

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

提升性价比 释放消费潜力

说数

□ 本期点评 董菲

今年的“双11”，性价比成为主旋律。一项针对“双11”消费的调研数据显示，当下消费者在“双11”消费中最关注的是价格和品质，并且更期待商家和渠道推出性价比机制。同时，饱受套路之苦的消费者，将促销方式作为选择购买渠道的重要标准，没有套路的“真低价”更受消费者青睐。

从“双11”首周的销售趋势来看，消费者的购物热情被充分调动了起来，大量品牌和商家刷新销售纪录，近30个品牌销售超10亿元，近1.5万个品牌成交额同比增长超5倍，近9000个品牌成交额同比增长超10倍。“双11”不仅为消费者带来了丰富的低价优质好物和超预期服务，同时也帮助众多品牌、商家、合作伙伴实现了健康、可持续的增长，增强了消费市场的活力。

诸多新趋势品类迎来销售爆发。在越发多元化的消费需求下，精细化家电家居产品更受消费者追捧，“双11”首周超薄平嵌冰箱、新风空调、净热一体净水器等家电品类受到高度关注；同时，居家和出行类产品及服务也获得消费者青睐，智能美妆浴室柜、豆腐块沙发、抽拉碗碟架等居家好物，以及出境度假游、机票业务等销售均获得了高速增长。此外，新能源汽车及高性价比的汽车用品成为今年“双11”消费者关注的一大焦点。

“双11”首周的销售火热，不仅体现在消费者的购物热情，同时也反映出企业采购市场的活跃。商用工作站、商业办公柜、商用净水设备等采购均取得了同比高速增长。除商品采购外，企业客户对延保等服务的需求也在不断增长。

总体来看，当下的消费者和企业，对于购物渠道综合服务能力的要求越来越高，更加追求集产品、价格、服务于一体的综合消费体验。随着电商平台不断改进完善，实体商业持续转型升级以及线下渠道数字化发展，年度大促“双11”对消费的带动作用还将不断增强，对实体经济的溢出效应还将持续凸显。

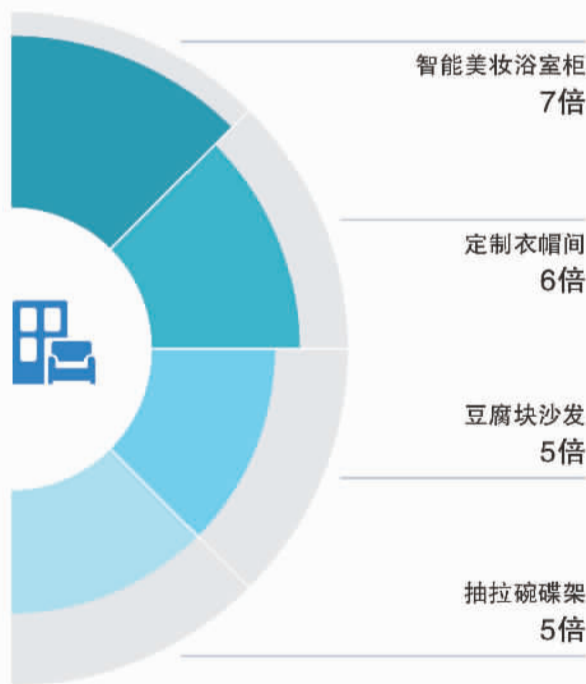
(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



今年“双11”有更多品牌商家实现了爆发式的业绩增长，产品种类也更加多元丰富，特别是来自全球各地的品质商品进一步丰富了消费者的购物选择，智能手表、运动配饰、厨房小家电配件、出行等多品类均获得了高速增长。

