经济日报携手京东发布数据——

从购物车看乡村振兴

更好满足下沉市场消费需求

陈 瑶

随着我国农村消费市场持续稳定发展，特别是随着收入水平持续提高，农村居民消费能力进一步加强，规模庞大的农村市场不仅引领了消费与产业的升级，成为扩内需、稳增长的新亮点，也是促进经济高质量发展的积极力量和重要引擎。

得益于乡村振兴战略的深入推进，农村物流和商业设施不断完善，从吃穿用度到家具家电，再到教育学习，农村消费结构日新月异。

从食品消费的维度观察，随着线下实体商业与线上网络购物进一步融合发展，农村生鲜供应链的软硬件条件加速升级，越来越多的进口海鲜、热带水果等产品，以更亲民的价格、更新鲜的品质走上县域农村消费者的餐桌，成为农村消费者尝鲜试水的新选择。因此，对于生鲜食品供应商来说，加快提供海鲜活鲜、速冻食品、时令果蔬等商品种类，拓展多样化供给渠道，这些将成为农村食品消费的新机遇。

从人居环境改善的维度来看，随着县域农村消费者对家居生活品质要求持续提升，家具家装、家用电器等品类商品在县域农村地区的销量持续增长，体现出消费者进一步改善居住环境的愿望。值得注意的是，农村居住环境越来越好，但适老化改造仍有很大进步空间。未来，相关企业可以加快研发带有安全扶手、助力设备等具有适老功能的家居家装产品。同时，配套上门安装、上门清洁、上门除醛等便老服务，提升农村家居家装的便利性。

此外，随着县域农村地区教育水平和收入的提升，新一代农村父母更注重育儿产品品质与精细化，并且对自身护理标准不断升级。数据显示，近3年县域农村地区个人护理、母婴育儿等商品销售增速显著提升。

我们预计，农村消费群体的需求今后将向个性化、精细化转变，并逐步与城市消费者接轨。要想进一步挖掘县域农村地区消费人群的消费潜力，需要针对农村市场，扩大产品类别，生产定制产品，尤其是要把高质量、高性价比的商品引入农村消费市场，为该区域的消费者提供更丰富的商品和服务。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

