

说数

在这里读懂中国消费

# 毕业季青年加码成长型投资

刘莉



盛夏又逢毕业季，从校园周边的“散伙饭”到各大电商平台的“毕业好物”，从求职置装到入职装备，今年毕业季消费呈现出结构优化、理念升级的特征，折射出新一代青年消费观念的变化。

今年毕业季的消费版图呈现出更清晰的成长导向，技能培训、职业形象打造、高品质办公数码装备等“发展型消费”增速较快，与以往集中在聚餐、旅行等场景的消费偏好形成对比。数据显示，毕业季相关消费搜索量同比增长约18%，“职场穿搭”“租房必备”“数码办公”等关键词热度居前。以数码产品消费为例，毕业生们优先考量产品能否适配升学、求职等长期人生规划，消费属性从单纯的用品采购转向成长型投资。

影像影音产品兼具记录青春记忆与适配职场需要的功能，成交额增速亮眼，成为不少男生的毕业消费首选；美妆服饰则持续受到女生关注，消费者更倾向于选择能

覆盖毕业写真、求职面试、初入职场等场景的产品，兼顾美观与实用性。尽管男女生消费侧重各有不同，但背后都是以自身真实需求为核心。

箱包品类在毕业季的热销，对应着毕业生奔赴新城市就业安家，开启人生的新征程。数据显示，帆布包成交额环比增速达60.2%，男女双肩包成交额增速均超30%，轻量化、实用型装备成为主流。不少产业集聚度高、创业活力强的城市，为高校毕业生提供人才公寓等安居扶持，让毕业生无需携带繁重行李，拎包入住即可开启新生活，这一趋势进一步推高了轻便出行装备的消费需求。

总的来看，当前青年消费趋向务实，整体平衡适度，更加注重纪念意义和实用价值。曾经的跟风式消费、符号化攀比逐渐退潮，“适配自身节奏、服务长期规划”成为消费决策理念，折射出新一代青年更自主的生活态度。

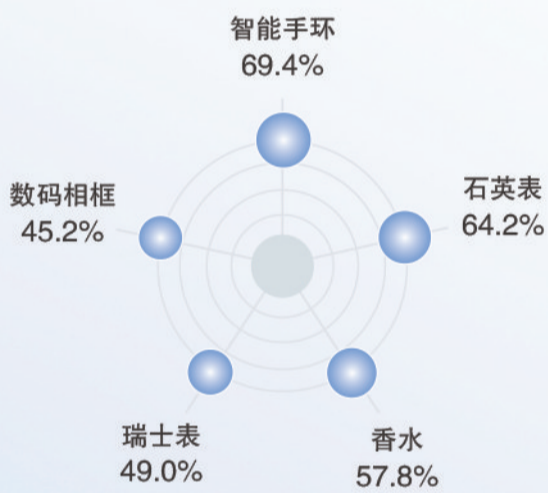
今年以来，国家持续加大促消费政策力度，消费品以旧换新、青年就业创业扶持等一系列举措落地见效，为毕业季消费市场注入强劲动力。据统计，消费品以旧换新带动相关商品销售额超1万亿元，惠及1.36亿人次，资金撬动比达到1:10以上。多地针对高校毕业生推出专属优惠，涵盖住房租赁、交通出行、文化娱乐等多个领域，有效降低了毕业生的生活成本，激活了毕业季消费市场的潜力和活力。

毕业是终点，更是起点。聚散别离，因为共同奔向希望而不显得伤感。审视毕业季消费的特点，也能看到青年群体价值观念的变化。从追求排场到注重功能，从盲目跟风到着眼长远，这些消费选择背后，是年轻人对自身发展路径更清醒的认知。愿每一位走出校门的青年，都能在理性消费中规划好人生，在适度犒赏中拥抱未来，以务实之姿书写属于自己的精彩篇章。

