

经济日报携手京东发布数据——

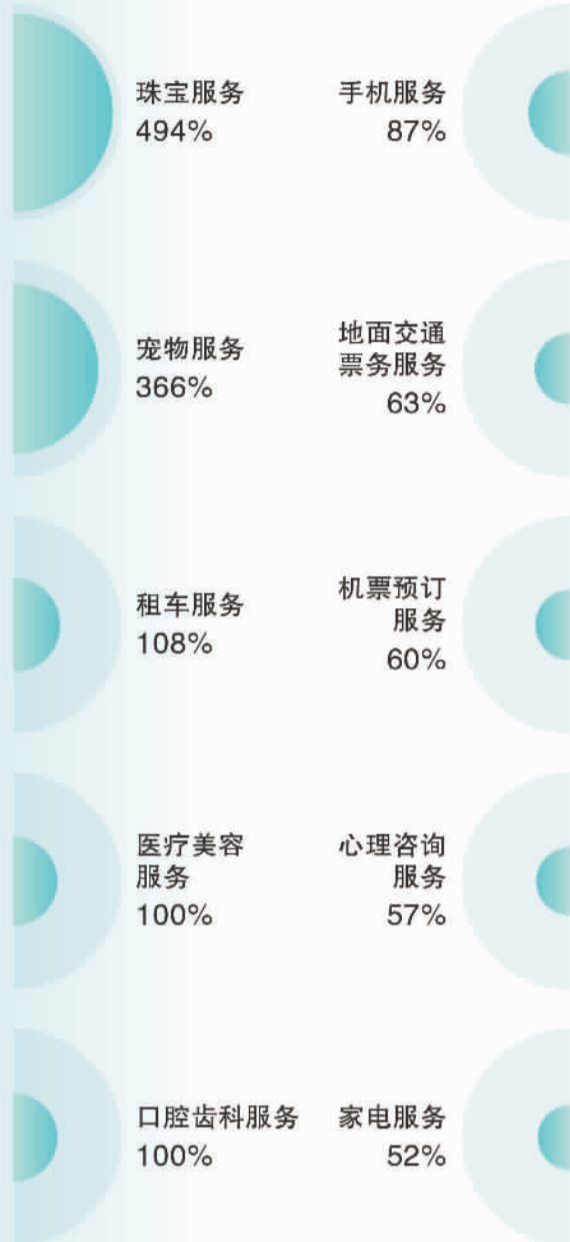
在这里读懂中国消费

生活与出行类服务增长快

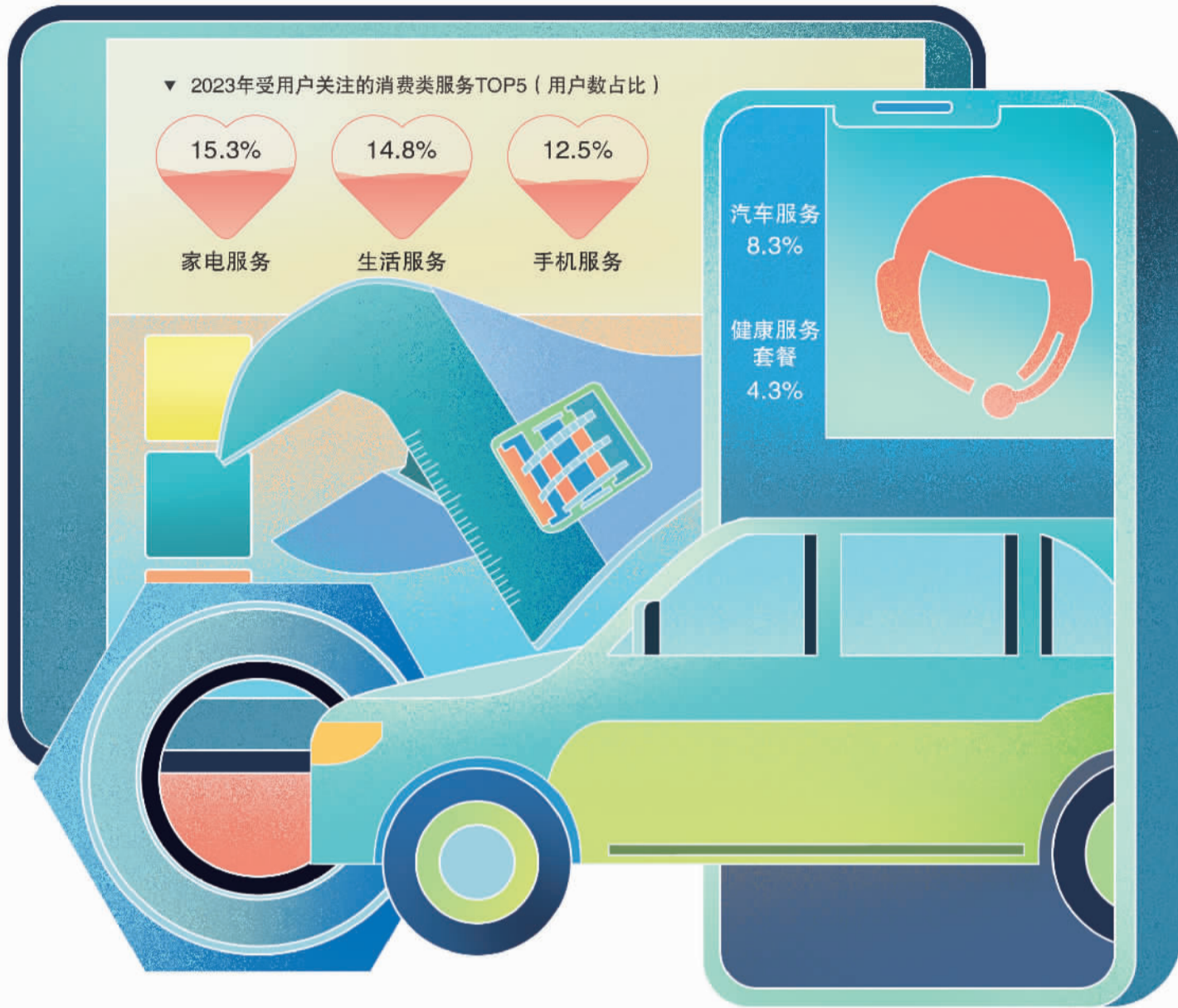


1 总体消费情况

2023年成交额增速亮眼的消费类服务

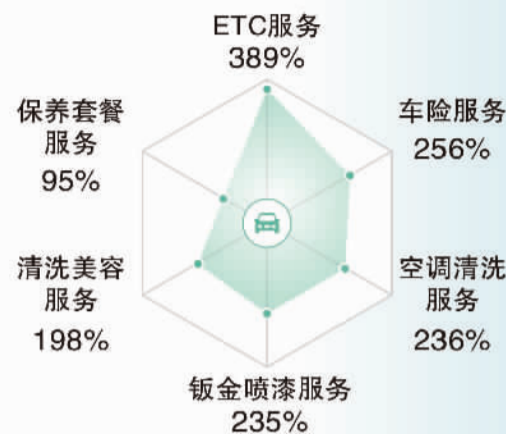


2023年受用户关注的消费类服务TOP5 (用户数占比)

