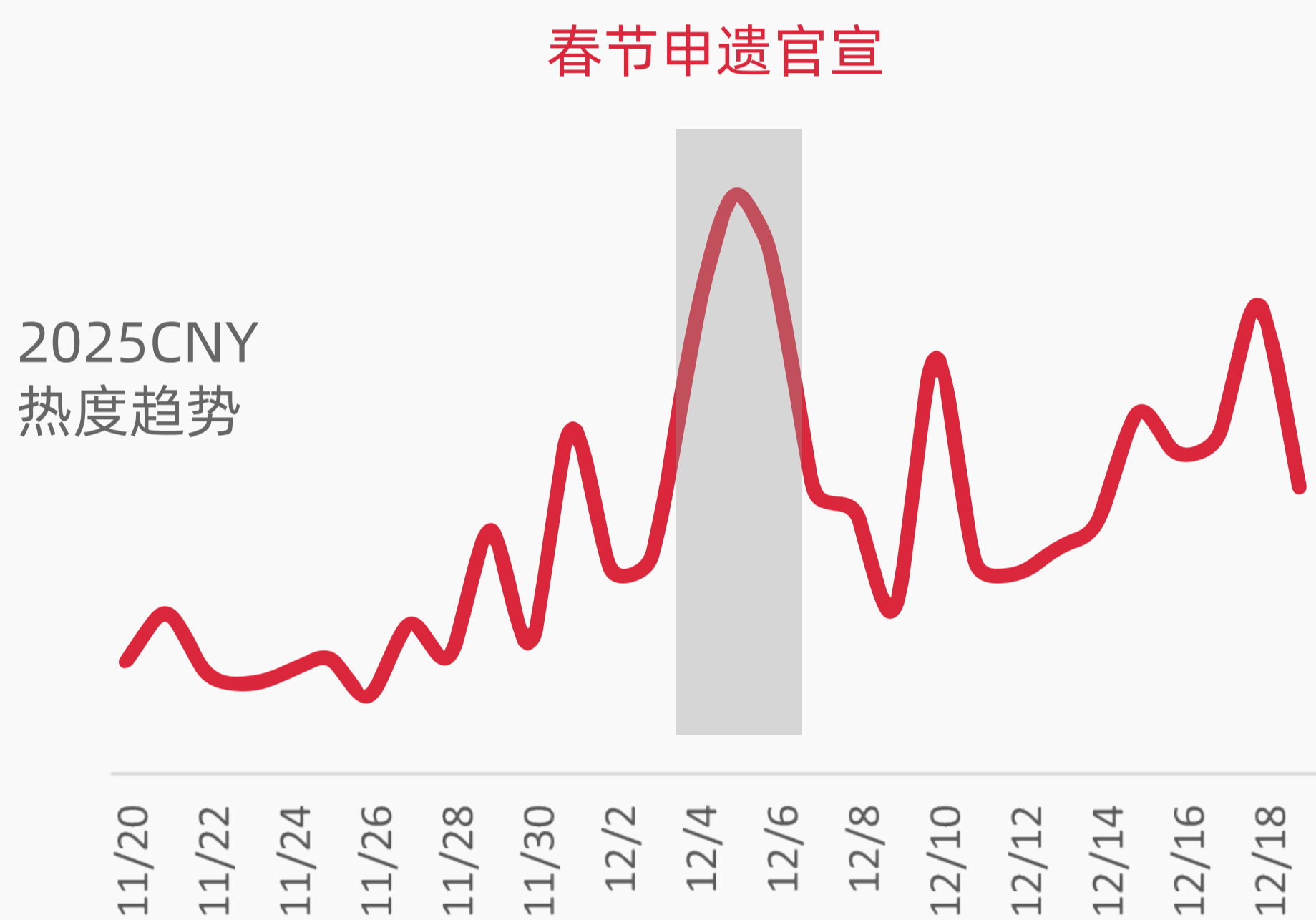
年味焕新·2025年味生活新趋势全览

年味焕新· 2025年味生活新趋势全览

金蛇献瑞，2025年货节大不同

随着春节申遗成功的官宣，蛇年春节的氛围提前打响。

2025年味关键词



- #福字 #美食#春联 #文化
- #文化遗产#年货 #礼盒 #对联
- #计划#福字#春联#过年#春晚#哪吒
- 穿搭 #倒计时 #申遗 #跨年
- #酒店 #提前 #影片#压岁钱 #传统
- #中华文化 #攻略 #花灯 #年味 #机票
- #射雕英雄传 #灯笼
- #春节假期

数据来源：数据范围涵盖新闻、社媒与短视频平台，时间段2024.11.20-2024.12.19

蛇来运转，年味复“新”



