

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

消费市场年终盘点

消费热度持续升温



2023年,我国消费市场迸发勃勃生机。为更好助力企业健康发展,向读者展示消费热点,本报自今日起推出消费市场年终盘点系列数据报道,全方位、多角度回顾全年消费市场的结构变化和发展趋势。

说数

□ 本期点评 董菲

2023年,我国经济回升向好、长期向好的基本趋势没有改变。特别是在消费领域,新型消费持续壮大,传统消费稳步增长,消费潜力持续释放,智能家居、文旅旅游、国货“潮品”等新消费成为热点,消费成为拉动经济增长的主要动力。

从线上消费结构及变化看,2023年是重拾信心的一年。消费结构变化是消费升级的重要标志,悦己消费、健康消费、品质家居、智能科技消费等占比不断增加,代表各地消费者对美好生活的向往和追求。数据显示,食品饮料、家用电器、家清纸品、电脑数码、手机通信、医疗保健等是消费者购买较为集中的品类。其中,预制菜、婚庆节庆用品、美发造型、健康服务等多元化产品与服务收获更快增长。

从各年龄段的人均购买力指数来看,“80后”“90后”依然是线上消费的主力。不同年龄段群体呈现出不同消费偏好,16岁至25岁的消费群体青睐悦己型消费,购买了更多文娱、首饰类产品;26岁至45岁的消费者更注重健康消费和家庭消费,偏爱购买健康服务、母婴产品和粮油调味产品等;46岁及以上的消费者更享受生活,传统滋补品、服饰内衣等产品的消费占比较高。

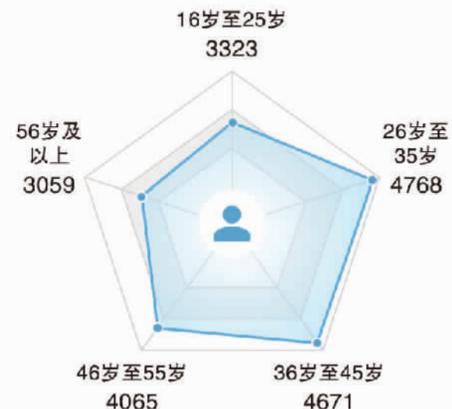
从区域消费偏好看,一线城市消费者更关注粮油调味品、健康服务和旅游出行服务;二线城市消费者关注家居日用品,偏爱购买居家布艺、收纳用品等产品;县域农村地区的消费者则更加关注家电、母婴产品和医药产品。

2024年即将到来,着力扩大国内需求,将是政府、企业、平台相互配合、着重发力的关键点。各平台和商家应持续为消费者提供更具诚意、更有品质的商品及更贴心的服务,让消费潜力进一步释放,共同书写经济持续向好发展新篇章。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



