

经济日报携手京东发布民生消费数据之一——

# 线上购粮安全省心



## 民生消费带动行业升级

近年来,民生消费在互联网时代快速发展,从消费习惯来看,还是从消费提质、消费习惯演变的趋势来看,保障民生消费已经成为稳定社会经济、促进企业发展的重要抓手。

一方面,民生商品作为一种信任感要求高、购买频率高、用户黏性强的消费品类,对于生产和流通企业的发展非常关键。一定程度来说,如果品牌商和渠道商在民生商品领域赢得了消费者认可,不仅能够保障业务稳固发展,而且能获得拓展品类和服务模式的契机,即零售企业所期待的“高频带低频”。

另一方面,观察消费者采购米面杂粮等商品的消费习惯变化可以发现,大量用户最初在线上购买民生类产品的需求非常明确,就是“吃得更好”,其背后包含健康、营养、安全、口味等细分诉求。此后,随着线上消费习惯的养成,消费者会把更多品类的消费转移到线上,从而形成线上全品类消费拓展和升级。数据显示,健康已经成为消费者购买粮食类产品的首要因素,杂粮、低脂、低糖类产品迎来高速增长;有机产品持续热销,具备有机认证的商品品种同比增长110%,全年销售额提升78%。可以说,线上基础民生物资的消费增长成为我国市场消费升级的一个重要特征。

此外,线上民生产品消费的特色在于商品丰富度很高,各企业要注意避免产品同质化和单纯的价格竞争。用户最初选定某款产品,可能是因为线下的消费习惯延续到了线上,也可能是因为品牌的口碑。但是,在线上以搜索为主的商品选择模式下,产品命名和描述中的特质一旦能够正好切中用户需求,就更有可能形成周期性购买习惯。

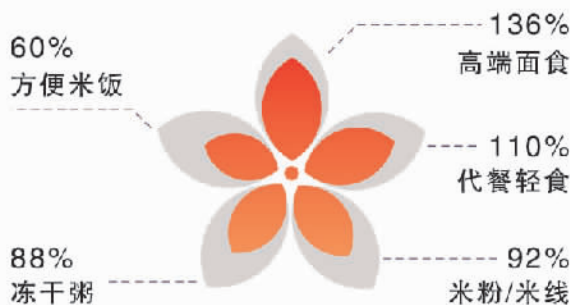
因此,企业在米面杂粮等产品的线上销售中,一定要关注特色和差异性的打造。例如,针对消费者对健康、营养的关注,商家可以进一步突出绿色、有机、无公害等产品特点。针对原产地带来的品牌效应,商家可以强化商品的产地标签、塑造产地文化,同时,还可以通过制定产地标准,严把质量关,让原产地持续成为品质标志。

(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

### 说数

方便食品具有标准化程度高、性价比高、便于保存等特点。近年来,各类方便食品层出不穷,越来越受消费者喜爱

#### 方便食品的销量同比增长率



今年以来,食用更加方便、品质更高的粮食类商品保持了较高消费增速。其中,品质、健康、地域特色等成为消费者线上购买米面杂粮时最为关注的因素。这提醒相关企业,在开展线上拓展时,一定要把打造商品特色作为核心,满足消费者在健康、口味等方面的诉求,从而赢得长期信赖。

虽然不同地域和年龄段的消费者对米面杂粮的诉求略有不同,但核心诉求均锁定在产品的营养、安全和便捷等几个要素上。因此,相关企业在这类民生必需品的生产上一定要牢牢守住品质和安全底线,然后才是针对消费者需求的创新。例如,为年轻人打造更便捷的食用体验,为年长用户提供更健康的食品原料等。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2021年

