

经济日报携手京东发布数据——

清凉类商品赋能夏日消费



夏日出游

暑期出游是很多家庭避暑、亲近大自然的好选择

户外清凉类产品消费金额同比增长

清凉家居 高温天气带动清凉家居产品热销。特别是中老年消费者偏爱购买清凉家居商品

清凉家居类产品消费金额同比增长

多点创意 少些套路

“是时三伏天，天气热如汤”。今年夏季高温天气频发，清凉家居类产品消费金额同比增长

受炎热天气及消费升级需求双重影响，空调、冰箱、电风扇等清凉家电销量明显增长。各大品牌厂商为吸引消费者，加大了创新力度，设计更美观、功能更人性化、细节更贴心的产品层出不穷。比如给空调增加高温除菌、自清洁功能；给冰箱产品添加恒温控制功能等。在激烈的市场竞争中，清凉家电正在提质增效。

但客观分析，近几年清凉类商品的新品、爆品并不多，然而老几样仍是市场主流。对此，企业应借助消费端增长动力逐渐由基础型需求转变为升级型需求的契机，针对不同人群精准发力，持续推动技术创新，打造差异化竞争优势，开拓新的市场空间。

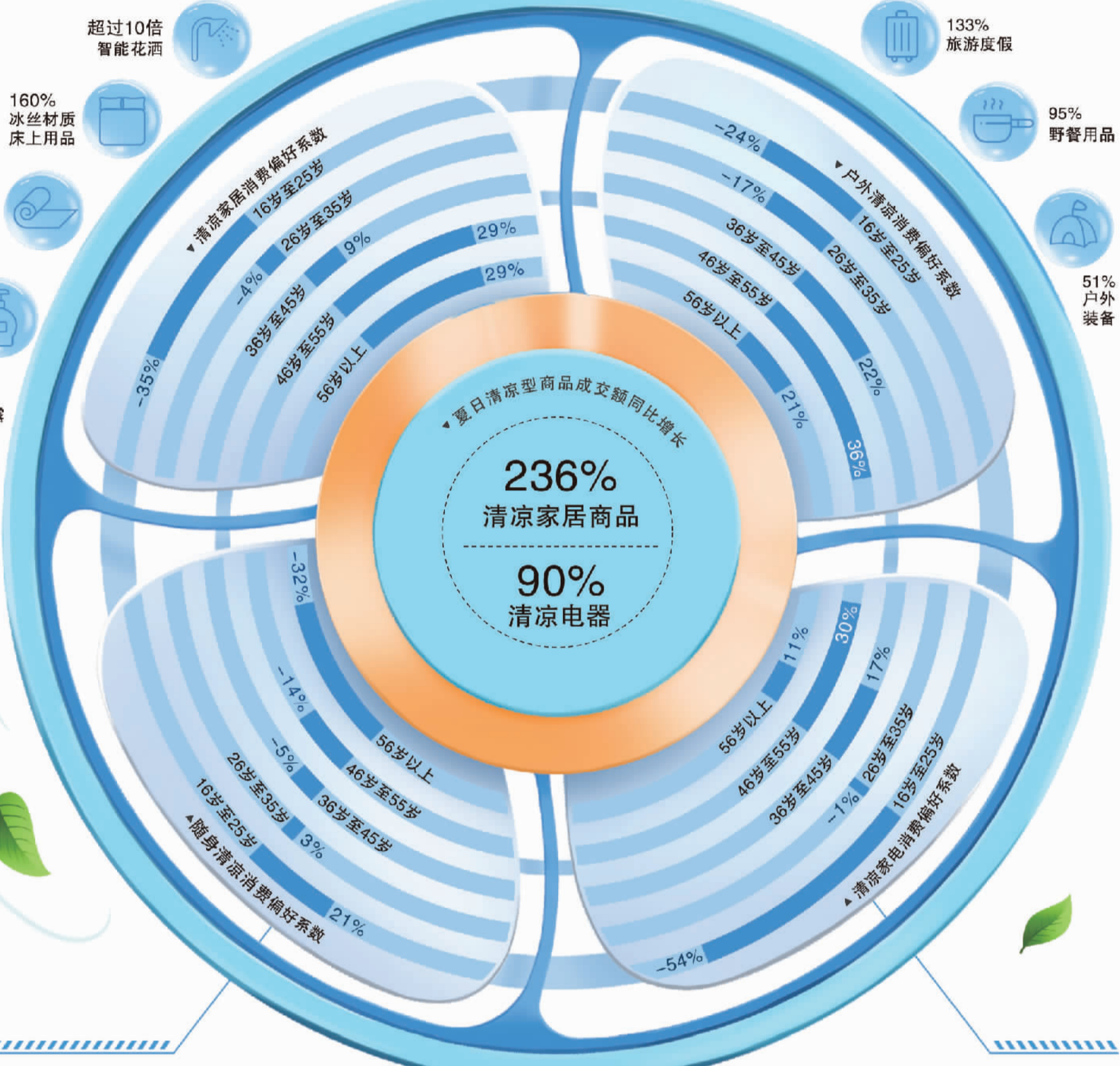
例如，在高温下，商家可针对不同类型的户外工作者开展产品创新和营销推广。既要在便捷性、实用性上下功夫，也要在营销上多一些创意，推出性价比高、接地气的好产品，帮助不同人群选择更有效的清凉消暑产品。

当下，空调、冰箱等清凉电器能够迅速更新换代，主要源于这一领域拥有品牌实力强劲的制造企业，能够较快地进行产品升级。而在日常快速消费品领域，很多企业的生产制造能力还需进一步加强。在满足消费者对清凉商品需求的过程中，企业应该更深入地应用大数据、云计算等新技术，积极向定制化、个性化方向转型。

