经济日报携手京东发布数据——

消费增长快 动能更强劲

品质消费正当时

董 菲

2021年，中国消费者的消费行为越发成熟理性，最明显的表现就是消费者对商品品质有了进一步的追求，品质已经成为拉动消费增长、推动产业升级的重要因素。

一方面，消费呈现明显升级趋势，越来越多的消费者开始注重品质消费，更愿意为质量埋单。另一方面，企业也越发关注“品牌化和高品质”，许多商家在增加优质商品供给的同时，更加注重产品应用场景的构建，从而满足消费者在居家、健康、亲子、运动等领域的多元细分需求。

从全国范围看，虽然各地区在消费结构、消费人数、消费方式上有所不同，但对品质的需求是一样的。

在一二线城市，线上消费水平、物流便捷程度较其他地区更高，消费者已经形成了较为成熟的消费观念和模式，在消费结构上显示出多元化、全品类的特征。其中，快消品已经成为购物用户数规模最大的品类，健康管理及消费医疗、个护化妆等品类的消费增速明显提升。消费者对这些领域的商品质量有着更高的要求，相关企业在产品迭代更新时需要特别注意这一消费趋势。

下沉市场虽然在消费结构上没有一二线城市的多元与均衡，但在家电、通信产品等大件商品上，消费实力不可小觑。值得注意的是，近年来下沉市场对健康服务、IP产品等品类的消费需求明显增长，这些均显示出下沉市场潜力仍有待进一步开发，企业在进行产品研发及推广时可重点布局。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

说数

科技消费

2021年5G产品站上C位
新的一年，科技点亮智能新生活

*成交额同比增长

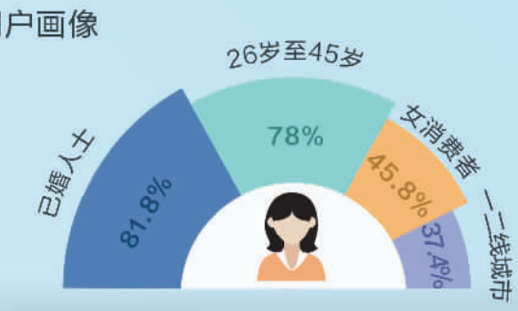
5G手机	支持5G网络的电视	支持5G功能的智能穿戴设备
↑150%	↑150%	↑135%

高科技赋能智能设备

*成交额同比增长

运动跟踪器 67.2%　人体工学桌椅 42.5%

科技消费用户画像



体育消费

2021年新潮运动走进千家万户
新的一年，体育消费将热潮涌动

*成交额同比增长

冰上运动	游泳用品	滑雪运动	垂钓用品	马术/民俗运动
73%	66%	62%	58%	58%

运动营养类产品增速明显

*成交额同比增长

运动能量饮料 648%　运动类蛋白粉 45%

16岁至35岁消费者是体育消费主力人群

*消费占比

运动营养类产品 74.4%　运动服饰鞋包 超60%

服务消费

2021年服务消费迎来井喷式增长
新的一年，优质服务将成消费新风口

2021年11月
京东家政订单量比4月上线时增长 421%

*成交额同比增长

基因检测	口腔齿科	疫苗服务
297%	385%	203%

服务便利生活

*成交额同比增长

洗车服务	安装/调试服务	局部装修服务
94.4%	115.7%	253%

服务订单用户画像

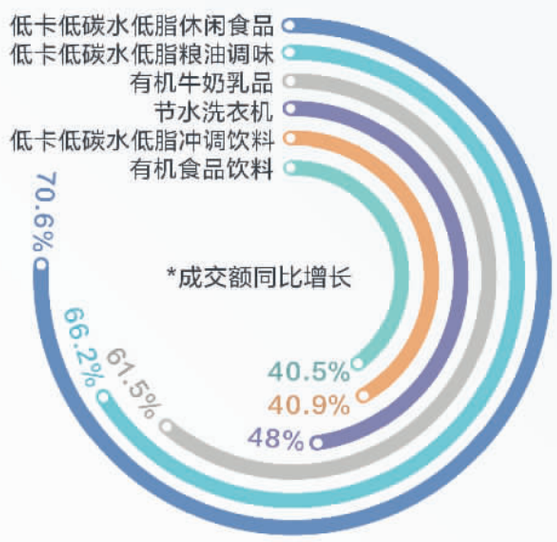
绿色消费

2021年绿色消费渐成风尚
新的一年，你我他都是节能达人

*最受消费者青睐的节能产品销量占比

节水坐便器	节水花洒	节能灯	节能取暖器	节能冰箱
44.46%	21.42%	32.12%	15.36%	15.36%

绿色低碳成主流生活方式



*成交额同比增长

区域消费

2021年消费增长空间下沉
新的一年，下沉市场消费将持续升级

过去10年，下沉市场用户增长74倍
成为新增用户的绝对主力

*下沉市场的成交额增速

健康服务	IP产品
超过整体 13倍	超过整体 9倍

*下沉市场的用户增速

宠物用品	医药产品
超过整体 2倍	超过整体 3倍

一线城市消费者特别注重健康

*成交额同比增长

健康管理	保健食品	IP商品
10倍	10倍	5倍
保健饮品	基因检测	个护美妆
2倍	2倍	1.5倍

数据周期：2021年1月至11月

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 李 苑