2 居家与出行消费增长快

▼ 家具产品成交额同比增长情况

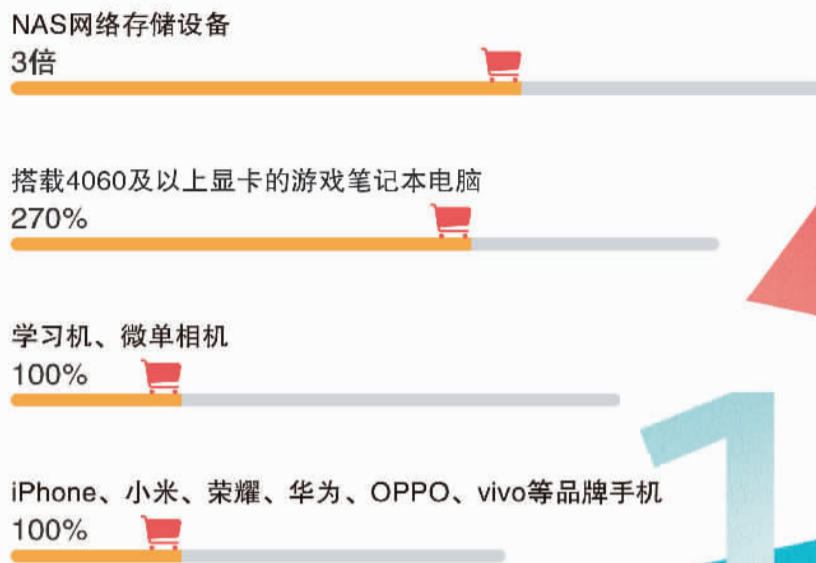


“双11”刚开始，消费者的购物热情被充分调动起来，更多新趋势品类迎来销售增长。精细化家电家居产品更受消费者追捧，时尚服饰、美妆、运动户外等品类也实现销售快速增长。

