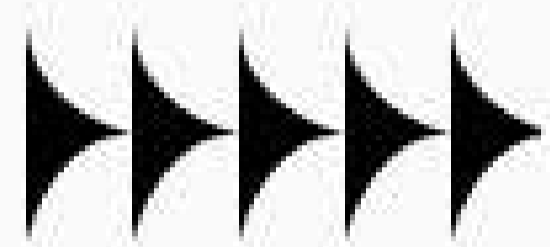


# 阿里妈妈 经营指南

VOL.03



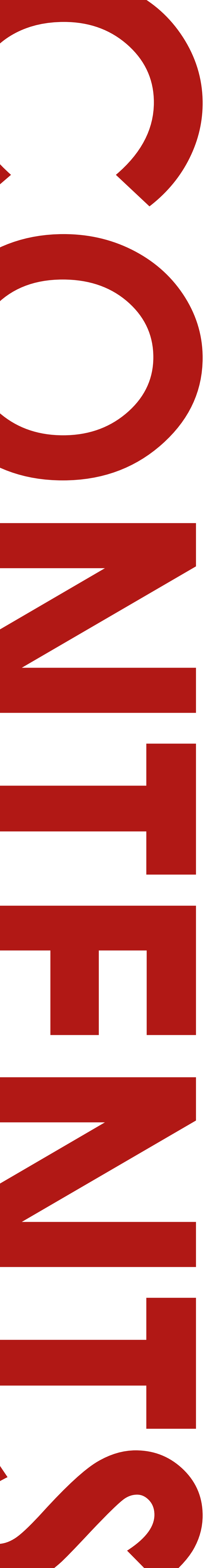
## 用五大趋势主题 共创年货新增长



阿里妈妈 让每一份经营都算数

alimama TREND REPORT





# PART 01

## 趋势捕捉

新媒体平台趋势话题一览

淘内趋势品类表现

# PART 02

## 趋势解读

趋势一 | 龙年新装，华彩非遗

融合龙年与非遗元素，让过年穿搭焕发文化光彩

趋势二 | 过年+玄学=爆款预定

线上数字祈福，线下好运套餐

趋势三 | 矛盾餐桌，美食妥协

对预制菜一边观望，一边真香

趋势四 | 年味进行时，健康新升级

滋补即食享，零食也健康

趋势五 | 正奔赴目的地

出发那一刻就准备好，享受美好与相遇

# PART 03

## 阿里妈妈产品赋能

年货场景关键词策略

年货精准人群策略

o alimanda

# PART 01

趋势捕捉



## 趋势话题榜单

## 内容平台趋势话题一览

## 抖音话题榜

## 综合榜

排名	话题名称	作品数	互动量	互动增长率
1	新年第一餐	3.5w	1035.7w	44276.3%
2	南方小土豆进击哈尔滨	2490	1389.8w	37928.4%
3	广西小砂糖橘勇闯哈尔滨	2707	706w	7324.3%
4	晒出你的新年战袍	6481	170w	742041.0%
5	蔓越莓	1988	541.7w	61556.3%
6	新年穿搭大赏	4992	180.6w	256761.2%
7	公主请查收跨年新衣	2836	154.4w	18389.6%
8	撑场面的龙年穿搭	1132	218.4w	2576.3%
9	电视剧繁花	3048	527.9w	122.0%
10	穿汉服过年	1698	99.6w	122.5%

## 热度榜

排名	话题名称	作品数	互动量
1	抖音美食推荐官	39w	8648.5w
2	跨年	10.6w	12434w
3	天儿冷吃点啥	16.8w	4991.8w
4	新年快乐	6.3w	7538.3w
5	妈呀太香了	13.5w	4159.5w
6	开启一年好运	11.1w	3964.7w
7	元旦	6.6w	4790.5w
8	我的乡村生活	4w	10721.5w
9	哈尔滨	3.7w	18600.1w
10	保暖又好看	28.9w	2051.1w

## 新晋榜

排名	话题名称	作品数	互动量
1	尔滨你让我感到陌生	2899	1981.5w
2	哈尔滨有多宠游客	2655	1271w
3	东北冻梨遇上南方小土豆	1849	263.9w
4	繁花大结局	1360	324.7w
5	东北大葱狂宠南方小土豆	918	319.5w
6	黑龙江蔓越莓	789	148.1w
7	半个抖音都在排骨年糕	1846	102.9w
8	汉服变装反差感	328	138.8w
9	东北特产不止蔓越莓	473	82.7w
10	国潮进军二次元	190	92w

## 上升榜

排名	话题名称	作品数	互动量	互动增长率
1	繁花每集都是电影既视感	893	59.9w	59934600.0%
2	尔滨	1964	407.2w	15661707.7%
3	想去哈尔滨的心情到达了巅峰	1635	427.4w	11248231.6%
4	相约哈尔滨冰雪节	2576	269.3w	7919300.0%
5	2024顺风又顺水	7020	139.1w	7725927.8%
6	来东北你就当到家了	1294	282.3w	2392396.6%
7	2024的100种打开方式	2375	515w	1362337.6%
8	南方小土豆到底是啥梗	1782	334.2w	1275546.9%
9	繁花辛芷蕾官二上身	269	132.1w	777162.4%
10	天天统一全网生气姿势	2126	1198.2w	392873.4%

## 小红书话题榜

## 综合榜

排名	话题名称	作品数	互动量	互动增长率
1	小红书年货节	9.8w	150.4w	1086.5%
2	繁花	2.7w	402.7w	824.7%
3	南方小土豆	8938	463.9w	818.0%
4	排骨年糕	646	17w	17602.9%
5	小砂糖橘勇闯哈尔滨	349	16w	225807.0%
6	这波年味拿捏了	6345	25.8w	1667.8%
7	蔓越莓	619	18.8w	752.9%
8	国风国潮	7409	38.4w	111.1%
9	龙年限定	2656	17.8w	101.3%
10	新中式国风	6021	22.6w	35.7%

## 热度榜

排名	话题名称	作品数	互动量
1	笔记灵感	36.4w	4591.5w
2	2024	9.7w	1422.2w
3	每日穿搭	16.5w	1197.7w
4	跨年	8.5w	1443.3w
5	新年快乐	8.7w	951.5w
6	秋冬穿搭	7.4w	560.9w
7	一人食吃什么	3.3w	777.5w
8	小个子穿搭	5.5w	505.3w
9	氛围感	5.3w	1244.3w
10	来拍照了	5.1w	1193.4w

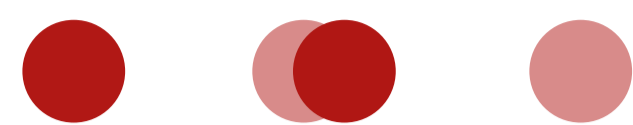
## 新晋榜

排名	话题名称	作品数	互动量
1	尔滨你让我感到陌生	1422	139.6w
2	我家的招财猫	5048	30.4w
3	尔滨	881	33w
4	新的一年会遇到心软的财神爷吗	1687	7.5w
5	拍出繁花感	457	8w
6	小宠物大世界	558	45w
7	小砂糖橘	195	10.6w
8	千人千面我爱自己的每一面	907	5.3w
9	尔滨背刺了整个东北	119	17.6w
10	南方小土豆进击哈尔滨	69	27.6w

## 上升榜

排名	话题名称	作品数	互动量	互动增长率
1	鄂伦春族	244	51w	2832677.8%
2	星耀国风盛典	111	8.1w	2037375.0%
3	广西砂糖橘勇闯哈尔滨	260	12w	169471.8%
4	南方小金豆	339	18w	133551.9%
5	小寒国风节	151	7.2w	85960.7%
6	用烟花开启下一个四季	1486	5.7w	17610.5%
7	哈尔滨文旅	162	12.3w	6934.3%
8	繁花唐嫣汪小姐	820	7.9w	2251.7%
9	繁花电视剧	4203	43.5w	2087.4%
10	南方小土豆勇闯东北	738	47.1w	882.7%

