

经济日报携手京东发布数据——

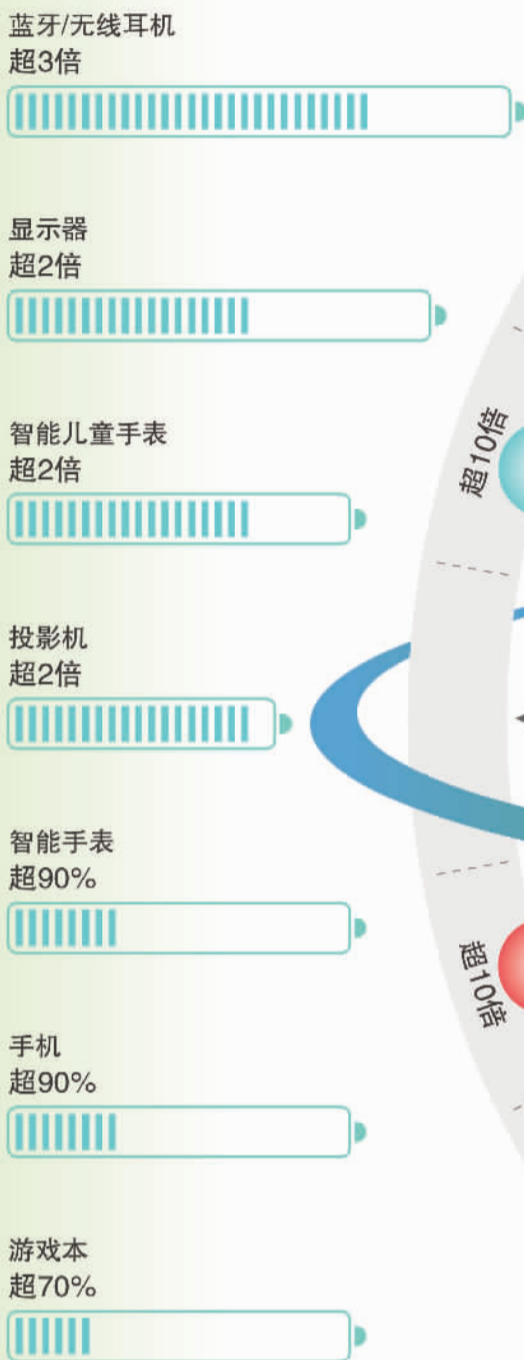
在这里读懂中国消费

绿色消费潜能无限



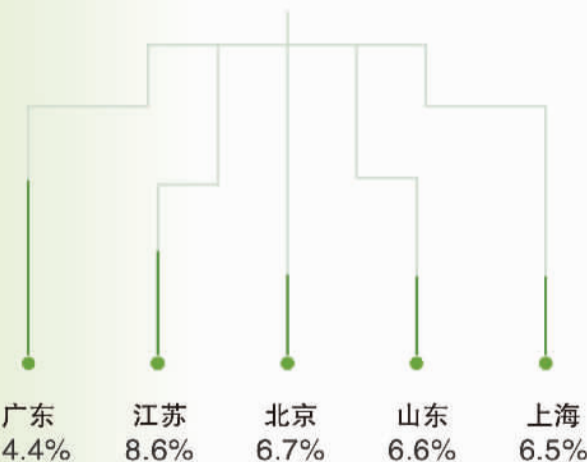
1 绿色消费情况

▼ 3C数码产品以旧换新成交额同比增长

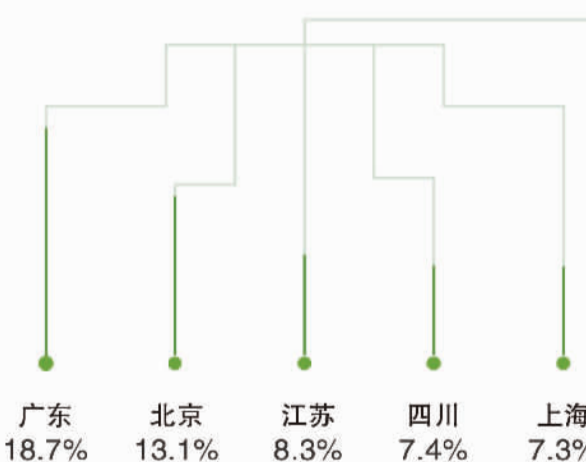


年轻消费群体有较强的绿色消费意识，是绿色家电产品消费主力。数据显示，“90后”和“00后”买走了超半数一级能效家电。建议相关企业抓住年轻消费者的绿色消费需求变化，加快产品技术革新，推出更契合其需求的绿色产品。

