

经济日报携手京东发布数据——

长三角消费正青春

画像背后藏商机

孟 飞

长三角地区消费者有什么特征？大数据给出了清晰画像。在这里，16岁至25岁的年轻用户消费提升快，占比增速达23%；在这里，女性用户消费增长迅速，占比提升至48.2%；上海和浙江等地消费者更偏爱服务消费。

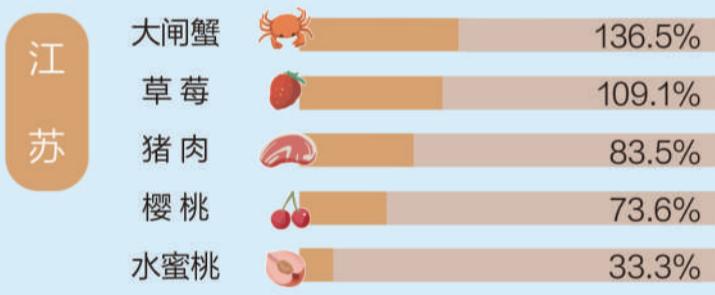
画像说明了什么问题？首先，年轻女性消费者成为增长主力军。在各大电商平台，26岁至35岁年龄段用户既有消费能力又有消费意愿，但未来消费增长空间不大。相比来说，以这批消费者为代表的年轻用户群体，其消费理念和购物习惯将深刻影响未来消费走向。

其次，老用户占比大，对电商消费体验提出更高要求。对于经常网购的人来说，长三角地区还有

说数

不同地区饮食各异

各地消费者最爱特色食品成交额同比增长情况



数据周期：2021年6月份



上海
6月份购买力
全国排
第4位



江苏
6月份购买力
全国排
第3位



浙江
6月份购买力
全国排
第7位

安徽
6月份购买力
全国排
第15位

用户画像

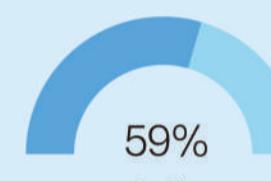


长三角地区女性用户消费金额提升幅度大，占比增速达48.2%



长三角地区16岁至25岁年轻用户消费金额增长快，占比增速达23%

35岁以下用户占比



消费者购买品类不同



消费增幅最快的地区

