

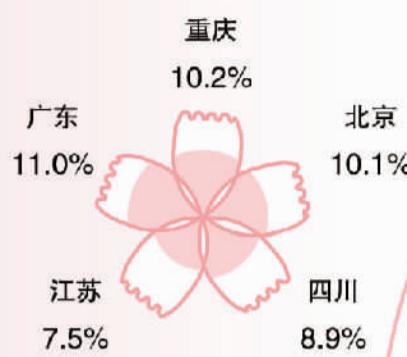
在这里读懂中国消费

母亲节感恩消费暖意浓



1 鲜花花艺消费情况

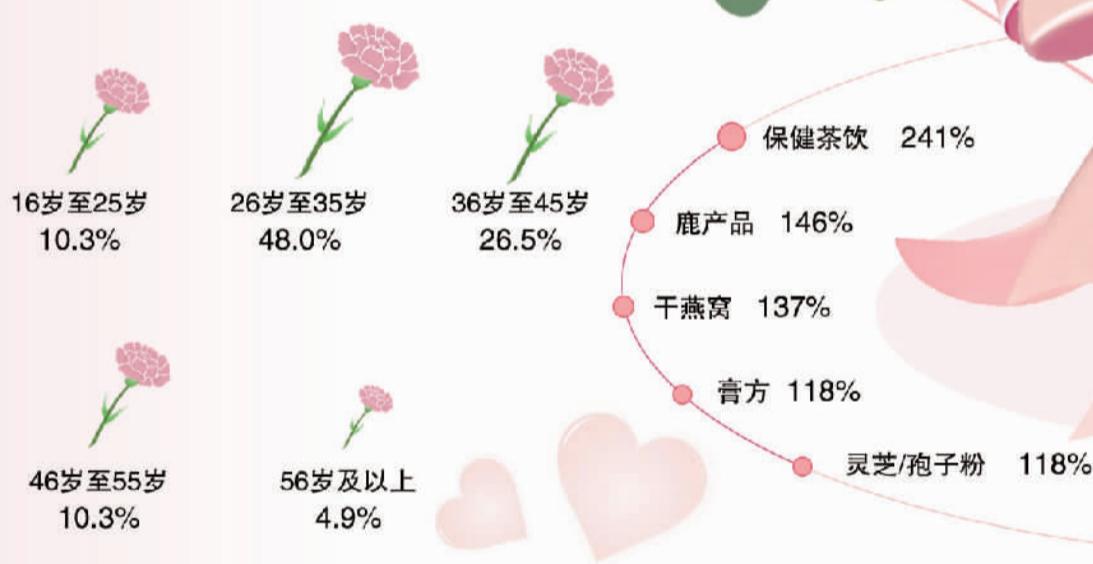
▼ 鲜花/花礼/花艺销量占比TOP5省份



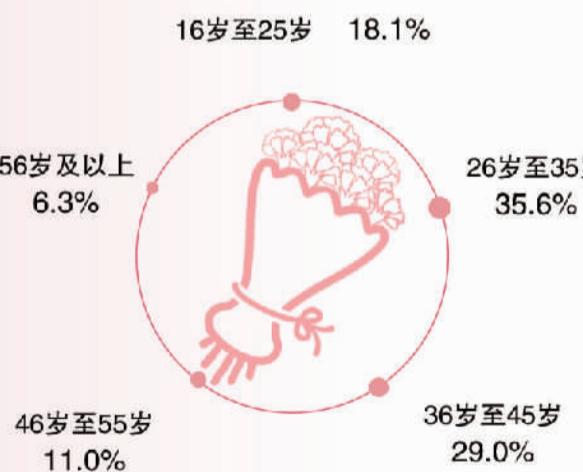
▼ 鲜花/花礼/花艺销量环比增长TOP5省份



▼ 各年龄段消费者鲜花/花礼/花艺销量占比



▼ 珠宝首饰销量年龄段占比



从近几年的消费趋势看，母亲节礼物逐渐年轻化，具有美丽、健康寓意的礼物被更多人选择。摄影写真、养生、医美、体检等服务也成为年轻人向母亲表达关爱的方式，消费活力、潜力随之不断释放。

