

经济日报携手京东发布数据——

国货消费节节攀升

年轻人中意中国品牌

品牌，是企业乃至行业竞争力的重要体现。近年来，我国自主品牌在研发、设计、制造、营销等环节都取得了长足进步，再加上国家政策大力扶持、消费者文化自信不断增强等诸多因素，使得国货消费热潮一浪高过一浪。

首先，中国品牌推出了更多符合青年消费者审美的潮流产品。在讲究“颜值比”的时代，实用已不能满足消费者的需求，越来越多的青年消费者倾向选择能提高幸福感的产品。比如，许多消费者会通过视频或文字在各类社交平台上交流下厨心得，各种“高颜值”厨房用品也随之走红，如一锅可做一切的空气炸锅、保温保鲜的焖烧杯等，这些新潮用品的兴起，大部分都是中国品牌引领的。

其次，中国品牌的创新创造更加符合青年群体的消费特点，并呈现出兼具“小渗透”及“大生态”的特征——中小企业凭借对市场的细微洞察和快速反应，在小而美的细分领域精耕细作，不断拓展产品功能和维度；大企业则持续提升创新能力，通过构建品牌生态圈，探索万物互联时代的品牌创新形式。

此外，从年轻消费者的消费行为看，年轻人正在重新以更理性的视角看待商业品牌和商业文化。他们不再盲目追大牌，也不再人云亦云买爆款，而是理性选择适合自己的产品。对此，中国品牌应进一步加强品牌建设、维护品牌形象，既要与青年消费者建立良好的沟通机制，倾听消费者声音，了解消费者需求；也要持续加强创新能力，为品牌注入看得见摸得着的硬实力。

总体来看，我国拥有超大规模市场，这为中国品牌贴近市场研发技术、推出新品、打造口碑提供了得天独厚的发展优势。企业要抓住国内市场快速升级的契机，推进品牌建设，打造更多新产品，为金字招牌积攒实力和底气。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

说数

近年来，“国潮”“国风”迅速流行，特别是在青年消费群体中，中国品牌正变得越来越有存在感。数据显示，青年群体在厨具、生鲜、家用电器等品类选择上更倾向于选择国货。下一步，相关企业需要满足市场需求，精准抓住消费群体，以更优的品质与更好的服务，赢得年轻消费者的信赖。

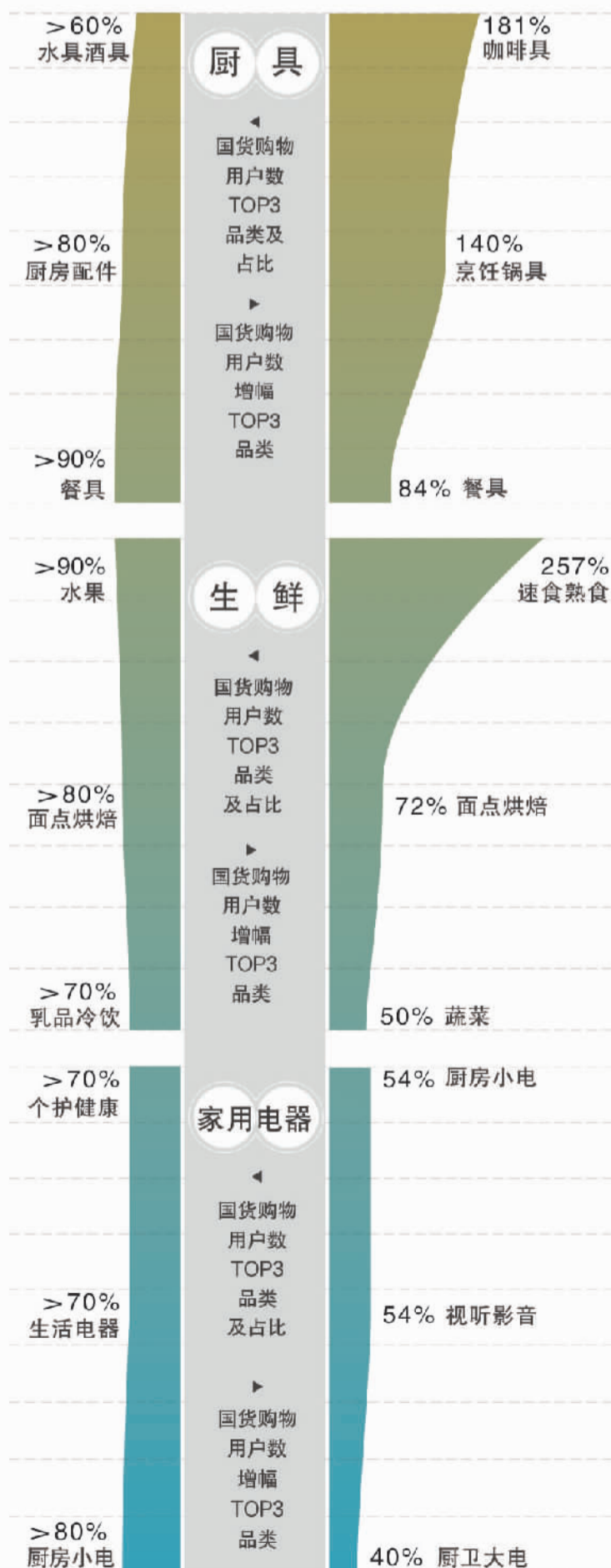
从下沉市场青年群体的消费习惯来看，不管是大品牌还是中小品牌，都将迎来更多发展机会。但值得注意的是，青年消费者面对中国品牌时，更加追求高品质、高性价比的消费。因此，企业在研发和推广产品时，必须不断树立起属于自己的品质感，持续提升口碑，这样才能赢得更多年轻消费者青睐。



更多内容 扫码观看

年轻人最爱买的国货品类

国货消费增幅亮眼品类
▼ 用户数同比增幅

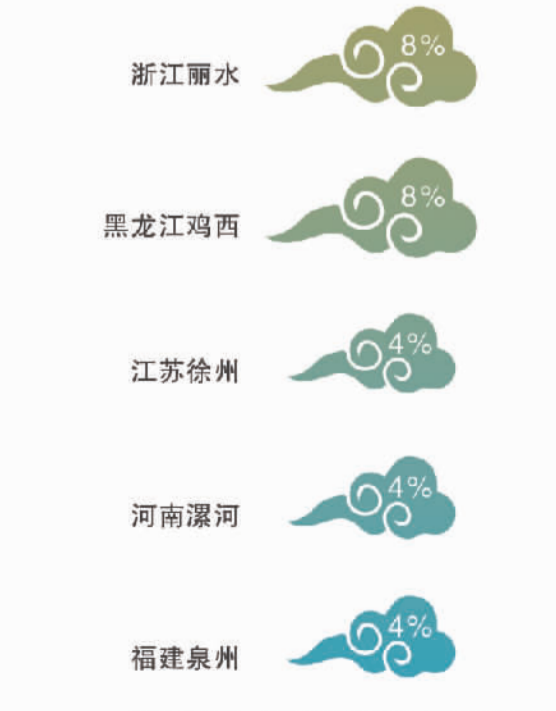


爱买国货的青年来自哪里

▼ 购买国产商品与进口商品的用户数比值TOP5省份



▼ 购买国货的用户数占比增速TOP5城市



数据周期：2022年1月1日至4月26日

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