

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

小文具大生意

说数

□ 本期点评 陆飞

文具行业是典型的“小产品、大市场”，市场规模早已站上千亿级台阶。但是，在互联网时代，部分传统文具被电子产品所替代，导致文具行业受到一定冲击。新形势下，如何通过数智化赋能整个文具产业升级、怎样挖掘品牌新的核心增量已经成为各大品牌关注且迫切想要解决的焦点问题。

从消费人群看，文具产品的主要消费人群是学生和办公人士。在出生率、国家教育经费投入、高等教育扩招等条件的共同作用下，未来几年文具消费的主力人群数量会有小幅度波动，但整体将保持稳定。以大学生为例，随着高校扩招规模提升，大学生数量将进一步增加，这一群体具有相当可观的消费能力，能够给行业发展带来较大动能。

值得注意的是，大学生群体在年龄、环境、行为、经历等方面均有较多共同性，相关企业在开发适合大学生需求的产品和服务时，要找到大学生群体的消费共性，力求产品创新，从而激发大学生的消费欲望。例如，大学生群体喜欢追逐潮流，对新产品更为青睐，商家应该以“新”为突破点，研发更多智能、时尚、便捷的文具产品，逐步形成品牌效应。

同时，企业还要注重大学生休闲产品的开发。调查数据显示，40%的大学生休息时间是在睡觉和上网中度过的，部分具有商业价值且有益于大学生学习和身心健康的项目却未真正开展起来。对此，相关企业要有针对性地推出组合产品，如推出旅游与研学、智能学习机与线上学习课程相结合的产品，及时适应大学生多样的消费性格。

此外，在持续开发学生消费市场的同时，还要重视培养学生群体的理性消费观念。不能只着眼于分期购物等超前消费给市场带来的利润，而忽视其给学生带来的负面作用。商家、学校、监管部门要相互协作，加快培养学生的科学消费观，实现理性消费。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

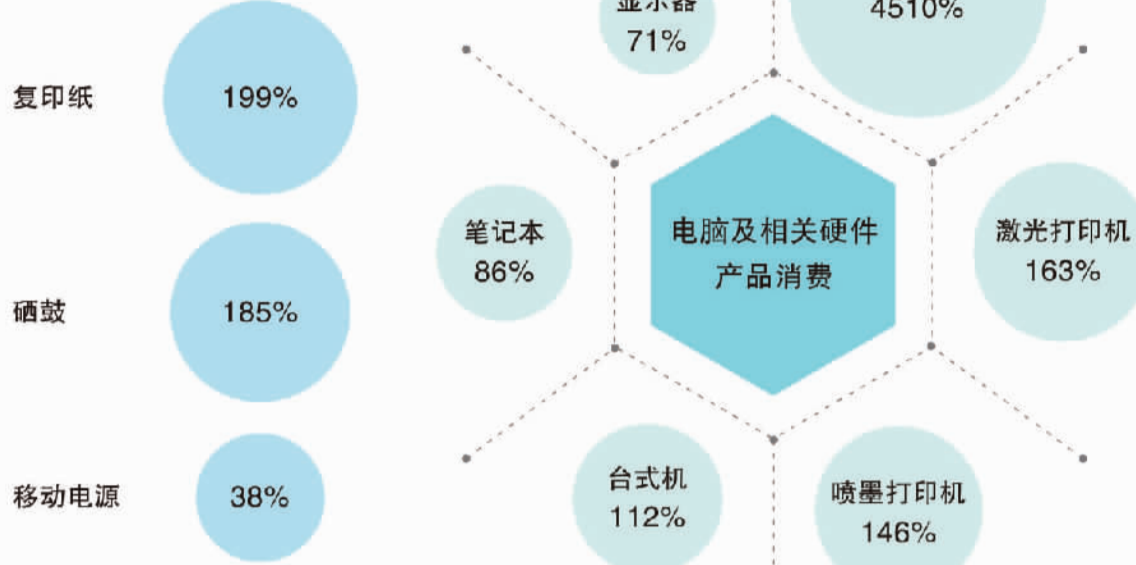


在学习用品市场，传统文具店模式已难以满足学生群体多元化、精细化消费需求。建议商家升级经营模式，逐步建立集学习用品、学习器材、教育设备、体育用品等为一体的经营体系。同时，要更加注重产品质量，严格遵守国家有关安全规定。