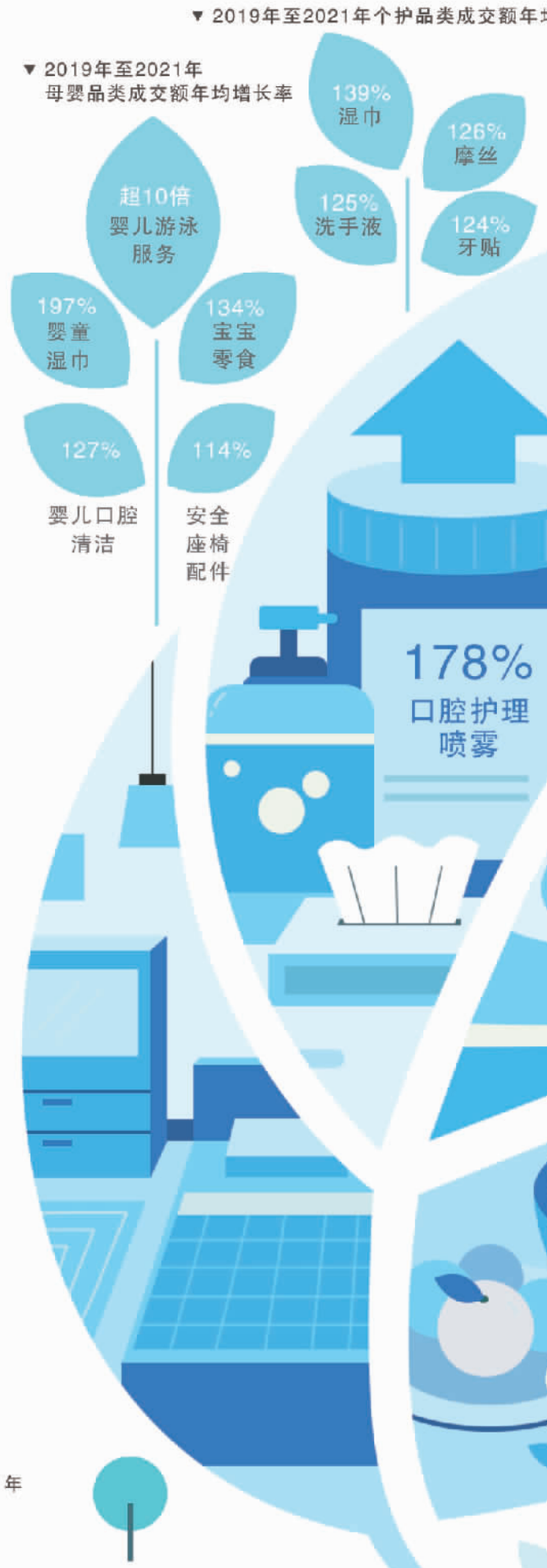
说数

个护母婴

农村消费者不仅更重视个人护理，在育儿方面也越来越精细化

▼2019年至2021年个护品类成交额年均增长率

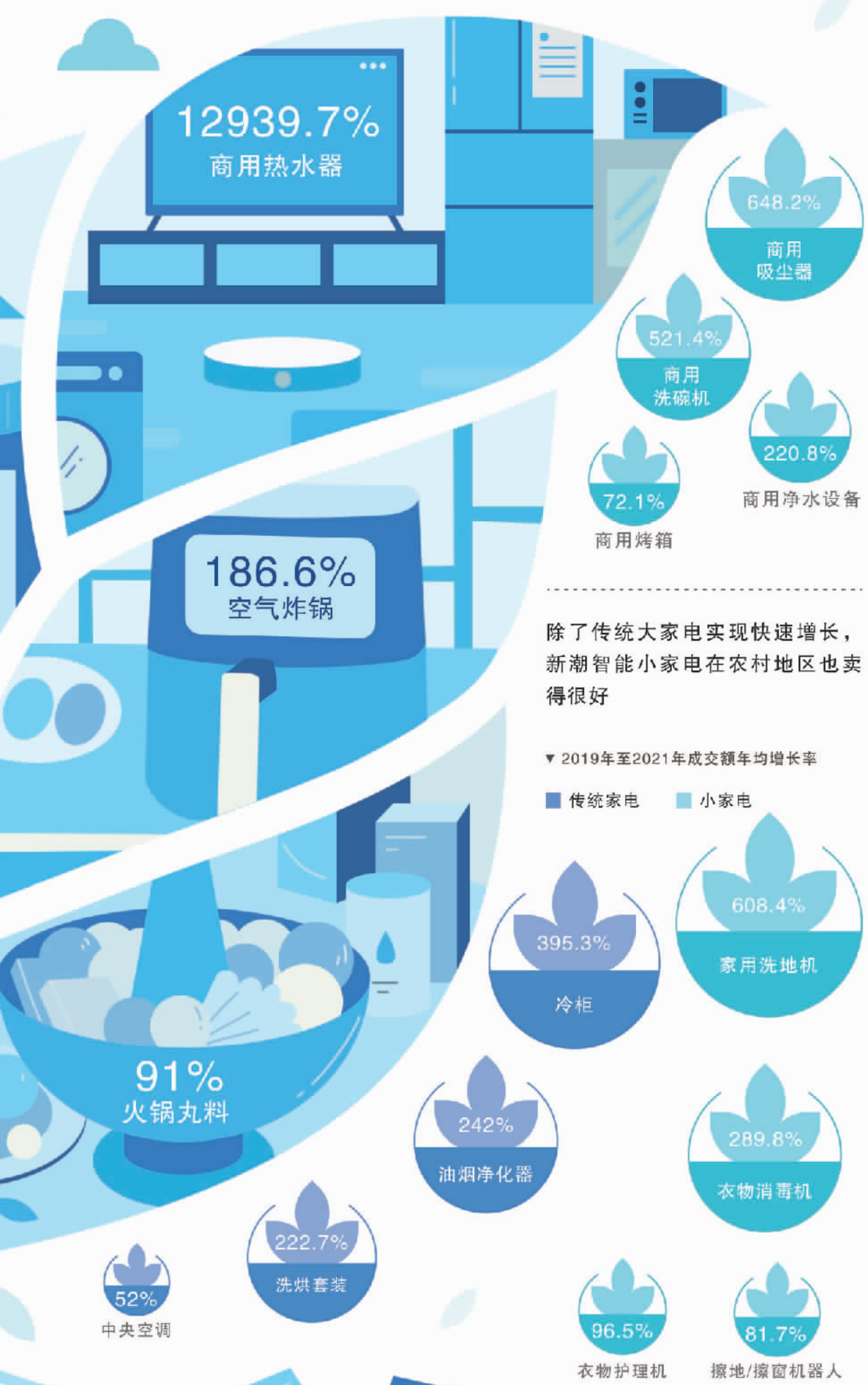
▼2019年至2021年母婴品类成交额年均增长率



电器更智能

下沉市场的商业繁荣，带动商业电器的线上消费增长明显

▼2019年至2021年成交额年均增长率



除了传统大家电实现快速增长，新潮智能小家电在农村地区也卖得很好

▼2019年至2021年成交额年均增长率

■传统家电 ■小家电

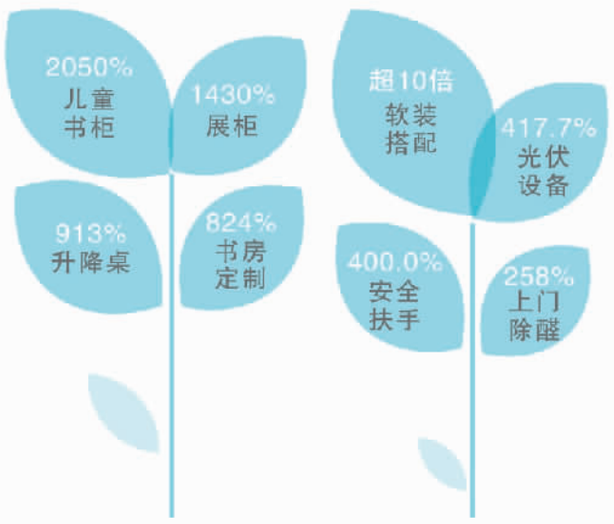
当前，县域农村地区居民的消费品质持续升级，不仅传统家电消费稳步提升，家用洗地机、衣物消毒机、空气炸锅等智能小家电也引领着生活消费新潮流。未来，随着智慧家居家电类产品更加成熟，更多兼具实用、健康、便利等功能的智能小家电，将成为农村居家生活消费的强劲增长点。

居住更舒适

近3年，家具家装类商品在农村地区的销量增长迅速，体现出居住环境的改善