### 趋势话题榜单



## 趋势热点淘内表现

### #南方小土豆

120%+

淘宝搜索热度周环比

160%+

淘宝交易指数周环比

### #哈尔滨

2.2w+

淘宝搜索热度

2.7w+

淘宝交易指数

### #蔓越莓

945%+

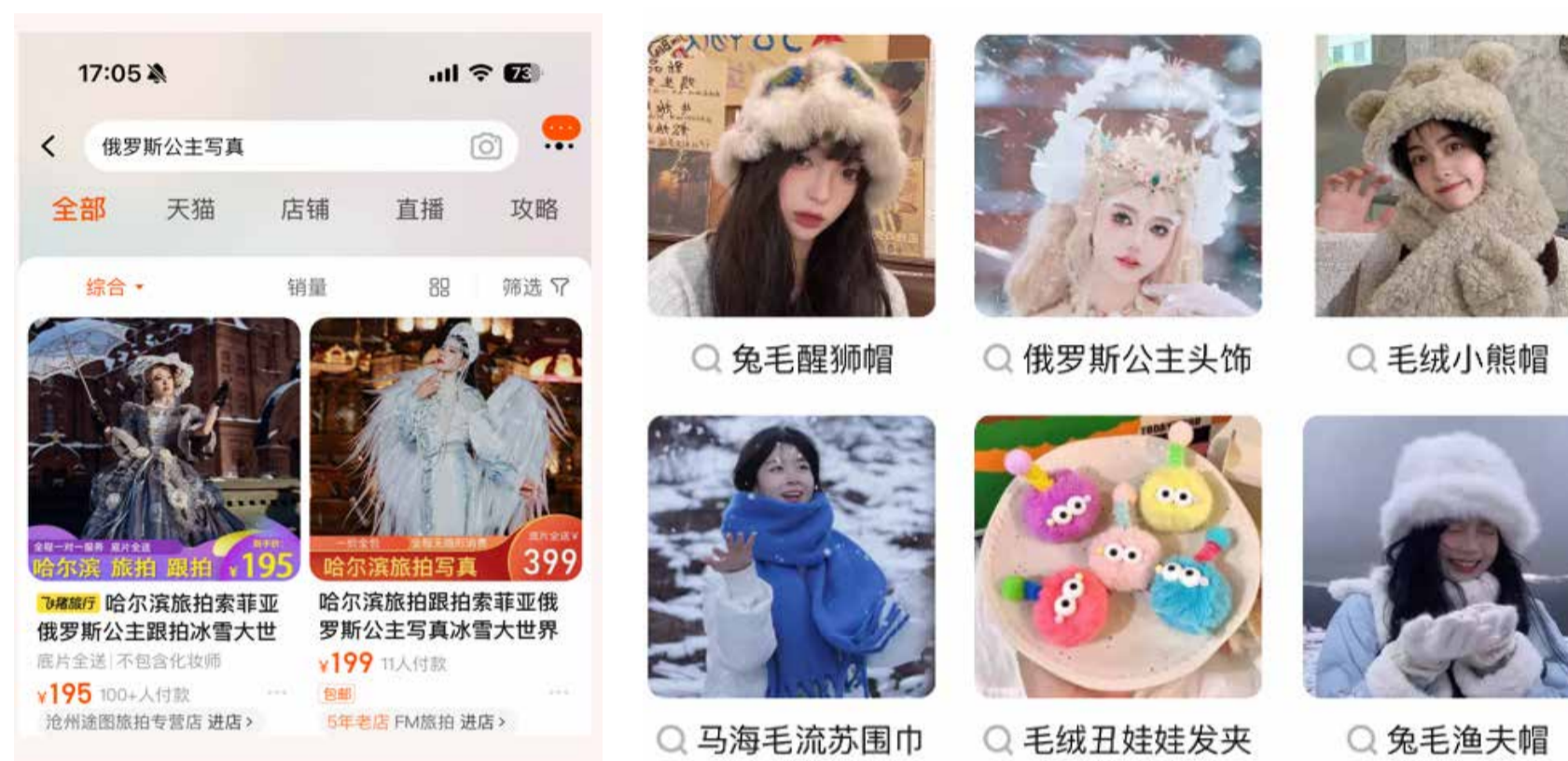
淘宝搜索热度周环比

8.9w+

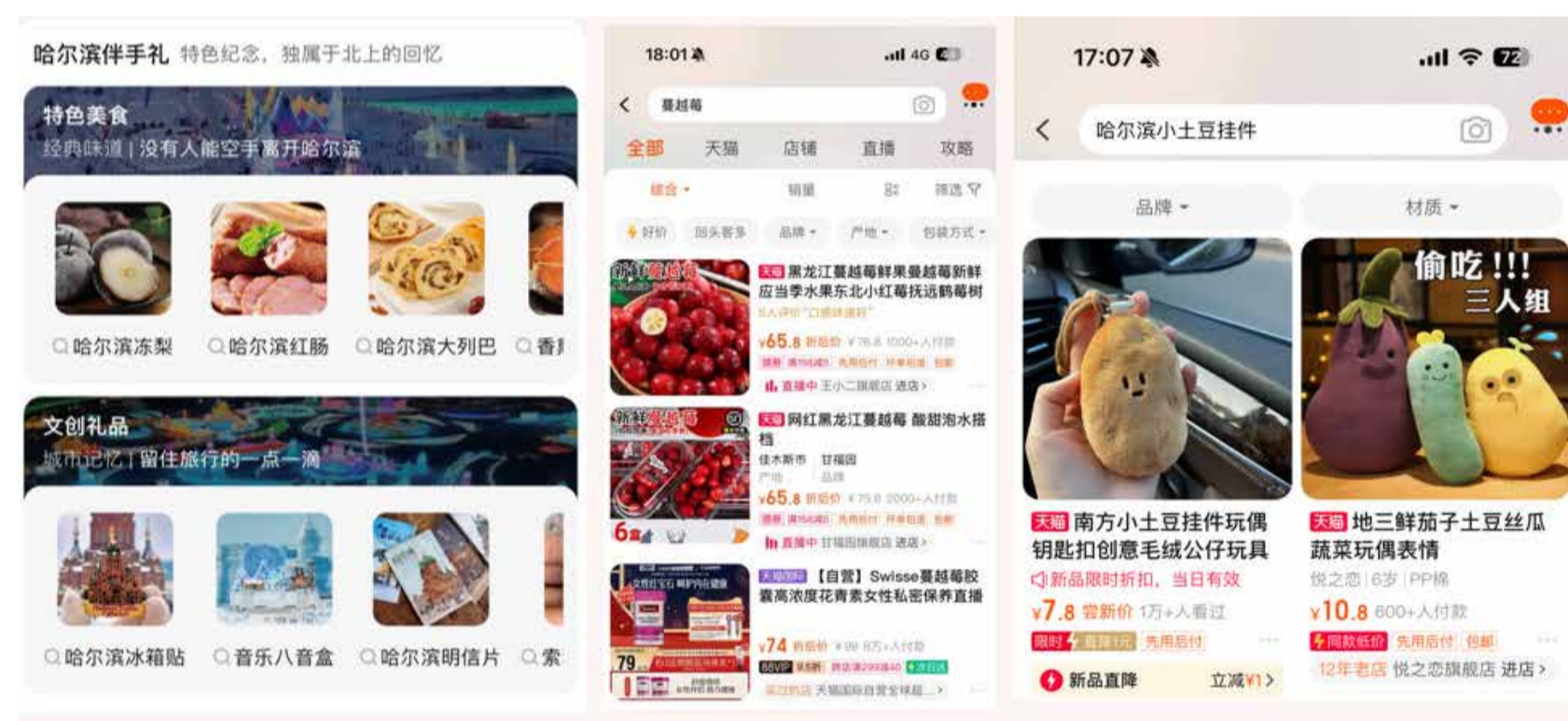
淘宝交易指数

### #南方小土豆北上清单-热点话题下品类场景结合

#### 旅拍出片-配饰/旅拍服务



#### 周边伴手礼-食品/礼品挂件



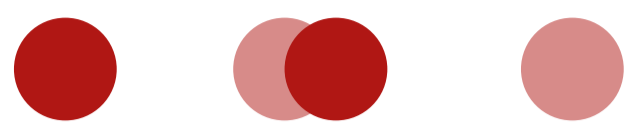
#### 雪地穿搭-服装/鞋袜/户外运动



#### 防寒用品-身体护理/药品



趋势话题榜单



趋势热点淘内表现

#繁花

8.9w+

淘宝搜索热度

11w+

淘宝交易指数

#排骨年糕

10w+

淘宝搜索热度

770%+

淘宝交易指数周环比

#繁花同款-热点话题下品类场景结合



繁花同款复古风-配饰/服装



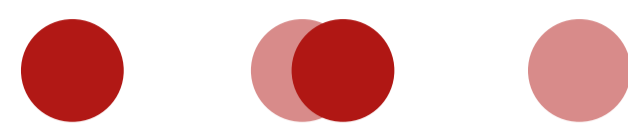
繁花同款-餐饮具



繁花同款-食品



# 趋势话题榜单



## 趋势热点淘内表现

### #龙年汉服套装

7.4w+

淘宝搜索热度

3.3w+

淘宝交易指数

### #新中式外套

17w+

淘宝搜索热度

23w+

淘宝交易指数

### #龙年穿搭

37%+

淘宝搜索热度周环比

730%+

淘宝交易指数周环比

### #新中式过年穿搭细分风格



#### #新年比甲旗袍



#### #新年明制马面裙



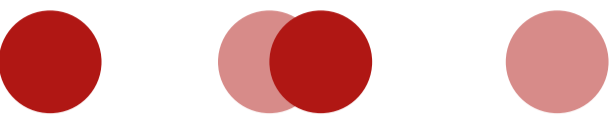
#### #红色汉服毛呢大衣



#### #汉服披肩斗篷



# 趋势话题榜单



## 龙年新装，华彩非遗

融合龙年与非遗元素，让过年穿搭焕发文化光彩

- 服饰鞋帽
- 文化消费

## 矛盾餐桌，美食妥协

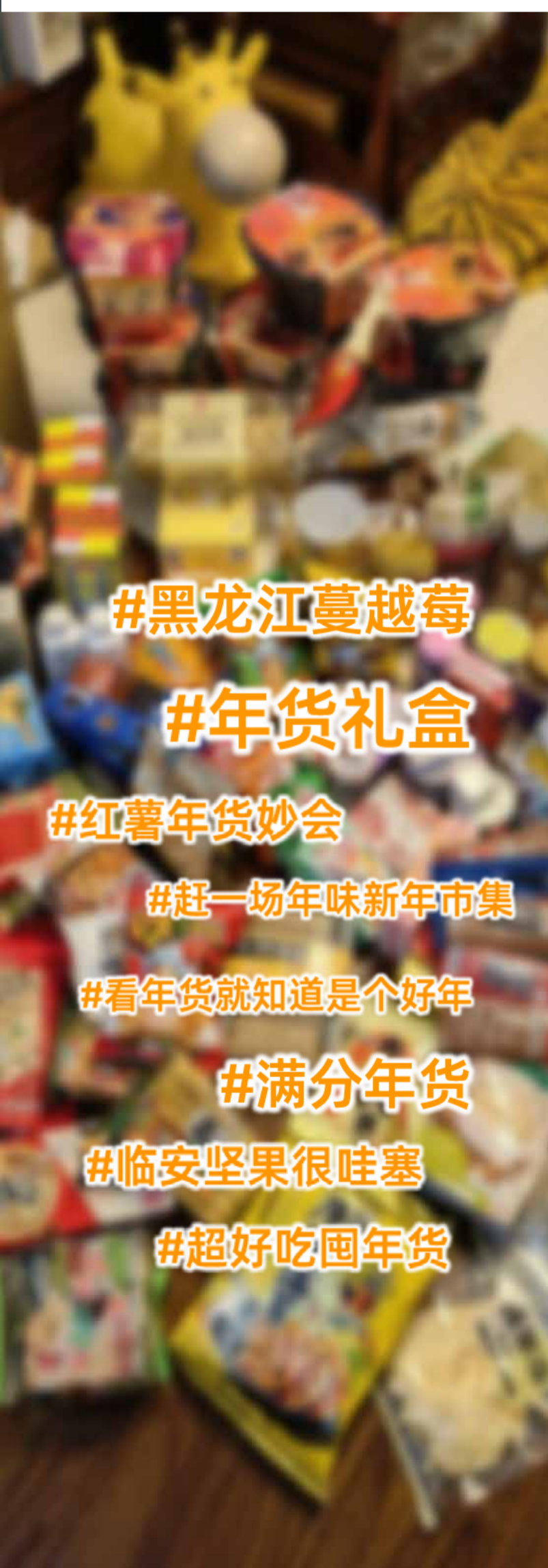
