

经济日报携手京东发布数据——

# 陕甘晋消费潜力加速释放

## 提升消费吸引力

林蔚

近年来,消费增长动能正在向中西部地区加速转移。陕西、甘肃、山西三省历史文化资源丰富,自然风光多样,地域特色鲜明。但数据显示,该地区购买力水平与区域美誉度不匹配,热销产品大多为农副“土特产”,地域品牌的全国知名度还有待提升,对特色资源的呈现和利用还相对简单粗放。整体来看,在提升消费吸引力、推动消费高质量发展方面大有可为。

升级消费产品。目前,“国潮”已经站在消费升级的风口,对于陕甘晋三省来说,在展现厚重历史璀璨文化的同时,应努力凸显时代特色,融入更多创新创意元素,对地方特色产品进行精深加工,做大做强文化IP,打造更多“叫得响”的特色品牌。

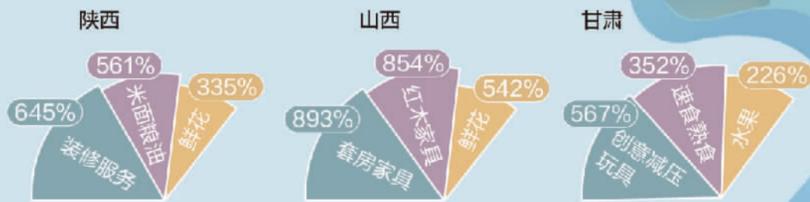
丰富消费形态。消费者更加追求品质、特色和个性化,消费形态产生了重大变化。从上车睡觉下车拍照,到追求有看头、有吃头、有耍头、有买头、有学头,消费需求的深度和广度极大拓展,消费的价值链条无限延长。因此,要通过食、游、购、娱、体、展,全方位吸引消费者,用沉浸式、体验式的特点抓住人心,让消费者“没来特想来,来了不想走,走了还想来”。

创新消费模式。当前,消费数字化、智能化加速推进。没有流量就没有生意,要通过直播带货、社交电商等推动线上线下深度融合,让好产品和服务搬上网、走出去、火起来。解锁更多新模式新业态,实现消费产业升级。

### 说数

### “双11”期间增速最快的品类

陕西家装服务增长快,山西人更爱网购家具,创意减压玩具受到甘肃消费者欢迎



▲ 成交额同比增幅

### 地方品牌走向全国

地区特色农产品、中药材、养生滋补食品等的品牌全国知名度高



### 关中特产在全国销售情况

中西部特色产品主要销往沿海城市,“土味”更受青睐



### 上行热销产品TOP6

关中美味人人爱。除了小米、牛肉、陈醋和肉夹馍,冰峰汽水和正林瓜子等“童年味道”依然经久不衰



### 城市购买力排名

购买力水平以省会城市为中心向周边地区辐射



陕西省  
购买力位居全国  
第13位

山西省  
购买力位居全国  
第20位

甘肃省  
购买力位居全国  
第28位

### 区域购物有特色

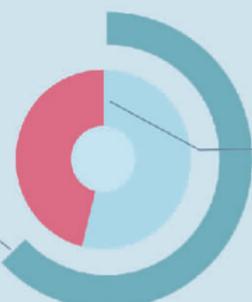
陕甘晋三省横跨我国中西部,各地生活方式不同,消费者喜爱购买的商品也大不一样



### 年轻人是网购主力军

16岁至35岁的年轻用户成为主流,女性购买力显著提升

16岁至35岁  
年轻用户占比达  
62.9%



女性  
消费占比达  
46%

数据周期: 10月20日至11月11日