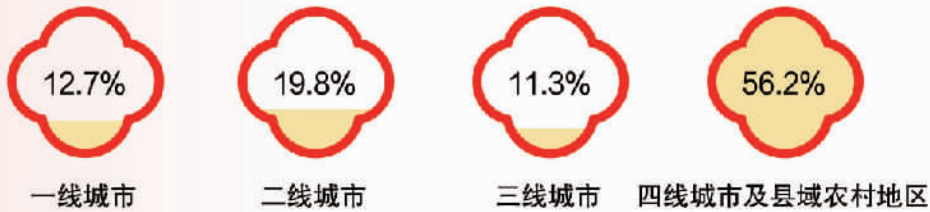


在这里读懂中国消费



国风国潮持续升温

各级市场国潮服饰成交量占比



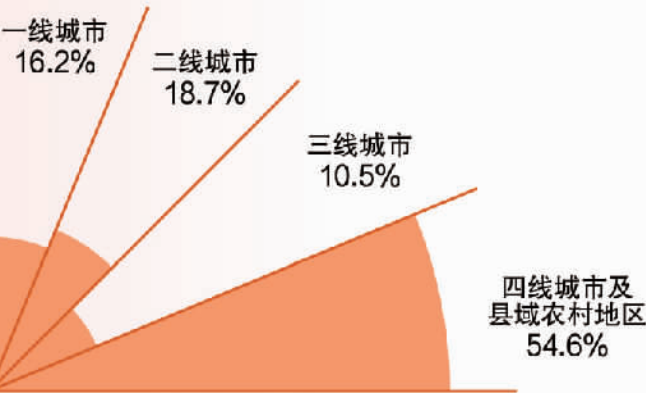
“00后”国潮服饰消费情况

不同性别消费者国潮服饰成交量占比

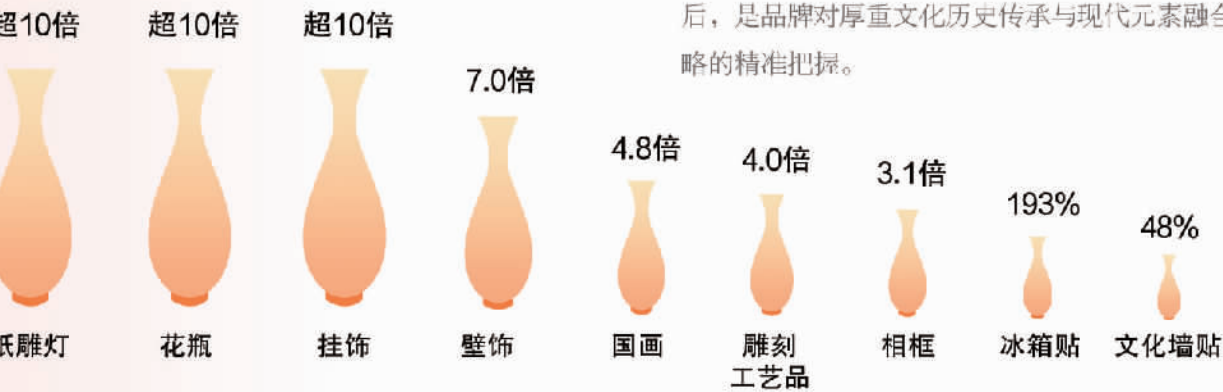


“00后”国潮家居饰品消费情况

各级市场国潮家居饰品成交量占比



国潮家居饰品成交量同比增长较快品类

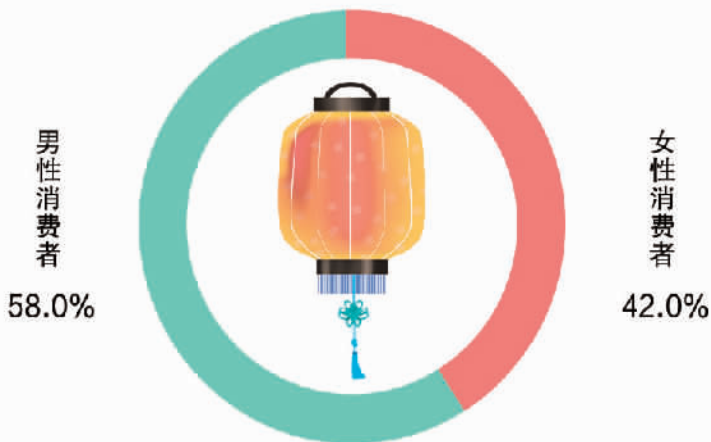


国潮家居饰品成交量占比TOP10省份



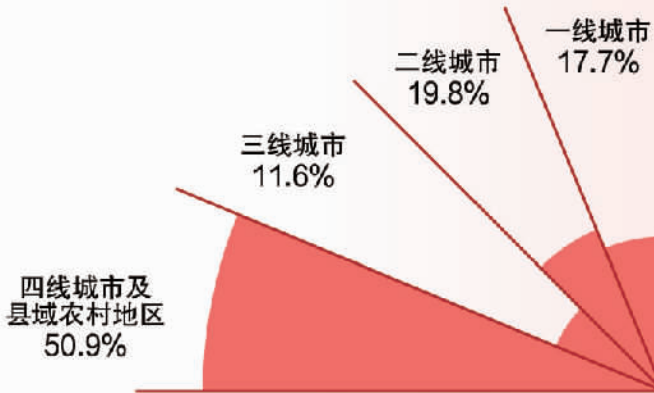
为了吸引年轻消费者，一大批国货老品牌大胆创新，把情怀的“老酒”装进时代的“新瓶”，创作出富含时尚元素、颇具个性审美的新产品。这背后，是品牌对厚重文化历史传承与现代元素融合策略的精准把握。

不同性别消费者国潮家居饰品成交量占比



“00后”国潮文教文化用品消费情况

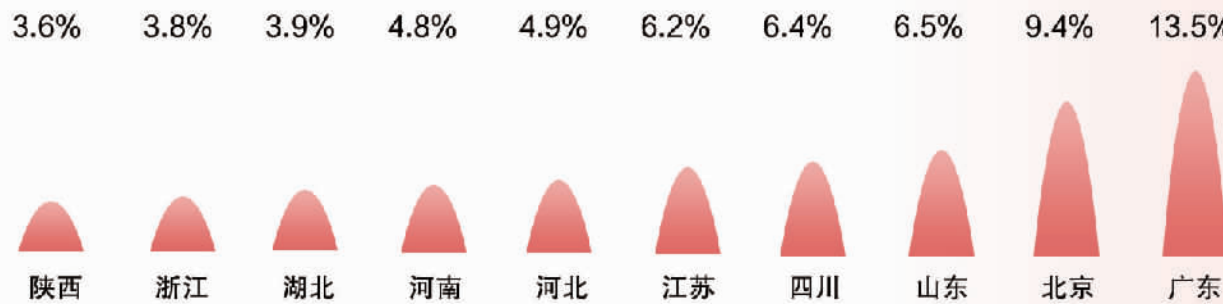
各级市场国潮文教文化用品成交量占比



不同性别消费者国潮文教文化用品成交量占比



国潮文教文化用品成交量占比TOP10省份



说数

郭旭