1 数码家电受欢迎

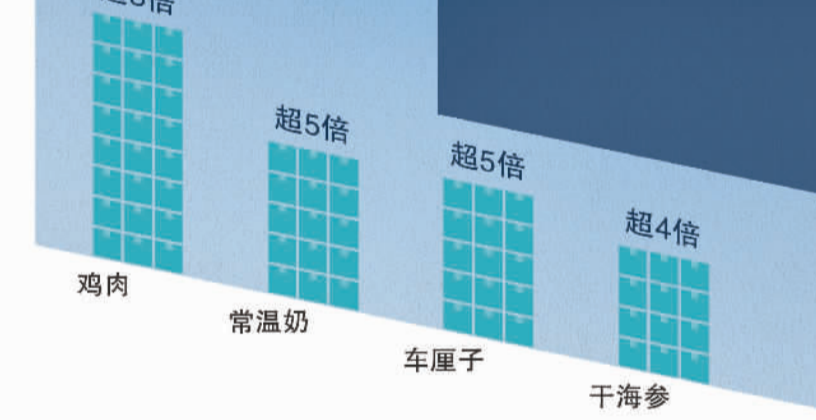
▼ 数码产品成交额同比增长情况

注：该数据周期为10月31日20:00至20:10

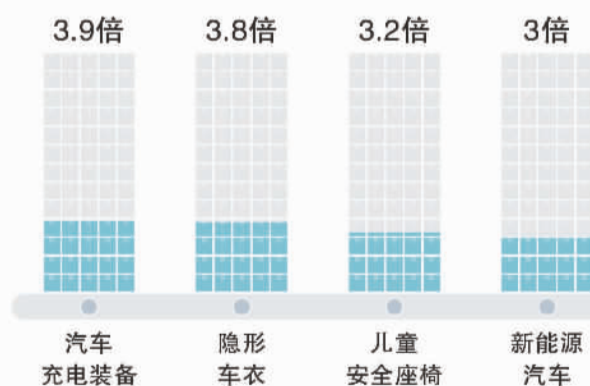


近1.5万个品牌成交额同比增长超5倍

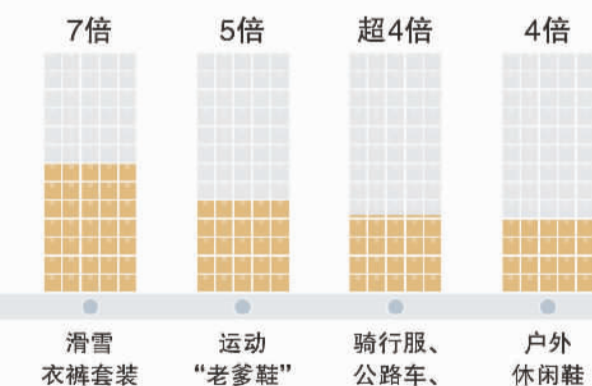
▼ 食品销量同比增长情况
注：该数据周期为10月31日20:00至20:10



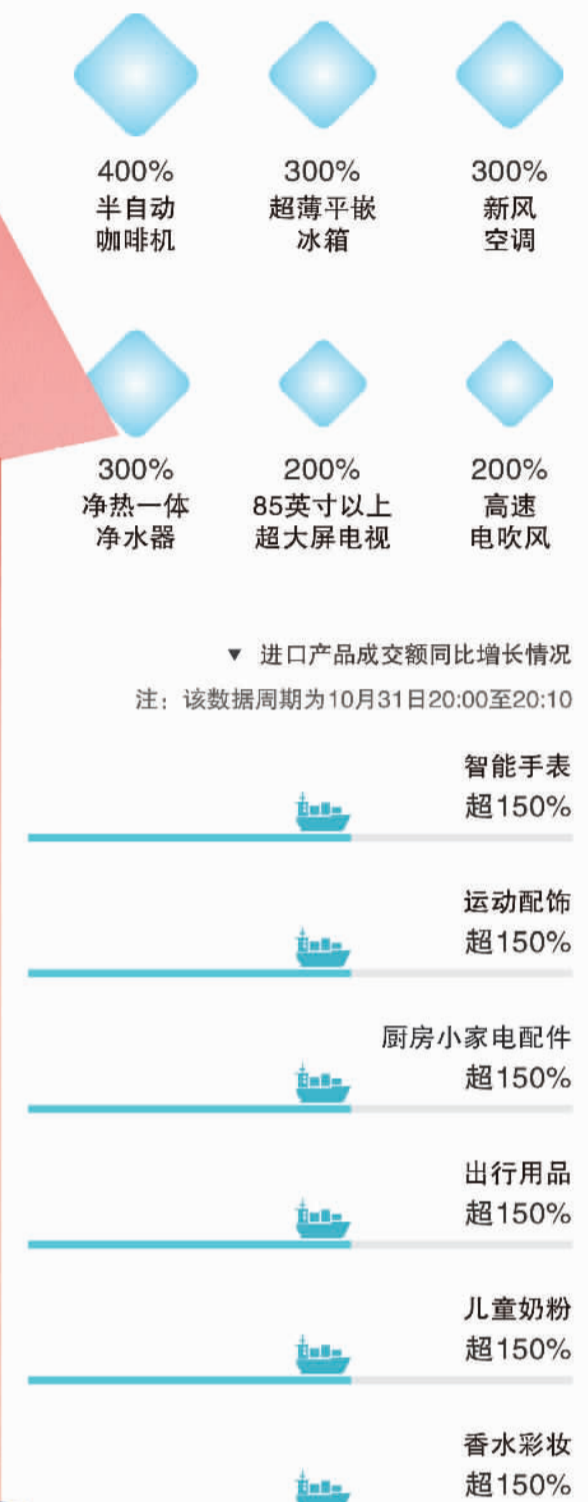
▼ 新能源汽车及配件成交额同比增长情况



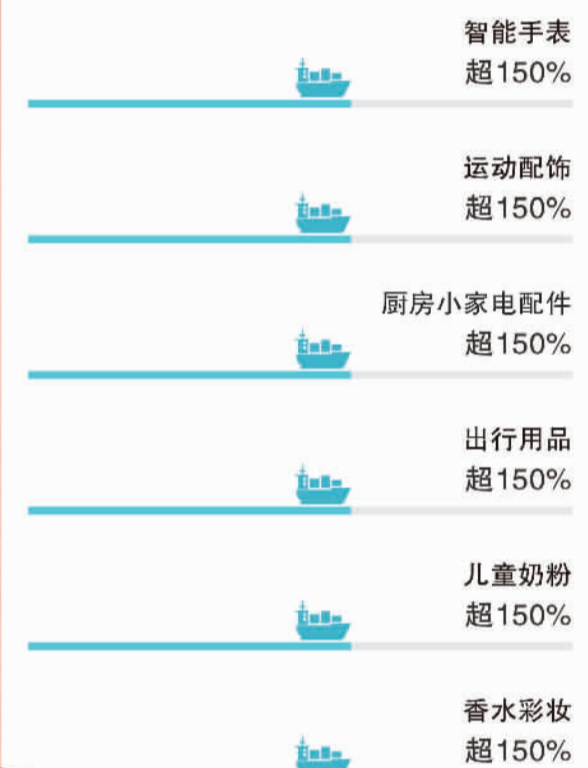
▼ 户外运动装备成交额同比增长情况



