

经济日报携手京东发布数据——

消费成拉动经济增长主引擎

市场提质扩容速度加快 2019年至2021年成交额年均增长率

随着居民消费升级，消费结构不断升级，多样化、个性化、品质化的消费趋势愈发明显，消费市场提质扩容速度显著加快。在日益活跃的消费市场背后，蕴藏着巨大的消费高质量发展潜力。

从“刚需型”到“享受型”，消费的内容不断拓展，消费的质量不断升级。消费者的品位与审美在提高，对产品的体验越来越重视，高品质越来越受追捧。例如，电器类的洗地机、衣物消毒机、油烟净化器，日用品类的留香珠、洗衣凝珠，运动户外品类的瑜伽装备、各类健身器械等，都已成为消费者“购物车”里的常客。

从量变到质变，消费结构逐步实现了升级与变革，在这一过程中，商家也在不断丰富产品矩阵，布局广阔的产品赛道，在更好满足消费者对美好生活新需求的同时，加速了行业的良性竞争和成长，形成了正向循环。

同时，随着物流和信息服务不断下沉，消费触达的地域范围不断延展，更多地区的消费潜力被挖掘出来，为高质量消费提供了更加广阔的人群基础。数据显示，近3年西藏阿里地区、海南三沙市、新疆乌鲁木齐市和喀什地区、甘肃酒泉市等地线上消费年均增长率遥遥领先。在偏远地区建立配送站、启动大件配送业务、布局仓储物流园区……从“不包邮”到“当日达”，高质量商品“走出去”又“走进来”，地理位置不再是消费提质升级的阻碍。

此外，县域农村市场的巨大消费潜力和生产能力也在加速释放。数据显示，去年底我国现有行政村已实现“村村通宽带”，农村互联网普及率达59.2%，为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化提供了坚实网络支撑。大量社会服务进村入户，农村电商、直播带货蓬勃兴起，乡村旅游、智慧农业快速发展、活力十足。乡村振兴与消费升级成为重塑农产品商业化逻辑的两股关键力量，助推农业产业链供给与市场需求相融合，使得原产地农产品从“土疙瘩”变成了“香饽饽”。县域农村市场正在主动、深入地融入国内大循环，为促进消费、稳增长贡献重要力量。

扩大内需促进消费是推动经济走向长期稳定增长的关键内生动力。受疫情反复和经济下行压力影响，提振消费还有很大空间和潜力。接下来，需要行业和企业继续优化供给、提质扩容，积极培育新产品、新模式、新业态，发掘新的消费增长点，从而进一步发挥我国超大规模市场潜力，不断巩固消费对经济发展的基础性作用。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

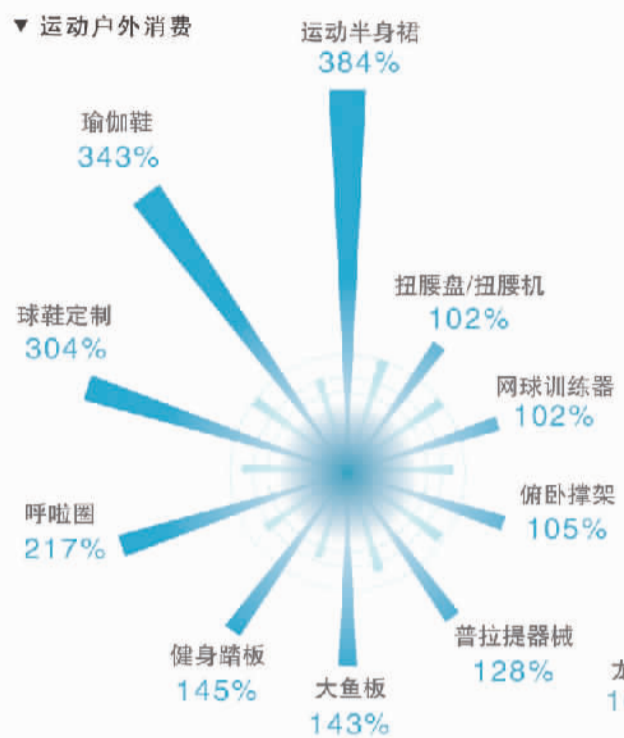
消费助力区域发展

当前，各地积极出台各类促消费政策，多措并举助力区域发展。从数据来看，随着各项政策加快落地，各区域间的发展更加协调，部分经济不发达地区在居民消费的带动下，迎来了快速发展的良机。

