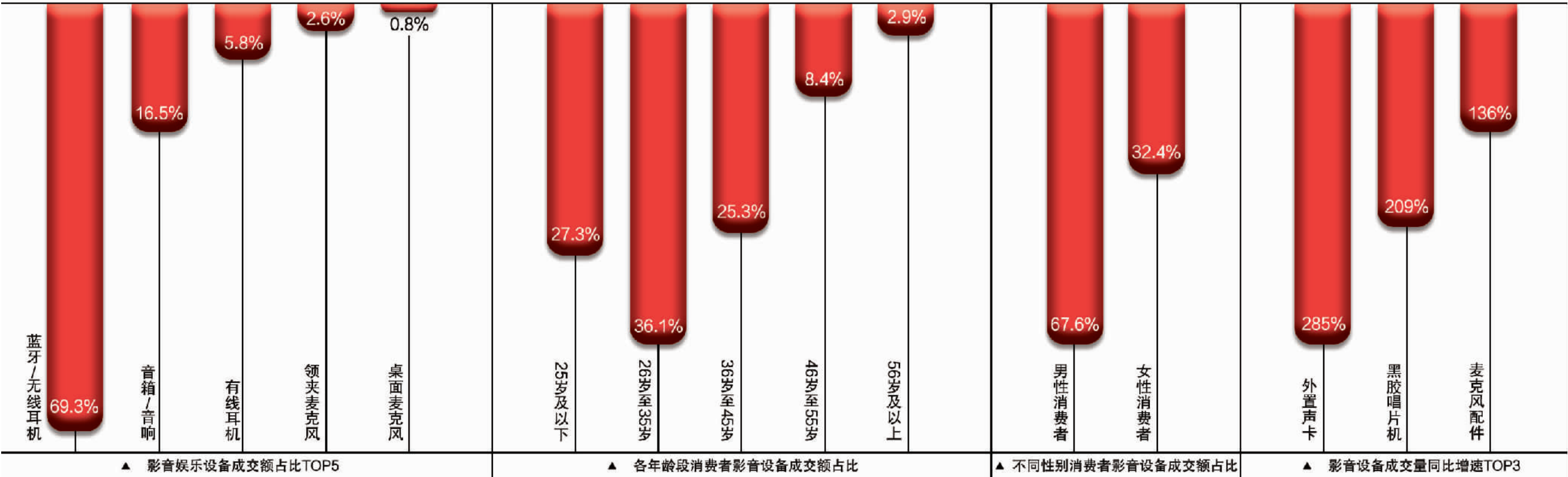


在这里读懂中国消费

声音经济奏响“新乐章”