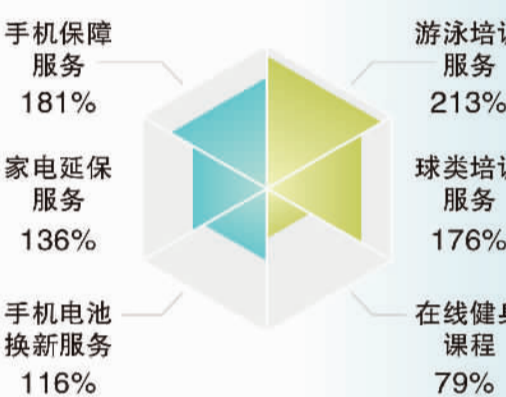


2 服务消费更多元

汽车类服务成交额同比增长



电器产品延伸服务成交额同比增长

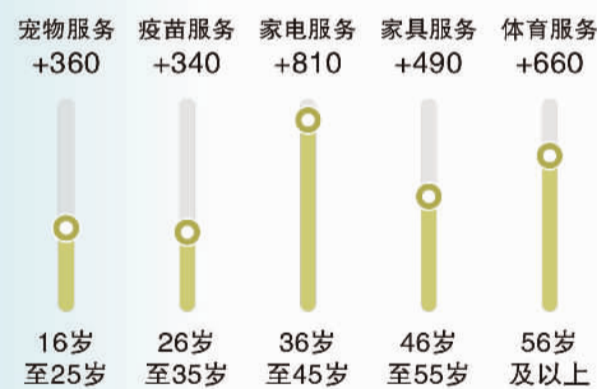


2023年, 家电服务、生活服务、手机服务、汽车服务、健康服务等深受消费者关注。消费者调研显示, 个性化、体验感好的服务更受欢迎。

3 消费者偏好

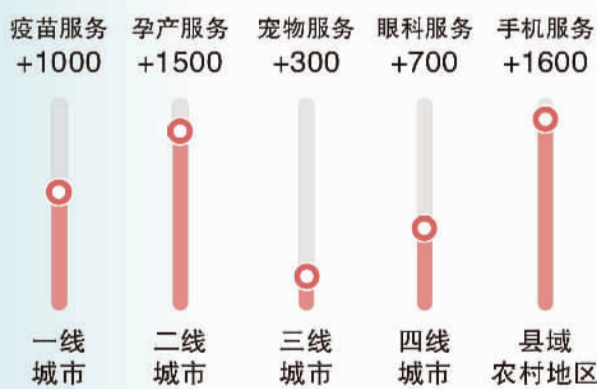
不同年龄段人群的服务消费偏好度指数

(注: 偏好度越高表明该类服务越受消费者欢迎)