非遗过大年，传统韵味浓

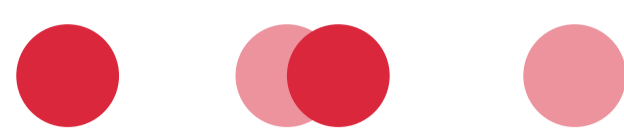
在老文化里解锁新趋势



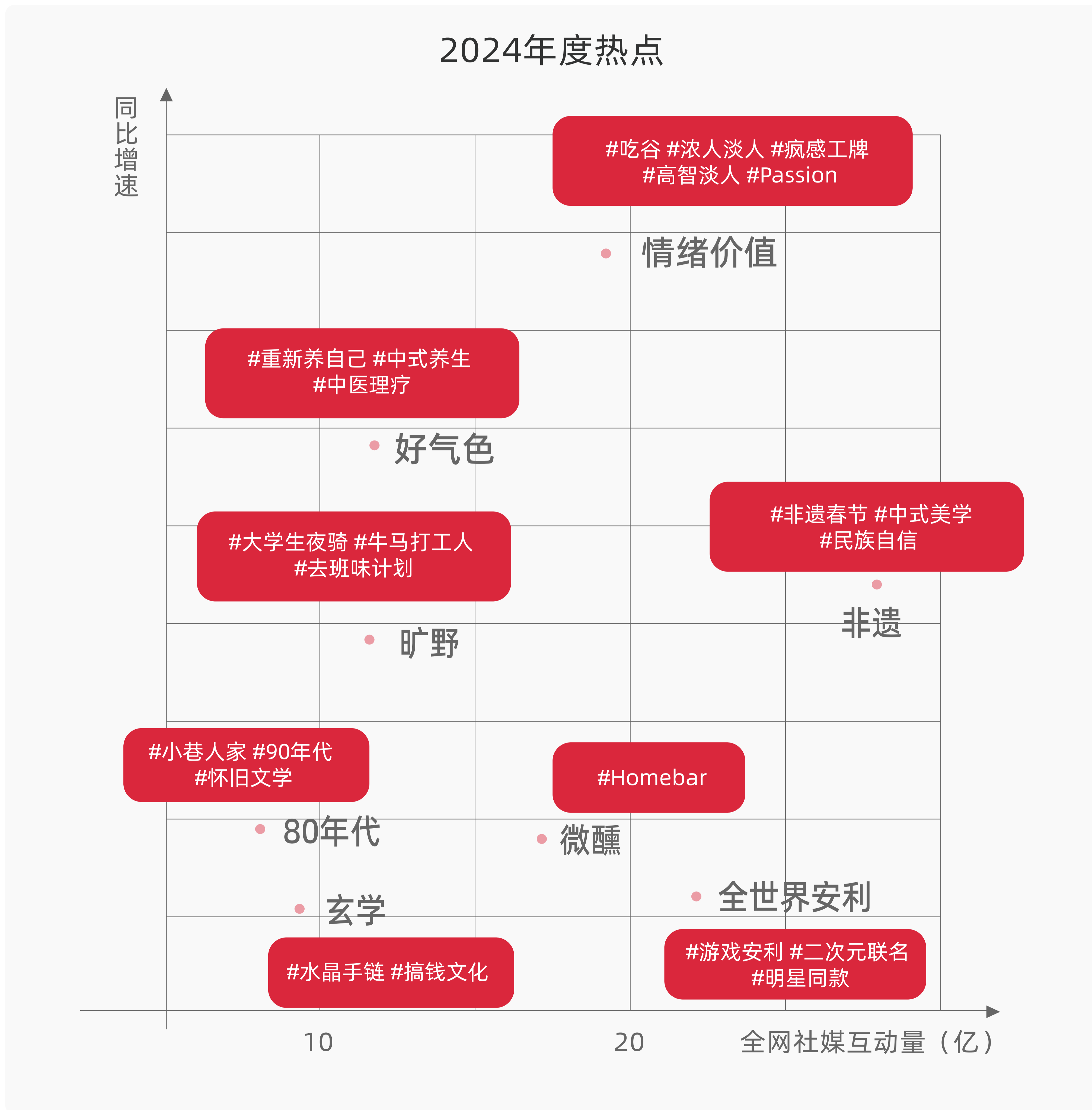
怀旧风情盛，经典回忆杀

在老时光里品味新消费

年味焕新· 2025年味生活新趋势全览

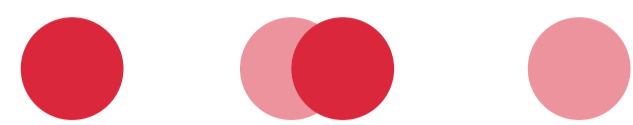


年度生活趋势“新式”社交密码，寻找独一份的情绪价值



数据来源：数据范围覆盖新闻、社媒与短视频平台，时间段2024.01.01-2024.12.20，同比数据为2023年同期

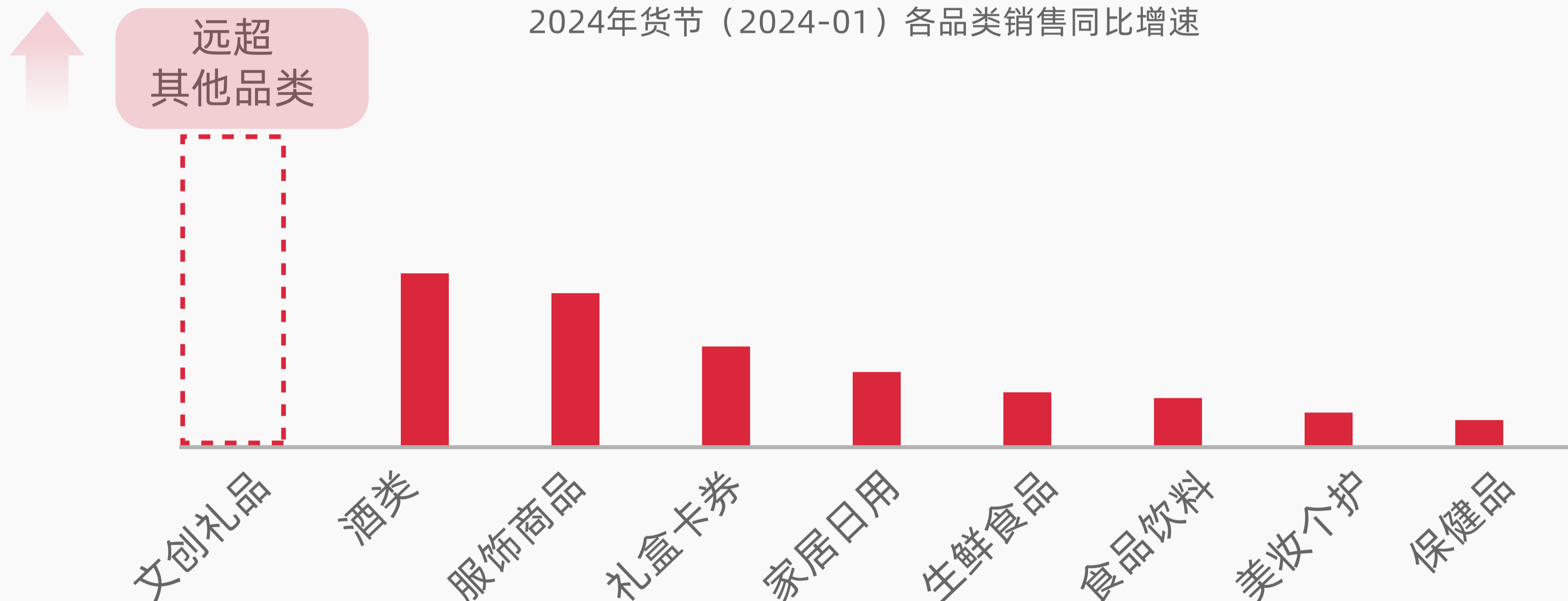
年味焕新·2025年味生活新趋势全览



年味复“新”下的年货节四大趋势

给消费注入情感能量

2024年货节（2024-01）各品类销售同比增速



复古新生

年味尝新派，品味年货老搭子的新味道，怀旧新潮都在手

灵感走心

新潮礼赠家，分享热爱，个性传递新年味

养生充电

高能疗愈师，精心养自己，懂自己，爱自己

国潮复兴

国风守护人，体验非遗，年味代代传承

PART 02

新年生活风向标，解锁新人群与新商机



新年生活风向标，解锁新人群与新商机

趋势场景① | 复古新生：新式年味正复兴

在年夜饭的场景里，年轻人变身为创造者，以对年味的独特理解和追求，复兴着传统年味。

1.1 新年新风尚，年货老搭子的新腔调

老品牌焕新、新场景构建、新品质追求，给年味带来新鲜体验。

1.1.1 解锁新口味- 创新风味真上头

年味新口感

湾仔码头福禄汤圆



腐乳奶黄流心馅，一口爆浆，可甜可咸可鲜

锁鲜新工艺

洽洽 x 麻辣王子 麻辣辣条味瓜子



采用轻裹衣技术，新鲜口感，一口享受

1.1.2 遇见新场景 - 微醺时刻chill起来

甜酒

15%+

热红酒

15%+

米酒

15%+

起泡酒

10%+

梅酒

10%+

荔枝酒

10%+

年度饮酒新场景：Homebar

社媒互动量

1/1 2/1 3/1 4/1 5/1 6/1 7/1 8/1 9/1 10/1 11/1 12/1

#狼人杀#鸡尾酒
#氛围#桌游 #轰趴#年轻人#小酌#小酒馆#狼人杀#社交#家庭
#单身派对#鸡尾酒#大学生 #游戏
#微醺#轰趴#派对#社交活动
#小酒馆#狼人杀

数据说明：淘宝交易增速时间段对比为2024.11.20-2024.12.19VS2024.10.20-2024.11.19；社媒数据覆盖新闻、社媒与短视频平台，时间段为2024.01.01-2024.12.20。