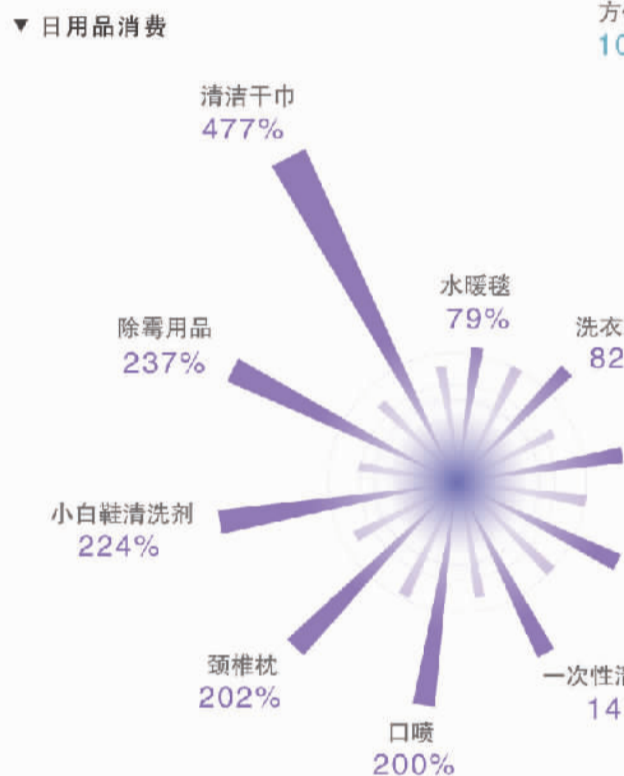
消费助力乡村振兴

助力乡村振兴，不仅要把工厂的商品送到田间地头，还要把田间地头的农产品送到全国消费者手中。目前，在需求的带动下，各平台正不遗余力地推动高质量农产品上行，帮助越来越多的农户更加有效地对接市场需求，为消费者持续提供优质农产品。

