



2022春节假期热门消费 趋势洞察

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2022年2月



极光观点



看电影是2022春节首选活动，人们在大年初一“扎堆”观影。春节假期娱乐票务类app的日均DAU较前一周上涨126.5%，线上购票的用户超过八成成为35岁以下的年轻用户



买名包、买汽车成新春消费关键词，春节期间奢侈品电商、汽车交易、汽车资讯类app的用户时长显著上升，用户浏览汽车资讯的累计时长同比2021春节更大幅提升43.8%



受长距离跨省旅游限制的影响，春节假期人们出游以周边短途旅游为主，集中在假期的后半段时间，主流导航地图app的日活数量和用户时长逐渐回升至超过节前水平



冬奥会的举办为2022虎年春节锦上添花，冰雪赛事受到全民关注，成为过年期间又一增色项目。线上观奥平台央视频、咪咕视频用户量和用户时长实现双涨



宠物年货消费增长迅猛，猫狗也参与到过年的喜庆中。人们养宠观念转变，“拿捏”铲屎官孤独的宠物拥有了过年的仪式感

目录

CONTENTS

01 精准防控下，虎年春节怎么过？

02 都2022了，如何玩出“新”年味？

PART 01

精准防控下， 虎年春节怎么过？

精准防控保障人员安全有序返乡

春运防止“一刀切”，多项措施科学管理群众返乡过年

- 在“外防输入”压力持续增大、国内疫情呈零星点状爆发的情况下，为保障广大群众度过温暖祥和的春节，国家卫健委等14部门科学部署一系列春运疫情防控措施，旨在实现科学精准防控，不得出现粗暴化、简单化管理现象
- 在就地过年和返乡过年的前提背景下，由于多项跨省旅游防控政策的落实，人民群众今年春节主要以在家团聚为主，长距离旅游出行减少，而周边短途游有所提升

2022年春运工作指导意见

科学精准做好分区分类 出行管理

落实疫情防控措施的同时
保障人员安全有序流动，
坚决防止“一刀切”和
“层层加码”

减少对群众生产生活的 影响

疫情中高风险有关地区及
高风险岗位人员出行严格
按照疫情防控要求执行



- 加强健康监测和人员防护
- 加强客运场站和交通工具防控
- 加强疫情应对处置能力

- 引导错峰返乡返岗
- 组织错峰放假开学
- 减少长距离旅游出行



明确提出“五个不得”

- 不得随意禁止外地群众返乡过年
- 不得随意扩大限制出行范围
- 不得将限制出行的范围，由中、高风险地区扩大到所在地市及全省
- 不得对低风险地区返乡群众采取强制劝返、集中隔离等措施
- 不得随意延长集中隔离观察和居家健康监测期限



旅游政策减少跨省流动

- 严格实施跨省旅游经营活动管理“熔断”机制
- 浙江、云南等多地旅行社及在线旅游企业暂停经营跨省团队旅游和“机票+酒店”业务
- 景区景点和室内场所严格执行防控措施要求，持续推进门票预约制度
- 全国超过70%的A级旅游景区正常开放

数据来源：根据公开资料整理

春节假期行业DAU增长top10

看电影仍是2022春节首选活动，看电视、旅游出行需求回升

- 2022春节假期期间，平均DAU环比前一周增长最为明显的行业前三位分别是娱乐票务、行业新闻和电视直播，增长率分别达126.5%、55%和52.5%，观看春节档电影、和家人看电视依然是春节假期必不可少的项目
- 使用电影票务app的活跃用户数量虽在春节期间迎来急速飙升，但较去年春节同比增长率为负，今年观影人数减少；相比之下聚合视频、汽车资讯和攻略游记类app的日活同比增速更高，用户需求凸显

行业	平均DAU(万)	环比前一周	同比2021春节
 娱乐票务	462.4	126.5% 	-4.6%
 行业新闻	50.2	55.0% 	7.3%
 电视直播	560.9	52.5% 	5.0%
 攻略游记	28.2	9.5% 	24.4%
 买房租房	575.5	8.3% 	-7.1%
 拍摄美化	8,724.0	7.7% 	-8.6%
 汽车资讯	3,411.5	7.1% 	27.0%
 动画动漫	1,549.9	7.0% 	14.8%
 聚合视频	2,306.3	6.8% 	36.5%
 在线视频	17,817.3	5.7% 	-4.8%