此外，夏日也是旅游出行的高峰期，特别是避暑游非常受欢迎。但最近出现了一些热门旅游景点被全国游客“挤爆”的新闻。这背后是旅游产品类型单一，行业管理不成熟等问题的集中反映。各地要加强旅游项目管理，建立覆盖人群更广、内容更丰富的旅游项目，使消费者可以放心参与其中，激发消费潜力。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

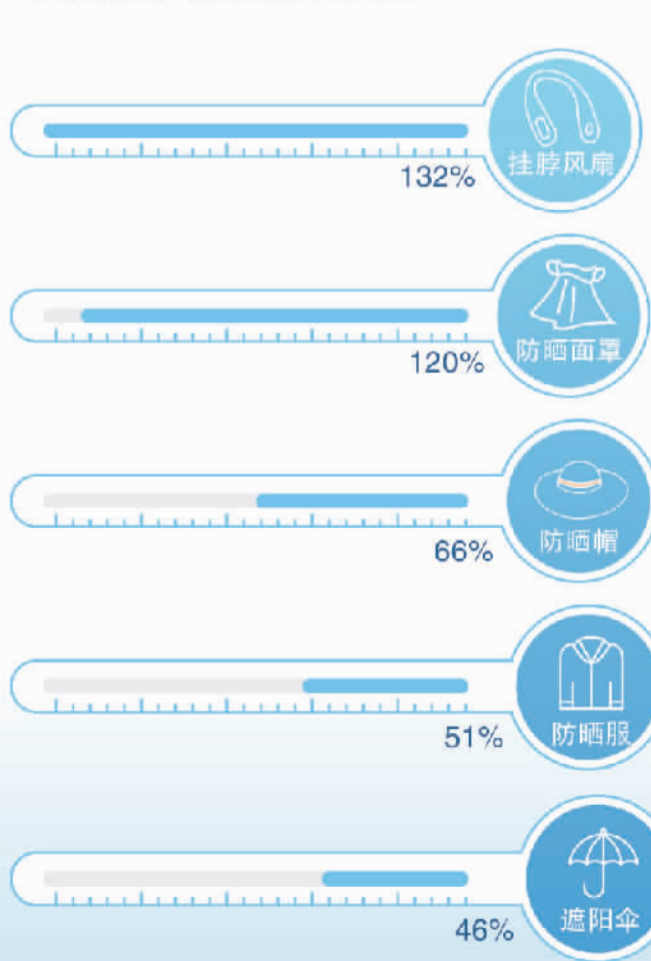
说数



随身清凉

天气炎热，人们外出活动时也需要随时带来清凉感的商品。“小而美”的挂脖风扇、防晒面罩等热销，成为夏日出行必备

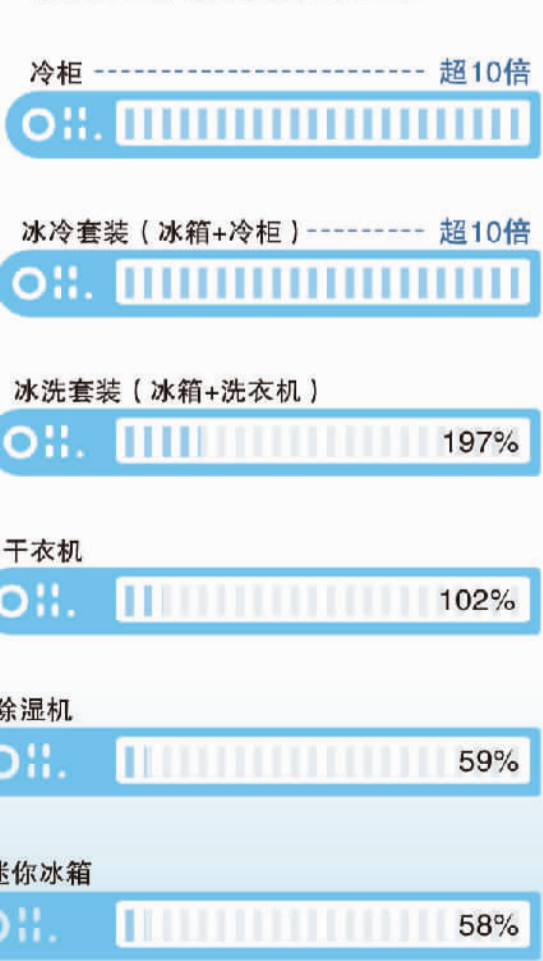
随身清凉类产品消费金额同比增长



清凉电器

这个夏天，清凉类电器可谓是最受欢迎的家电产品。其中，年龄在46岁至55岁的中年消费者最爱购买清凉类电器

清凉类电器产品消费金额同比增长



随身清凉用品消费金额同比增长



人们的消费预期逐步从满足基本需求升级为发展型、享受型消费。要想用产品打动消费者，就需要对消费需求进行深度挖掘。企业不仅要通过技术纵向改变产业格局，还要进一步完善产品功能，促进横向优化和创新。总体来看，走特色创新之路才是企业提升竞争力的有效方式。

近几年，家电产品在设计、功能、能效等方面都取得了较大提升。但根据消费者反馈，冰箱冰柜等电器在使用过程中仍存在一些短板问题，如显示屏只显示设定温度，不能显示实际温度；冷冻柜抽屉空间太小等。对此，企业应通过定期、高频地搜集分析消费者反馈，不断将用户意见融入到产品研发中。



注：偏好系数越高说明消费偏好越高；偏好系数为负数，表示该群体对此类商品的消费意愿较低

更多内容 扫码观看
数据周期：2022年6月1日至7月12日