

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 年货清单新意多



## 升级中感受

随着各地经济逐步复苏，也作为岁末年初的重要节点，在各大电商平台及各类线下市场上，花式好货已被呈递到消费者眼前。年货消费已不仅是消费升级的重要体现，更是各类趋势新品和新消费模式向下沉市场渗透的重要契机。

电器类产品是许多消费者年货清单上的必备选项，不少人希望通过春节回家的机会，为家里人提升生活质量。从不同年龄段消费者选择家电年货的偏好看，年龄越大的消费者越“求实”，他们更重视产品品质和使用体验，偏好冰箱、电视、热水器等传统电器；年龄越小则越“求新”，年轻人更喜欢给老家捎去较新颖的电器，如烘干机、洗地机、新风空调等。

不同消费群体对电器年货的不同选择，展现出年货消费正向多元化、个性化和实用化方向演进。可以说，年货清单不再是一成不变，每个消费者都在追求适合自己需求的年货。

年货舞台上的另一个重头戏——食品饮料消费，也体现出浓浓的年味和升级趋势，丰富的产品品类和消费模式更是带给消费者更多选择与不同体验。一方面，预制菜的崛起让普通人也能轻松做“大厨”，深得年轻消费者青睐；另一方面，越来越多的消费者对农产品品质提出了新要求，高质量食材的消费出现明显增长。无论是追求吃得更美味、更健康、更新鲜，还是让食材拥有红火、成功、有余等美好寓意，消费者都能找到自己心仪的食品年货。

对于企业来说，年货产品既要能表达浓浓的年味和亲情，也要尽可能多地提高使用者的生活质量和品质。因此，相关企业可以把趋势性、实用性更强的产品，加入到年货重点推荐的行列。在重视产品包装和春节氛围的同时，进一步突出产品和服务的实用价值，从而充分利用这次年货消费升级的机会，打开新的市场，创造更多发展机遇。

(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

## 说数



与去年相比，今年消费者在选购年货时有了明显的偏好变化。年轻人喜欢向老家邮寄较新颖的电器，较年长人群则开始购买集成烹饪中心等厨房里的“黑科技”。对于厂商来说，应当适时针对不同年龄段、不同线城市推出合适的产品，以抓住这次春节消费带来的新机会。

对于国人来说，年夜饭是年货采购清单上最重要的一项。近几年，很多人逢年过节必晒菜单，家庭大厨越来越多。食品类厂商应当抓住方便菜、预制菜的风口，针对人们的口味需求，以年夜饭场景为切入点，推出更喜庆、更适合全家享用的产品，进一步丰富国人的餐桌。

## 电器类年货越来越受青睐

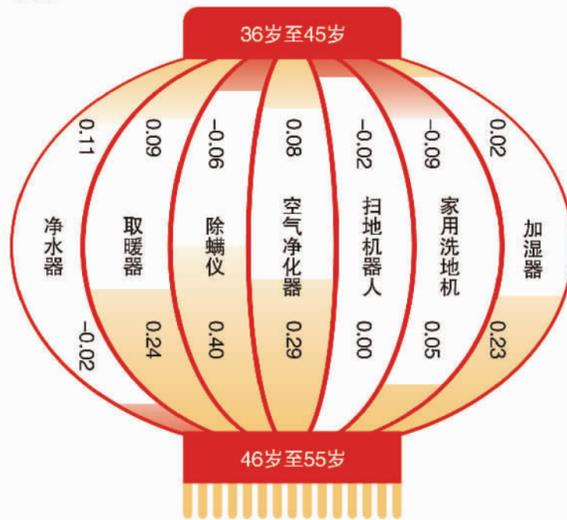
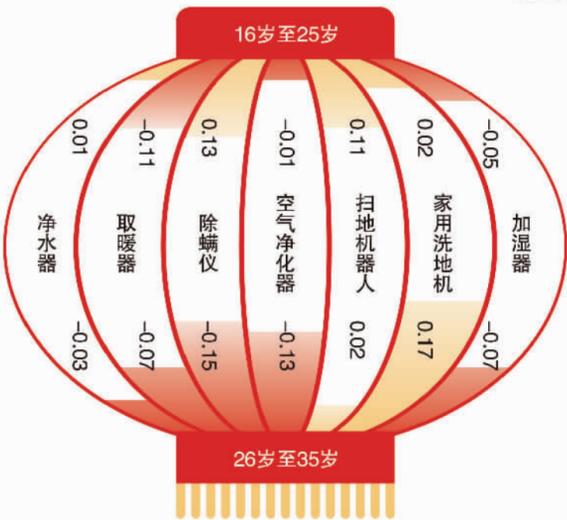
对比过去几年的年货消费市场，今年消费者更倾向于实用、性价比高的商品。其中，电器类年货越来越受关注，但各年龄段消费者对不同电器品类的偏好度不尽相同

### 各年龄段消费者对厨卫电器类年货的偏好对比

电动牙刷 空气炸锅 洗碗机 破壁机



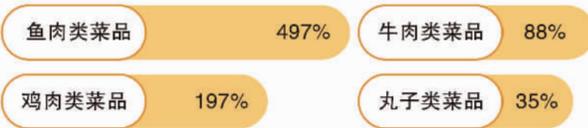
### 各年龄段消费者对小家电类年货的偏好对比



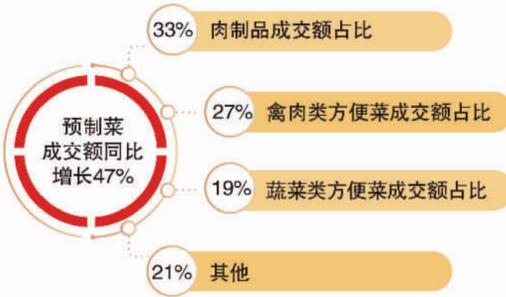
## 食品类年货消费整体平稳

对于中国人来说，过年前购买食材是必不可少的重要工作。今年，消费者对食材类年货的需求大幅增加，猪牛羊肉、水果、休闲食品等节庆食材消费明显增长

### 年夜饭菜品成交额同比增长情况



### 预制菜走上春节餐桌



### 预制菜消费情况:



### 食材类年货成交额同比增长情况



### 零食类年货成交额同比增长情况



### “小时达”带热食品类年货消费

除了异地订单，留在本地过年的消费者通过即时消费的形式，快速满足了自身对食品类年货的消费需求

### 年货礼盒消费情况:

肉干礼盒、饼干礼盒、白酒礼盒、低温熟食礼盒的销售环比增长超10倍  
腌腊制品礼盒、南北干货礼盒、水果礼盒的销售环比增长超8倍



更多内容 扫码观看