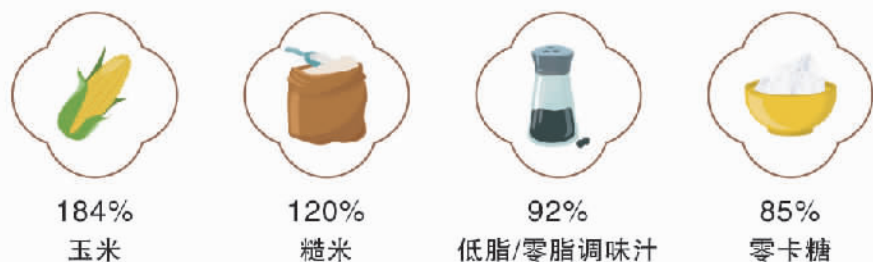
数据来源 京东消费及产业发展研究院

本版编辑 李 瞳 林 蔚

### 消费趋势变化

健康已成为消费者购买粮食类产品的首要因素,杂粮、低脂、低糖类产品迎来高速增长

#### 杂粮、低脂、低糖产品销量同比增长率



随着物流行业实现跨越式发展,消费者“买全国”的趋势愈发明显,这也带动了地标产品及地方特产产销两旺

#### 从产品品类来看

##### 销量同比增长率

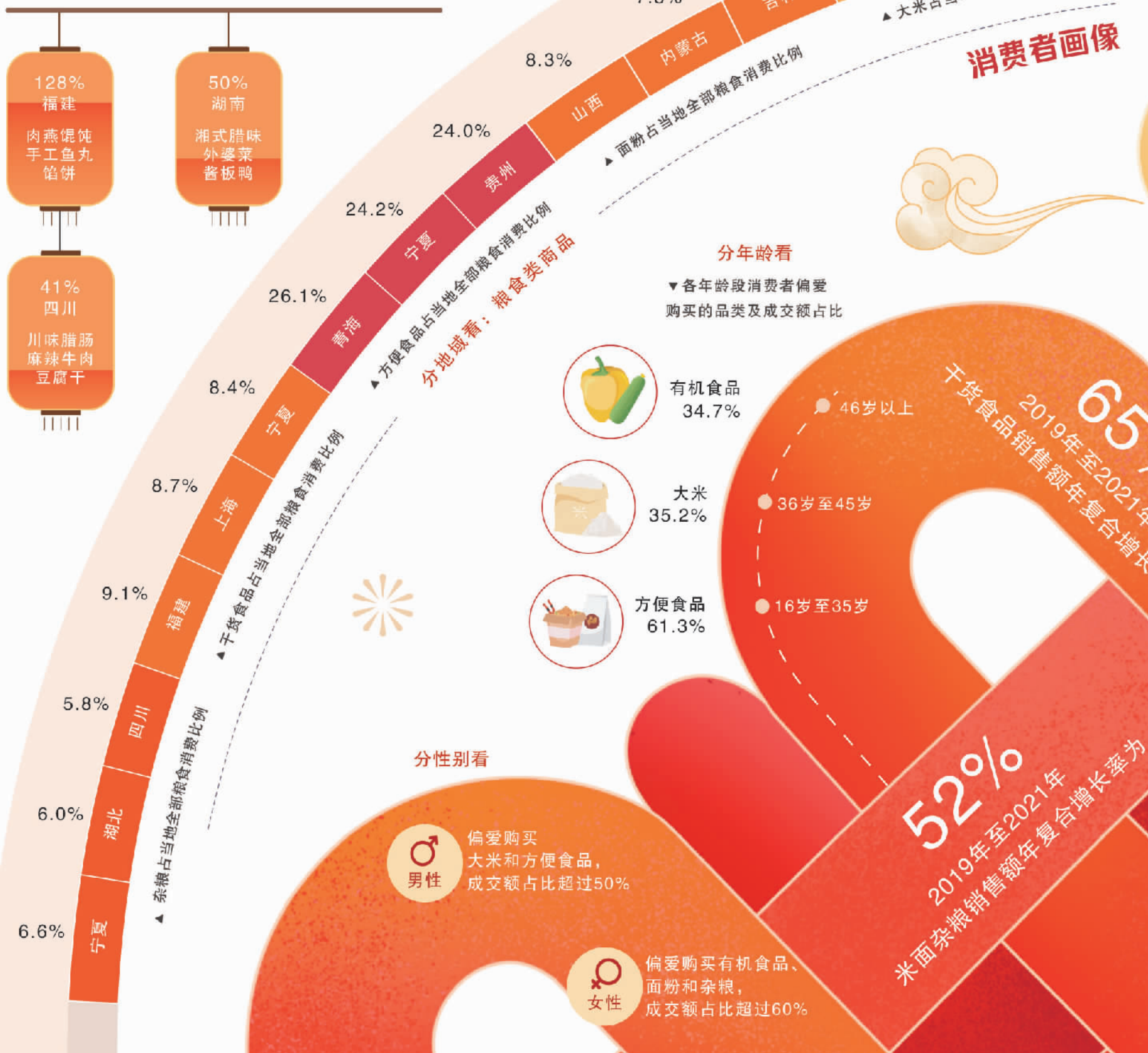


#### 从消费水平来看



#### 从地域特色来看

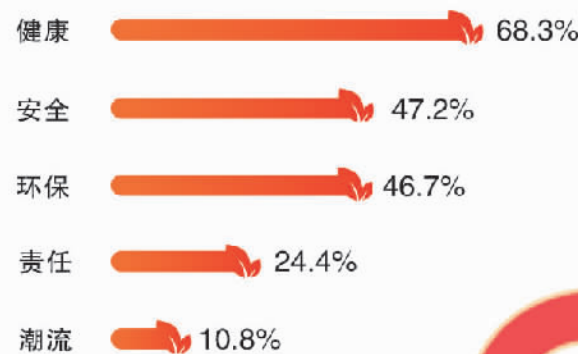
