经济日报携手京东发布数据——

长江中游三省消费提档升级

一块成长的沃土

刘 晖

长江中游区域拥有便捷的交通、丰富的物产、扎实的经济基础，在我国[illegible]重要地位。从消费[illegible]是一块充满活力的市场。

从消费结构分析，长江中游地区消费升级态势明显，服务、健康、育儿等服务消费快速发展。特别是服务消费增速明显超过实物商品，表明线上消费模式已经从单纯的购物升级为购买、使用、服务的完整体验。

从消费偏好分析，对美好生活的期许始终贯穿于长江中游地区消费者的日常消费之中。湖北消费者对生鲜、宠物生活等线上产品更为青睐，湖南消费者对家装建材和个人护理等产品情有独钟，江西消费者喜爱网购家具和玩具乐器……越来越多的高频消费转移至线上，消费需求持续增加。

从消费群体分析，长江中游地区拥有庞大的年轻消费人群，潜力十足，后劲强大。数据显示，长江中游地区35岁以下消费者占比为56%，特别是16岁至25岁的消费者占比达到24%，显著高于全国平均水平。“95后”们在消费中扮演的角色越来越重要，他们对生活服务、健康管理、教育培训等的偏好度明显高于其他年龄段。“95后”消费群体的鲜明特征，正改变着整个区域消费市场的格局。

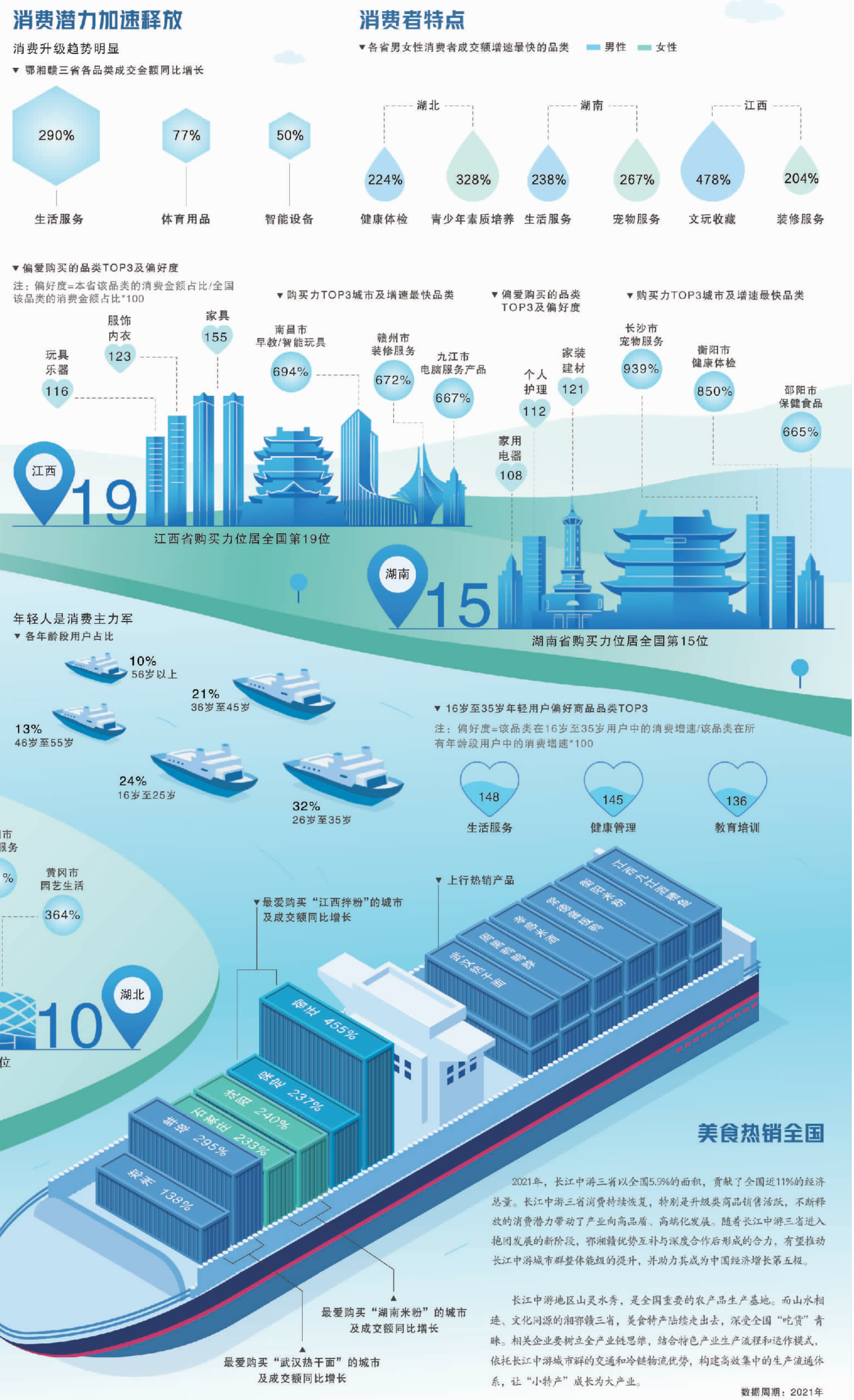
从消费品产出分析，丰富的物质资源让长江中游地区成为全国美食基地。以武汉热干面、潜江小龙虾、孝感米酒、常德酱板鸭、衡阳米粉、赣南脐橙等为代表的地方特产早已“出圈”，引得各地消费者食指大动。如蚌埠和郑州成为最爱购买武汉热干面的城市，沈阳消费者购买湖南米粉的成交额同比增长240%，宿迁购买江西拌粉的成交额同比增长4.6倍。

除了高品质地域特色农产品，长江中游地区还有大量工业品上行，例如湖北作为光伏、半导体、医药健康行业的重要基地，相关商品也成为带动当地经济发展的重要动力。一系列龙头企业通过线上零售渠道拥有了更为广阔的发展空间，在搜索榜单中，马应龙、景德镇等关键词经常上榜。

总体来看，在消费提质扩容的大背景下，长江中游地区不仅成为高质量消费的沃土，更通过特色产业推动着消费升级。

（作者系京东消费及产业发展研究院院长）

说数



2021年，长江中游三省以全国5.9%的面积，贡献了全国近11%的经济总量。长江中游三省消费持续恢复，特别是升级类商品销售活跃，不断释放的消费潜力带动了产业向高品质、高端化发展。随着长江中游三省进入抱团发展的新阶段，鄂湘赣优势互补与深度合作后形成的合力，有望推动长江中游城市群整体能级的提升，并助力其成为中国经济增长第五极。

长江中游地区山灵水秀，是全国重要的农产品生产基地。而山水相连、文化同源的湘鄂赣三省，美食特产陆续走出去，深受全国“吃货”青睐。相关企业要树立全产业链思维，结合特色产业生产流程和运作模式，依托长江中游城市群的交通和冷链物流优势，构建高效集中的生产流通体系，让“小特产”成长为大产业。

数据周期：2021年

更多内容 扫码观看

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