

经济日报携手京东发布数据——

消费结构升级趋势明显



牢牢把握价值创造主线

绿色消费、智能消费、服务消费占比不断增加，代表着消费者对美好生活的向往和追求。

消费结构升级意义深远，对产业也具有一定塑造作用，其影响往往具有前瞻性。例如，精神消费无论是量的增加还是质的提升，都会带来消费群体素质和能力的优化，改变其工作和生活态度，从而进一步带来消费模式和消费能力升级，实现正向循环。

除了消费大类的改变，细分领域的结构性升级依然是主旋律。例如，在食品消费中，过去占据大头的米面粮油正在把空间让渡给水果、禽肉蛋奶和蔬菜。居民生活水平显著提升，从吃得饱到吃得好，再到吃得营养健康的趋势愈发明显。

消费结构升级一直是供需两侧相互推动、持续发展的过程。从需求侧来看，升级源于人们对生活最朴素和真实的期待，消费评价也来自于最真实的体验。

供给侧必须牢牢把握住价值创造的主线，才能实现长久发展。以智能消费为例，商品丰富度和销售额增长较快的主要是扫地机器人、智能手表、智能家居等商品，这些智能产品都是因满足消费者的需要而诞生，在不断的创新和进化过程中，又引导更多消费者形成了健康、舒适、便捷的生活方式。

而那些“为智能而智能”、生硬添加蓝牙或Wi-Fi模块却不解决核心痛点的产品，早已消失在激烈的行业竞争中。

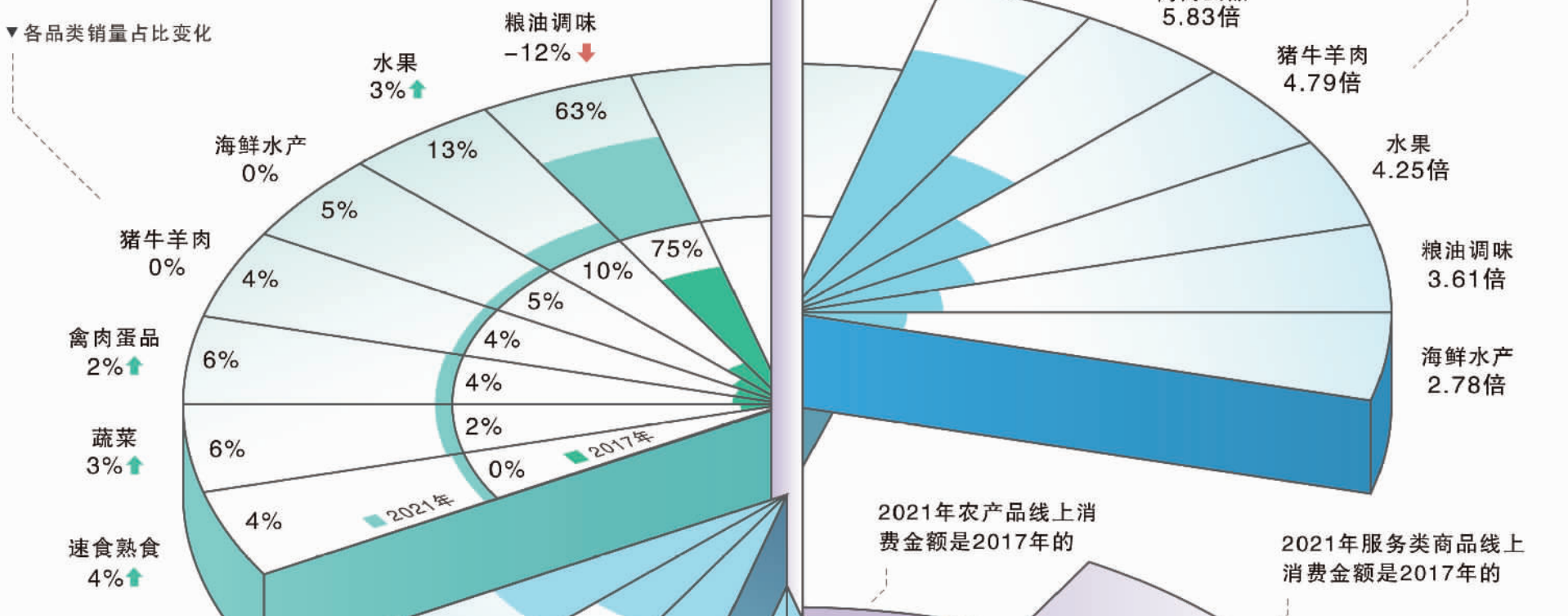
供给侧不但要把自己作为消费需求升级的满足者，更要定位为美好生活的推动者创造者。一方面，要深度挖掘用户潜在需求，另一方面，要积极在技术、设计、服务等领域不断创新，让产品和服务精准引导消费者，适度超前于需求，用扎扎实实的价值引领消费趋势。

