

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

成都消费市场新态势

说数

□ 本期点评 董菲

成都是一座历史悠久、文化底蕴深厚的城市,随着经济实力和城市规模持续扩大,成都拥有了更为活跃的消费市场。从消费趋势看,成都消费市场呈现饮食健康化、休闲娱乐运动化和母婴消费细分化等特征。

在饮食上,作为著名的美食之都,成都不仅有川菜、火锅等经典辣口餐饮,还有主打健康的轻食餐厅、有机食品店、素食餐厅等。同时,当地消费者十分关注营养保健食品。数据显示,婴幼儿营养、骨骼健康、维生素/矿物质、增强免疫、调节三高细分品类产品深受成都消费者喜爱。相关商家可以深耕细分健康消费市场,加大研发力度,推出满足不同消费者需求的健康产品套餐,进一步激活健康消费市场。

同时,成都消费者十分注重运动健身,线下拥有许多健身房、瑜伽馆、游泳馆等,还有许多户外运动场所,如公园、河滩、山区等。丰富的场景也持续拉动运动健身产品及服务的销售,运动鞋包、户外装备、运动服饰、体育用品、健身训练等相关产品获得消费者青睐。相关商家可以根据不同场景推出多种类型的产品服务,覆盖不同细分市场,满足消费者的多元化消费需求。

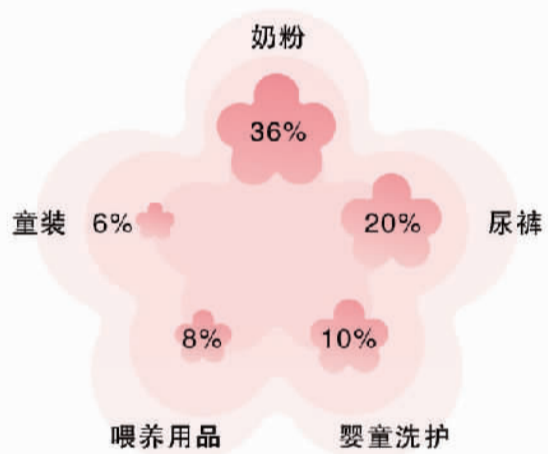
成都是一个孕婴童市场消费潜力巨大的城市,母婴消费市场的发展前景非常广阔。数据显示,奶粉、尿裤、婴童洗护、喂养用品、童装在成都地区的消费金额占比较高。同时,细分产品更受欢迎,如婴幼儿液态奶、婴童游泳尿裤、婴童湿巾、婴童消毒锅等消费金额均获得了较高的同比增速。

此外,成都各区域也呈现出不同的消费倾向性,如崇州市更关注运动产品,温江区更关注母婴产品,高新区更关注饮食产品。相关企业应充分洞察消费需求,加快对细分市场进行战略布局,提供更高品质的产品和服务,提升成都消费者的消费体验。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

4 成都消费者爱带娃

▼ 母婴产品消费额占比TOP5



奶粉细分品类:

婴幼儿液态奶消费额同比增长



尿裤细分品类:

婴童游泳尿裤消费额同比增长



婴童洗护细分品类:

婴童湿巾消费额同比增长



喂养用品细分品类:

婴童消毒锅消费额同比增长



童装细分品类:

儿童卫衣消费额同比增长



成都母婴产品消费市场呈现出越来越活跃的趋势,产品丰富度也不断提升,消费者可以根据自己的需求选择不同的服务和产品。相关企业要更加关注成都母婴消费的趋势变化,从吃到穿、从住到行,加快发掘消费新增量,并为消费者提供更好的购物体验。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2023年1月1日至4月16日

1 总体消费情况

注:本版数据均为成都市消费数据

▼ 各品类消费者数量占比



2 成都消费者爱健康

婴幼儿营养细分品类:

婴幼儿DHA类产品消费额同比增长



骨骼健康细分品类:

补钙类产品消费额同比增长



维生素/矿物质细分品类:

矿物质类产品消费额同比增长



维生素类产品消费额同比增长



增强免疫细分品类:

氨基酸类产品消费额同比增长



蛋白粉类产品消费额同比增长



调节三高细分品类:

苦瓜提取物类产品消费额同比增长



银杏提取物类产品消费额同比增长



3 成都消费者爱运动

▼ 运动户外类产品消费额占比TOP5



运动鞋包细分品类:

训练用鞋消费额同比增长



体育用品细分品类:

网球训练器、乒乓球训练器、羽毛球训练器等产品消费额同比增长



户外装备细分品类:

户外营地车消费额同比增长



健身训练细分品类:

握力器消费额同比增长



户外背包、野餐用品、烧烤用具等产品消费额同比增长



律动机、健腹轮、健身吊环、体测仪等产品消费额同比增长



运动服饰细分品类:

定制球服消费额同比增长



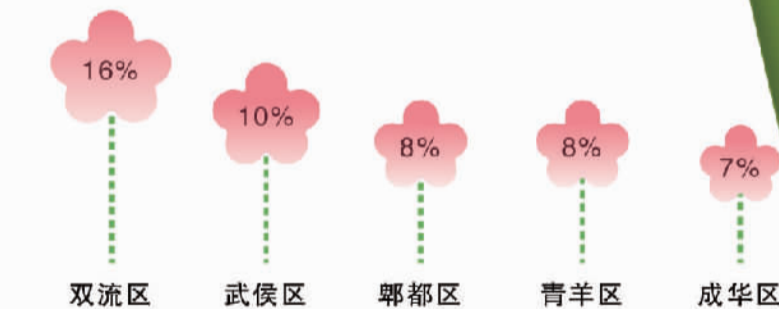
运动连衣裙、运动半身裙、运动夹克等产品消费额同比增长



随着健康意识不断提高,越来越多的成都消费者开始重视体育运动,在线上选购了更多的运动健身产品。同时,成都本身也在积极推广全民健身活动,鼓励市民参与多种形式的体育活动。建议相关企业在提供运动产品的同时,强化体育服务及专业知识的宣传,助力全民健身热潮。

5 成都各区消费特色

▼ 消费额占比TOP5区域



▼ 各区域消费偏好 注:消费额占比

更关注运动产品的区域: 崇州市 运动户外产品为3%



更关注母婴产品的区域: 温江区 母婴产品为5%



更关注饮食产品的区域: 高新区 食品饮料与营养保健品为8%



更关注数码产品的区域: 武侯区 数码产品为5%



更关注美妆护肤产品的区域: 青白江区 美妆护肤产品为4%

