

但大多数消费者竟有“送礼焦虑”？

跟另一半关系越不稳定,越容易为送礼犯愁



03 家人和伴侣是“收礼大户”

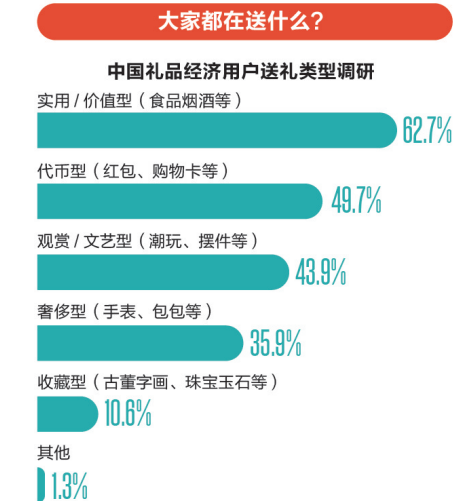
《分析报告》调研数据显示,受访者送礼对象最多的是家人和伴侣,分别是59.4%和46.7%。亲密关系中,送礼似乎已经成为一种普遍行为。尤其是对伴侣,在《分析报告》的调研中,经常送夫妻和男女朋友礼物的比例分别是41.4%和33.8%。DT财经也曾对1114位读者发起过“送礼观”小调查,只有8.9%的受访者表示,基本不会给另一半或拟发展对象送礼。

在《分析报告》的调研中,受访者中认为应该经常送父母礼品的比例为39.9%,相比送岳父岳母高出10.7%,相比送孩子高出11.9%;认为应该每年送一次及以上礼物给父母的比例为77%,大多数受访者认同对于家人情感是需要通过礼品来表达的。

送给家人的礼品,多数考虑的还是以吃喝和健康为主。在《分析报告》的调研中,烟酒茶叶、保健品、休闲食品、按摩仪是大多数受访者选择给家人赠送的礼品,但也有相当一部分人开始送首饰、化妆品等颜值产品,给家人赠送礼品可选的产品种类正逐渐增多。

送给伴侣的礼品,则以化妆品、护肤品,金银、珠宝等首饰,休闲零食以及红包、鲜花为主。据天猫新生活研究所数据显示,今年情人节前一周,天猫上黄金、饰品搜索同比增长约30%。

虽然送的品类不同,但无论是送家人还是送伴侣,受访者送礼时关注最多的都是产品的实际效果和产品外观设计。除此之外在送伴侣时会更多注重产品品牌,而送家人时则更为注重产品档次。



04 男性“日常怀疑自己审美”比例远高于女性

最近几年,网络上频频翻车的送礼事件看得人瑟瑟发抖,我们越来越摸不准自己送出的究竟是“礼”还是“雷”。在DT财经的“送礼观”调查中,结果显示,2/3的受访者对送礼感到焦虑。尤其对于“有情人”来说,“送礼焦虑”似乎已经成为大家爱情中绕不开的黑洞。越年轻,跟另一半关系越不稳定,就越容易为送礼犯愁。

在购物软件随便搜一下“送女友的礼物”“女孩收到都哭啦”或者逛一下豆瓣劝分小组,就能出现无数让你忍不住想问“为什么要有这种东西”的神奇存在。比如一打开便面临“社死”的有声情书,关不掉音乐和闪灯的手写贺卡,以及忽然流行的“抄《上林赋》,得一心人”,让人想不通为什么情侣需要用古代臣子劝谏君王的文字,甚至还是抄在圣旨一样的卷轴上来证明情比金坚。还有各种各样的定制产品,网易数读2021年在某电商平台以“七夕礼物男生”为关键词搜索,统计销量前百的商品中,43%为各类定制款商品。定制款商品虽然是独一无二的,但在购买时需要融入自己的创意巧思,还需要投入一定的沟通成本。现实中的定制礼物多是定制易拉罐、定制相

框、定制画、定制牌匾等等。定制的方式也很单一,或是刻名字,或是印照片,或是来段土味情话。

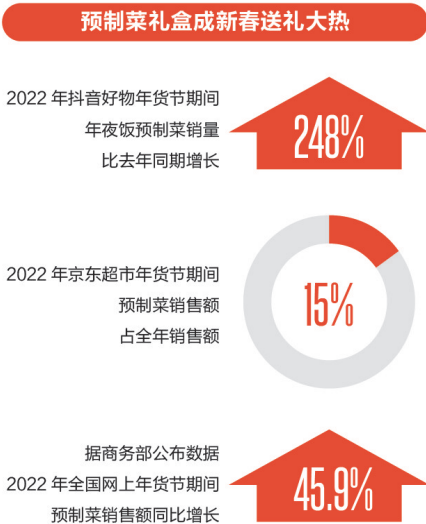
别以为这是段子,据天猫新生活研究所于2023年2月13日发布的数据显示,在情人节前一周,95后用户买走了更多的有声情书、手写贺卡、DIY手工以及亲手制作的花束。在他们的情人节购物清单里,立体拼图、泡泡机、彩虹曲奇、零食大礼包、考古趣味盒、流沙画摆件、纸雕灯都列在其中。

在DT财经的调查中,“不清楚对方喜好”和“不知道到底该送什么”,是造成大家送礼焦虑的主要原因。不同人群在一些次要焦虑点上有不同的偏向。关系越稳定,就越容易因为礼物无法送出新意感到焦虑。调查还显示,男性“日常怀疑自己审美”的比例远高于女性,女性在送礼大业中,更容易受到“囊中羞涩”和“很难送出新意”困扰。

“不清楚对方喜好”和“不知道到底该送什么”造成伴侣间的“送礼焦虑”

中国礼品经济用户“送礼焦虑”原因调研

单身	恋爱中	婚姻中	焦虑原因	男性	女性
76.9%	61.1%	29.6%	不清楚对方喜好,担心他/她不喜欢	67.3%	63.4%
67.9%	64.9%	49.3%	不会送礼,不知道到底该送什么	68.1%	62.8%
28.6%	26.6%	11.3%	囊中羞涩,买不起他/她想要的礼物	18.7%	29.7%
27.6%	22.9%	22.5%	日常怀疑自己审美,挑不出好礼物	37.5%	18.2%
26.0%	35.4%	49.3%	送过太多礼物了,很难送出新意	27.9%	35.4%
3.9%	10.3%	7.0%	对象太挑剔,难以满足	6.4%	7.7%
2.9%	3.4%	8.5%	其他	3.2%	4.0%



数据来源 艾媒咨询《2021-2022年中国礼物经济产业研究与用户消费行为分析报告》、艾媒咨询《2023年中国新春礼盒消费者行为洞察报告》、前瞻产业研究院《中国礼品行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》、网易数读、企查猫、DT财经调研、天猫新生活研究所



■送礼这件事会让你感到焦虑吗？▶▶