（作者系京东消费及产业发展研究院院长）

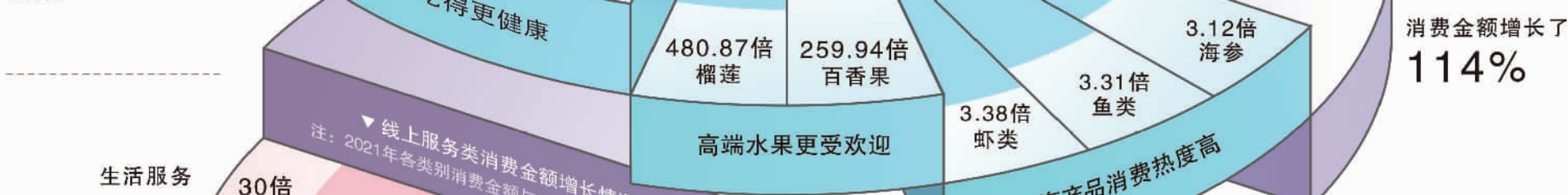
说数

随着农村地区基础设施不断完善以及物流业快速发展，来自全国各地的高质量农产品让消费者的餐桌实现快速升级

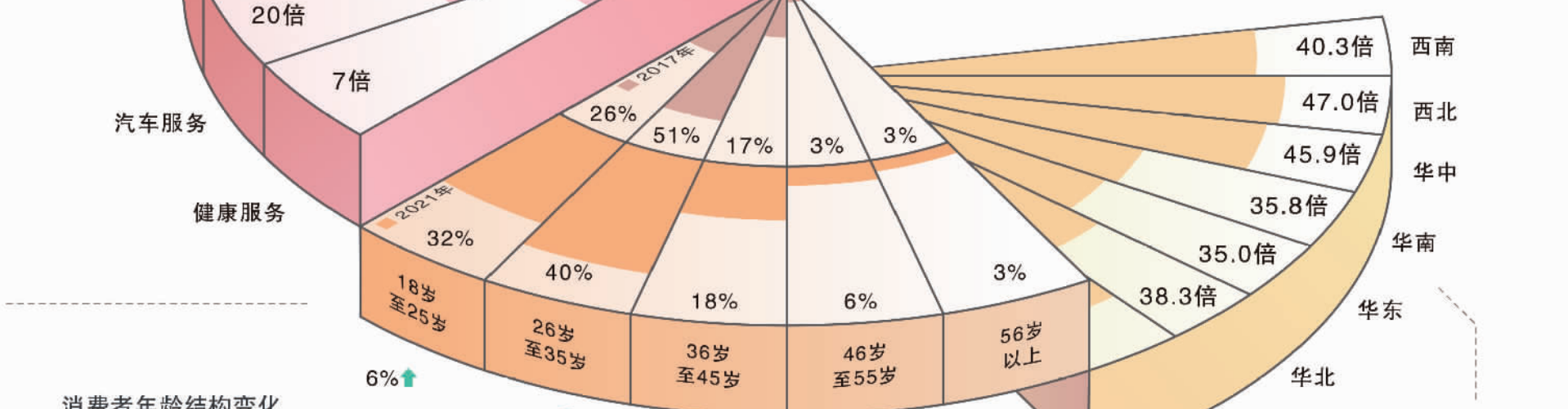
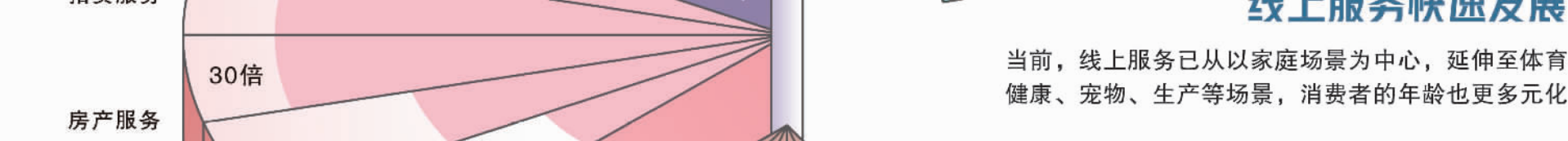
各品类销量占比变化