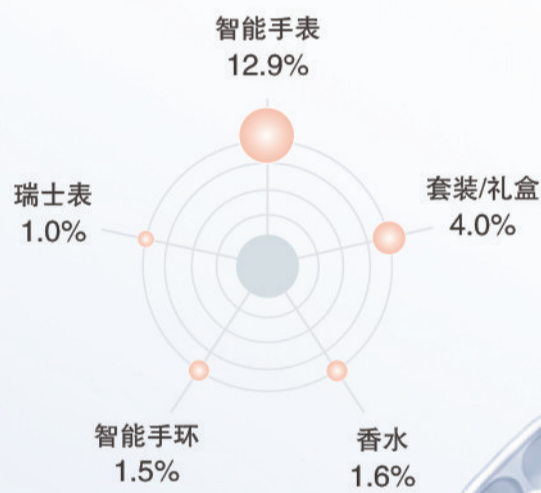
▼ 毕业季影像影音产品成交额环比增速TOP5



▼ 毕业季礼品成交额环比增速TOP5



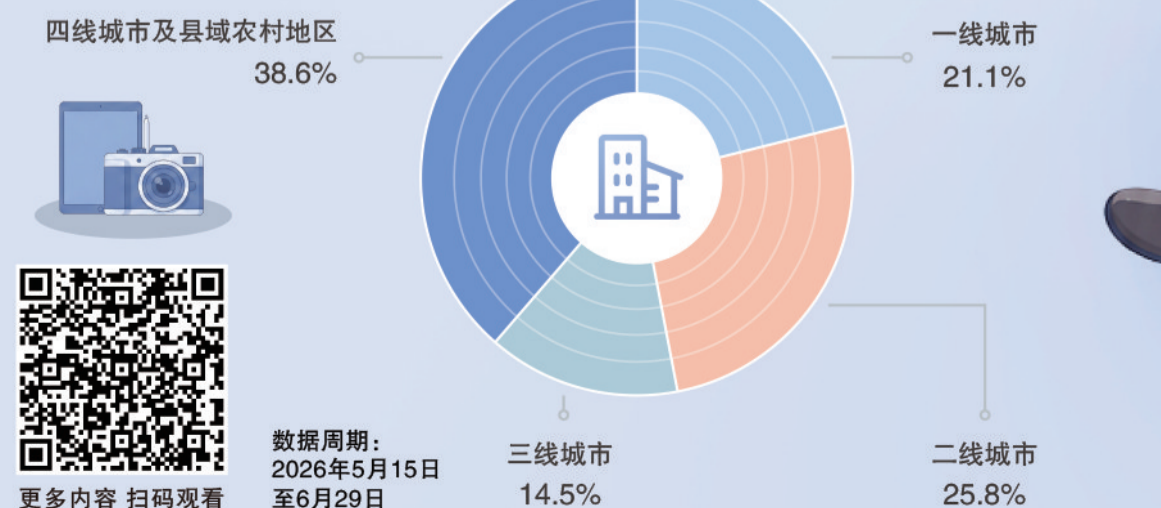
▼ 毕业季礼品成交额占比TOP5



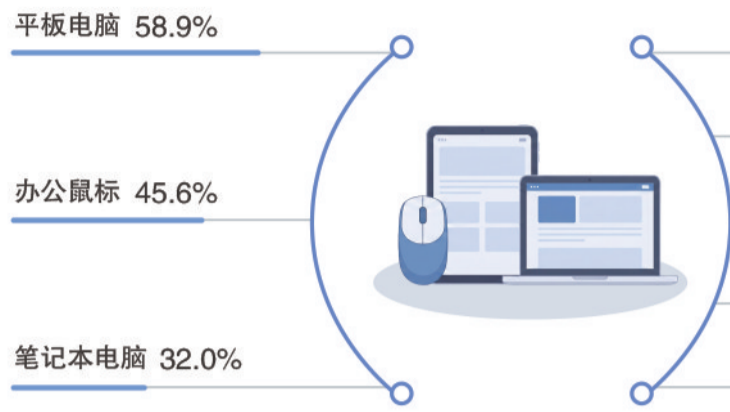
▼ 毕业季消费成交额占比TOP10省份



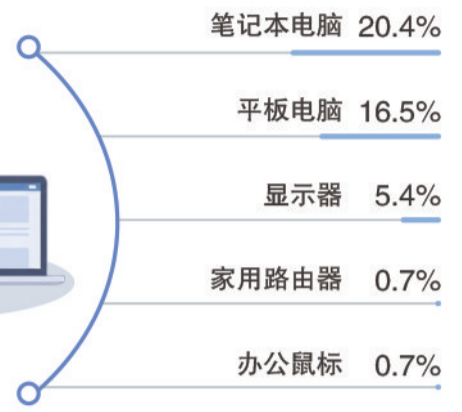
▼ 各级市场毕业季消费成交额占比



▼ 毕业季办公数码产品成交额环比增速TOP3



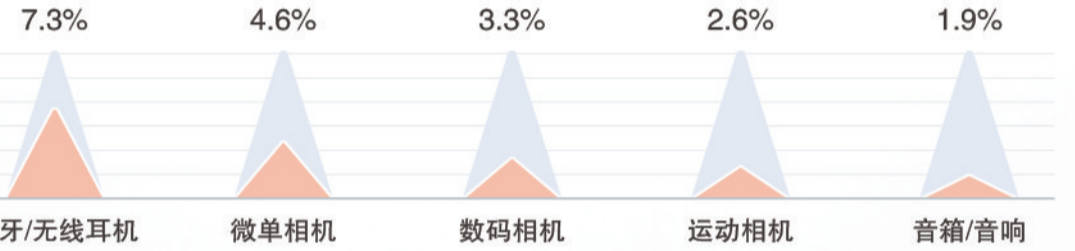
▼ 毕业季办公数码产品成交额占比TOP5



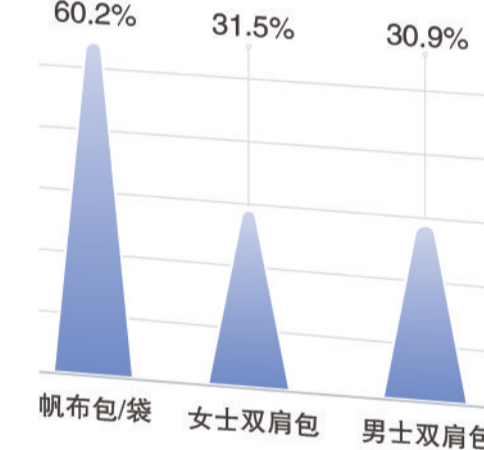
▼ 毕业季彩妆用品成交额环比增速TOP5



▼ 毕业季影像影音产品成交额占比TOP5



▼ 毕业季旅行箱包成交额环比增速TOP3



▼ 毕业季服饰成交额同比增长TOP5



▼ 毕业季消费成交额环比增速TOP5省份