1.1.3 看到新品质 - 美味测评不将就

短保
速鲜

鲜奶 +74%
干巴酸奶 +108%
短保面包 +114%

品质
年味

高端预制菜半成品 +107%
进口牛肉 +116%
车厘子智利进口 +98%

数据说明：淘宝搜索热度增速时间段对比为2024.11.20-2024.12.19 vs 2024.10.20-2024.11.19

复古新生：新式年味正复兴

趋势场景① | 复古新生：新式年味正复兴

1.2 坐上时光机，看「怀旧美学」的盛放

《小巷人家》的热播，带着大家回到80/90年代，年轻群体在消费场景上也在寻找旧时的印记，回味过去的年代。

影视热浪，掀起怀旧风潮

重回80/90年代

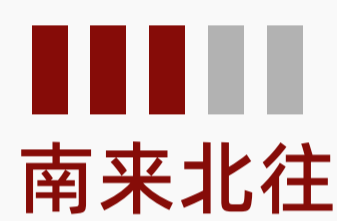
社交媒体声量：



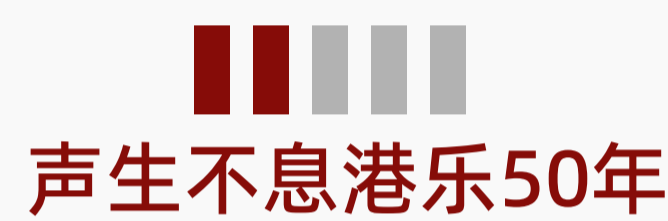
小巷人家



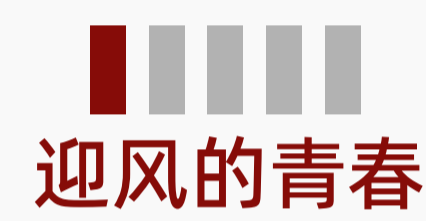
玫瑰的故事



南来北往



声生不息港乐50年



迎风的青春

老IP，新故事

社交媒体声量：



封神



悟空



射雕英雄传



柯南

数据来源：声量范围覆盖新闻、社媒与短视频平台，时间段2024.01.01~2024.12.20

寻找记忆中的「味道」

品味儿时的味道，仿佛置身于年少无知的青葱岁月



寻味小巷

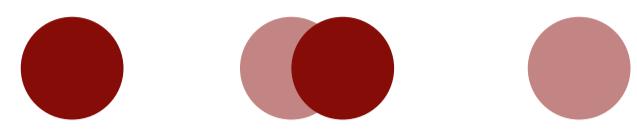
老式80后怀旧零食	+72%
老式糕点	+64%
老式零食	+44%
咪咪虾条	+77%
麦丽素	+70%



致敬IP

蜡笔小新	+92%
葫芦娃	+74%
百变小樱	+115%
樱桃小丸子	+98%
封神	+83%

| 复古新生：新式年味正复兴



新式年味正复兴 - 人群画像

【年味尝新派】

热衷于尝试新鲜事物，
追求个性化饮食体验，注重品质

基础画像

- 性别：男女均等
- 年龄：25-40岁的中青年占比近七成
- 消费力：消费力偏高，L4~L5人群占比超三成，L3占比超两成

场景人群



阖家欢聚客

零食/坚果/特产
糖果零食
牛肉干/猪肉脯/卤味零食
露酒/果酒
洋酒



备货囤菜族

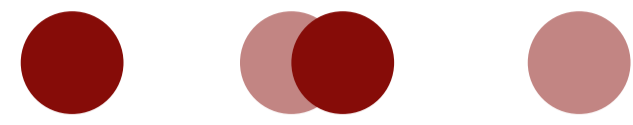
米/面粉/杂粮/干副食
南北干货/肉类干货
腌制蔬菜/泡菜/酱菜
海鲜/水产品/制品
新鲜水果



