

在这里读懂中国消费

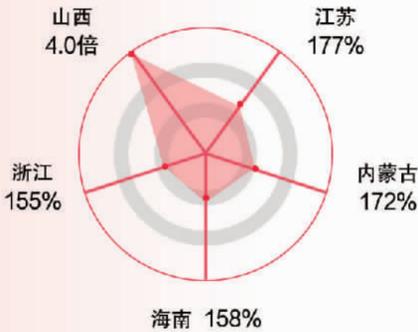
七夕催旺甜蜜商机



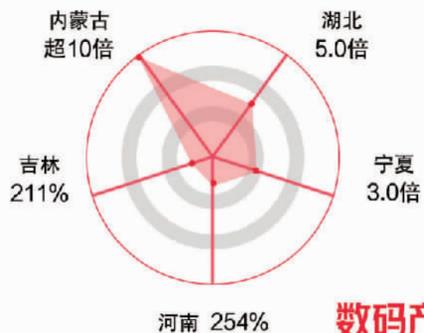
饰品消费情况

不同地区饰品消费情况

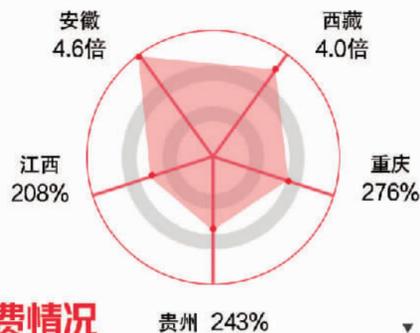
文玩饰品成交量同比增长



钻石成交量同比增长



翡翠成交量同比增长



数码产品消费情况

饰品成交量同比增长TOP5



超10倍

微单相机

超10倍

智能眼镜

270%

麦克风

298%

黑胶唱片机

224%

无人机

数码产品成交量同比增长TOP5

不同年龄段消费者的数码产品消费情况

智能眼镜成交量同比增长

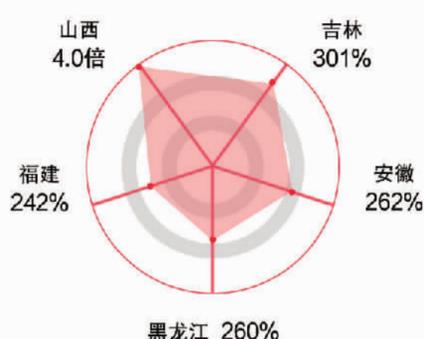


香薰产品消费情况

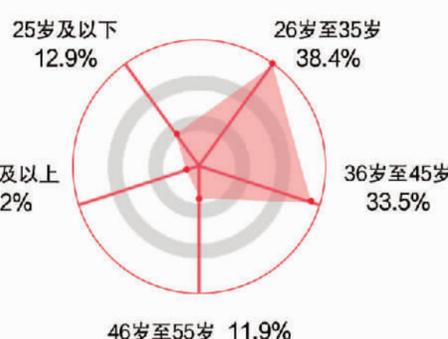
香薰产品成交量同比增长TOP3



香薰产品同比增速TOP5省份



不同年龄段消费者的香薰产品成交占比



不同性别消费者的香薰产品成交额占比



今年七夕，香薰类产品消费热度高涨。其中，香薰膏成交量同比增长超10倍，凭借小巧便携、使用方便的特点，成为很多人表达心意的选择；香薰机增长138%，能持续散发香气，为浪漫时刻添氛围；香薰套装/礼盒增长94%，精美的包装与丰富搭配，满足了人们对仪式感和多样化的需求。

按摩产品消费情况

按摩产品成交量增长TOP5



不同性别消费者的按摩仪产品成交额占比



说数

今年七夕节前，消费市场热度不仅体现在各类商品成交量攀升，更折射出人们情感表达的多元与升级。从数码、香薰到健康产品的消费数据看，七夕消费正突破传统框架，走向更注重体验、个性与关怀的新方向。

数码产品消费爆发式增长，成为七夕消费最亮眼的注脚。微单相机、智能眼镜成交量同比增长超10倍，黑胶唱片机、无人机等紧随其后。这背后，是不同消费群体用科技重构情感连接的尝试；年轻人用微单记录相处瞬间，让爱意影像中沉淀；中老年人通过智能眼镜打破数字鸿沟，在科技助力下拉近与家人的距离；黑胶唱片机的热销，则体现了人们对复古浪漫的追求。

香薰产品的走红，勾勒出七夕“氛围感”消费的兴起。香薰膏成交量超10倍的增长，印证了气味成为情感传递的新载体。值得关注的是，26岁至35岁人群贡献了38.4%的成交额；男性消费者占比达52.6%。这意味着，越来越多消费者懂得用环境营造来表达心意。

按摩产品的热销，则指向了七夕消费中“健康关怀”的升温。腹部按摩器、眼部按摩器等产品成交量的高增长，反映出礼物选择从“面子”转向“里子”的趋势。男性消费者56.7%的占比，更说明健康关怀不再局限于性别，而是成为跨越年龄与性别的共同需求。

整体来看，七夕消费呈现三个鲜明趋势：情感表达更趋个性化，不再依赖标准化礼物，而是结合对方兴趣定制心意；实用与浪漫融合，无论是数码产品的体验感，还是按摩仪的健康属性，都让礼物既好看又好用；性别边界的模糊，男性对香薰青睐、女性对科技产品热衷打破了传统消费中的性别标签。这些变化的背后，是人们对情感本质的回归——“懂你所需”才是七夕礼物最珍贵的内核。



数据周期：2025年8月1日至8月20日