

# 七夕带动消费升温 唯品会高端运动品牌销售倍增

产品名称	七夕带动消费升温 唯品会高端运动品牌销售倍增
公司名称	四川冠京猫网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	成都市青羊区浣花南路250号一层（注册地址）
联系电话	19108048127 19108048127

## 产品详情

七夕前夕，品市场再次掀起一股消费热潮。

离过节还有一周时间，魏阳已经在电商平台上下单了一款太阳镜，准备送给异地恋的女友。七夕节送礼也并不局限于情侣之间，在互联网公司工作的方悦然，在七夕前夕下单了COACH那款自己心念已久的手提包，一方面因为七夕节前活动力度大，另一方面也是“消费品重要的意义是让自己开心”。

在七夕到来之际，礼赠消费与悦己消费带动品市场升温。特卖电商唯品会数据显示，七夕前一周，石英表、机械表等手表产品销售额环比增长23%、项链等珠宝首饰销售额环比增长48%。此外，受到运动户外热潮的影响，高端户外品牌及品类呈现爆发式增长，高端运动品牌销售额环比增长231%，太阳镜销售额环比增长78%。在箱包服饰等品类中，COACH、MICHAEL KORS、VERSACE等国际品品牌增长迅猛。

年初开始，品消费持续走高，从上半年数据来看，品消费正在强劲复苏过程中。与往年相比，电商平台正在成为消费者购买品重要的渠道之一，七夕前夕，电商平台也推出多种活动，唯品会将于8月13日上线七夕主题的“唯品奢超级日”活动，诸多国际名品低至1折起。无独有偶，8月9日，斯沃琪集团联手京东，开启了京东瑞表超级品牌日。

事实上，品线上消费逐渐走高，重要的原因之一是，电商平台与品品牌共同为消费者提供了诸多保障与权益。即使是品牌新品，京东国际、唯品会等平台也会提供鉴定服务，电商平台通过鉴定为高价值商品提供直接的证明，给予消费者更强的信任感。

购买品同样比价、重视品购物权益、注重品的使用价值与社交价值等等，都折射出当代年轻人品消费观的转变。一个行业趋势是，即使是品，年轻一代的消费者也越来越热衷于购买折扣新品，品更多地被年轻人视为生活品质提升的一个标志。根据腾讯和波士顿咨询公司联合发布的《2022中国品市场数字化趋势报告》显示，90后消费者占总消费者的50%，贡献46%的市场规模，已经成为品市场中坚力量。