年关清洁党

家庭环境清洁剂
纸品/湿巾

复古新生：新式年味正复兴



新式年味正复兴

年货老搭子、古早老IP、神话老故事们都在焕发新生，引领年味新潮流。



瑞士莲 春节启运盲盒礼盒

创新盲盒礼盒，从除夕开始每天揭一格，每天一句新年祝福语，一颗随机口味软心巧克力，开启蛇年好运

老搭子，新升级

农夫山泉17.5°100%NFC蓝靛果混合汁



使用珍贵蓝靛果原料，100%鲜果压榨工艺，全程0~8℃冷链

湾仔码头福袋水饺



福袋造型，福气鼓鼓；2小时现制入馅，-30℃~-40℃急冻锁鲜技术，锁住食材原味

老IP，新活力

葫芦兄弟 x 香飘飘



【蛇年限定】原叶现泡奶茶红豆珍珠12杯礼盒装，浓浓年味儿礼盒

葫芦娃 x 伊利优酸乳



葫芦娃联名优酸乳蛇年定制，优酸乳27年匠心如一，国人记忆中的地道好滋味

樱桃小丸子 x 纯甄原味酸奶



美食家小丸子回归！小丸子限定系列美味上市~味道纯纯，真好喝

老故事，新活力

封神2 x 谷粒多 燕麦奶



谷粒多燕麦牛奶-战火西岐限定装西岐谷业门面款包装，添加澳洲进口阳光燕麦，可以嚼得到的真实燕麦颗粒，扛饿有料真粒害

真果粒X宝可梦联名系列



真果粒基础系列联动超人气宝可梦角色“萌”力登场，就决定喝你了

新年生活风向标，解锁新人群与新商机

趋势场景② | 灵感走心风：花式礼赠新升级

在年货礼赠的舞台上，年轻人正逐渐成为主角。他们将自己的审美观念、兴趣爱好和社交需求巧妙融入年货的选购与赠送中，展现出独特的创意和品味。从创意礼赠到个性化定制，从美食到生活用品，年轻人以别出心裁的方式，将年味送到了亲朋好友的心坎上。

2.1 花式礼赠大开箱，年味送到心巴上！

新人类与老文化的碰撞，年货采购主力军向年轻人转移，他们的选择更别出心裁。

礼赠场景升级趋势



2.1.1 创意开箱：共享我的热爱

万物皆可安利，年轻人渴望与世界共享他们的热爱。

社媒上搜索【安利】的话题词云：

#好剧安利 #游戏安利
#全世界安利 #爱豆安利
#安利我的年度好物
 #按头安利

淘宝搜索热度增速：

加多宝 X 星穹铁道 +67%
 好望水 X 恋与制作人 +56%
 雀巢咖啡 X 阴阳师 +78%

2.1.2 审美开箱：DNA里的「中式美学」

年货礼包的美学升级，中式元素为年味加码



+106%



+103%



+94%



+96%

灵感走心：花式礼赠新升级

趋势场景② | 灵感走心风：花式礼赠新升级

2.1 花式礼赠大开箱，年味送到心巴上！

年轻人的年货采购“既要又要” – 既要够多，又要够小，能揣进兜里的情谊才是真情意。

2.1.3 巨无霸开箱：份量大大大，趣味大大大

【巨型零食大礼包】 淘宝热搜增速：+89%

巨型零食大礼包讨论词云：

#共庆 #快乐 **#好朋友** #好彩头
#年货 #量贩 #小朋友

潜在需求：

社交、分享、便携

- 年货礼包越做越大
- 内在小包装零食越做越小
- 小包零食数量越来越多

2.1.4 礼品卡开箱：跨域空间，礼「轻」情谊重

【星礼卡】 淘宝热搜增速：+110%

礼赠卡讨论词云：

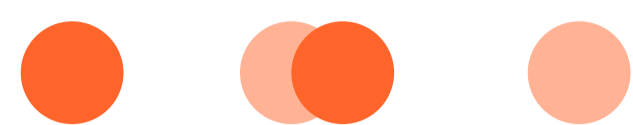
#祝福语 **#灵活** #方便 #好看
#定制祝福 #有面子 **#个性化**
#有意义 **#周期配送**
#送礼新思路

潜在需求：

个性化、随需随用

礼赠卡，既满足送礼需求，又能送出情谊，让收礼人自在享用

| 灵感走心：花式礼赠新升级



花式礼赠新升级 - 人群画像

【新潮礼赠家】

关注时尚资讯与潮流趋势，注重个性化表达和社交分享，为热爱买单

基础画像

- 性别：男女均等
- 年龄：30岁以下的年轻人占比超六成
- 消费力：消费力中等，L2~L4人群占比超六成

场景人群



年货甄选家

液态奶/常温乳制品
饮料
牛肉干/猪肉脯/卤味零食
速溶咖啡/咖啡豆/粉
饼干/膨化
购物提货券
礼品卡



潮流带娃族

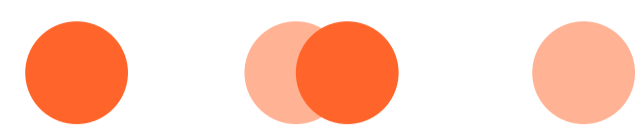
玩具/童车/益智/积木/模型
毛绒/玩偶/公仔/布艺类玩具
幼儿响铃/布玩/安抚玩具