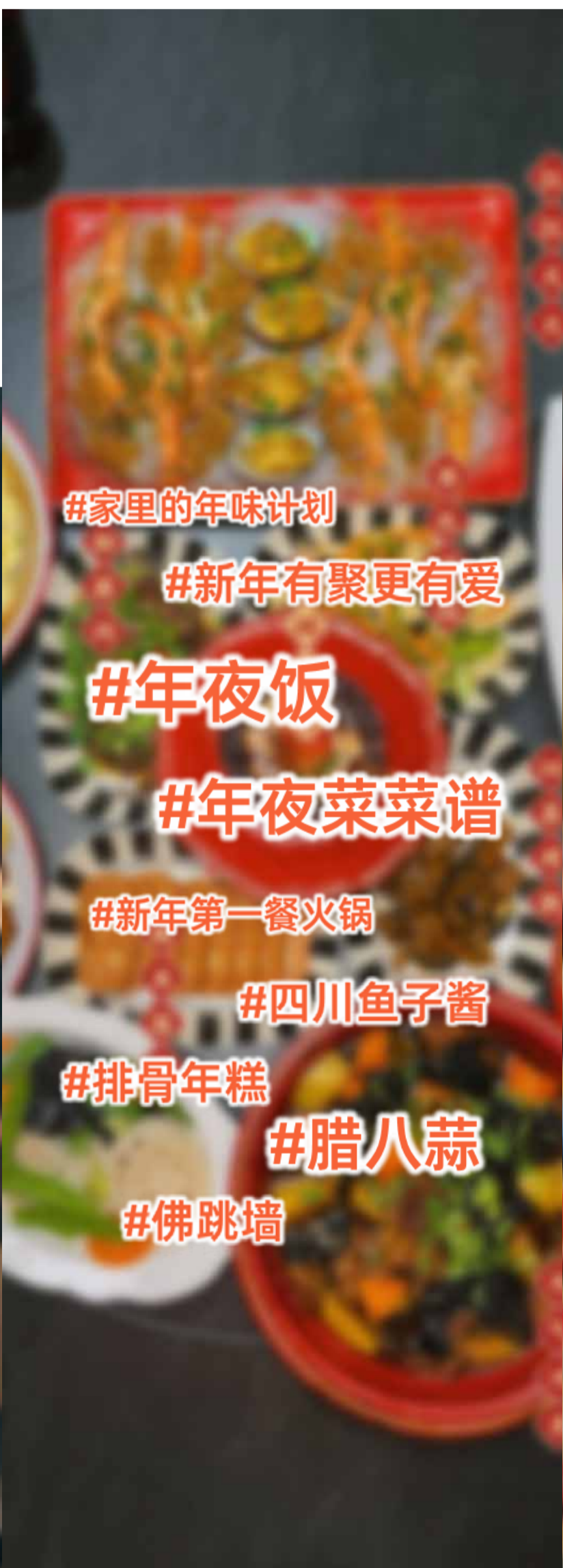
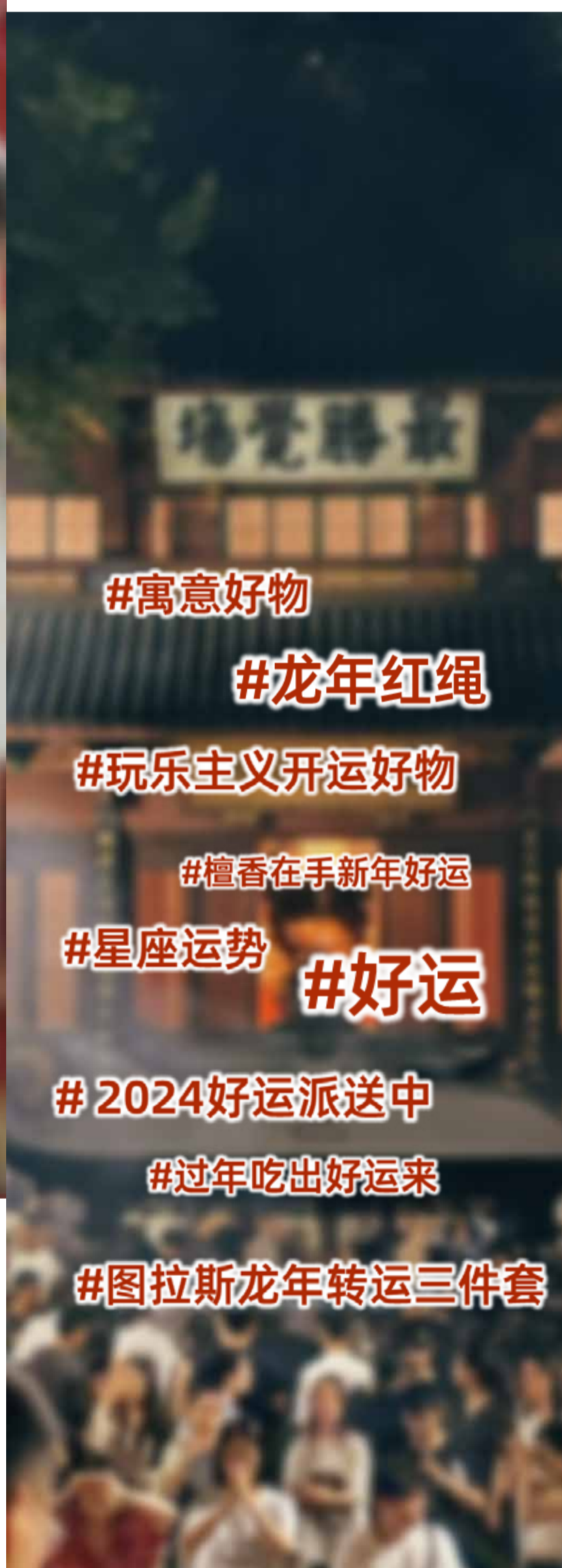
对预制菜一边观望，一边真香

- 食品饮料
- 本地生活

## 正奔赴目的地

出发那一刻就准备好，享受美好与相遇

- 食品饮料
- 旅游出行



## 过年 + 玄学 = 爆款预定

线上数字祈福，线下好运套餐

- 珠宝配饰
- 家居生活
- 食品饮料

## 年味进行时，健康新升级

滋补即食享，零食也健康

- 食品饮料
- 健康养生

# 未完成

## 趋势一：龙年新装，华彩非遗

## 融合龙年与非遗元素，让过年穿搭焕发文化光彩

随着消费者对传统文化的关注度提升，过年穿搭正在经历一场传统与时尚的融合革命。龙年元素与非遗技艺的巧妙结合，既体现了对传统的尊重，又彰显了时尚的魅力。这种趋势不仅推动了传统文化的传承，也为过年穿搭市场带来了新的增长点。

## 相关话题数据

## 国风正当红

本期声量 本期互动量 互动增长率  
6070 299.1w 62.1% ↑

## 公主请查收跨年新衣

本期声量 本期互动量 互动增长率  
2836 154.4w 18389.6% ↑

## 晒出你的新年战袍

本期声量 本期互动量 互动增长率  
6481 169.9w 742041.0% ↑

## 繁花

本期声量 本期互动量 互动增长率  
2.7w 402.7w 824.7% ↑

## 新中式

本期声量 本期互动量 互动增长率  
2.8w 188.2w 1.51亿

## 国风国潮

本期声量 本期互动量 互动增长率  
7409 38.4w 111.1% ↑

数据来源：新榜数据库，监测时间：2023/12/29 ~ 2024/01/11，环比周期2023/12/15 ~ 2023/12/28

## 淘内相关品类搜索&amp;交易数据



## 马面裙

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
40.3w	46.2w	6.9% ↑	24.9% ↑



## 旗袍

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
24.6w	26.5w	21.5% ↑	31.1% ↑