平均DAU为春节假期（2022.1.31-2022.2.6）期间DAU的均值

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 取数周期：2021.02-2022.02

春节假期行业时长增长top10

买名包、买汽车成新春消费关键词，家长趁放假“恶补”育儿功课

- 娱乐票务和行业新闻类app时长增速占据前两位，此外春节期间奢侈品电商、育儿工具的使用时长也急速上涨，一方面反映用户在假期需要满足升级的消费需求和对美好生活的期盼，另一方面反映不少家长趁放假重点关注育儿问题
- 车市在今年春节回暖迹象明显，汽车交易和汽车资讯类app时长环比上一周增长20.2%和18.8%，同比去年春节更大幅上升35.5%和43.8%

行业	单日时长(万小时)	环比前一周	同比2021春节
 娱乐票务	45.2	250.7% 	3.1%
 行业新闻	3.5	104.0% 	-13.0%
 养生保健	2.7	35.9% 	-8.0%
 奢侈品电商	1.7	32.5% 	-27.9%
 电视直播	415.5	27.1% 	-16.7%
 育儿工具	31.3	21.2% 	-18.0%
 汽车交易	24.3	20.2% 	35.5%
 买房租房	57.0	19.9% 	-27.7%
 分类信息	179.4	19.0% 	-0.6%
 汽车资讯	1,355.3	18.8% 	43.8%

单日时长为春节假期 (2022.1.31-2022.2.6) 期间行业单日总时长的均值

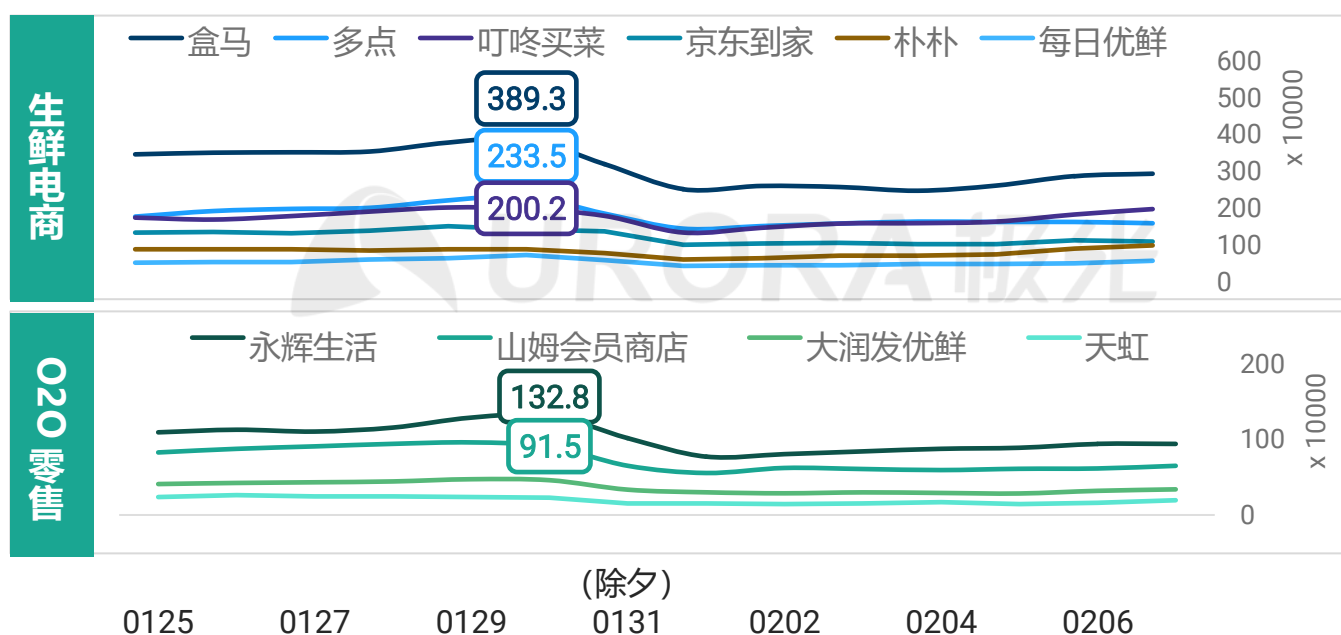
数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 取数周期：2021.02-2022.02

购置年货：生鲜零售

中老年用户喜欢用多点，36-45岁用户最爱盒马

- 除夕前一天人们集中采购年货和食材，生鲜电商和O2O零售app的DAU在这一天上升至顶峰，生鲜电商app盒马的DAU达到389.3万，O2O零售app永辉生活的DAU达到132.8万，随后春节期间使用人数明显回落
- 从不同年龄段用户的安装情况看，26岁及以上用户更倾向线上采购生鲜零售商品，其中生鲜电商app的用户量普遍高于O2O商超零售app

2022年春节主流生鲜零售app DAU变化（单位：万）



不同年龄段用户安装各个主流生鲜零售app的比例



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_37275