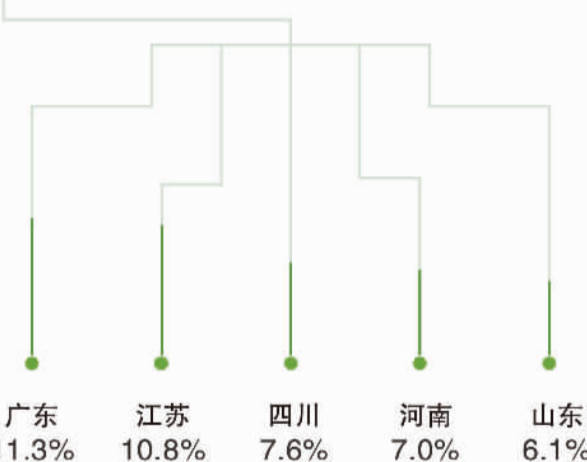
▼ 家电家居产品以旧换新成交额占比TOP5省份



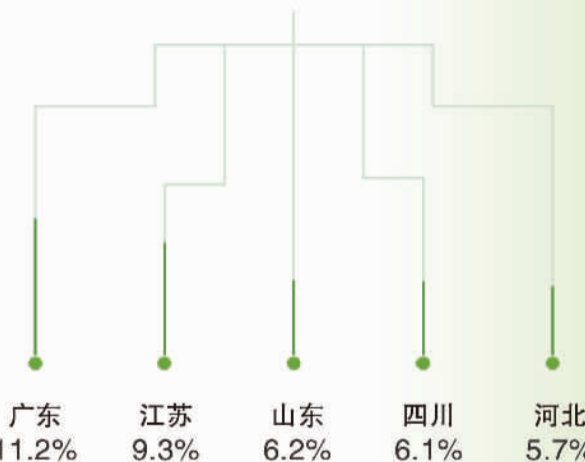
▼ 3C数码产品以旧换新成交额占比TOP5省份



一级能效家电产品成交额占比TOP5省份

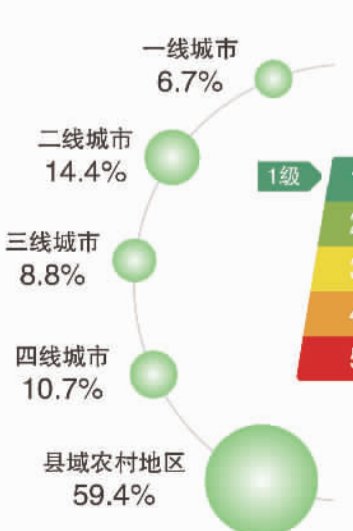


节水电器成交额占比TOP5省份

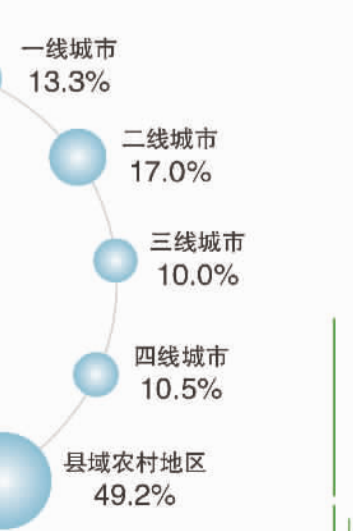


当前，一线城市消费者较为重视以旧换新等绿色消费模式，下沉市场以旧换新消费需求仍有待释放。相关企业应进一步扩大以旧换新在低线城市覆盖范围、服务力度和产品品类，保证以旧换新产品品质，推动更多智能、绿色、低碳消费品走入居民生活。

▼ 各线城市一级能效家电成交额占比



▼ 各线城市节水电器成交额占比



3 地域消费特征

说数

今年的《政府工作报告》指出，鼓励和推动消费品以旧换新，把实施绿色消费促进政策作为培育壮大新型消费的一项重要举措。加快促进绿色消费，既是推动经济高质量发展的题中之义，也是实现碳达峰、碳中和的重要途径。

从绿色有机食品，到节能环保家电、环保能源汽车等，绿色、低碳产品的消费潜力持续释放，成为越来越多消费者的主动选择。数据显示，绿色节能类家电深受消费者青睐，标有一级能效标识的平板电视、空调套装、冰洗套装等节能产品成交额大幅增长。水效标识是消费者选购用水产品时的核心关注指标，具备高效节水功能的智能坐便器、洗碗机、燃气热水器的成交额同比增长亮眼。

同时，绿色消费向更多服务场景延伸，以旧换新、二手回收等绿色消费行为加速普及，消费品以旧换新成为当下绿色消费新潮流。汽车换“能”、家

本期点评 曹凤娟

电换“智”、家装厨卫换“新”……目前耐用消费品更新需求进入集中释放期，以旧换新将促进消费者淘汰传统高污染、高能耗的旧产品，实现绿色智能新产品的升级换代。数据显示，以旧换新服务在空调、冰箱、洗衣机、手机等品类中的渗透率相对较高，在蓝牙耳机、智能儿童手表、床垫、电风扇等品类中的消费热度提升较为显著。

绿色消费潜能无限，需要多措并举激发和释放消费市场活力。相关企业要加大绿色产品研发和生产上的投入力度，以更优质绿色产品供给满足消费者需求。政府、企业、社会组织等各方要形成更大合力，在普及绿色消费知识、提升公众绿色消费意识的同时，也要通过发放绿色消费券、绿色积分兑换、直接补贴等方式持续激活绿色消费。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



数据周期：2024年1月至3月