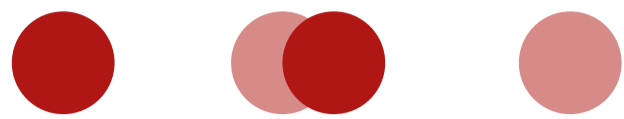


## 新年战袍

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
20.4w	16.8w	16.5% ↑	31.0% ↑

数据来源：阿里数据，2024年1月5日-2024年1月11日，环比周期：7天

## | 趋势一：龙年新装，华彩非遗



# 融合龙年与非遗元素，让过年穿搭焕发文化光彩



御龙少女出现啦！🐲  
龙年战袍太好看咯~



汉服真的很适合过年  
今年是本命年咯🐲

### 00后：新潮驱动，个性为王

追求融合传统龙纹、色彩鲜艳的非遗服装。他们选择的是既有龙元素又不失新潮的设计，展现独特自我

### 95后：平衡之美，实穿国风

选择既能日常穿着又带有刺绣等非遗元素的国风新装，倾向于简约风格，体现其追求实用与美学并重的生活方式



龙年怎么能不穿龙马面呐 新年新Look! 元气国风!  
龙马面系列【龙龐龐】



2024 🐲 新中式  
GB亲子liberty年服



和平饭店拍照攻略 |  
带爸妈打卡《繁花》取景地

### 90后：文化传承，家庭情怀

不仅仅给自己购买，也会给子女或父母购买龙年元素的汉服或唐装。寓意吉祥、传递美好祝愿的同时，也是对传统文化的一种尊重和传承。

## 趋势一：龙年新装，华彩非遗

多元营销策略助力非遗服饰推广，跨界合作创新  
焕发传统新彩

深入推广汉服、唐装等非遗服饰，多元化营销策略至关重要。个性化定制、与文化IP、影视动漫的联名合作及跨界合作，丰富了产品内涵，拓宽了市场影响。限定款、联名营销等手段提升了附加值和情感价值。线上线下结合的新品推广活动，激发了消费者购买欲望。

## 典型场景

## 场景一

新年  
穿搭

强调时尚性和文化性的结合，发布关于龙主题的趋势穿搭指南，为用户提供新年着装的灵感。

## 场景二

家庭  
团聚

展现家人在新年期间换上新装的温馨场景，强调“传统与家庭”的结合，推荐融入吉祥元素的传统家庭套装。

## 场景三

访友  
赠礼

突出“礼仪与尊重”，推出非遗配饰礼品系列，并结合情感化营销，以“赠非遗之礼，表深厚之情”为营销点。

## 场景四

游园  
庙会

结合春节庙会/旅行等场景，展示“沉浸式古风”的体验场景，推荐汉服、唐装等国风服饰，引发用户的购买欲望。

## 场景五

春节  
旅行

以“行走中的文化盛宴，穿上非遗，体验不一样的年味旅行”为营销点，推荐融合民族非遗元素的服饰或配饰。

## 定制营销

新春限定  
非遗皮影戏元素

FILA FUSION锦鲤鞋



## 中西结合设计旗袍

Lululemon  
2024新春限定系列

非遗·红帮裁缝  
中式服装制作技艺

《繁花》同款

【龙的传人·鱼龙劲跃】  
主题快闪店

劲霸男装生肖贺岁系列

中国红点缀中式盘扣  
梅花刺绣点缀

Lee 新品国潮系列



## 龙纹刺绣

Calvin Klein  
龙年限定双面夹克



## 联名营销

## 唐装和街头感融合

adidas三叶草 x  
SAMUEL GU YANG(设计师)

中式怪诞潮流美学  
快闪办展

喜行乐 X ZARA



## 热门IP联名

三丽鸥SanrioX 泰国设计品牌



## 上新营销

服装发布会  
新中式实穿美学

EXCEPTION例外



## 明星代言中式文艺风

播broadcast  
2024春夏系列

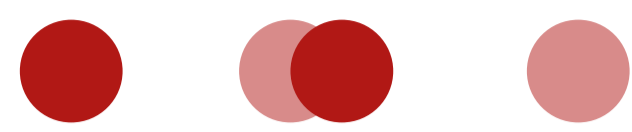


## 上新抽奖

一弦一木  
东方少女的春日衣橱



# 趋势一：龙年新装，华彩非遗



## 龙元素开启新年潮，新中式款式受追捧

龙年春节期间，融入红色、金色和龙图案的年味元素的服饰成为热销品类，新中式汉服/唐装潮流盛行，传统工艺制品如刺绣、扎染等备受到更多关注，展现出传统文化的深厚底蕴和现代时尚的魅力。

### 热卖风格

#### 龙年主题款

龙图腾/福字/灯笼/烟花/中国结等吉祥图案点缀



#### 新中式款式

汉服/旗袍/唐装等新中式服装，凸显中国民族特色

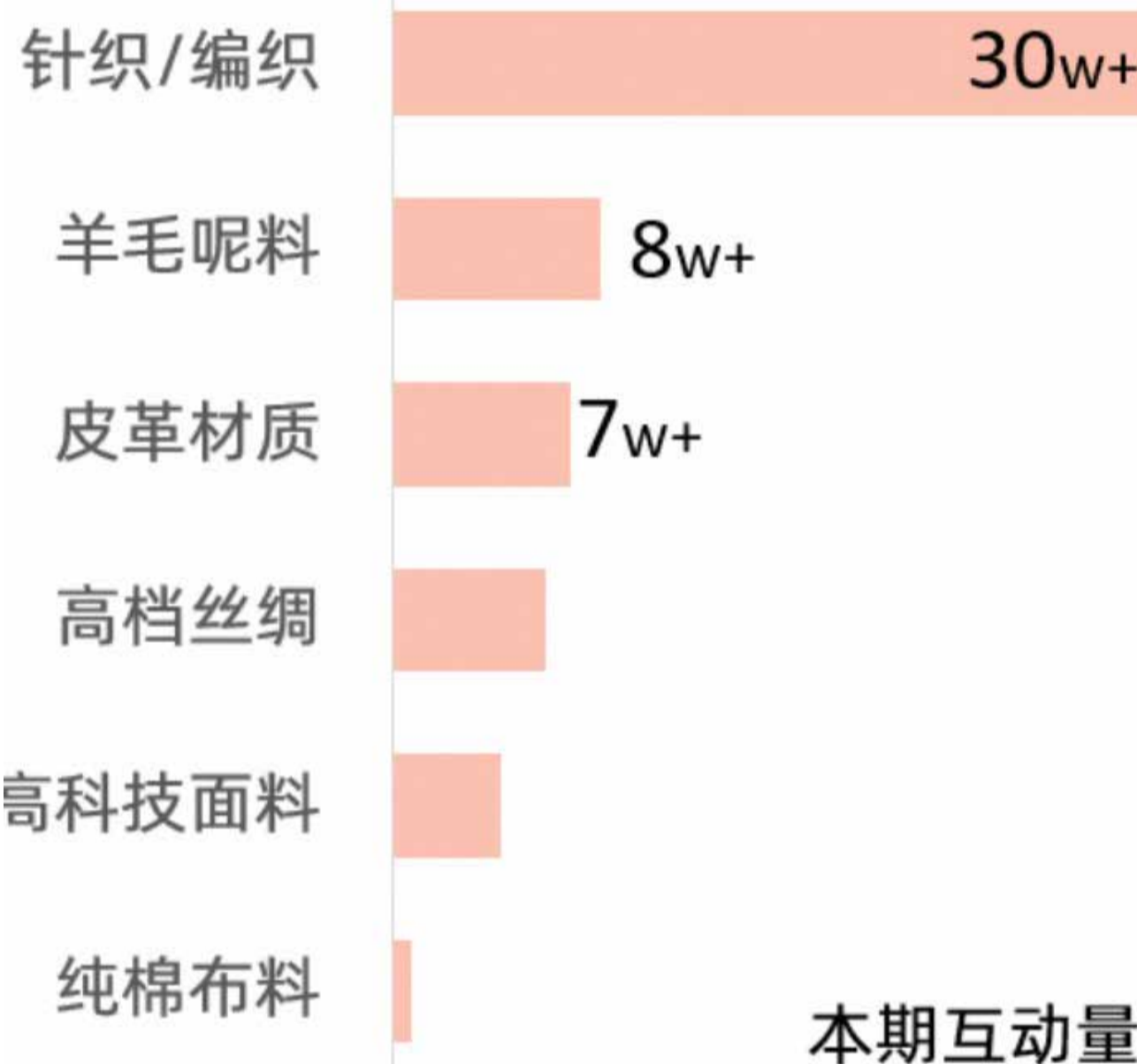


#### 龙年套装

全家福款式的家庭装/亲子装/情侣装，增强新年团聚仪式感



### 热卖材质



### 热卖工艺与设计

#### 非遗工艺

手工刺绣/木版印花/柿渍染色/扎染/蜡染/烫金等非遗工艺整体添彩



#### 设计元素

对襟、立领、盘扣、龙形纽扣、长袍设计/立体剪裁等设计元素点亮细节



### 热卖色彩



### 热卖品类 (按目标用户划分)

#### 童趣龙年款

儿童款汉服/旗袍/唐装，让孩子们穿出传统风韵，体会中华文化的独特魅力



#### 父母新年装

经典黑红配色，金丝绣花/盘扣设计，吉祥花卉/龙凤图案，增添新年的温馨与关怀



#### 宠物新年装

中式小马褂/小型狮子头/福字挂饰/红色小旗袍，让宠物也感受新年氛围



# 未完成

## 趋势二：过年 + 玄学 = 爆款预定

## 线上数字祈福，线下好运套餐

消费者对于玄学商品的需求不仅源于传统文化的影响，还包括对个人幸福和社会身份的追求。从电子木鱼的+1+1，到层出不穷的功德游戏，到各类转运首饰，新年期间更是有许多商家推出了好运套餐，以餐饮+体验为载体，增加简化的开运仪式+口彩流程，为消费者提供一种身心合一的吉祥体验，创造出新的市场机会。