时尚活力派

手部保养
面部彩妆
美容工具
模玩/动漫/周边/娃圈三坑/桌游

灵感走心：花式礼赠新升级



花式礼赠大开箱，年味送到心巴上！

别出心裁的礼品选择，传递满满惊喜与温情，让年味更加贴心入心。

创意开箱 – 共享我的热爱

认养一头牛 X 奈娃 奈娃家族联名纯牛奶



认养一头牛X奈娃家族 联名纯牛奶奈娃家族联名限定，5款可爱包装100%生牛乳，3.6g原生乳蛋白mini包装，随时陪伴和你一起奶fufu

益禾堂 X 盗墓笔记奶茶优惠券



盗墓笔记联名，4选2线下核销，搭配周边赠品

雀巢咖啡 X 阴阳师 茶咖礼盒



真实果汁，真萃茶粉
丰富特调咖啡口味，给你带来丰富咖啡味蕾体验
0反式脂肪酸，一杯热量小于一颗苹果

优酸乳 X 黄油小熊联名定制新品



【黄油小熊IP联名装】优酸乳黄油芝士味酸奶饮品
黄油芝士定制口味，浓郁酸甜

审美开箱 – DNA里的「中式美学」

伊利 X 景德镇 倍畅羊奶粉联名礼盒



满载吉祥的瓷之瑰宝，遇上加倍滋养的倍畅羊奶粉，IP联名开启精致养生生活

杏花村国潮花样年华糕点礼盒



双开门设计，上下双层
国潮脸谱礼盒

霸王茶姬5口味原液袋泡茶盒装



伯牙绝弦、花田乌龙、醒时春山等门店同口味茶包

灵感走心：花式礼赠新升级

花式礼赠大开箱，年味送到心巴上！

别出心裁的礼品选择，传递满满惊喜与温情，让年味更加贴心入心。

巨无霸开箱 – 份量大大大，趣味大大大

盐津铺子辣卤礼盒



内含180包，好友相聚，
共享美味时光

旺旺“大大大大大大”礼包



足足31包零食，重达至少
2.8kg，够吃一整月！巨型
礼包，食力巨献

礼品卡开箱 – 跨域空间，礼「轻」情谊重

蒙牛未来星定制奶卡



购价值418元定制版奶卡，
直送北京环球影城门票

认养一头牛A2 β-酪蛋白纯牛奶卡



甄选纯种A2型奶牛更好蛋
白，更好吸收30天内新鲜直
达，健康每一天

汉堡王美食卡券



招牌国王桶，随心分享

黄天鹅 X 加菲猫联名礼卡



年卡包含12箱*30枚，给
亲近的人送营养送健康

新年生活风向标，解锁新人群与新商机

趋势场景③ | 养生充电：过年养磁场计划

年关将至，年轻人开始了一场“重新养一遍自己”的旅程。他们通过清空职场压力、调整身心磁场，为迎接新的一年注入了满满的元气。从玄学转运到中式养生，从食疗保健品到心理调适，他们渴望找到了内心的平静与力量，更期待着新的一年能够迎来更多的好运与机遇。

3.1 拒当“都市隶人”，有效去班味

好心态决定打工人的一生，年轻世代在忙碌、内卷的生活中通过“玩抽象”进行自我纾解，在生活处处寻求“除班味大法”，誓要在日常中找回那份满格能量。

班味

2024.01.01至今

社媒互动量
59.1亿 同比增长
53%

自嘲

牛马、吗喽、没福硬享

态度

淡人、已读乱回、发疯文学、疯感工牌

松弛感

Passion、旷野、通勤搭子

数据来源：数据范围涵盖社媒与短视频平台，时间段2024.01.01-2024.12.20，同比数据为2023年同期

3.1.1 内外兼修，愉悦拉满

外：从头到脚，一键爆改

内：精神食粮，兴趣治愈

社媒热门话题：

妆容：

#化个加贝尔淡人妆散散班味
#摆脱班味脸

穿搭：

#去班味穿搭
#秋冬穿搭去班味智感

谷子文化

痛包 +139% | 棉花娃娃 +113% | 吧唧 +91%

热血天命人

PS5游戏机 +93% | 黑神话悟空手办 +54%

数据说明：淘宝搜索热度增速时间段对比为2024.11.20~2024.12.19 vs 2024.10.20~2024.11.19

| 养生充电：过年养磁场计划



趋势场景③ | 养生充电：过年养磁场计划

3.2 玄学“开门红”，拿捏好运磁场

在上班与上进之间，年轻人们巧妙找到了第三条路——**上香**！这不仅是对当下玄学文化的独特诠释，更是寻求精神寄托和心灵慰藉。蛇年已至，开年玄学有新意，新年磁场旺起来！

玄学

2024.01.01至今

社媒互动量
88.9亿

同比增长
42%

#手串 #水晶
#搞钱 #玄学 #按头安利 #财神
#寺庙 #财源滚滚 #智慧
#好运连连 #转运
#原石 #能量

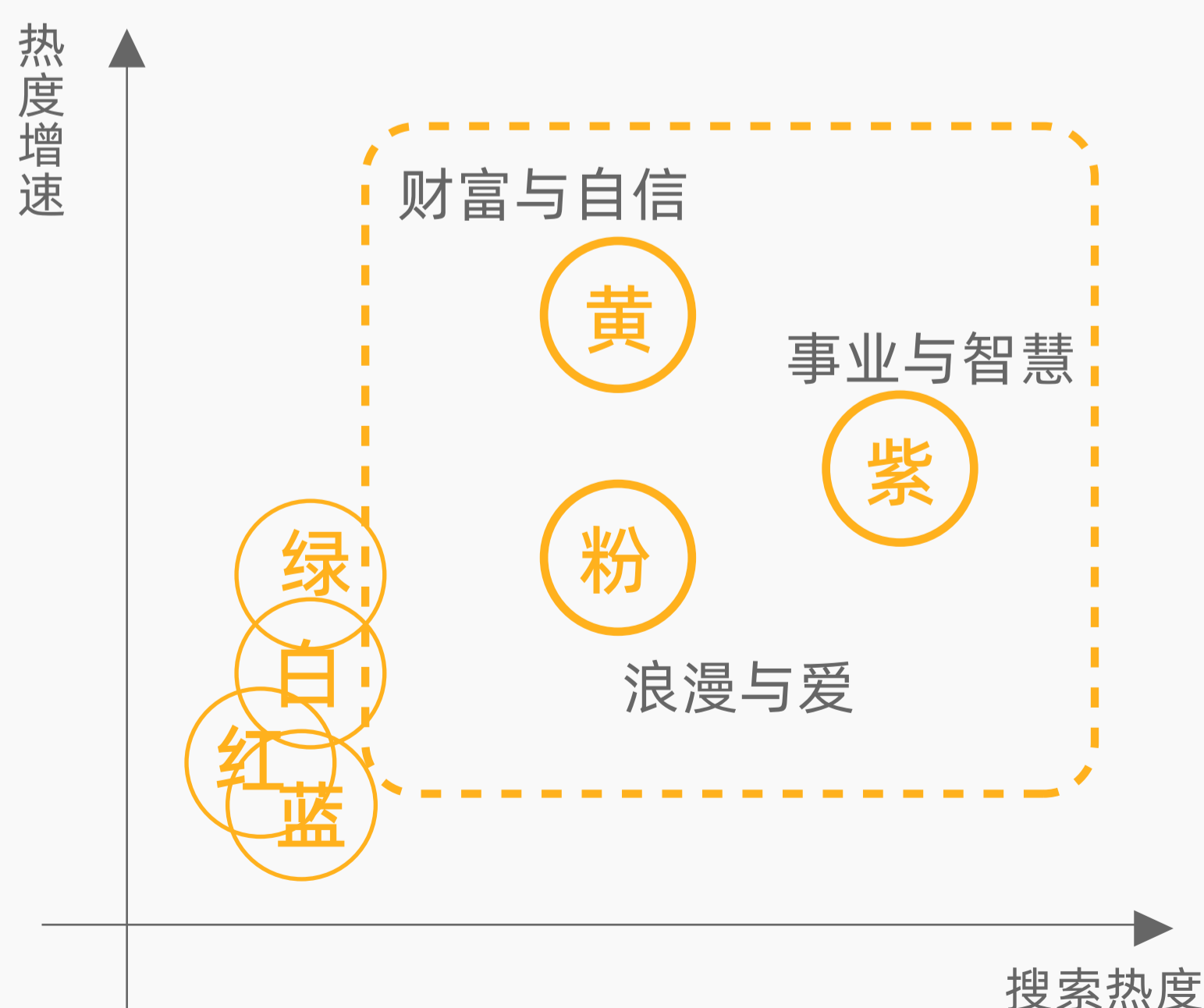
数据来源：数据范围涵盖社媒与短视频平台，时间段2024.01.01-2024.12.20，同比数据为2023年同期