近年来，国风国潮在年轻群体中持续升温，成为“00后”表达个性、追求文化认同的重要方式。今年以来，国风国潮商品在服饰内衣、家居饰品、文教文化用品等多个品类表现亮眼，展现出“00后”对传统文化和个性表达的双重热情。

在服饰品类中，唐装成交量同比增长291%，成为增速最快单品。男士马甲、中老年女装等增长超200%，多样化的国潮服饰满足了年轻人自我表达的需求，也成为礼赠长辈、表达敬意的流行选择。此外，县域农村市场贡献了56.2%的成交量，表明国潮服饰正下沉市场普及。

家居饰品领域，纸雕灯、花瓶、挂饰等国风元素商品成交量同比增长超10倍，成为年轻人家庭装饰的新宠。无论是节庆装饰还是日常点缀，国潮家居都成为用户表达个性的载体。从地域分布看，广东、北京、四川是国潮家居饰品消费热度最高的省份。

文教文化用品方面，徽章、宝珠笔、印油印台等商品成交量同比增长超10倍，是“00后”彰显个性和文化自信的标志。文具盒、日记本、剪纸DIY等兼具实用与文化感的商品也深受年轻用户喜爱。

从唐装到汉服，从纸雕灯到印油印台，国风国潮已成为国人共同的文化表达。其中，县域农村用户偏好具有实用性和文化传承感的商品，覆盖从传统服饰到文教用品的多品类。未来，随着电商的覆盖和物流网络的完善，国风国潮商品消费在县域农村市场将继续保持快速增长。

整体来看，“00后”国风国潮消费从汉服扩展至家居、文教产品等各个领域。国风国潮已从潮流符号演变为年轻人日常生活的重要组成部分，未来将继续在更多消费品类中焕发活力。



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年1月份至5月份