## 相关话题数据

## 开启一年好运

本期声量 本期互动量 互动增长率  
11.6w 4185.6w 281.2%↑

## 过年吃出好运来

本期声量 本期互动量 互动增长率  
5503 176.6w 1032.7%↑

## 寺庙祈福

本期声量 本期互动量 互动增长率  
615 32.5w 82.1%↑

## 新年愿望

本期声量 本期互动量 互动增长率  
1.4w 304.2w 159.8%↑

## 转运

本期声量 本期互动量 互动增长率  
1.4w 85.1w 12.8%

## 本命年红绳

本期声量 本期互动量 互动增长率  
6236 281.7w 7.4%↑

数据来源：新榜数据库，监测时间：2023/12/29 ~ 2024/01/11，环比周期2023/12/15 ~ 2023/12/28

## 淘内相关品类搜索&amp;交易数据



红包

搜索热度 交易指数 搜索热度增长率 交易指数增长率  
34.0w 22.0w 15.5%↑ 25.8%↑



对联

搜索热度 交易指数 搜索热度增长率 交易指数增长率  
30.5w 21.2w 19.9%↑ 16.9%↑



手链

搜索热度 交易指数 搜索热度增长率 交易指数增长率  
22.3w 20.3w 2.1%↑ 2.2%↑

数据来源：阿里数据，2024年1月5日-2024年1月11日，环比周期：7天

趋势二：过年 + 玄学 = 爆款预定

线上数字祈福，线下好运套餐



哦卖k! 家人们!  
迪士尼都开始搞玄学了???



墙裂安利!  
2024人手一棵摇钱树💰💰💰

00后：潮流玄学，新式祈愿

00后对新鲜事物充满好奇，他们可能会被新奇的玄学商品或服务所吸引，比如发财树、财神爷积木等。

95后：风水宝地，按需祈福

他们会根据自己的需求和预算可能会购买一些既有传统文化底蕴又具备现代设计感的转运饰品或参与线上线下的综合祈福活动。



北京雍和宫 | 年轻人在上班和上进间选择上香



工位偷偷供奉!  
当代打工人谁不整点玄学



不出意外!  
是过年一直戴的南红手串!!



超听劝!!真的一摆来money,  
财运越来越好

90后：信仰传承，实用为先

90后消费者在春节期间更注重实用性和设计感的结合。他们更偏爱那些可以在日常生活中佩戴的玄学饰品或带有吉祥寓意的家居摆件等。

## | 趋势二：过年 + 玄学 = 爆款预定

## 以信仰带动消费热潮，联动寺庙文旅出行，弘扬传统文化

消费者的购买决策受到多种因素的影响，包括文化传统、社会认同、个人信仰和心理需求。转运商品的销售与这些心理因素密切相关，尤其是在传统节日中。此外，品牌故事、产品设计和营销策略对于吸引消费者具有重要作用。

## 典型场景

## 场景一

## 备考祈福

推出以学业为主题的饰品或文玩，比如雕刻有书法字样或寓意好学上进的吉祥物（如鲤鱼跃龙门）的挂件、手链。

## 场景二

## 长者祝寿

推出代表长寿和健康的产品，如寿山石雕刻、玉器、含有福、寿等字样的首饰。

## 场景三

## 自我疗愈

新年是很多人重启自己的重要节点，可以推出具有平静、放松效果的产品，如佛珠手链、冥想用的香薰珠宝等，强调其帮助压力释放和情绪调节的功能。

## 场景四

## 出入平安

结合返工、出行和自驾游趋势，推出适合出行活动佩戴的耐用珠宝配饰，或寓意顺风顺水，福佑平安的挂件。

## 文创营销

## 祈福新春礼盒

雅和宫  
对联/转运珠/福挂/福贴等



## 春联结缘

南普陀  
猫爪手串/冰箱贴/平安符等



## 祈福新春礼盒

雅和宫  
对联/转运珠/福挂/福贴等



## 上新营销

潮玩龙年上新  
御水则发  
泡泡玛特龙吟献瑞



24年新款上市  
首饰玄学  
一万季上上签系列



## 吉食上新

稻香村龙年新品  
禧字饼/祥瑞饼/福龙饼等



## 联名营销

年货节IP零食礼盒  
City Walk祈福地图

良品铺子x五台山

“新年有龙则灵”  
新春德意桶餐

德克士x功夫熊猫

中式与西餐的碰撞  
檀香厚乳拿铁

KFCx五台山



## 新年线下活动

北高峰财神庙x来福士  
小对联/冰箱贴/帆布袋/台历等



## 发财零食礼盒

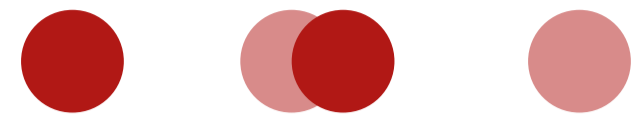
食验室! x  
天下第一财神庙

“龙运当头”发饰  
新年限量礼盒

古古染 x YOUPIE



## 趋势二：过年 + 玄学 = 爆款预定



# 精雕细琢显匠道，玄学无处不逢春

在中国，春节是一个充满传统文化和习俗的节日，人们倾向于在这个时期寻求好运和转运。因此过年期间，从转运配饰到家居玄学摆件，以符合传统文化的元素和现代时尚的设计，以“好运和祝福”为主题进行营销，成为了新年市场的热点。

### 热卖品类

#### 转运配饰

本命年红绳/转运珠/开运符/香囊等，结合传统元素如福、禄、寿、喜等



#### 玄学摆件

水晶摆件/八卦镜/风铃等传统摆件，也有发财树积木/龙年日历乐高潮玩摆件



#### 新春装饰

福字/春联/灯笼/窗花/中国结/冰箱贴等春节主题装饰品



#### 家居氛围

寺庙香薰/转运精油/发财树/转运竹等家居生活中的“转运好物”



#### 好运风味

好运礼盒/开运糕/开运酥等，另一种意义上的“好口彩”



### 热卖珠宝配饰工艺

#### 篆刻工艺

以特制的工具和特定的技法在金银器上加工而成，常见有牡丹/菊花/寿星/麒麟等中国传统的造型



#### 木制工艺

菩提珠串/沉香/大漆珠融入当下时尚元素，为木质珠串增添色彩



#### 珐琅工艺

用柔软的扁铜丝，掐成各种花纹焊上，然后把珐琅质的色釉填充在花纹内烧制而成

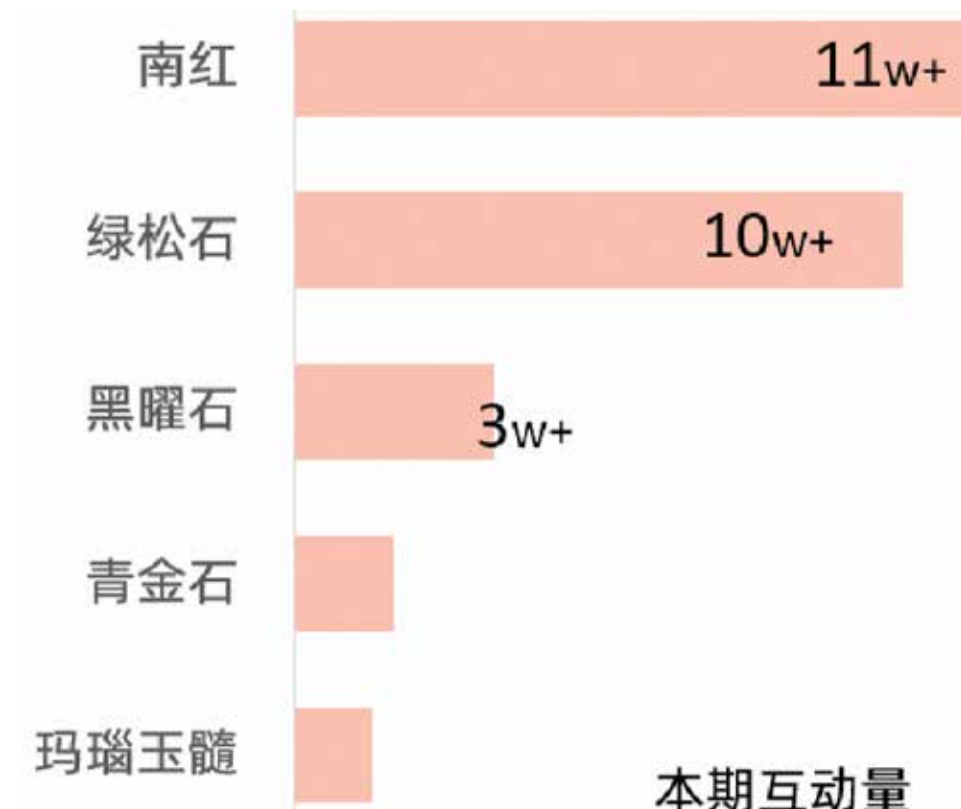


#### 珠串技艺

将玉石、木珠、珍珠、贝壳等串成项链、手链等装饰品的技艺



### 热卖珠宝配饰材质



未完成

未完成

未完成

未完成

未完成

未完成

## 趋势四：年味进行时，健康新升级



## 滋补即食享，零食也健康

随着生活节奏的加快和健康意识的觉醒，消费者对即食滋补品和健康零食的需求正经历一场变革。人们追求便捷与健康并存，期望在忙碌中迅速滋养身体，闲暇时品味健康。为满足这一需求，市场涌现出融合便捷与健康特点的即食补品和健康零食，让消费者在享受美味的同时感受健康滋养。