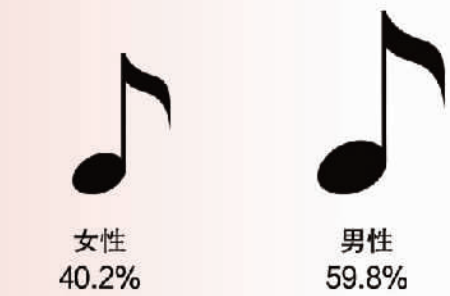


影音娱乐设备消费

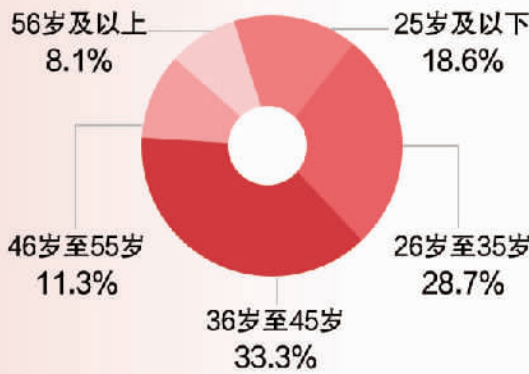


乐器及配件消费

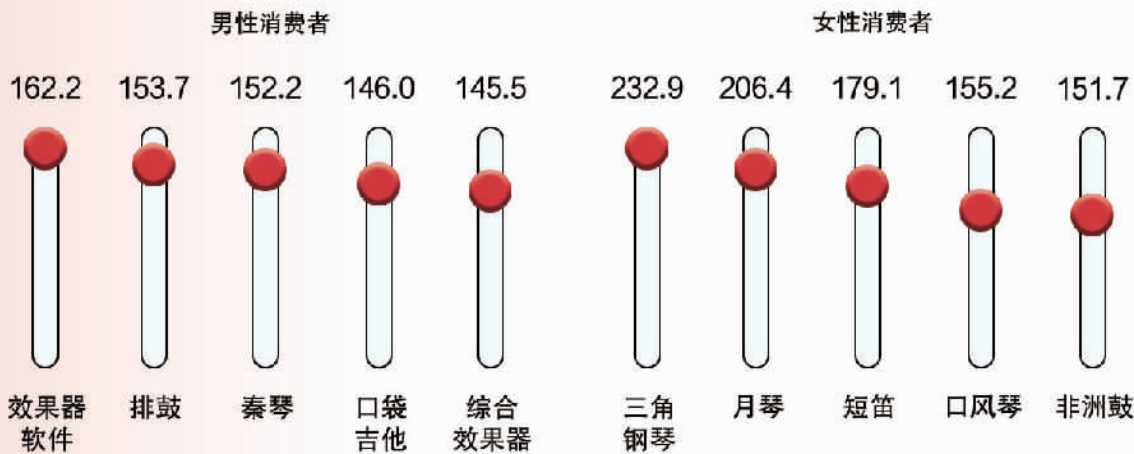
不同性别消费者乐器及配件产品成交占比



不同年龄段消费者乐器及配件产品成交占比

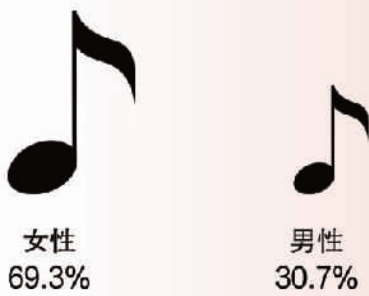


不同性别消费者乐器及配件产品消费偏好指数TOP5

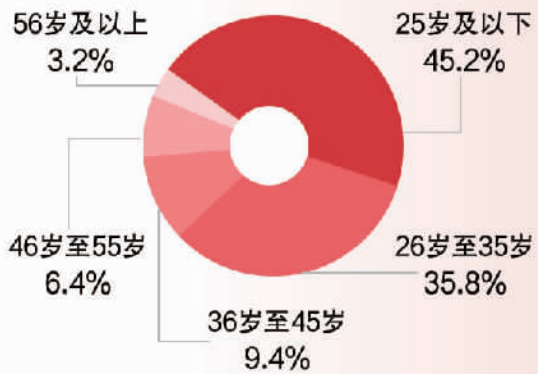


音乐专辑类产品消费

不同性别消费者音乐专辑类产品成交占比

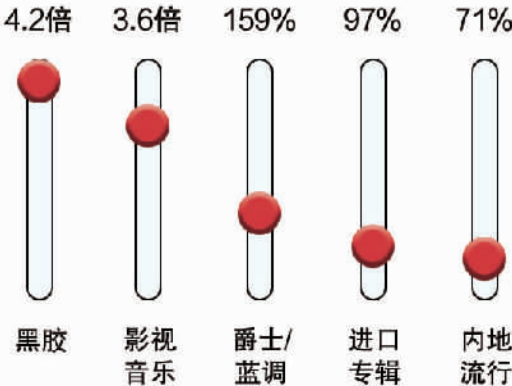


各年龄段消费者音乐专辑类产品成交占比

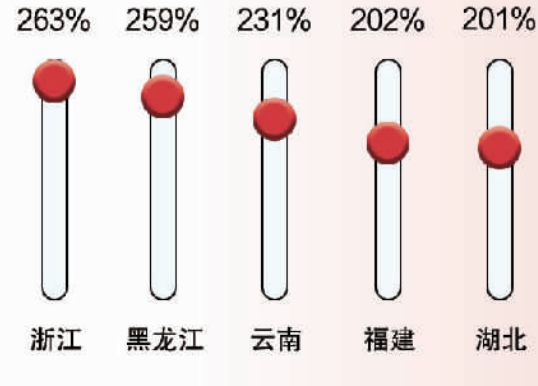


音乐专辑市场呈“黑胶主导、年轻女性为核心”的格局，黑胶唱片以48.4%成交占比居首，增速达4.2倍。同时，25岁及以下消费者、26岁至35岁消费者的消费贡献超八成，折射出年轻群体对高品质、多元化音乐消费的追求。

音乐专辑类产品成交量同比增长TOP5



音乐专辑类产品成交额增速TOP5省份



乐器及配件产品成交额同比增速TOP5



说数

当海量图文和视频内容不断冲击注意力、产生视觉疲劳时，解放双眼双手、不受场景限制的声音经济悄然翻红，成为极具成长性的消费新形态，不仅推动内容丰富和服务创新，也带动相关产品销售快速增长。消费者追求更专业的音质、更深厚的文化内涵和更丰富的情感体验。

专业设备需求增长明显。在影音设备领域，除了普及度很高的无线耳机，一些专业级产品增长迅速。例如，用于提升录音和直播音质的外置声卡，成交量同比增长达285%。随着内容创作、线上娱乐的普及，越来越多的消费者开始追求接近专业水准的音频效果。

带有文化情怀的消费升温。一股“复古风”和“国潮风”正在声音市场兴起，成为人们连接传统文化、表达自我审美的方式。黑胶唱片机及唱片的销量均实现了数倍增长，实体唱片的质感与收藏价值

受到消费者特别是年轻群体追捧。此外，三弦、中胡、笙等传统民族乐器的成交额也成倍增长，购买者以“90后”消费者为主。学习演奏传统民族乐器，成为集艺术审美、连接传统、性情陶冶、社交互动于一体的新潮活动。

为“悦己”与情感付费的意愿增强。声音经济呈现出鲜明的体验性和情感性特征。从地域看，浙江、云南、福建等多个省份的音乐专辑销售额快速增长，体现出高品质的精神文化消费是全国性的普遍需求，市场基础日益坚实。

总体而言，声音经济的特点折射出当前消费升级的典型路径：从拥有商品到享受体验，从大众标配到个性表达，从满足功能到滋养精神。相关企业需要关注这些由技术、文化和情感共同驱动的新需求，从而抓住听觉经济带来的增长机遇。

乐器消费市场智能与传统乐器并重，电钢琴、民谣吉他领跑成交占比，三角钢琴、民族乐器三弦、中胡等乐器消费增长亮眼。从消费群体看，男性消费者偏爱效果器软件等功能性音乐产品，女性消费者对三角钢琴、月琴等雅致乐器需求突出，折射出不同群体的消费需求分化。



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年10月7日至11月5日