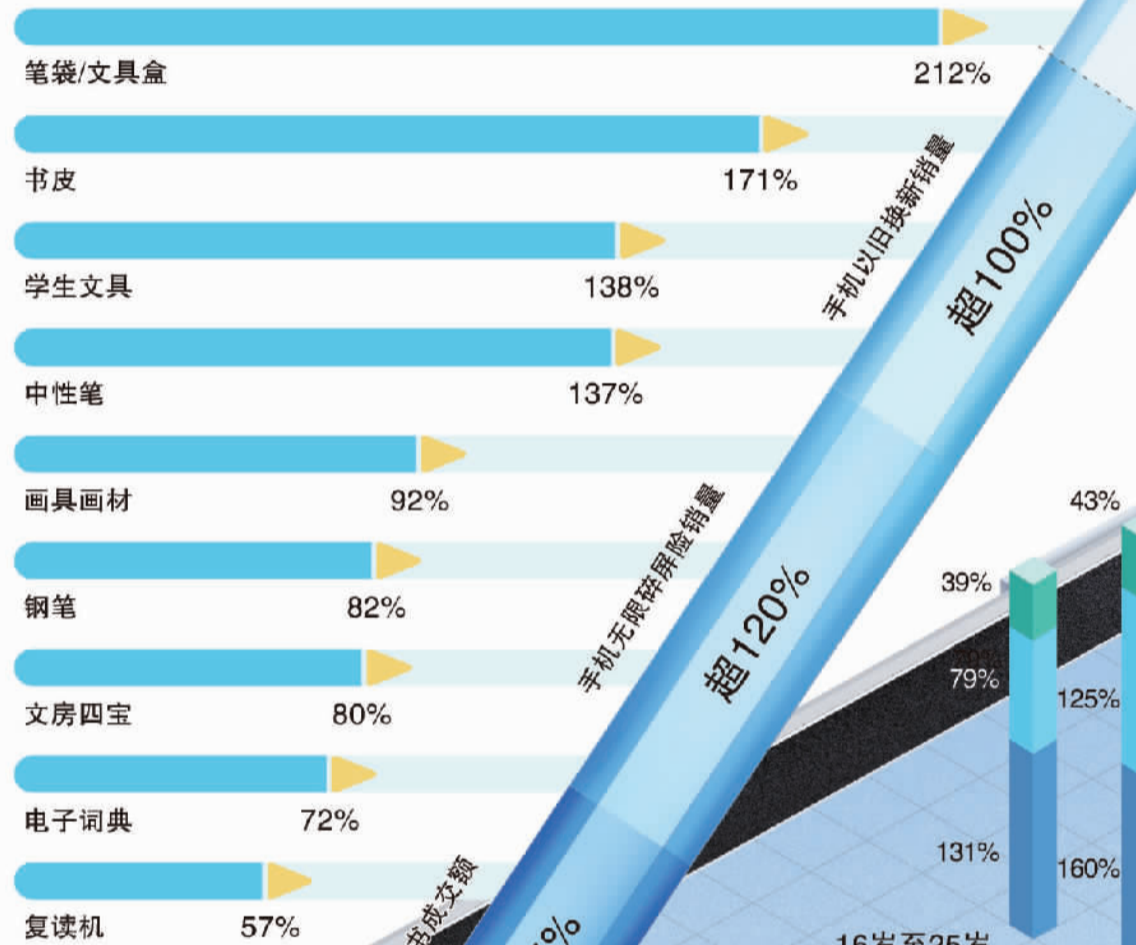
学生用品覆盖范围较广，涉及不同年龄段人群，商家要更加重视相关消费群体的特点，推出符合各类人群偏好的产品。以大学生为例，他们追求时尚、崇尚科技，对其他消费群体有很强的影响力和辐射力，商家要把握这一趋势现象，针对大学生群体消费特点推出潮流新品，挖掘新的蓝海。