▼家具品类2019年至2021年成交额年均增长率

▼家装品类2019年至2021年成交额年均增长率



随着县域农村地区居民改善型住房需求进一步释放，家具家装类商品消费明显增长。针对县域农村地区的消费特点，企业在产品设计上要兼顾潮流和实用性，多研发一些性价比高、功能齐全的家具家装商品。同时，由于县域农村地区老年人口较多，可多推出更多适老、便老产品及配套服务。

近年来，县域农村地区消费者的食品消费结构发生明显变化，水果、奶制品、肉类等品类消费占比显著提升。县域农村地区的食品消费从实惠吃饱向尝鲜吃好转变，加大海鲜、冻品、果蔬等品类的供给，已成为拓展农村食品消费空间的新机会。

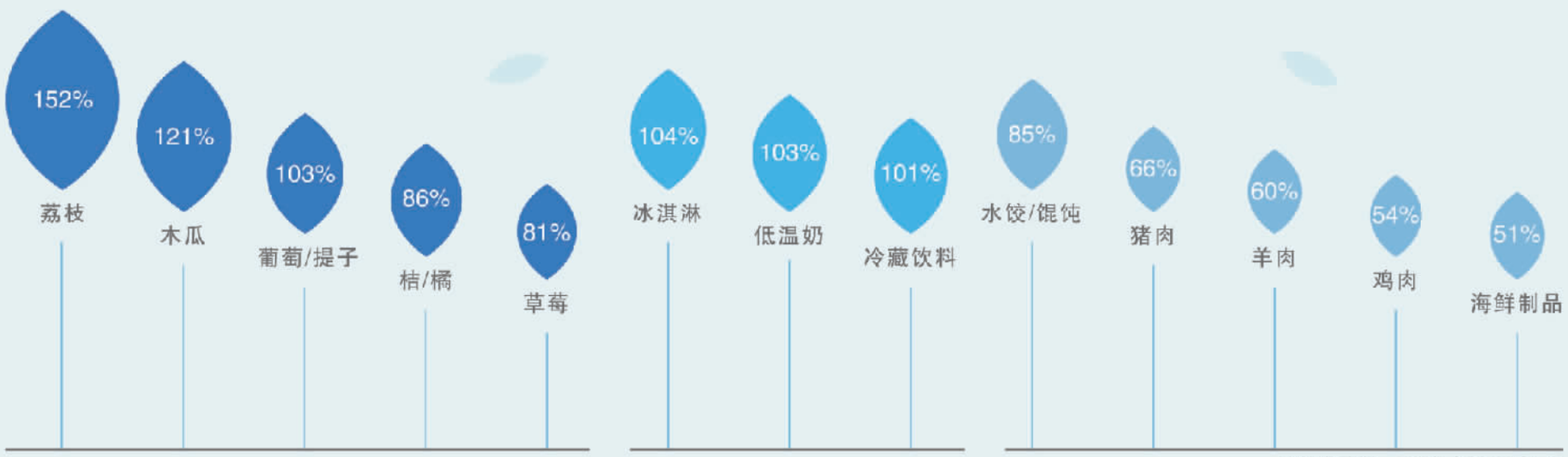
饮食更讲究

消费水平提升和物流快速发展，使得农村地区对新鲜水果、奶制品、肉类的消费迅速增长，农村消费者更有口福了

更多内容 扫码观看

▶2019年至2021年成交额年均增长率

■水果 ■奶制品 ■肉类



*数据周期：2019年至2021年

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