3.2.1 一键「链」接，新年新愿



近30天【水晶手链】
淘内搜索热度：**30万~60万**
搜索热度增速：**+162%**

近30天 不同颜色水晶手链搜索热度与增速



3.2.2 「氛围感」过年，讨个好彩头



招财摆件 +108%
日进斗金冰箱贴 +111%
财运护身符 +138%
招财猫 +92%



上上签饼干 +87%
转运手链 +124%
开运礼物 +115%
幸运饼干 +87%
好运摆件 +104%



定制易拉罐 +76%
可乐定制 +70%
易拉罐diy刻字
王老吉定制刻字 +77%

数据说明：淘宝搜索热度指数增速时间段对比为2024.11.20~2024.12.19 vs 2024.10.20~2024.11.19

养生充电：过年养磁场计划

趋势场景③ | 养生充电：过年养磁场计划

3.3 气血满格，冬季养生正当时！

新年新气象，“看起来气血很足”已成养生新趋势。春节假期暂别职场，那些自嘲“脆皮”的打工人们，终于有机会给身体充电啦！食疗、保健品、补品齐上阵，职场人的健康血脉觉醒，新的一年更要能量满格。

中式养生

2024.01.01至今

社媒互动量
59.9亿

同比增长
64%

#美容护肤 #养生 #按摩 #泡脚 #美食
#养生茶 #艾灸 #补气血 #解压 #滋补
#运动 #零食 #食疗 #好气色
#中医 #精油

数据说明：数据范围涵盖社媒与短视频平台，时间段2024.01.01-2024.12.20，同比数据为2023年同期

3.3.1 内调外养，好气色「养」出来

食疗充电

枸杞 30%+
祛湿茶 25%+
黑芝麻丸 20%+
健康养生小零食 15%+
西洋参 15%+

保健协同

褪黑素 25%+
维生素 20%+
护肝片 15%+
益生菌 10%+

医学美护

医用面膜 25%+
透明质酸钠面膜 15%+
医用敷料 20%+
医用面霜 25%+
胶原蛋白面膜 10%+

中医理疗

泡脚药包 35%+
治疗膏贴 20%+
艾草 25%+
加热坐垫 15%+

数据说明：淘宝搜索热度指数增速时间段对比为2024.11.20~2024.12.19 vs 2024.10.20~2024.11.19

| 养生充电：过年养磁场计划



过年养磁场计划 - 人群画像

【高能疗愈家】

在快节奏的生活中，注重功能与情感兼具的悦己消费，敢赚敢花，疗愈身心

基础画像

- 性别：女性占比近七成
- 年龄：20-40岁的中青年占比超七成
- 消费力：消费力偏高，L4~L5人群占比超三成，L3占比超两成

场景人群



保养进阶族

普通膳食营养食品
海外膳食营养补充食品
液态奶/常温乳制品



精神修炼家

进口原版书
管理书籍
育儿书籍



自在旷野派

运动/瑜伽/健身/球迷用品
户外/登山/野营/旅行用品
度假线路/签证送关
旅游服务



潮玩先锋派

卡通/动漫周边
棉花娃娃
收藏卡牌/卡片
棋牌/桌游

养生充电：过年养磁场计划



过年养磁场计划

有效去班味

花式联名组CP，品牌也会玩抽象

【尽百事 胜天命】百事可乐 X 黑神话之悟空 联名



“百事由我不由天”
“一口劲爽，打开天命得胜之路”

【蛋愿莓好】黄天鹅 X 怡颗莓CP组合派样



黄天鹅：加菲猫联名新春礼盒，达到可生食标
怡颗莓：云南蓝莓本地种植，优选A级果

【牛马精神先干一杯】蒙牛 X 人头马CLUB限量版



什么是都市牛马的精神补剂，是早餐热到正好的牛奶，是夜半配了故事的美酒，是【不是所有牛奶都叫特仑苏】的配得感，是老友重逢，是豁然开朗，是和世界干杯的每一个时刻

迎接新年的更好瞬间

【特仑苏「我们的更好瞬间」限定版纯牛奶



特仑苏邀请100位真实用户，用牛奶包装记录他们的「更好瞬间」，100个瞬间，100款包装，100种更好，一起期待我们的2025一切都好

养生充电：过年养磁场计划



过年养磁场计划

拿捏好运磁场

财神礼包、吉祥礼盒，带来开年好彩头

奥利奥抱富桶



新年抱富桶，一桶抱满福，
新年福运滚滚来

旺旺【八方来财】大礼包



蛇年限定包装，财神形象“招财进宝”；
到手足足11袋，嗨吃1整周；
多种组合，随心搭配

伊利财运限定装纯牛奶



喝伊利新年财运限定装纯牛奶，
喝出好“财”运！
财运到万家

王老吉蛇年【长吉罐】



“蛇”形设计，送上“特长”吉祥；
定制姓氏罐，专属礼赠

可口可乐【烟花罐】



定制心愿罐，勇敢将心底的那句话像烟花一样“绽放”

