

经济日报携手京东发布数据——

大学生消费日趋理性

与年轻消费群体共同成长

节点。面对即将到来的校园生活,他们有着大量的物资购买需求。对企业而言,能够更快更好地满足这一群体在开学季的消费需求,就能够抓住未来一年甚至几年学生消费的趋势密码。

一方面,大学生群体是未来消费市场的主力,赢得了这一群体的信赖和认可,就等于提前布局未来更为庞大的市场;另一方面,他们也是新消费的代表,无论对新兴产品和服务,还是对新型购物方式和消费模式,都有很高的接受度。因此,满足该群体消费需求就是掌握未来的流量密码。

调研和消费数据均显示,大学生群体的消费观念正在快速转变,不再一味追求个性张扬,购物心理更加理性。

理性主要体现在大学生群体消费的频率和动机。作为电子产品的重度用户及新品的绝对拥趸,大学生们的换新周期已经普遍延长到2年以上。同时,大学生群体的换新动机也更趋理性,颜值和追新不再是主要因素,不够耐用才是决定性的。调研显示,产品老旧反应慢和原有功能无法满足需求,已经成为大学生换新的主要原因。

大学生群体对购物性价比的关注也是理性消费的特征之一。

对于采购时机的选择,大学生们在开学季的消费热情甚至超越了“618”“双11”等时间节点,这也是为什么越来越多的商家选择在这一时间段进行促销活动。

此外,大学生对服务水平和消费体验的关注度大大提升。例如,超一半大学生体验过以旧换新、只换不修等增值服务;近七成大学生认为电器产品必须具备延保服务。大学生群体不仅重视服务,而且擅长享受和使用新服务。

总体来看,重视校园市场的布局和拓展,走品牌年轻化之路,将成为很多企业的重要发展路径。因此,要勇于、敢于、善于主动布局未来,通过精准洞察大学生消费需求,充分迎合和引导他们在品质、服务等方面的消费习惯,与年轻群体一同成长,为品牌注入更强生命力。

(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

说数

小到手机,大到家电,电器已成为大学生活必不可少的重要装备。其中,笔记本电脑是支出最高的电器类型,手机则是更换最快的电器,此外,剃须刀、吹风机等小电器也在大学生必购清单上。对于商家来说,在开学季这个时间点推出适合学生群体的产品及优惠活动,可以进一步增强年轻用户黏性、拓展自己的产品维度。

学生群体在购买电器产品时更关注性能、价格及品牌。其中,优惠打折是大学生们的最爱,完善的售后服务则是加分项。品牌厂商要充分认识到大学生的消费观念日趋理性,要针对产品和服务进行优化升级,用完善的售后服务擦亮品牌,通过细致的服务、极致的性价比抢占先机。

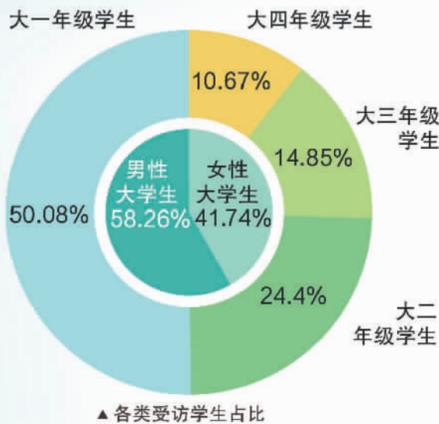
服务与折扣一个都不能少

大学生在购买电器时更在意使用期限和折扣,有近七成大学生认为,电器产品必须具备延保服务,超八成大学生更关注优惠程度

更多内容 扫码观看

数据周期: 2022年7月

注: 版面数据通过18356份有效问卷调查得出



大学生的电器消费观

购买意愿强

大学生的开学季往往也是电器消费季,且线上消费比重远远领先线下消费。同时,大学生们在这一时间段还会展现出比其他时段更强的购买意愿

▼ 大学生购买电器的渠道选择



消费能力足

大学生电器消费潜力大,最受大学生欢迎的电器品类为3C数码产品、小家电等时尚产品



▼ 最受大学生欢迎的电器品类



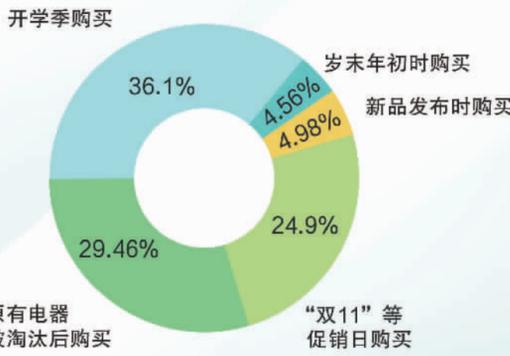
越来越多大学生尝试售后增值服务

57.26%的大学生表示体验过售后增值服务,以旧换新、只换不修等都是他们的高频使用服务

▼ 大学生售后增值服务体验情况及占比



▼ 大学生购买电器的时间段分布



▼ 大学生更新电器产品的主要原因及占比

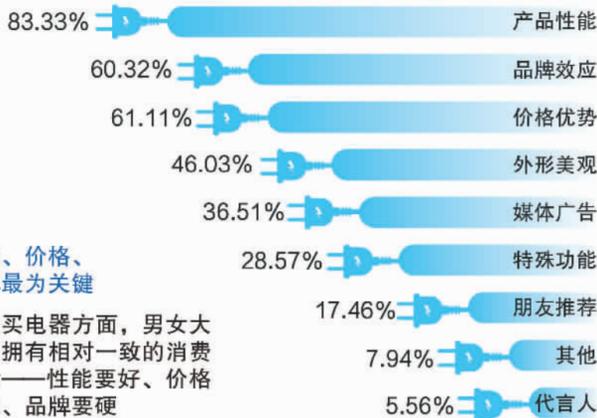


消费日趋理性的大学生们并不会频繁更换电器,他们更擅长通过售后增值服务来延长电器使用周期

消费更理性

如何吸引大学生消费群体

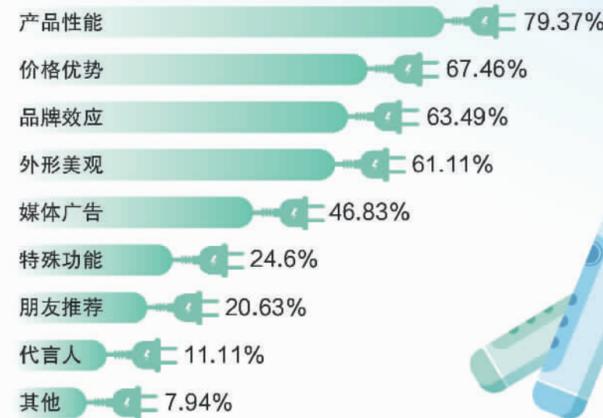
男同学购买电器的影响因素排名



性能、价格、品牌最为关键

在购买电器方面,男女大学生拥有相对一致的消费理念——性能要好、价格要低、品牌要硬

女同学购买电器的影响因素排名



▼ 大学生对优惠及售后服务的选择排名 (以下均为多选题响应率)



▼ 大学生对优惠及售后服务的偏好度

