

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

“618”释放消费潜力

说数

□ 本期点评 任威风

作为一年一度的年中促销活动,“618”已成为观察消费趋势变化的重要窗口。今年“618”,在更丰富的产品、更实在的价格、更专业的服务共同推动下,居民消费热情被激发,各品类成交额快速提升。

首先,品质化消费趋势不减。在家电家居一体化发展的推动下,家庭大件消费快速增长,装修支出明显增多,提升生活品质的智能产品更受青睐;个人消费则呈现出个性化和多元化趋势,健康生活方式带动营养保健、户外运动等品类销售额增长,健康、舒适成为悦己消费的典型特征;供应链效率提升则让各地美食走上消费者餐桌,安全、新鲜、绿色成为餐饮消费关键词。

其次,服务消费持续保持快速增长势头,成为助推消费市场提质扩容的重要力量。其中,专业化服务进一步激发了消费需求的释放,如跨品类以旧换新服务有效刺激了家电、手机等产品的消费;完备的售后服务持续优化购物体验,从而激发了消费者购物热情。

此外,今年“618”促销期间,线下商家也取得良好业绩。在线上电商加大促销力度的同时,线下实体企业和服务业也纷纷加码,通过促销打折活动,以及多样化的消费体验活动,各行业协同联动,共同促进了线下消费增长。

如今“618”,已经不再是“网购节”的代名词。在数字经济和实体经济深度融合过程中,平台企业、制造企业、零售企业运用数字技术赋能行业发展,推动了新产品、新服务、新场景落地,并凭借消费引领供给、供给创造需求的发展路径,展现了消费对经济发展的促进作用,为构建现代化产业体系作出了贡献。

(点评人:京东消费及产业发展研究院秘书长)



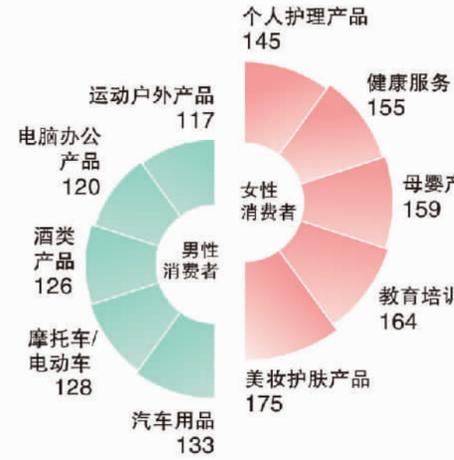
在家庭生活消费场景中,家电家具产品细分化、精细化升级态势明显,且二者的使用场景较为同步,呈现出明显的一体化发展态势。建议相关企业把握消费者对居家场景的整体要求,提供一体化、定制化产品服务解决方案。

“悦己”已成为时尚消费的主流趋势,消费者越来越注重个性化表达和定制化体验。“618”期间,各大品牌和商家要通过销售数据洞察消费者需求,通过数据变化明晰产品升级路径,通过不断迭代升级匹配消费者的各项要求。

服务消费已成为消费提质扩容的主要增长点,数字技术的发展对线下传统服务企业和从业者是挑战更是机会,在不断提升服务质量的同时,相关企业还要积极与电商平台及生活服务平台开展合作,获取更多商机,开拓更大市场。

4 消费者特征

从性别看
▼ 偏好指数 注:偏好指数越高表明该产品越受欢迎



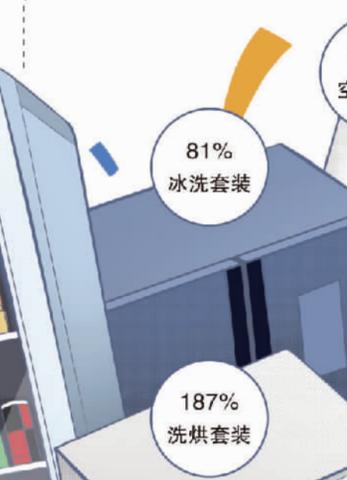
数据周期: 2023年5月31日至6月12日

1 家庭消费细分化

细分产品消费旺 ▼ 成交额同比增长

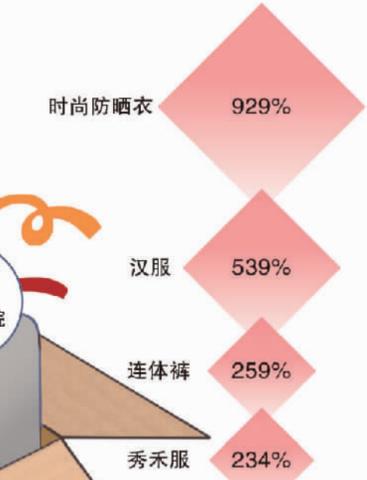


家电套装受欢迎 ▼ 成交额同比增长

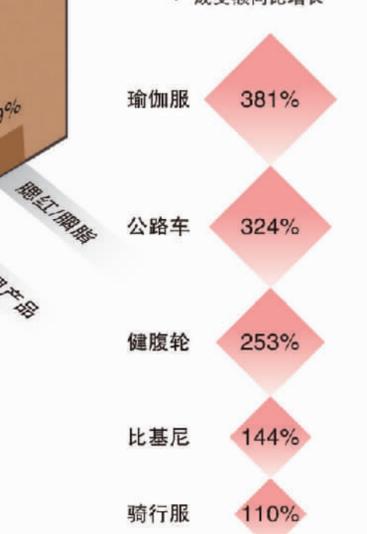


2 个人消费多元化

服饰消费热度高 ▼ 成交额同比增长



运动产品受青睐 ▼ 成交额同比增长



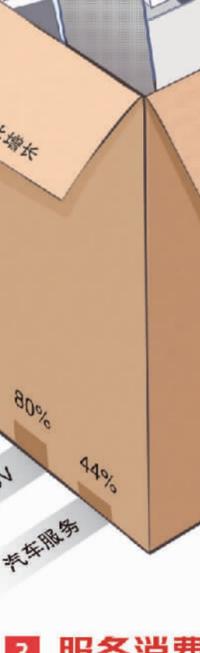
装修热带动家装消费 ▼ 成交额同比增长



汽车消费进入快车道 ▼ 成交额同比增长

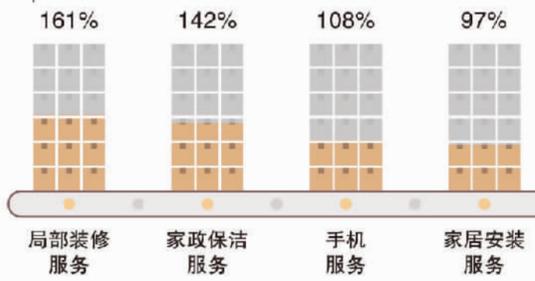


颜值消费增长快 ▼ 成交额同比增长



3 服务消费提质扩容

专业服务保障消费体验 ▼ 成交额同比增长



健康服务保障美好生活 ▼ 成交额同比增长



从年龄看 ▼ 各年龄段消费者偏好指数 注:偏好指数越高表明该产品越受欢迎