运动户外消费



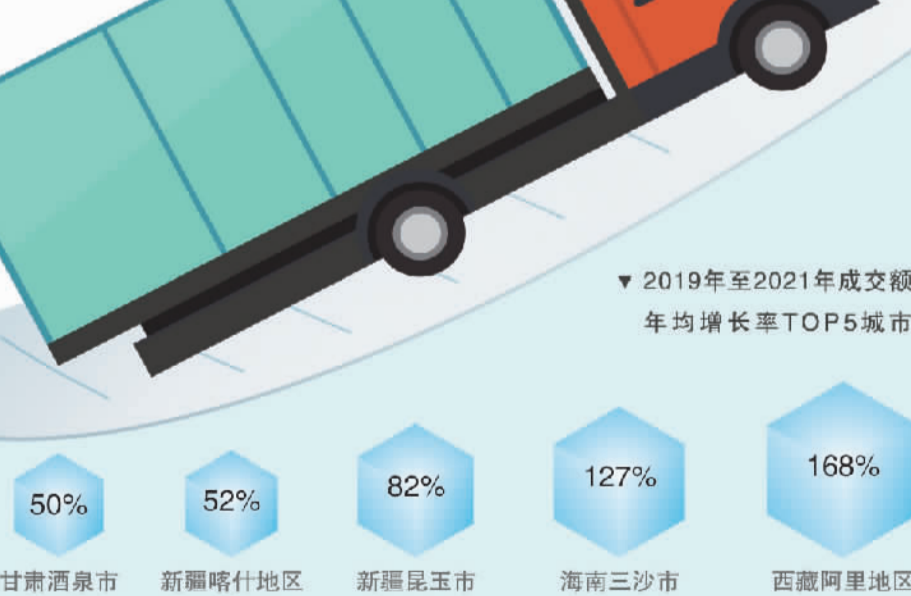
日用品消费



2021年包裹量占比TOP5城市



2019年至2021年成交额年均增长率TOP5城市

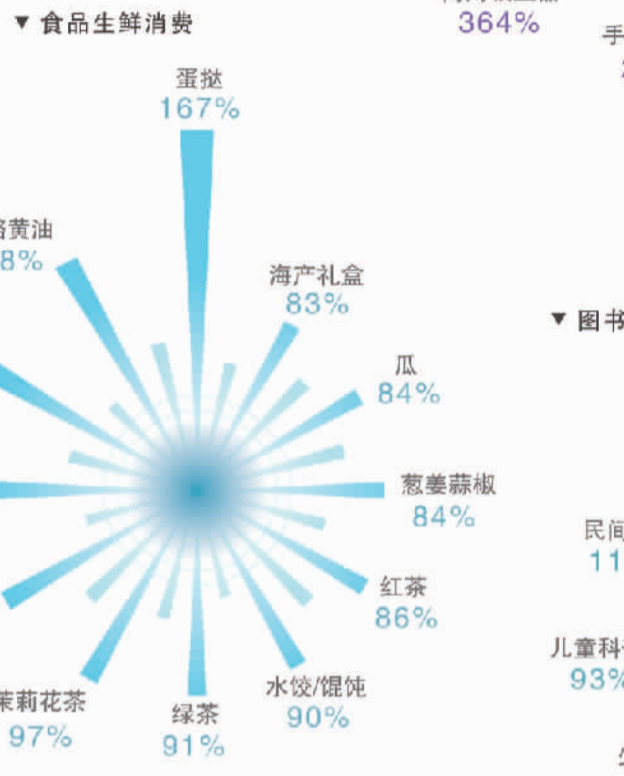


目前，京东物流服务已触达约60万行政村，在全国93%区县、84%乡镇实现当日达和次日达

京东平台在全国运营仓储库总数达1300多个，仓储网络总管理面积约2300万平方米，服务触达约60万行政村

2021年“商品新鲜”“产地直发”“产地直采”“原产地”等相关关键词的评价量快速提升，同比增长超过80%

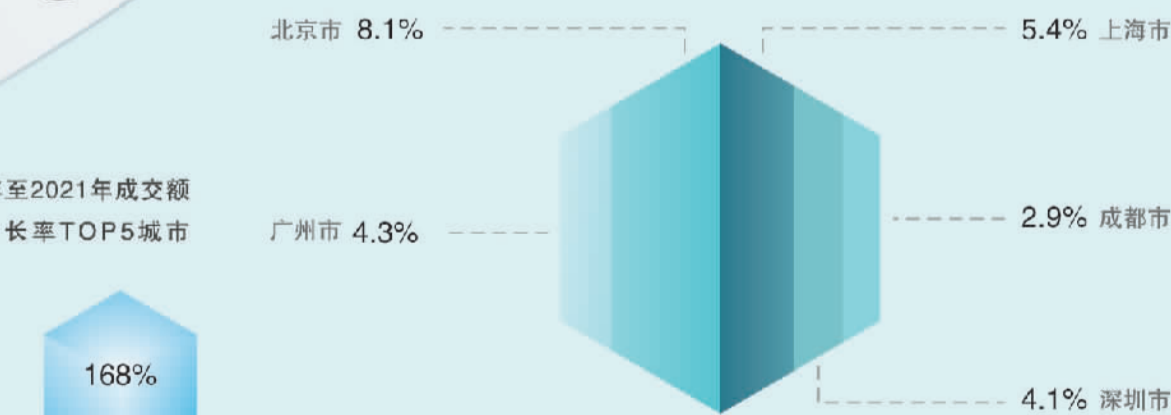
食品生鲜消费



2019年至2021年包裹量年均增长率TOP5城市



2021年网购成交额占比TOP5城市



开发地理标志农产品是发展农业产业化、实现乡村振兴的重要途径。通过商业化运作，使农产品质量口碑提升与消费升级构成正向循环。随着县域农村地区供应链基础设施建设的加快，农产品的现代流通体系逐渐完善。在数字技术加持下，产销两端高效对接，切实保障原产地、产业带的高质量农产品畅销全国。

消费市场提质扩容、消费升级的总体趋势并没有改变，消费者更加重视消费体验，购物便捷度、商品品质、送货速度、品种选择数量等都会成为影响消费决策的关键因素。随着物流服务的不断下沉，更多地区的消费者都能享受到更好的购物体验，下沉市场的线上消费也实现了高速增长。因此，改善消费体验有助于激发消费者的消费热情，释放消费动能。



更多内容 扫码观看

*数据周期：2019年至2021年