▼ 家电产品成交额同比增长情况

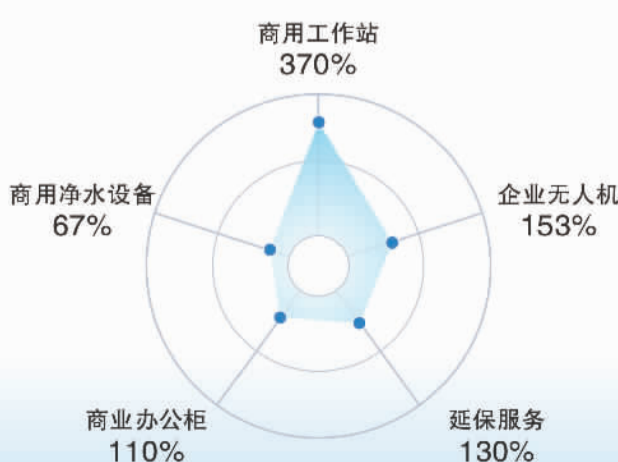


▼ 进口产品成交额同比增长情况
注：该数据周期为10月31日20:00至20:10

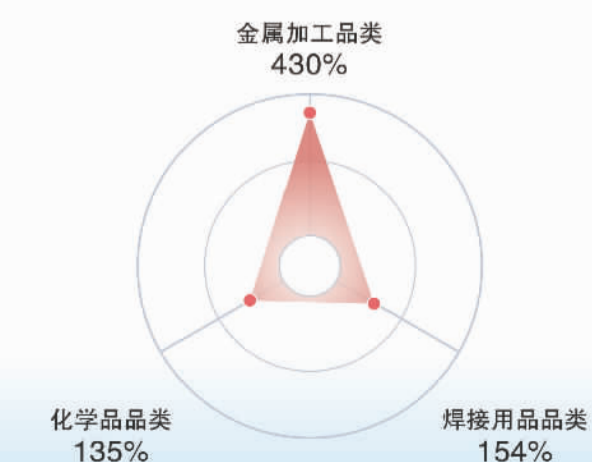


3 企业采购效率提升

▼ 企业采购额同比增长情况



▼ 生产场景相关物资采购TOP3品类（采购金额同比增长）



▼ 企业采购订单量TOP5行业



面向产业链下游，数智化采购方式正成为工业企业管理供应链的重要方式之一。截至目前，“双11”期间采购订单量较高的行业分别为工程建设、煤炭、化工、电力、机械制造。



数据周期：
2023年10月23日20:00至
10月31日20:00

更多内容 扫码观看