## 相关话题数据

## 蔓越莓

本期声量	本期互动量	互动增长率
1988	541.7w	61556% ↑

## 年货礼盒

本期声量	本期互动量	互动增长率
6406	85.9w	294.1% ↑

## 滋补养生

本期声量	本期互动量	互动增长率
7111	103.1w	3.7% ↑

## 小寒节气

本期声量	本期互动量	互动增长率
1181	3.9w	4088.5% ↑

## 新年送礼

本期声量	本期互动量	互动增长率
3913	22.9w	138.5% ↑

## 食疗养生

本期声量	本期互动量	互动增长率
6724	41.5w	27.4% ↑

数据来源：新榜数据库，监测时间：2023/12/29 ~ 2024/01/11，环比周期2023/12/15 ~ 2023/12/28

## 相关品类搜索&amp;交易数据



## 坚果

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
12w	15.6w	39.8% ↑	40.7% ↑



## 夏威夷果

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
16.7w	24.4w	30.6% ↑	28.4% ↑



## 红枣夹核桃

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
2.3w	3.2w	12.9% ↑	28.6% ↑

数据来源：阿里数据，2024年1月5日-2024年1月11日，环比周期：7天

## 趋势四：年味进行时，健康新升级

## 滋补即食享，零食也健康

随着生活节奏的加快和健康意识的觉醒，消费者对即食滋补品和健康零食的需求正经历一场变革。人们追求便捷与健康并存，期望在忙碌中迅速滋养身体，闲暇时品味健康。为满足这一需求，市场涌现出融合便捷与健康特点的即食补品和健康零食，让消费者在享受美味的同时感受健康滋养。



女大学生养生!!  
自从吃了这些头发狂长.....



一个医学生的  
无科技零食清单

## 00后：活力补给站—便捷、新潮与健康同行

选择**口感丰富、携带便捷**的健康零食和即食滋补品，彰显了他们追求**新潮、注重生活便利性**的态度，同时也反映出了18-24岁受众对健康饮食观念的逐渐关注和重视。

## 95后：能量加油站—品质与健康，双重追求

偏好**高品质、口感上乘**、具备明确**健康功效**的即食健康食品，既满足其快节奏工作生活所需，更体现出95后对健康、品质生活的双重追求。



办公室养生零食，  
打工女孩越吃越美丽



打工人最爱的新式燕窝，  
皮肤真的巨好



30岁养生girl  
近期食补



适合长辈吃的零食合集  
(老妈夸版)

## 90后：健康守护者—健康与信赖，首选品牌

青睐于**信赖的品牌、口感良好**且**适合家庭分享**的即食营养品与健康食物，展现了90后作为家庭核心，既重视家人健康，又追求产品信赖度与口碑的成熟消费观念。

## 趋势四：年味进行时，健康新升级

## 创意营销助力健康食品，点亮节日星光

在年货节推广健康食品时，营销策略多种多样。个性化定制、与知名品牌或IP的联名合作、创意礼盒设计以及新品的推出，不仅丰富了产品形象，扩大了市场影响力，还提升了产品的独特性和情感价值。同时，结合线上线下的促销活动，有效地激发了消费者的购买欲望，为年货节增添了更多亮点。

## 典型场景

## 场景一

## 年货滋补礼品

健康成为年货新风尚。人们选购**低糖、有机、无添加的健康食品**，送礼也讲究健康与品质。

## 场景二

## 滋补年夜盛宴

传统年夜饭中加入**即食燕窝、即食阿胶**等，既保持传统风味，又增添健康元素。

## 场景三

## 旅途便携小食

过年旅行途中，携带健康零食作为**便携能量包**，随时补充体力，保持最佳状态。

## 场景四

## 休闲伴侣零食

春节期间，亲朋好友聚在一起守岁夜聊、看电影，**健康零食**成为休闲时光的最佳伴侣，增添乐趣。

## 场景五

## 节后调整利器

后回归正常生活时，**即食滋补品**助力调整身体状态，让人们在忙碌中也能保持健康活力。

## 定制营销

## 口味定制

adidas三叶草 x SAMUEL GU YANG(设计师)



## 姓名定制

产品包装上可印客户姓名。



## 国风定制

特定图案、国风包装定制。



## 联名营销

## 跨界品牌联名

阿胶奶茶：东阿阿胶 x 奈雪的茶



## 礼盒联名

雀巢x九龙壁礼盒



## 热门IP联名

不二口袋X樱桃小丸子



## 礼盒营销

## 年味礼盒

节日龙礼盒，包装采用中国红、龙、麻将。



## 环保礼盒

环保再生毛毡，可复用实用收纳盒。



## 实用礼盒

行李箱礼盒，内搭单品自由搭配。



## 新品营销

## 新品试吃

举办新品试吃活动，提高购买意愿。



## 新口味食品

年货节发布全新口味，新食材搭配。



## 新品直播预告

通过直播举办新品发布会，吸引关注。



# 趋势四：年味进行时，健康新升级



## 健康零食传递深情厚意，滋补佳品共享身心盛宴

过年期间，健康食品不仅是心意的传递，更是对亲朋好友健康的美好祝愿。这些食品种类繁多，功能各异，能够满足不同人群的需求，让大家在享受美味的同时，也能感受到健康与关爱。送上一份即食滋补品或健康零食，让节日的氛围更加温馨，每个人的身体与心灵也能得到滋养。

