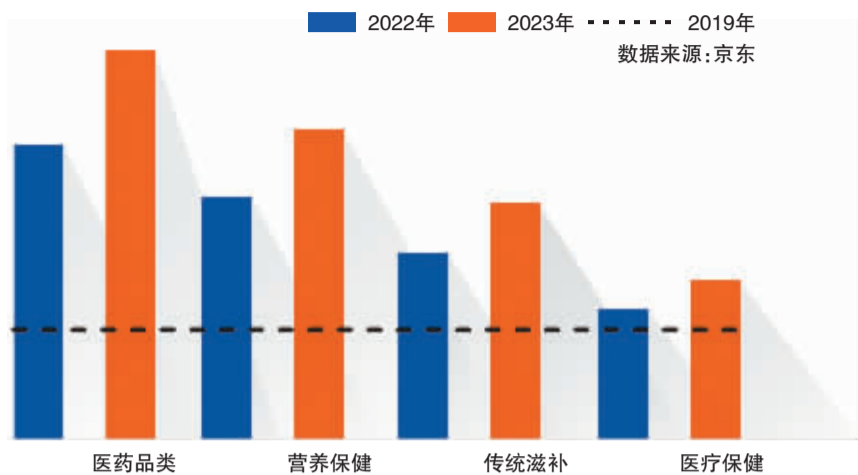


>>> 健康类消费(金额)结构占比增长

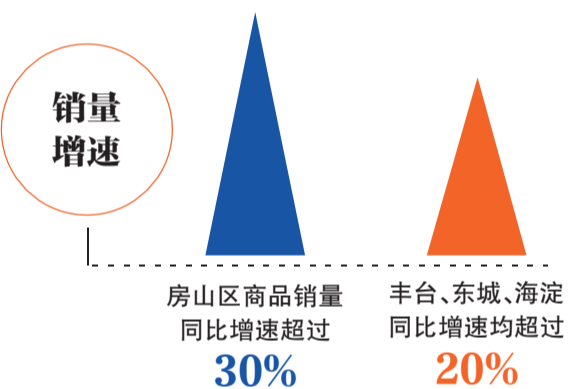


养生人群日益扩大

过去四年中,人们前所未有地关注健康类消费。一些此前并不占太高消费比重的医护保健品类逐渐被人们所重视。除了医药品类之外,传统滋补、营养保健和医疗保健等产品也迎来显著增长。

>>> 平台销量增速TOP4

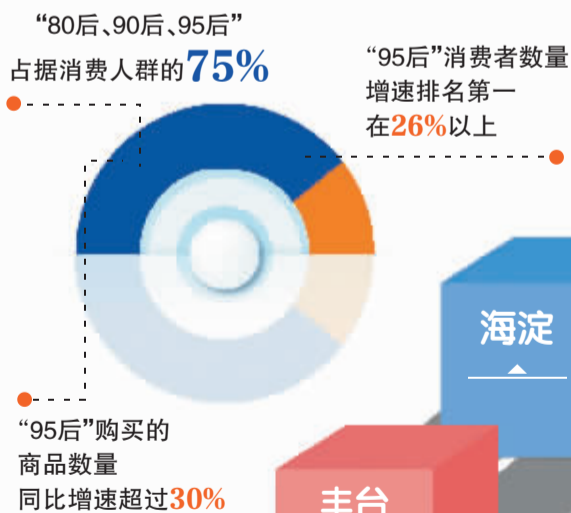
数据来源: 唯品会



“95后”消费增速最快

在北京,“80后、90后、95后”仍然是主力消费群体。与此同时,从消费增速来看,即将进入而立之年的“95后”是消费增长最快的群体,北京“95后”的消费势力崛起势头明显。

■ 销量前三的商品购买人群画像



>>> 潮玩数据

■ 潮玩门店分布 数据来源: 赢商大数据

◇ 统计范围
以24城5万平方米以上购物中心、连锁独立百货为主

◇ 时间范围
截至今年6月末

■ 泡泡玛特客群性别、年龄分布
数据来源: 泡泡玛特2022年年报



男性消费者占比变化:

2019-2023年,占比从 **25%** 左右提升至超过 **30%**

主要购买人群:

以 **18-24岁** 以及 **25-29岁** 为主