认养一头牛A2型梦幻盖CNY款



“身体牛”“财运牛”“万事牛”
新春包装一盒好运奶，
祝你好运来

开门大吉礼盒



豆“神”摇身一变做“门神”，
逗趣一刻，开心整年。

音乐礼盒



创意新年礼盒，旋转八音盒，
秒回童年！豆人家族齐聚送祝福，
欢欢喜喜过新年

徽六安瓜片祁门红茶礼盒



“诸事大吉”礼盒包装，安徽特色名茶，
老字号定制

天之红祁门红茶六六大顺礼盒



新春新品礼盒，六六大顺、
鸿运当头，三味祁红，
独立便携小泡

| 养生充电：过年养磁场计划

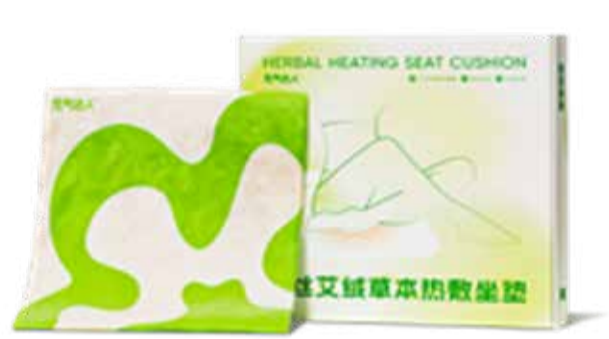


过年养磁场计划

冬季养生正当时

健康保健、理疗养生，好气色信手拈来

元气达人艾灸坐垫



三九冬灸补，坐享好状态，
3年蕲春艾绒红花，除湿驱寒好疗愈

九制九华黄精



九蒸九晒非遗传承制作，
国家地理标志产品，绿色食品，
补气血、降三高、提高免疫力

斛妈妈鲜石斛粉礼盒30罐



中国鲜石斛粉开创者，低温锁鲜，
冲着喝不用熬

正官庄30%红参浆礼盒



1条红参浆≈6片红参片；
配料纯净，70%水+30%红参浆

万益蓝小蓝瓶益生菌



肠道添活力，嗯嗯添动力，
6大菌团协同，99.8%高存活率

斯维诗乳清蛋白粉



进口优质乳清蛋白粉，含8大
人体必需氨基酸，提升免疫力

燕之屋鲜炖燕窝礼盒



限定包装；
燕窝原料优质，配料纯净；
双重技术把控，实现保质期180天

汤臣倍健54微克K2金标志液体钙礼盒



钙+VD3+VK2黄金三角配方
更有突破升级54微克K2好吸收更高效

敷尔佳医用透明质酸钠修复贴



医用级产品；
假期形象管理，重回光泽

真不二肩颈热敷袋



长期伏案工作热敷肩颈

新年生活风向标，解锁新人群与新商机

趋势场景④ | 国潮复兴：国风非遗焕新生

随着春节申遗的成功，一股非遗热潮席卷全国，不仅激发了民众对传统文化的深厚情感，更引领了一股从文化到消费的全民非遗风尚。消费者们纷纷寻求与传统文化的联结，通过非遗技艺、民俗、美食和文创产品，感受着那份源自心底的文化自信和归属感。

4.1 点亮非遗之光，民俗美食大放异彩

非遗文化焕发新生，赏非遗表演，吃非遗美食，让味蕾与记忆在传统韵味与现代风情中穿梭。

非遗技艺

社媒互动量同比增长 **+111%**

#原创 #手艺人
#螺钿 **#剪纸** #竹编 **#绒花** #刺绣 #漆器
#国风 #配饰 **#大漆** #发饰 **#发簪** #李子柒 #小众



非遗民俗

社媒互动量同比增长 **+166%**

#舞龙 # #人间烟火
#腰鼓 #龙狮 #亲子 **#打铁花** #锣鼓队 #浪漫 **#舞狮**
#皮影戏 #庙会 #震撼 **#文化遗产**



非遗美食

社媒互动量同比增长 **+166%**

#老字号 **#腊味** #特产 **#螺蛳粉** #山西 #乐山
#舌尖上的非遗 #郑州 #贵州 **#烤鸭** **#火锅** #重庆 **#跷脚牛肉** #顺德
#盐水鸭 #山西 #乐山 **#糖葫芦** #福州 #广西



非遗文创

社媒互动量同比增长 **+81%**

#市集 **#工艺品** #礼物
#文创 **#陶艺** #纪念品 **#书法** **#景德镇**
#设计 **#插画** #博物馆 **#剪纸**



国潮复兴：国风非遗焕新生

趋势场景④ | 国潮复兴：国风非遗焕新生

4.2 国潮复兴，民族自信，品牌助力非遗传承

在非遗消费中追寻文化传承的脉络，在技艺传承中接力老一辈的智慧。

#把非遗穿身上#



非遗
元素/面料

宋锦外套	+188%
香云纱马甲	+171%
螺钿马面裙	+137%
绒花发簪	+166%

#舌尖上的非遗美食#



非遗美食

非遗美食	+79%
佛跳墙	+109%
北京烤鸭	+74%
金华火腿	+72%

数据说明：淘宝搜索热度增速时间段对比为2024.11.20~2024.12.19 vs 2024.10.20~2024.11.19

文化传承

古井贡酒 “年酒力量”