### 即食滋补品

#### 养颜美容类

燕窝/胶原蛋白饮品/雪蛤油等传递了对外貌与内在美的双重关怀



#### 强身健体类

人参/即食海参/螺旋藻等传达了健康和长寿的美好祝愿，聚餐访友佳品



#### 补血益气类

阿胶糕/黑芝麻丸/固元膏补品等是表达祝福和关怀的理想选择



#### 健脾养胃类

山药粉/猴头菇米稀/茯苓饼等能缓解节日饮食带来的胃肠负担，又能助消化



### 健康零食

#### 干果坚果类

夏威夷果/碧根果/红枣等富含优质蛋白质和不饱和脂肪酸，是健康的零食选择



#### 果脯果干类

葡萄干/杏干/苹果干等富含维生素和矿物质，适合各年龄段人群



#### 低糖低脂类

蔬菜条/海苔片/无糖酸奶/鸡胸肉干等是口腹与健康的双重满足

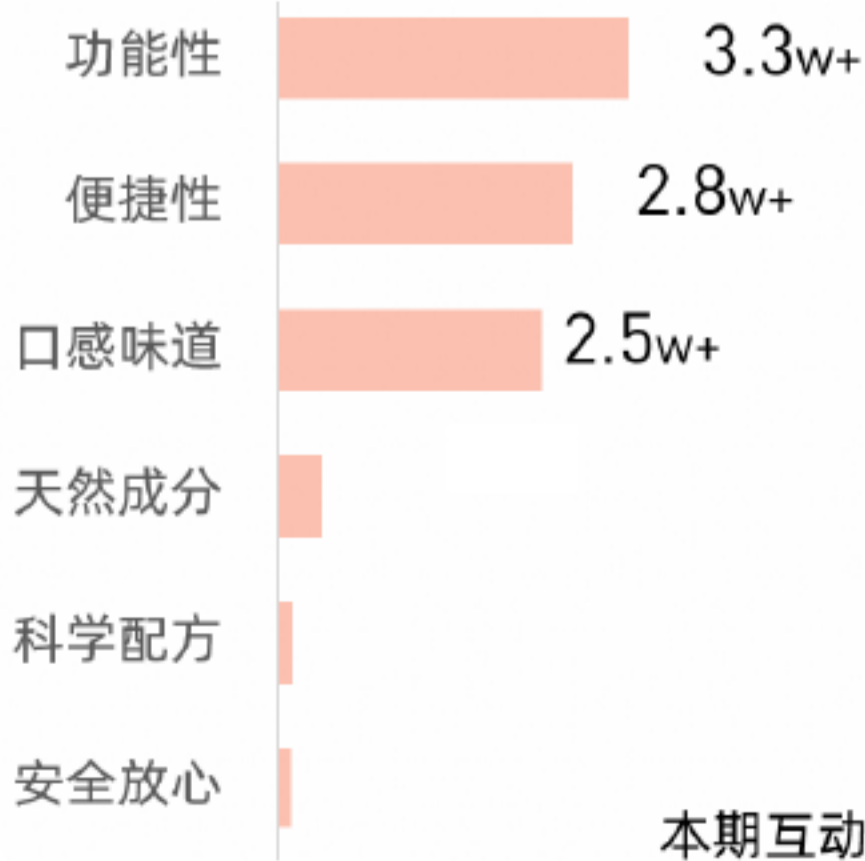


#### 健康茶饮类

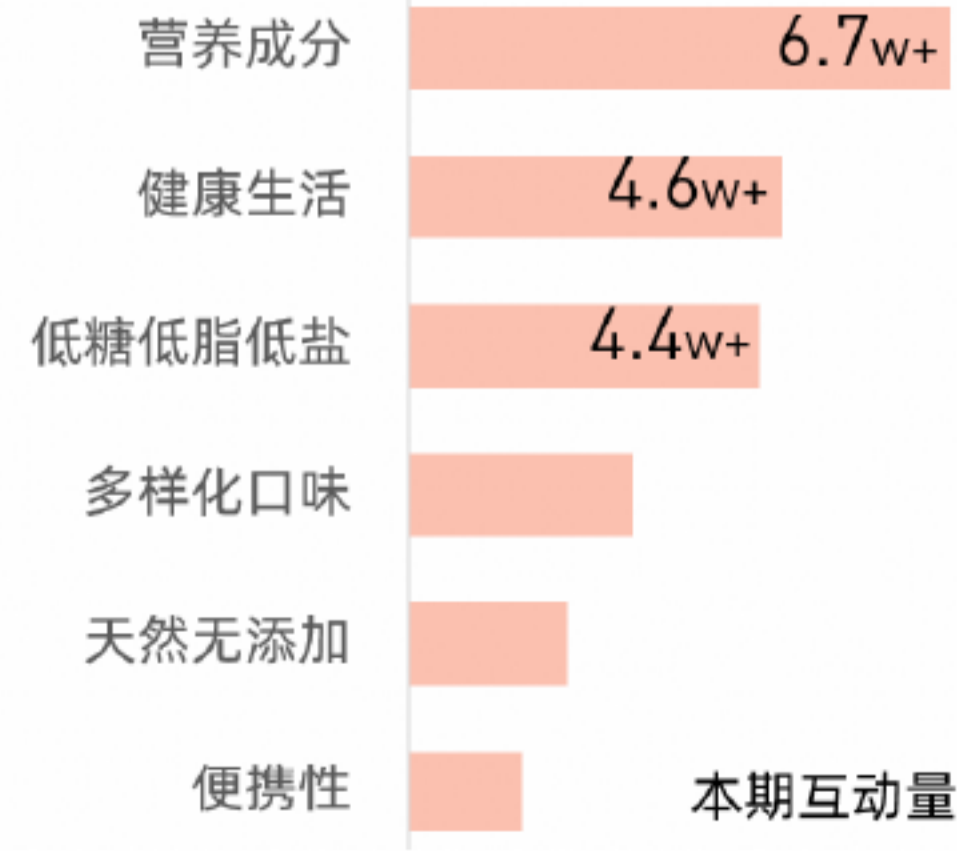
花茶/茶包/乌龙茶等富含抗氧化物质，有助于消化和代谢



### 滋补品卖点



### 零食卖点



数据来源：新榜数据库；图片来源：小红书或抖音平台中发布作品或上架商品的相关配图

未完成

## 趋势五：正奔赴目的地



## 出发那一刻就准备好享受美好与相遇

过年出行，不仅是身体的迁徙，更是心灵的奔赴。无论是回乡团聚还是启程探险，我们都怀揣着对目的地的向往，准备在旅途中尽情享受每一份美好与惊喜。健康的即食美食成为他们的盛宴，让每一次相遇都充满了滋养与欢乐。

## 新媒体平台相关内容数据表现

## 南方小土豆进击哈尔滨

本期声量 本期互动量 互动增长率  
2490 1389.8w 37928.4% ↑

## 云南人买不到票都摇回家

本期声量 本期互动量 互动增长率  
705 439.2w 1166.3% ↑

## 春节旅行图鉴

本期声量 本期互动量 互动增长率  
456 41.2w 51870.4% ↑

## 我的旅行故事

本期声量 本期互动量 互动增长率  
2.8 w 201.6w 30739.4% ↑

## 南方小土豆

本期声量 本期互动量 互动增长率  
8938 463.9w 1093.3% ↑

## 回家过年

本期声量 本期互动量 互动增长率  
2908 54.7w 370.3% ↑

数据来源：新榜数据库，监测时间：2023/12/29 ~ 2024/01/11，环比周期2023/12/15 ~ 2023/12/28

## 淘内相关品类搜索&amp;交易数据



## 坚果礼盒

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
13.2w	28.5w	61.7% ↑	76.7% ↑



## 方便面

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
14.6w	12.7w	2.5% ↑	3.4% ↑



## 八宝粥

搜索热度	交易指数	搜索热度增长率	交易指数增长率
7.1w	7.9w	26.4% ↑	31.5% ↑

数据来源：阿里数据，2024年1月5日-2024年1月11日，环比周期：7天

## 趋势五：正奔赴目的地



## 出发那一刻就准备好享受美好与相遇

过年出行，不仅是身体的迁徙，更是心灵的奔赴。无论是回乡团聚还是启程探险，我们都怀揣着对目的地的向往，准备在旅途中尽情享受每一份美好与惊喜。健康的即食美食成为他们的盛宴，让每一次相遇都充满了滋养与欢乐。



预制菜天花板  
爸妈点名都要囤的家常菜



太🐮了！只要我不说  
我妈都不知道这是速食！

## 00后：尝新与社交驱动，好吃万岁

寻求的是那些能够提供**特色美食体验**，适合**拍照分享**的**高颜值预制菜**，预制菜提供的各种异国风味和创新口味满足了他们的尝新需求，同时也为他们的社交活动提供了话题和分享素材

## 95后：健康与品质并重，便捷生活

预制菜的**菜品多样性**和**操作便捷性**，能够满足他们**轻松筹备节日餐桌**的需求，同时他们也非常关注**健康饮食**，会选择**营养均衡、食材新鲜**的预制菜



预制菜到底有多香，谁能想到 | 震惊全家人！  
这桌菜所花时间半小时不到呀！不用看教程，20分钟搞定这一桌



全家一致同意  
把它加入年夜饭清单！！



家宴餐 |  
新年家宴，让爱与美食相伴

## 90后：风味与实惠兼顾，体验传递

90后选择预制菜时会考虑其是否**适合不同年龄段的家人共享**，也会考虑将其作为**伴手礼走亲访友**，期望预制菜能够结合**传统节日的风味**，**价格合理**，同时也会关注**产品的保质期和储存方便性**

## 趋势五：正奔赴目的地

# 旅途享食携礼，新岁在路上欢聚

新年期间，人们出行频繁，对于在路上享受美食和携带特产礼盒有着特别的需求。为了满足这一需求，品牌可推出便携、美味的特色美食，并结合精美的礼盒包装，打造具有节日氛围的特产礼盒。通过上新和跨界合作，提升品牌知名度和影响力，吸引更多顾客选择在路上享受美食的同时，也将特产礼盒作为新年礼物送给亲朋好友，共同分享新年的欢乐和美味。

## 典型场景

### 场景一

#### 归途食趣相伴

除夕夜的归途，便携美味的**自热食品**、**坚果零食**相伴左右，温暖着旅人的心，缩短着与亲人的距离。

### 场景二

#### 旅途美食随行

过年旅行不仅是欣赏美景，更是品味各地美食的绝佳时机。途中尽享**特色小吃**、**休闲零食**，感受地域特色，增添旅途乐趣。

### 场景三

#### 返程路的确幸

返工路上，**自热米饭**、**速食汤**等带来一丝小确幸，为新的一年加油打气，让返工之路更加顺畅无忧。

### 场景四

#### 自驾美食探险

自驾途中，多样化的食品选择，如**能量棒**、**果干**，让自驾者在享受驾驶乐趣的同时，为他们提供源源不断的能量。

### 场景五

#### 跨国味蕾桥梁

回国途中，**老字号糕点**、**进口巧克力**等特色食品，连接不同的味蕾记忆，也让旅者在跨国旅程中找到新的味道。

## 联名营销

COSTA咖啡 x 梵高水溶C100  
x 小王子Tims x 海绵宝宝

饮料 x 著名IP



绝味鸭脖 X 未及百醇 X 国家宝藏

辣卤 X 积木零食 X 文化IP



## 上新营销

龙年限定品

好利来龙年限定新品  
大兴糕园限定新品  
叮咚买菜限定新品……



新品试吃测评上新打折活动

山姆上新试吃测评  
满小饱新品  
7-11上新打折活动……



## 特产礼盒

旅行特产礼盒

陕西、杭州、泉州……礼盒



返程家乡味礼盒

南通黄酒 山芝麻饼 贵州特产



# 趋势五: 正奔赴目的地



## 便携小食，轻装出发，补充能量，新春快速回血

商家在过年期间，应当针对归途、踏春等消费场景进行针对性营销。从场景角度出发，如在火车旅途中，消费者需要方便、快捷且美味的自热食品来满足需求。而在踏春活动场景，往往伴随着徒步、游玩等体力消耗，消费者会选择一些高能量的零食来补充体力，如坚果、能量棒等。从商品角度出发以热卖品类Top1薯条为例，商家可以相应推出减盐口味的自驾套餐。