1 总体消费情况

耗材类产品消费 ▼ 销量环比增长

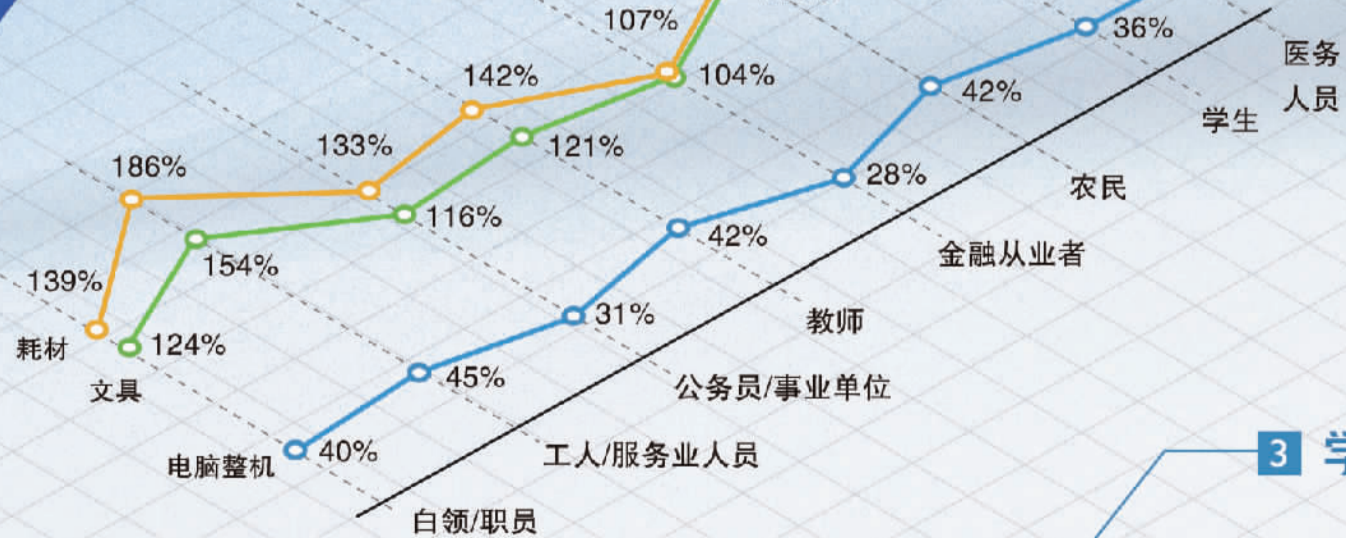


学习用品消费 ▼ 销量环比增长

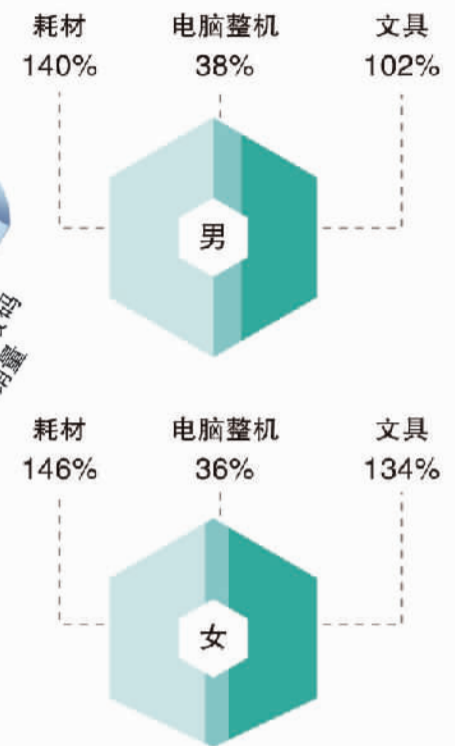


2 消费者画像

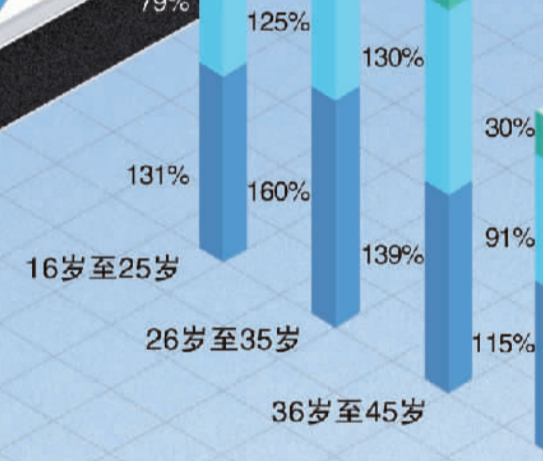
从不同职业看 ▼ 销量环比增长



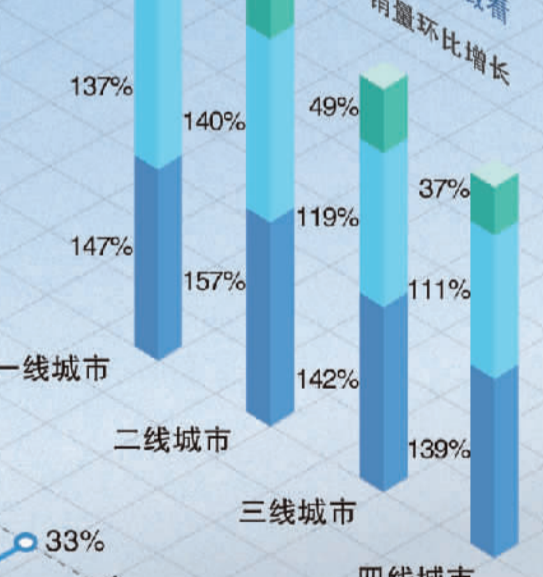
从不同性别看 ▼ 销量环比增长



从不同年龄段看 ▼ 销量环比增长



从不同区域看 ▼ 销量环比增长



3 学生群体买什么?