##### 近3年典型商品销售额年复合增长率



有机产品持续热销,消费者主要基于健康、安全、环保等因素选购产品



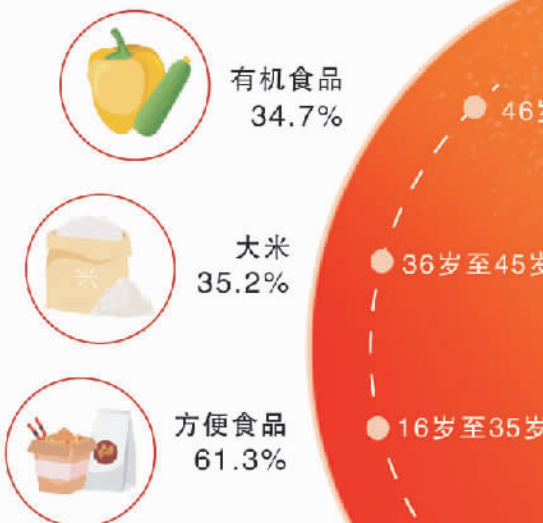
#### 消费者选择有机食品的原因及占比



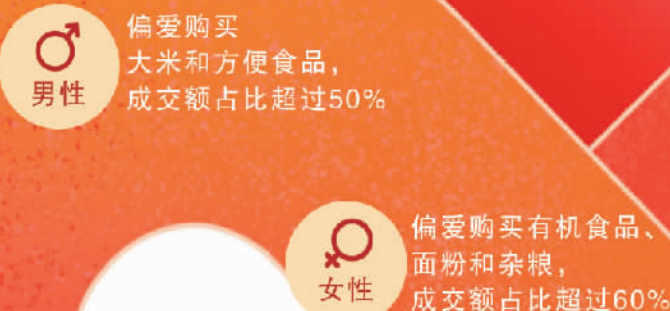
### 消费者画像

#### 分年龄看

各年龄段消费者偏爱购买的品类及成交额占比



#### 分性别看



2019年至2021年 干货食品销售额年复合增长率为 65%

2019年至2021年 米面杂粮销售额年复合增长率为 52%