### 热卖食品

#### 速食食品

自热火锅/麻辣烫/速食面/  
自热米饭/速食粥



#### 坚果糖果

瓜子/花生/开心果/  
牛轧糖/水果糖



#### 膨化食品

爆米花/锅巴/雪饼/  
仙贝/虾条



#### 卤制品

蔬菜类/家禽类/  
红肉类



#### 烘焙食品

全麦面包/杂粮面包/酸酵面包/  
日式面包



### 热卖品类 (按需求划分)

#### 长途长保类

返乡归途/节日备货/日常储存



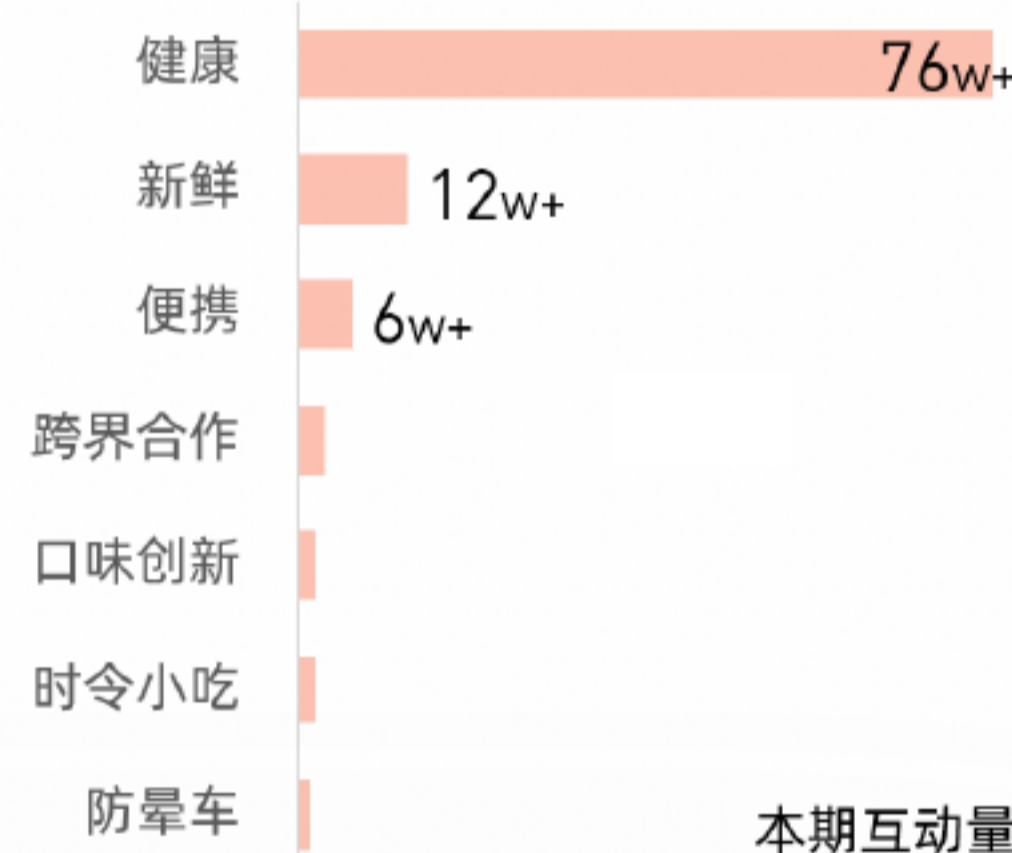
#### 踏春短保类

踏春野餐/宴席料理/走亲访友

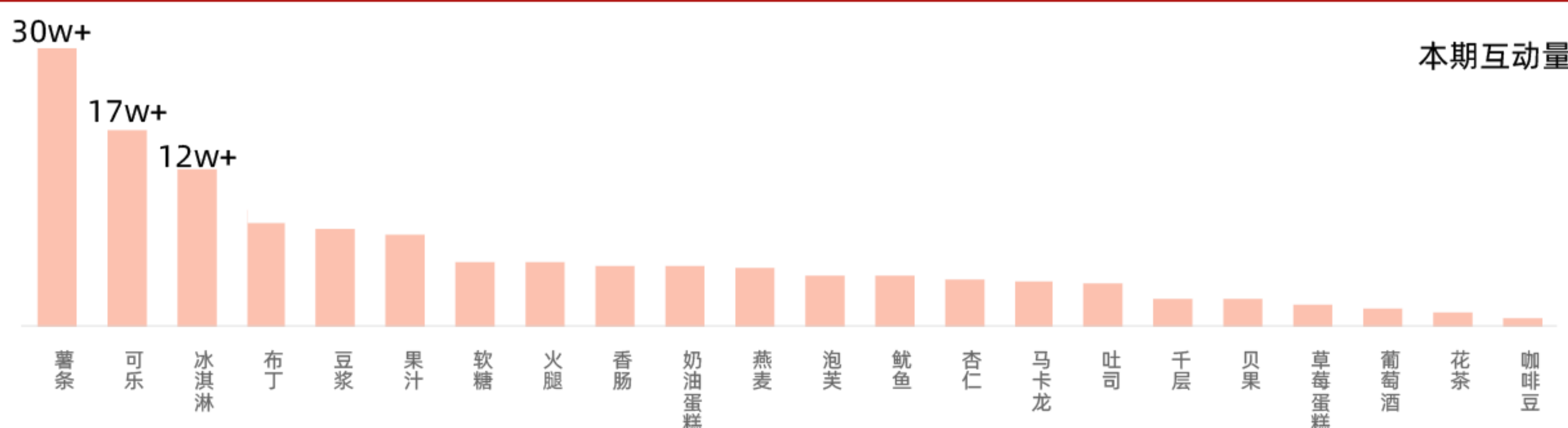


春节期间消费者对长保质期食品的需求更多体现在提前备货、节日送礼和传统节日食品上，而对短保质期食品的需求则集中在保证食物新鲜度和节日宴席上的即时烹饪

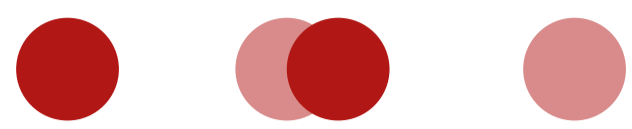
### 营销卖点



### 热卖品类



## 阿里妈妈产品能力



# 场景搜索词策略

食品、服饰等年货相关行业引起重视，年前收官就靠年货节这一波了！

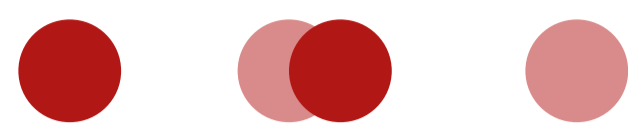
在关键词场景核心是词的抢占，利用关键词推广手动+智能的产品能力，可以高效实现搜索精准流量的拦截。

**促前用手动计划提前蓄水，促中用智能计划收割，同时利用手动计划中的智能工具不断放大补量。**具体来看：

- 促前用手动计划提前蓄水：通过【自选词】+【流量智选词包】，人群【智能拉新人群】进行蓄水拉新，扩大店铺人群基数。
- 促中使用【最大化拿量】，最大程度完成此轮店铺人群的成交转化。同时手动计划开启【全能调价】，不断精准放大流量促进成交。



# 阿里妈妈产品能力



## 场景搜索词策略

### 投放小tips

Q: 年货节趋势热词哪里找?

A: 使用趋势明星中带有“年货必买”的趋势主题，快速获取店铺相关年货趋势。

投放主体

选品方式

自定义选品

自主选择宝贝投放 (自定义推广下叠加智能出价, 相当于原智能计划)

智能选品 (原好货快投)

系统通过宝贝多维度特征及推广效果预估, 动态优选营销目标下最优宝贝

趋势选品 (原趋势明星)

大数据挖掘符合店铺的趋势主题, 智能选取贴合趋势主题的宝贝

年货必买

添加宝贝

+ 选择趋势主题

+ 添加自选宝贝 0 / 30

已选择主题: 尚未选择

选择趋势主题 大数据洞察近期全网飙升趋势, 助力选品和供应链优化

×

趋势排行榜 商家趋势发现第一站, 助力趋势打造的全链路工具

趋势红榜

提前布局新趋势赛道, 把握蓝海赛场

趋势主题	趋势指数	趋势等级
<input checked="" type="radio"/> 开心果2023新货	574	S
<input type="radio"/> 坚果礼盒包装高档	507	A
<input type="radio"/> 紫衣腰果	455	S
<input type="radio"/> 大礼包零食组合装	447	S
<input type="radio"/> 精选坚果	433	A

效果红榜

助力店铺获得更多成交

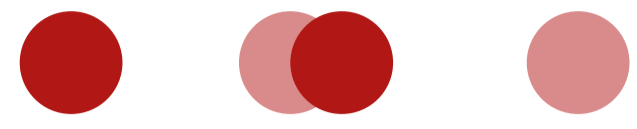
趋势主题	投产指数	数据来源
<input checked="" type="radio"/> 过年礼包	99.9	年货必买
<input type="radio"/> 老卤鸭掌	99.9	淘宝热搜
<input type="radio"/> 碧根果夏威夷果组合	99.9	年货必买
<input type="radio"/> 奶香花生	99.9	淘宝热搜
<input type="radio"/> 开心果袋装	99.9	淘宝热搜
<input type="radio"/> 纸皮核桃礼盒	99.9	年货必买

流量红榜

流量潜力大, 触达更多店铺新客

趋势主题	搜索指数	数据来源
<input type="radio"/> 早餐面包	90948	行业趋势
<input type="radio"/> 沙琪玛	76305	大促热搜
<input type="radio"/> 风干牛肉干	51199	淘宝热搜
<input type="radio"/> 纸皮核桃	48850	年货必买
<input type="radio"/> 过年年货	42381	年货必买
<input type="radio"/> 自热米饭	41601	行业趋势
<input type="radio"/> 冷吃瓜子	33152	年货必买

## | 阿里妈妈产品能力



## 场景搜索词策略

## 投放小tips

**Q：年货节如何增加销量？**

**A：使用一键起量-成交优化，维持买词设置不变的基础上拿额外成交增量**

一键起量 ×

起量设置 起量数据 一键起量应用场景

**一键起量产品优势**

- 不换道**  
遵循自主买词，不额外扩词
- 不抢量**  
不抢原计划拿量，只做增量
- 自适应**  
维持计划roi/ctr稳定，无忧扩量

[查看详情 >](#)

是否开启  关 开启后，仅起量部分将采用系统自动出价，起量数据可在起量报告中查看

起量模式

- 点击量优先**  
强化引流，扩大规模  
维持点击率的基础上，尽可能获取点击量
- 成交量优先**  
延续效果，精准收割  
维持ROI的基础上，尽可能多获取成交量

数值

ROI

成交量

0 开启起量后

未完成



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！