

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

消费市场步入精细化阶段



说数

□ 本期点评 明 军

近几年,流量红利逐步退潮,获客成本持续增高,消费者需求越来越细分,市场竞争愈发激烈。面对新趋势、新变化、新挑战,精细化经营成为企业保持竞争力、增强影响力的重要发展方向和路径。

一方面,精细化经营要围绕核心用户展开,并精准预判用户需求。通过细致的市场调研和科学的数据分析,相关企业能够深入挖掘客户需求,根据消费者偏好有针对性地升级产品。同时,需求分析要建立在用户群细分的基础上,拓展消费需求的深度和广度,结合生活方式的变化,分析未来不同群体可能产生的需求。当前,一款商品销售持续火爆的时间越来越短,很快会被新品类、新商品替代。所以企业在经营时不能满足于一时成功,要把眼光放在未来的需求变化上,加大研发力度,多推出新品,这样才能引领新的消费潮流。

另一方面,服务体验精细化是企业获得竞争优势的有效方式之一。服务体验精细化需要不断地解决用户痛点,不忽视任何一个小问题。例如,很多电商有智能推送商品信息的算法,但消费者购买某件产品后,平台仍会继续推送该产品,然而此时该推送对消费者来说已是无用信息。这些用户体验上的小问题,需要经营者耐心挖掘,然后快速解决。

此外,对消费者行为的精细化分析也能帮助企业改善经营问题。如消费者复购最多的品类是什么,哪些新品更受欢迎,影响消费者流失的因素有哪些,等等。企业可以根据这些问题匹配资源,增加消费者留存和消费的活跃度,提高已有消费者的满意度,创造消费增量。

(点评人:京东消费及产业发展研究院行业研究员)



当前,“银发族”已成为拉动线上消费的重要人群之一。但是,市场上的适老产品明显不足,限制了老年人的消费需求。建议商家充分重视老年消费者需求,提高适老商品与老年需求的匹配度,并为他们简化购物流程、解决网购支付障碍,从而提高“银发族”的消费体验。

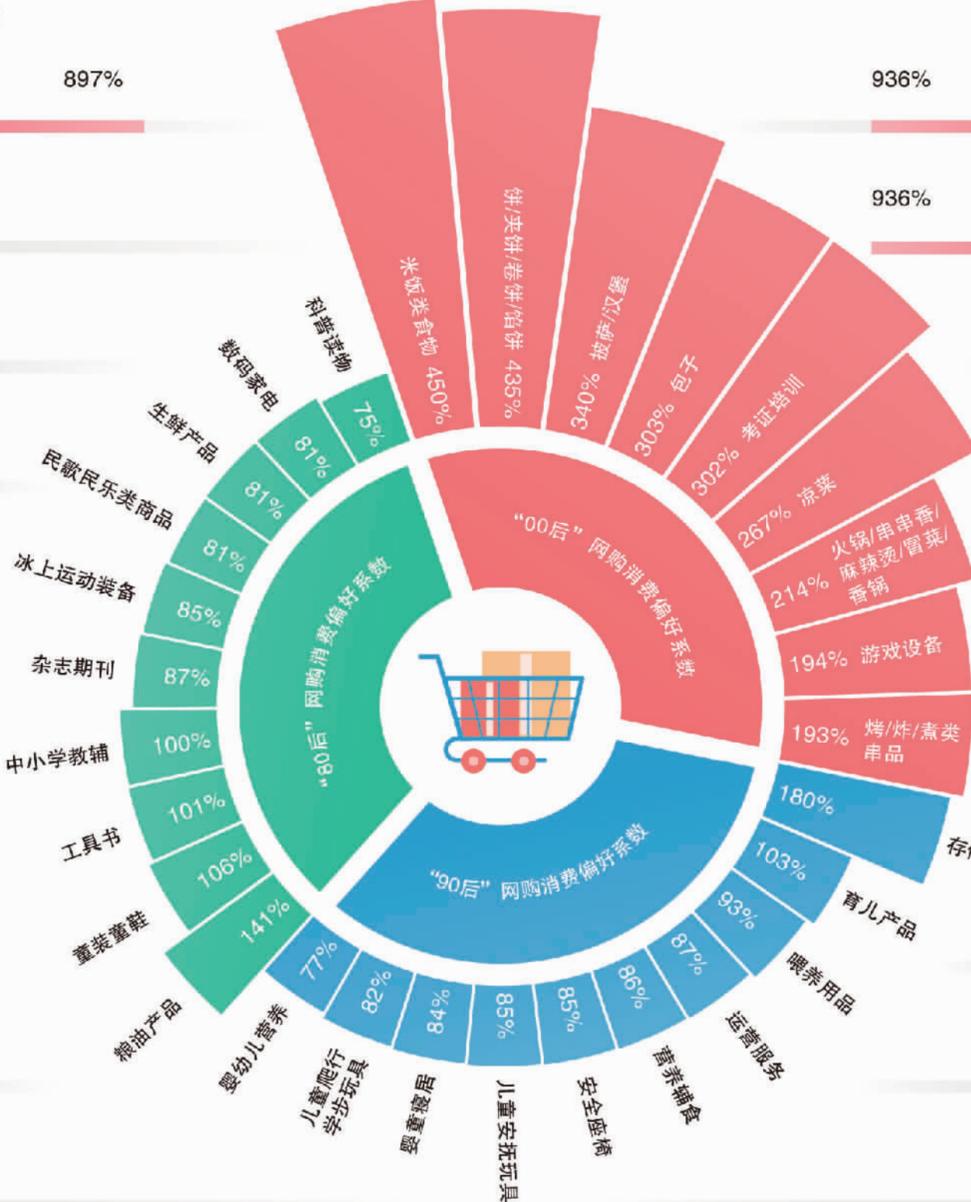
县域农村地区是促进消费增长的重要力量,但目前来看,县域农村地区市场上仍存在很多高仿产品,且有从线下向线上转移的趋势。生产售卖高仿产品既伤害了消费者体验,也会对生产端和销售端产生不利影响。无论是厂家还是商家,都不能把下沉市场看作是倾销假货假货的市场,而是要把适合下沉市场需求的商品匹配到这里,真正满足消费者需求,激活消费潜力。