数据周期：
2025年4月14日至4月30日

更多内容

扫码观看

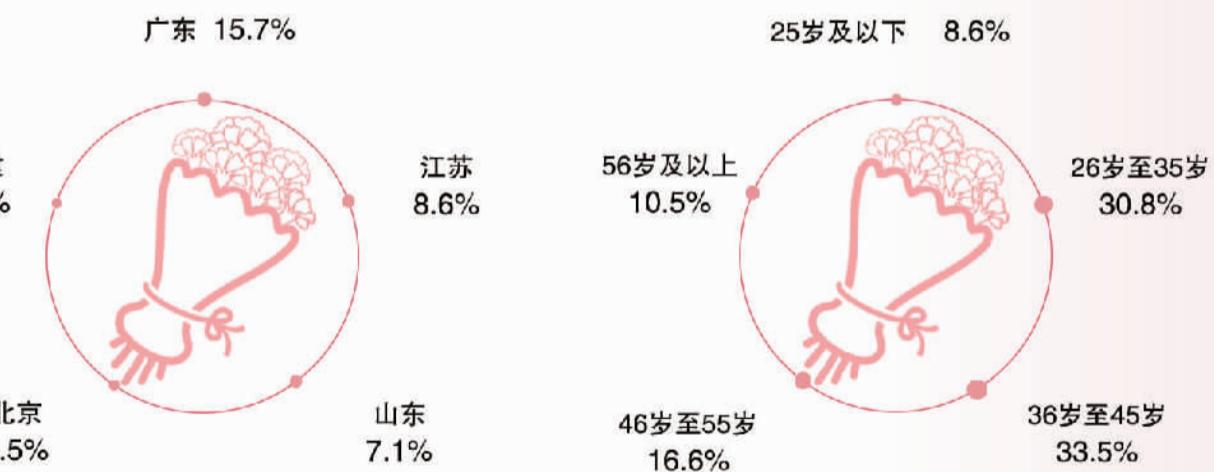
▼ 鲜花销量环比增长TOP10



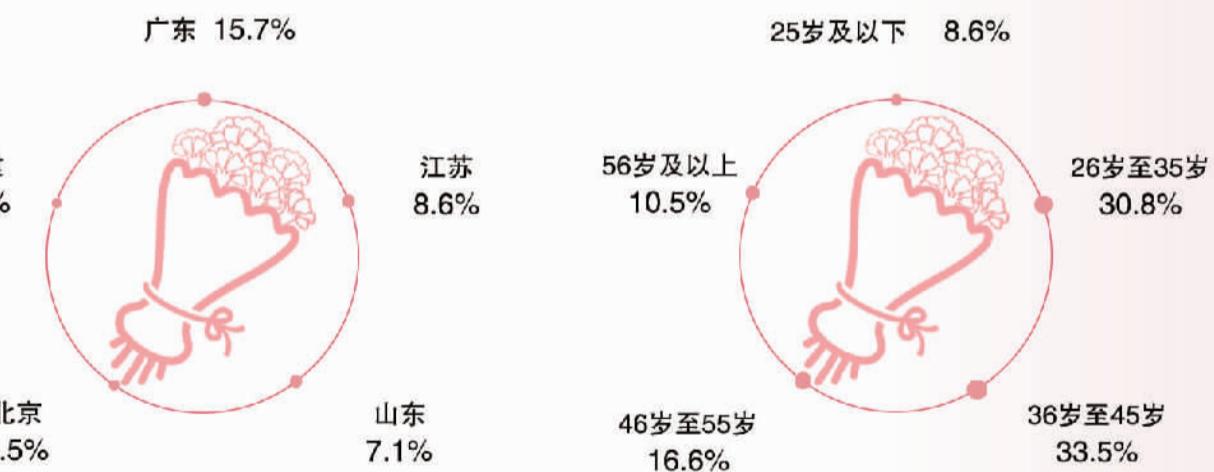
▼ 传统滋补品销量同比增加TOP10



▼ 珠宝首饰销量占比TOP5省份



▼ 各年龄段消费者传统滋补品销量占比



▼ 珠宝首饰销量同比增长TOP10



说数

“五一”假期刚过，母亲节的到来又增添了消费热点。从传统礼物的内涵升级，到健康消费的兴起，再到情感陪伴需求的增长，母亲节消费正从物质满足向精神共鸣升级。

传统品类有了新表达，鲜花与保健品一直是母亲节礼物的经典选项。一方面，鲜花消费呈现个性化趋势，创意水果花束、DIY插花材料包等成为市场宠儿，消费者通过亲手搭配花束、书写卡片等，让标准化商品变身独家记忆；另一方面，消费者关注长辈的身心健康，保健茶饮、燕窝等传统滋补品走俏的同时，智能健康设备、体检套餐等也加入礼物清单，健康理念的升级进一步促进了母亲节消费市场的变迁。

体验式消费成为新焦点，母亲节消费正从单向馈赠到双向互动升级。“母亲节写真”“母女闺蜜照”等主题服务通过镜头记录陪伴时刻，烘

培课堂、插花体验等互动项目将消费场景转化为情感联结的载体，家庭出游亦成为陪伴式过节优选。景区和商家顺势推出母亲节免单免门票优惠政策，不仅为节日增添了温情氛围，更有效激发了消费热情，使文旅市场成为增进情感的媒介。

母亲节消费本质上是一场关于如何表达爱的实践。当鲜花变成情感手作，旅行升华为家庭记忆的锚点，母亲节消费已超越简单的交易逻辑，成为代际沟通的重要纽带。特别是当“90后”纷纷完成母亲身份的角色转换，其消费理念和消费需求也为市场带来了新增长点。企业和商家要紧紧围绕消费趋势，深入挖掘子女、伴侣等消费群体需求，提供更多元化的商品和服务，让母亲们真正感受到浓浓的爱意与价值认同，同时进一步激活节日消费市场。

□ 刘辛未