

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

时尚消费春意盎然



说数

□ 本期点评 任威风

这个春天，在促消费政策持续发力的背景下，消费市场迅速回暖，消费意愿稳步回升，消费信心持续增强。逐渐恢复的消费数据，释放出我国经济复苏的信号。

随着气温回升，消费者不再抑制自己对美的需求，香水、口红等美妆产品成为这个春天不少女士的必备装备，社交需求和商务需求则带动服饰消费快速增长，部分女装品类较2022年初实现成倍增长。在商务需求驱动下，男士西服套装等商品成交额同比增长超过50%，男士护肤、彩妆、卸妆商品异军突起，带动了化妆品行业复苏。

从消费人群看，26岁至45岁的人群是时尚消费的主力，贡献了超过三分之二的成交额，这也证明社交需求的恢复是带动消费增长的主要动力。从区域看，除了北京、上海等传统优势市场，陕西、山西、新疆等中西部省份的时尚消费增长势头喜人，为行业和企业寻求市场增量带来了机遇。

随着经济的发展和生活水平的持续提高，我国时尚产业取得快速发展，形成了完备的产业链供应链，产业集群也初见规模。虽然在疫情期间遇到了短暂困难，但其呈现出的快速恢复能力也印证了时尚产业和消费市场的韧性与活力。进入数字时代，时尚元素更新换代加速，网络零售渠道发展和供应链数字化、智能化演进，促进了时尚产业设计、生产、营销等商业模式的全面创新。

人们对美好生活的向往，是时尚产业发展主要动力，随着经济全面恢复，我国时尚产业获得了更大发展机遇。以传统文化和全球时尚潮流的结合为出发点，以低碳、绿色发展为要求，以数字技术在研发、生产、营销领域的全面应用为契机，依托超大规模的市场，我国时尚产业必将释放出更大增长潜力，为经济高质量发展作出更大贡献。

(点评人：京东消费及产业发展研究院秘书长)



随着社会经济全面复苏，各类人群的商务、社交等活动正变得越来越频繁，带动了服饰、美妆等产品的消费。对此，建议品牌商和流通企业要有所准备，加快推进新品上市，积极做好促销工作，以便在竞争中占得先机。

每年春季，都是时尚品牌上新的大好时机。特别是今年，消费者对美的需求更加迫切，呈现出全新的消费趋势。建议相关品牌在认真总结分析消费者需求变化的基础上，加大研发投入，以更有性价比的价格和服务满足消费者需求。

3 哪些地区消费能力更强

注：消费能力系数越高表明该品类在当地销量越好

▼ 美妆护肤消费



1 时尚消费迎来开门红

美妆护肤：男性护肤异军突起

▼ 品类成交额同比增长



男装：商务需求高涨 套装引领增长 品类成交额同比增长

运动服饰：消费保持平稳增长

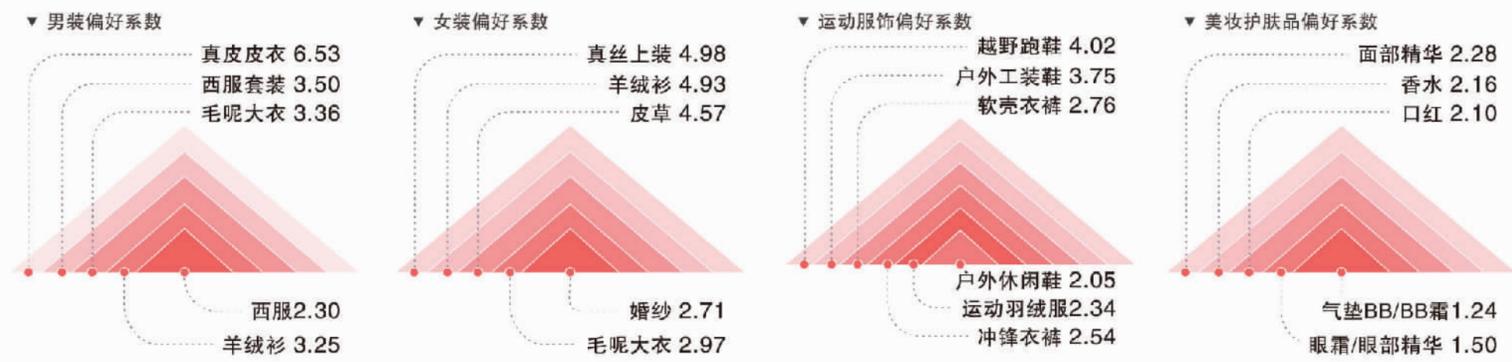
▼ 品类成交额同比增长



女装：秀禾服成交额同比增长18倍 品类成交额同比增长

2 哪些时尚产品更受欢迎

注：品类偏好系数越高表明该产品越受欢迎



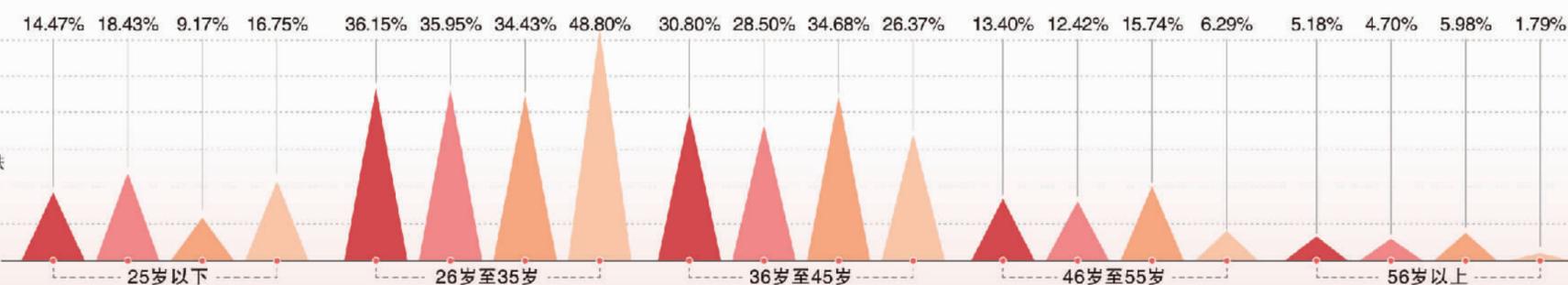
4 消费者画像

► 各年龄段消费占比



更多内容 扫码观看

- 服饰
- 男装
- 女装
- 美妆护肤



数据周期：2023年一季度 数据维度：成交额（特别说明除外）

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 田 杨