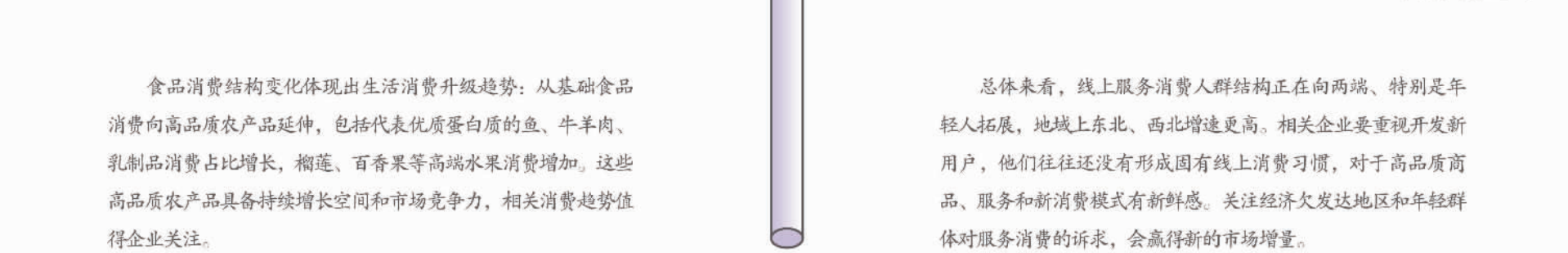
各品类消费金额增长情况



线上服务类消费金额增长情况



消费者区域结构变化

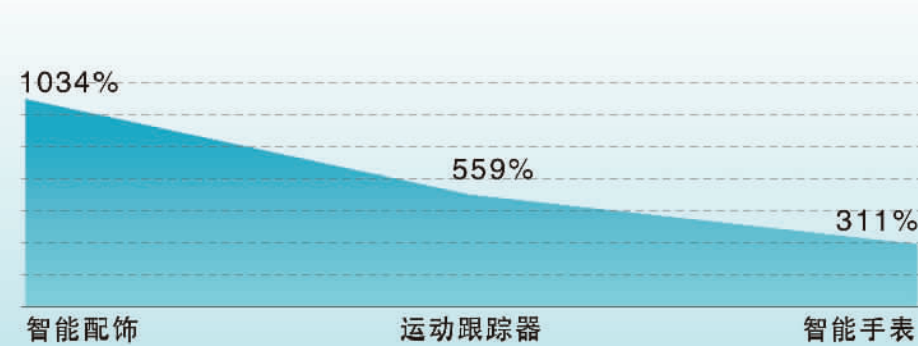


总体来看，线上服务消费人群结构正在向两端、特别是年轻人拓展，地域上东北、西北增速更高。相关企业要重视开发新用户，他们往往还没有形成固有线上消费习惯，对于高品质商品、服务和新消费模式有新鲜感。关注经济欠发达地区和年轻群体对服务消费的诉求，会赢得新的市场增量。

近5年智能产品数量增长TOP3品类



近5年智能产品消费金额增长TOP3

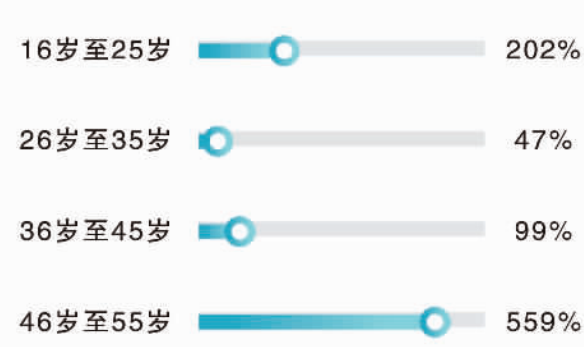


智能产品持续热销

近年来，智能产品消费呈现爆发式增长，其用户也不再局限于青年群体，越来越多的中年消费者开始选购智能产品

智能产品从潮流时尚变为生活标配，它们的价值正在被更多用户认可，用户群从年轻人向全年龄段拓展。如何降低使用门槛，优化操作模式，有效提升对消费者健康状态、便捷生活的助力，是智能产品企业在研发、营销方面的着力点。

近5年各年龄段消费群体的消费金额增速



更多内容 扫码观看



数据周期：2017年至2021年