→②在这里读懂 中国消费

电脑办公

产品

150

数码产品 146

7////113333

手机通讯

产品

153

美妆护肤

产品

147

家居日用

产品

153

▼ 石家庄消费者偏好

食品饮料

图为石家庄市市花月季

6.24%

5.29%

空调

剃须刀

电风扇

7.25%

注:偏好度越高表明该产品越受石家庄市消费者欢迎

经济日报携手京东发布数据-

石家庄 年轻消费群体占比高

说数

□ 本期点评 柴祯祯

石家庄拥有深厚历史文化背景和优越交通区位优 势, 近年来经济发展迅速, 消费潜力不断释放。数据 显示,2023年上半年,石家庄全市社会消费品零售 总额1233.5亿元,同比增长13.2%,需求稳步增长, 消费亮点纷呈。

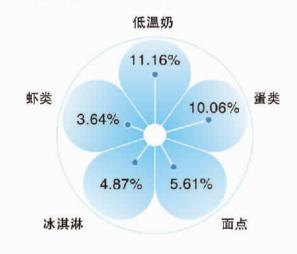
在消费品类上, 石家庄消费者的日常消费呈现 出品质升级趋势。数据显示,今年1月份至8月份, 石家庄消费者购买母婴、医药、营养保健品、手机 通讯、家用电器的占比提升明显。具体来看, 在涉 及"衣食住行"的日常消费品类中,带有新功能或 品质升级特色的商品更受青睐。例如, 更新鲜的低 温奶销量亮眼,驱动品类市场扩大;许多功能性小 家电受到消费者喜爱,销量节节攀升。同时,石家 庄消费者更加重视商品的售前、售中和售后服务, 消费需求日益精细化。

在消费人群结构上, 年轻消费群体在石家庄消 费市场中的地位越来越重要。数据显示, 石家庄35 岁以下消费者占比达到近六成。其中,25岁及以下 年龄段消费者占比在全国位列前茅。年轻消费群体 对于智能、绿色和健康等新型消费接受度更高,给 石家庄消费市场注入了新的增长动能。对此, 相关 商家应当针对相关消费场景积极创新,进一步满足 年轻消费者新需求,实现良性发展。

作为一座具有深厚历史文化和现代活力的城市, 石家庄的消费潜力仍然巨大。未来,这座城市需要进 一步开放和创新,持续优化消费环境,顺应消费升级 趋势, 打造独一无二的消费新场景和新模式, 从而培 育经济增长新引擎。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研

▼ 生鲜产品销量占比TOP5品类



▼ 生鲜产品销量增速TOP5品类

69%	68%	67%	65%	62%
A	A	A	A	A
	A	A	A	A
低温奶	新鲜蛋糕	海产礼盒	芭乐	蓝莓

2 区域消费特征





数据周期: 更多内容 扫码观看 2023年1月份至8月份



注:本版数据均为石家庄市消费数据

▼ 消费占比提升最快品类(占比变化)



+1.0%

手机通讯产品

酒类产品

158

5.96%

+1.0%

家用电器

玩具

乐器

155

生鲜产品

167

▼ 家用电器产品销量占比TOP5品类

4.08%

▼ 家用电器产品销量增速TOP5品类

5.01%

图书

4.99%

婴童护肤品

冰箱

空调外机

▼ 母婴产品销量增速TOP5品类

婆 里乳 霜纸	超10倍
婴幼儿调味品	156%
婴幼儿运动服	147%
孕产妇鞋帽袜	98%
儿童T恤	95%
儿童T恤 ——	95%

▼ 母婴产品销量占比TOP5品类



婴童拉拉裤



叶黄素/越橘 15.10% 提取物类 钙类 8.72% 5.25% 5.27% 5.58% 益生菌类 养肝清肺类

▼ 营养保健产品销量增速TOP5品类 104% 101% 95% 169% 133%



Q10类 利喉类 能量饮品 提取物类

167% 150% 538% 207% 168% 内衣裤 空调 刀筷砧板 煮茶器/ 冷柜 清洗机 套装 消毒机 电茶盘

123.31% 127.61% 109.48% 96.13% 510.23%

槐树镇

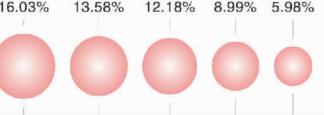
▼ 消费者数量占比TOP5区县 12.18%

裕华区

▼ 成交额增速TOP5乡镇及街道

长寿街道

长安区



桥西区

新华区

鹿泉区

石井乡

2.66% 2.41% 2.21%

辛集镇

红旗街道

▼ 消费者数量占比TOP5乡镇及街道

四微街道

建华南街道 谈固街道 正定镇

1.72%

石岗街道

1.59%

在石家庄, 无论是生鲜产 品、家用电器,还是近两年备受青 睐的营养保健品,线上销量均呈现显著 增长态势,可见线上消费已渗透至石家 广消费者日常生活的方方面面。石家广 线上消费具有较为浓郁的生活气息,并 展现出品质升级趋势。以生鲜消费为 例, 低温奶、新鲜蛋糕、海产礼盒销量 增速位居前三, 石家庄消费者日常生活 趋向品质化。

年轻消费者在石家庄消费中占有重 要地位,35岁以下消费者占比近六成, 这给石家庄消费市场注入了新动能。更 爱尝试新产品与新服务的年轻消费群体 崛起, 使得部分趋势品类迎来快速增 长。许多传统消费品类如家电、家居等 也呈现出新变化,个性化、智能化发展 趋势更加明显,消费也逐渐从功能需求 延展至情绪需求。

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 朱双健

16.03% 13.58%