各年龄段消费群体的人均购买力指数



注:人均购买力指数越高表明消费能力越强

不同地区消费者的购买力指数

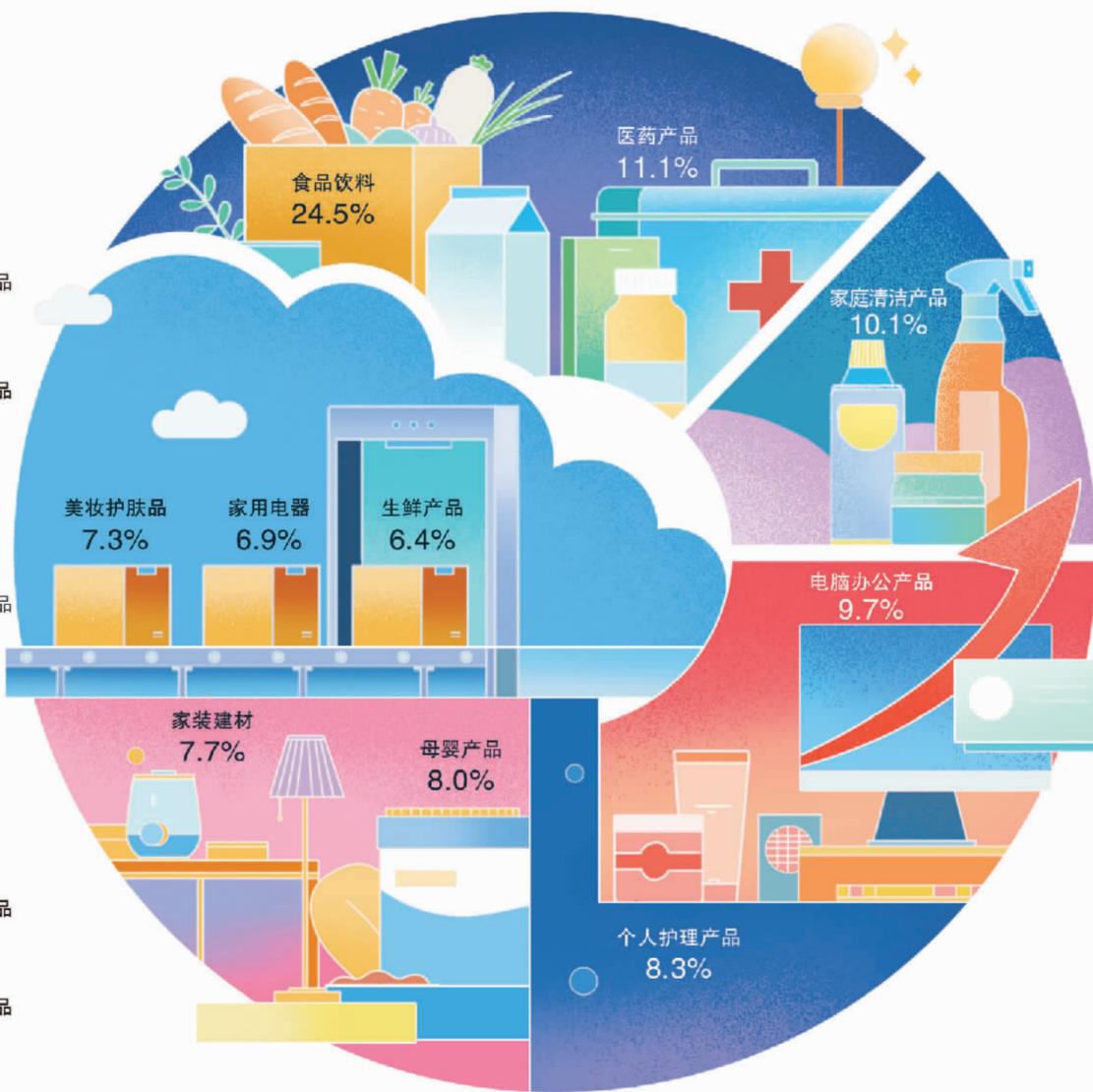


1 品类消费结构

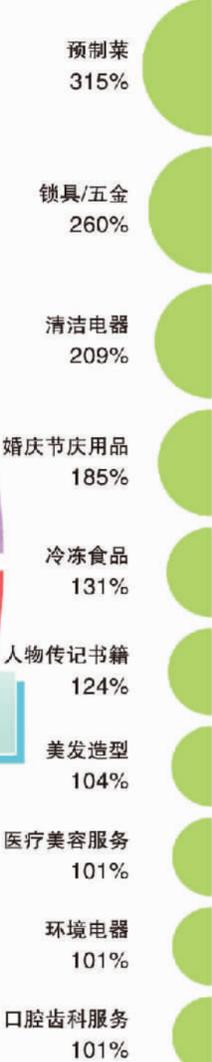
消费者数量前10名品类的占比分布



销量前10名品类的占比分布

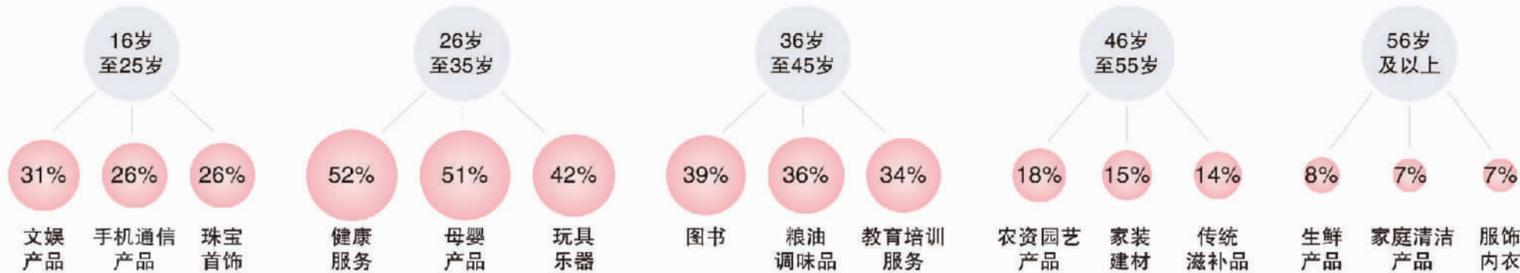


消费额占比增长较快的品类



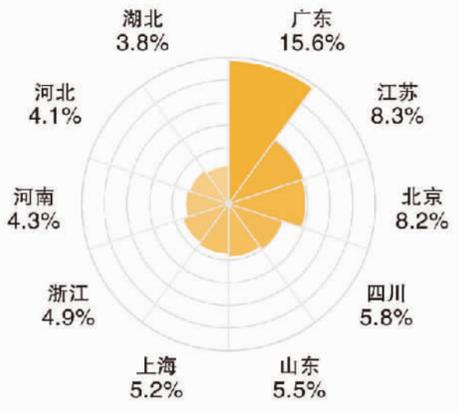
2 人群消费结构

不同年龄段人群消费偏好(消费者数量占比)

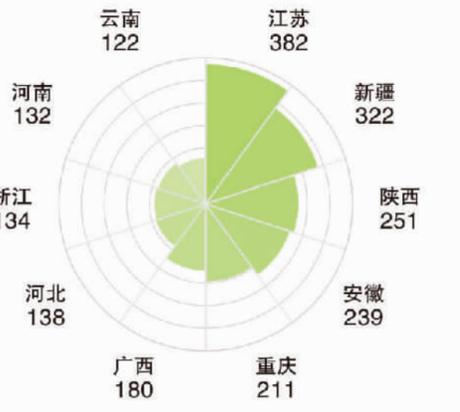


3 地域消费结构

消费额占比TOP10省份



消费额占比增幅指数TOP10省份



人均购买力指数TOP10省份



不同地区消费者的消费偏好(消费者数量占比)



全国各地消费市场发展动能十足,从人均购买力指数看,一线城市保持强劲消费能力,二三线城市消费潜力得到进一步释放,而四线城市及县域农村地区的消费市场则迸发出越来越强的消费活力。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2023年1月至11月