▼ 城市居民网购消费偏好系数



1 不同年龄段消费者网购偏好

▼ “70后”网购消费偏好系数

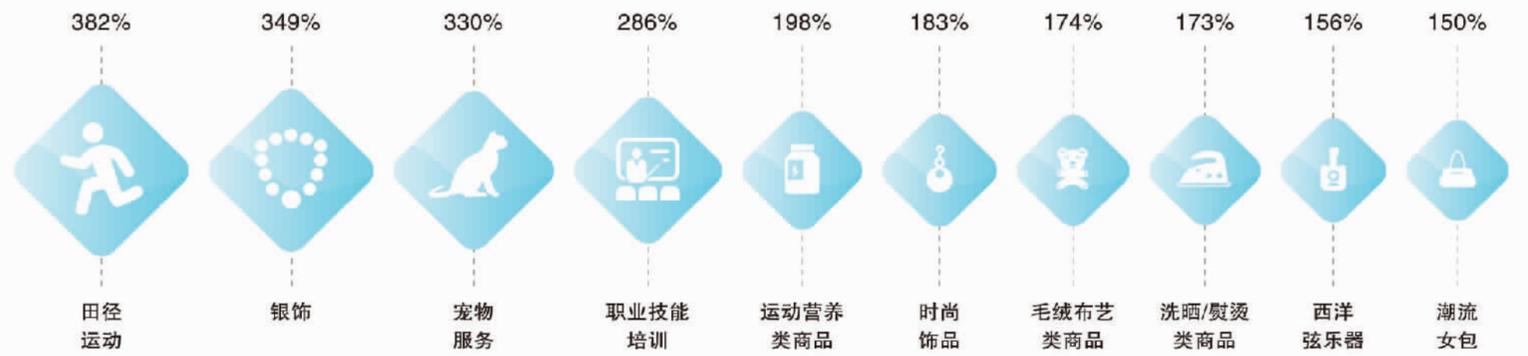


▼ “银发族”网购消费偏好系数



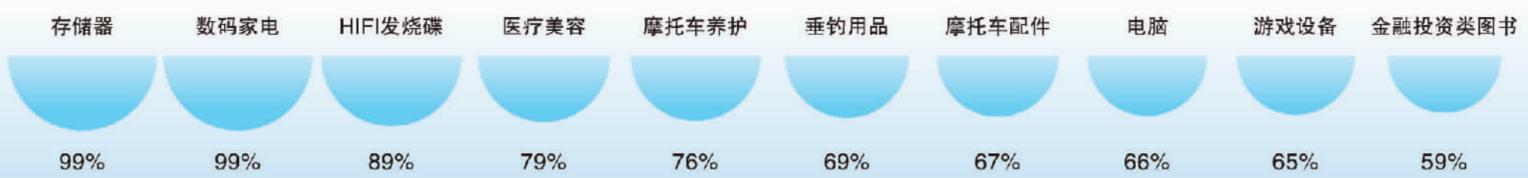
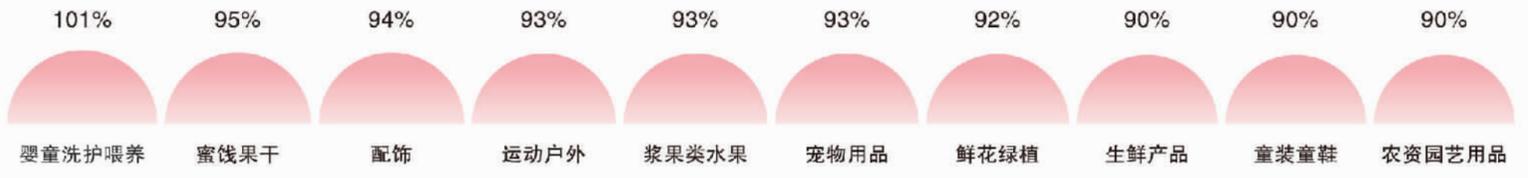
2 不同地区消费者网购偏好

▼ 县域农村地区居民网购消费偏好系数



3 不同性别消费者网购偏好

▼ 女性消费者网购消费偏好系数



▲ 男性消费者网购消费偏好系数

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 田 杨



数据周期: 2023年1月1日至 2023年5月31日
注: 偏好系数越高表明该品类商品越受欢迎