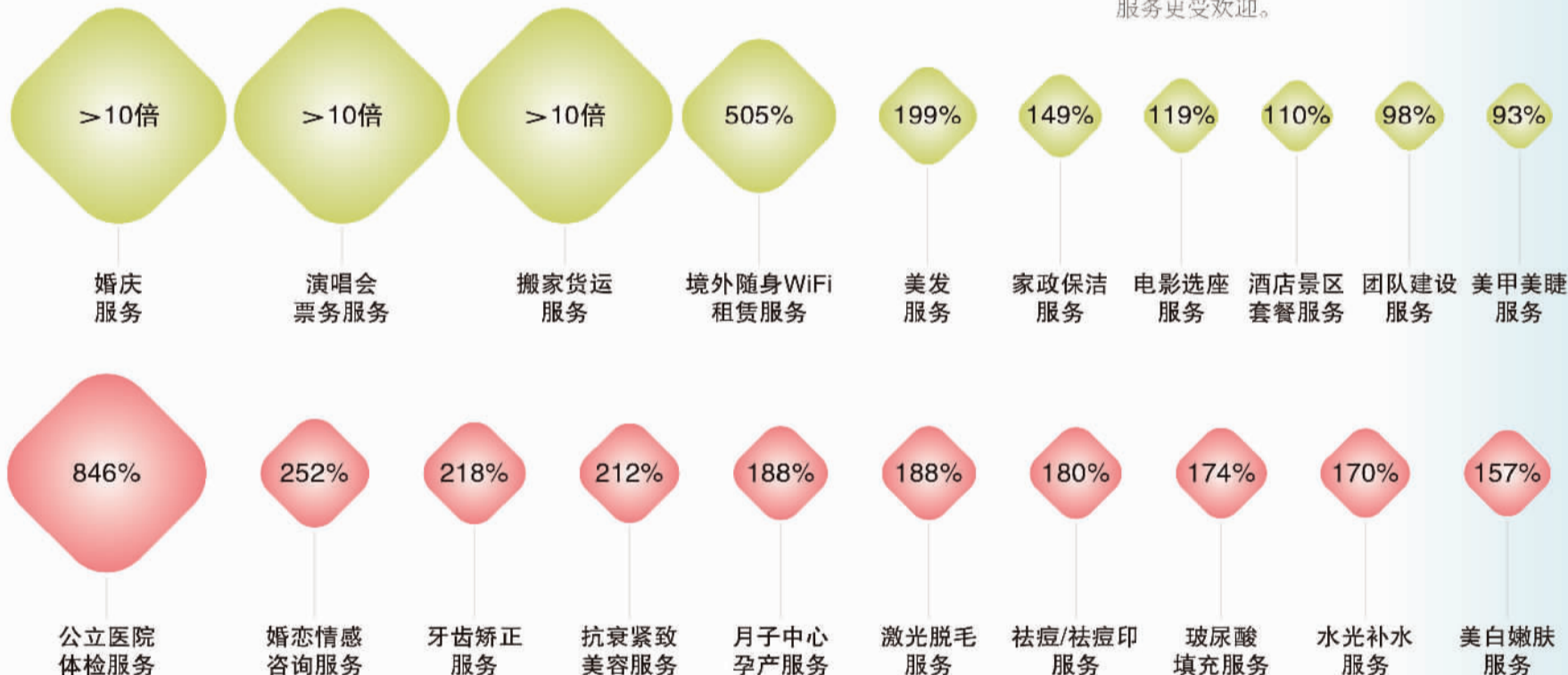
各地区服务消费偏好

(注: 偏好度越高表明该类服务越受消费者欢迎)



消费者对各类服务有不同的关注重点, 如家电服务上消费者更加关注的是“上门服务”, 手机服务上更关注的是“专业工程师”, 健康服务关注“24小时”, 汽车服务则更加追求“方便快捷”。

生活与出行类服务成交额同比增长

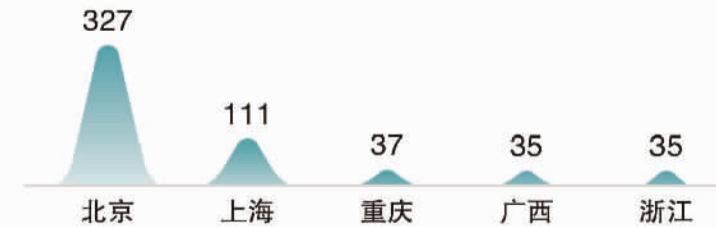


健康类服务成交额同比增长

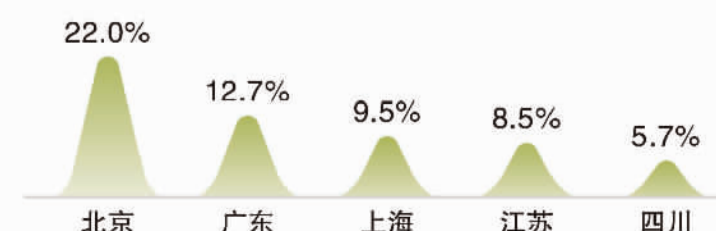
消费者对不同服务类型的关注点指数 (近三个月)



服务消费占比增长指数TOP5省份



服务消费占比TOP5省份



说数

本期点评 董菲

服务业的健康发展不仅有助于消费结构优化, 也有助于消费整体提质扩容, 创造更大增长空间。2023年, 生活与出行类、健康类等服务消费快速增长, 多样性的服务带来了消费群体的拓展。服务消费更精细, 覆盖面更广泛。2023年, 生活与出行类服务消费大幅增加, 其中婚庆服务、演唱会票务服务、搬家货运服务等增速均超过10倍。健康观念的持续升级, 使得体检服务、健康咨询服务、口腔齿科服务等健康类服务也获得消费者的广泛关注。此外, 空调清洗、美容等汽车类服务, 游泳培训、球类培训等体育类服务的消费增速也十分亮眼。

服务消费多样性拓展消费群体。从服务消费的结构看, 不同年龄段人群具有鲜明差异。年轻消费者对于宠物服务更青睐; 随着年龄增长, 疫苗服务、家电服务、家具服务等家庭类和健康类服务占

比明显增加; 56岁及以上消费群体对体育服务的偏好明显提升。

分地域看, 北京、广东、上海、江苏、四川是2023年服务消费占比较高的省份, 重庆、广西、浙江等省份则获得了更快的增长。一线城市的消费者更加关注疫苗服务, 二线城市消费者更关心孕产服务, 三线及四线城市分别关注宠物服务和眼科服务, 县域农村地区则更关注手机服务。

总体来看, 2023年, 服务消费需求不断提升, 向高品质和多样化升级, 给相关企业带来更大增长空间。但服务消费的个性化、差异化特征明显, 相关企业要把提高服务专业度和提升用户体验放在首位, 提高服务标准、保障服务质量, 从而不断激发服务消费潜能, 推动服务消费提质扩容。

(点评人: 京东消费及产业发展研究院高级研究员)



数据周期: 2023年1月至11月