弘扬年文化：古井贡酒特约播出央视春晚十年，冠名安徽卫视春晚十四年



古井贡酒酿造技艺

2021年入选“国家级非物质文化遗产”名录



非遗传承

非遗时装

高梵 X 非遗苗绣

由前Dior高定设计师Maria携手中国非遗苗绣传承人欧东花共同打造



工艺传承

品品香福鼎白茶
晒白金老白茶

三年陈老白茶非遗工艺



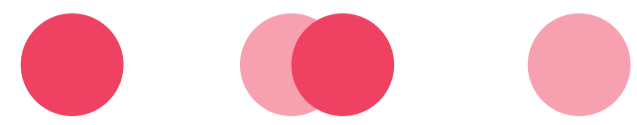
非遗限定

官栈|全家福狮来运转
限定礼盒

非遗限定礼盒新春礼赠
滋补心意



国潮复兴：国风非遗焕新生



国风非遗焕新生 — 人群画像

【国风守护人】

对非遗文化和新中式生活美学有着深厚的认同感与归属感，向往与传统文化产生深厚联结

基础画像

- 性别：女性占比近八成
- 年龄：20-35岁的年轻人占比近六成
- 消费力：消费力中等偏上，L3/L4人群占比超四成

场景人群



中式时尚族

汉服
发饰
皮草
贴饰
饰品/流行首饰/时尚饰品



家居艺术家

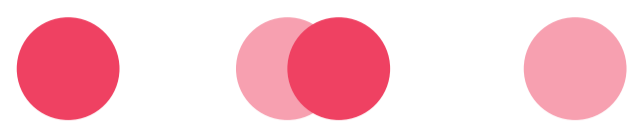
居家布艺
缝纫DIY材料/工具及成品
海绵垫/布料/面料/手工diy
摆件类
花瓶/花器/仿真花/仿真饰品



工艺畅享家

雕刻工艺
工艺扇/团扇/喜扇/折扇

新年生活风向标，解锁新人群与新商机



四大CNY营销机会人群

alimama | 天猫美食美酒 × CB DATA

复古新生

年货趋势01
新式年味正复兴

【年味尝新派】热衷于尝试新鲜事物，追求个性化饮食体验，注重健康和品质生活。

人群①：阖家欢聚客
春节欢聚的“组局”人

人群②：奇货囤货族
拳勺新式年夜饭

人群③：年关清洁党
年关清扫迎新岁

阿里妈妈 让每一份经营都算数
alimama TREND REPORT

更多详情可见
阿里妈妈热点指南VOL.25

alimama | 天猫美食美酒 × CB DATA

灵感走心

年货趋势02
花式礼赠新升级

【新潮礼赠家】主来文化自信，关注时尚资讯与潮流趋势，注重个性化表达和社交分享，为热爱买单。

人群①：年货甄选家
品质年货有腔调

人群②：潮流带娃族
新手宝妈，快乐带娃

人群③：时尚活力派
精致护理，美美过年

阿里妈妈 让每一份经营都算数
alimama TREND REPORT

更多详情可见
阿里妈妈热点指南VOL.25

alimama | 天猫美食美酒 × CB DATA

养生充电

年货趋势03
过年养磁场计划

【高能疗愈家】生活快节奏，注重功能与情感兼具的悦己消费，也会在圈层文化中寻找精神寄托，取糖取花，疗愈身心。

人群①：保养进阶族
花样滋补好气血

人群②：精神修炼家
修炼“内功”，人生进阶

人群③：自在旷野派
运动户外，自在放飞

人群④：潮玩先锋派
在圈层爱好中释放自我

阿里妈妈 让每一份经营都算数
alimama TREND REPORT

更多详情可见
阿里妈妈热点指南VOL.25

alimama | 天猫美食美酒 × CB DATA

国潮复兴

年货趋势04
国风非遗焕新生

【国风守护人】对非遗文化和新中式生活美学有着深厚的认同感与归属感，向往与传统文化产生深厚联结，愿意为高品质买单。

人群①：中式时尚族
守护最美的中国风

人群②：家居艺术家
国风审美融入居家生活

人群③：工艺种草家
体验与传承传统技艺

阿里妈妈 让每一份经营都算数
alimama TREND REPORT

更多详情可见
阿里妈妈热点指南VOL.25

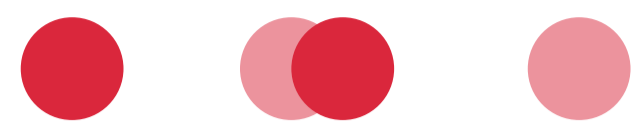
o alimama

PART 03

年货节·阿里妈妈营销策略



年货节·阿里妈妈营销策略



人群方舟——提升兴趣/首购人群

阿里妈妈联合第一财经商业数据中心（CBNData）、天猫美食美酒，天猫健康共同推出“新年新收获” CNY营销机会人群

人群方舟平台精选人群

春节健康人群

年味限定高活跃人群

年轻礼赠高购买力人群

转运加持高能量人群

非遗文化高消费人群

投放人群

STEP1： 在精准人群推广场景，解决方案选择「人群方舟」提升兴趣/首购新客人数



STEP2： 通过人群设置添加种子人群



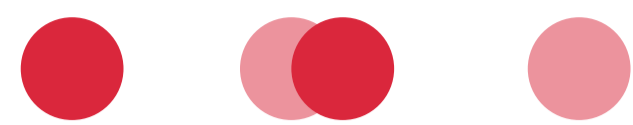
STEP3： 在「平台精选」版块选择「消费热点专项」添加本期机会人群



STEP4： 搜索“新年新收获”，直达五大场景偏好拉新人群



| 年货节 · 阿里妈妈营销策略



人群超市 & 趋势速递 & 趋势明星

人群超市平台精选人群

非遗国风人群包

高能疗愈人群包

礼赠新贵人群包

潮流年味人群包

2025年1月3日上线，敬请期待

抢占破圈人群红利，品牌可使用淘内「品牌首秀、特秀、ShowMAX」工具，实现人群拉新；再通过「人群超市」黄金时段抢量冲刺包或大促类目互动未购人群包，通过序列化运营和效率调控实现TA转换和渗透

趋势速递

通过「趋势速递」，商家可及时查看与本店铺相关的全网热点，智能匹配本店适合货品，及时追上热点，提升店铺增量

趋势明星

「趋势明星」已上线“年货节”主题，商家可在「推广方案设置-趋势明星」模块添加「年货必备」相关趋势主题前往投放，把握热门趋势飙升主题



alimama

To make it easy to do
marketing anywhere.

alimama
— refresh



阿里妈妈微信公众号



欢迎入群获得一手消息、
或提报你关注的趋势！