

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

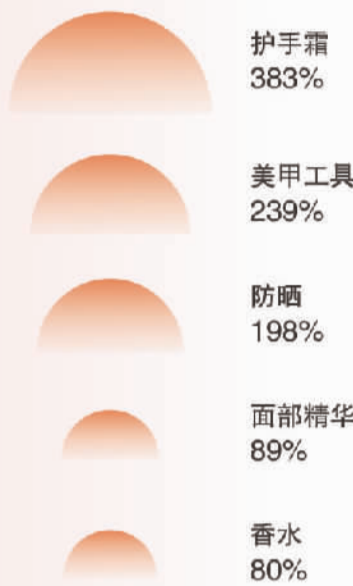
# 国货消费热度渐高



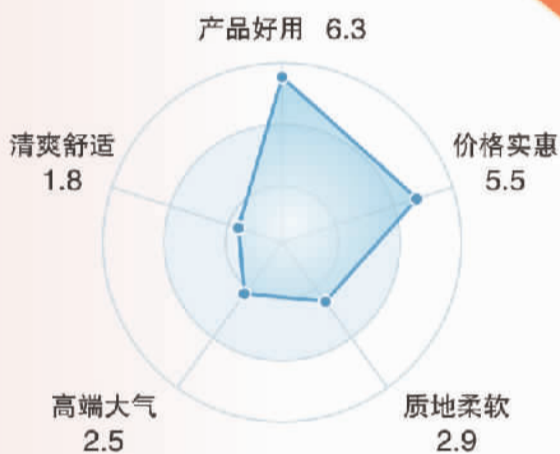
## 1 细分领域消费情况

美妆护肤类国货产品消费

消费者数量同比增长

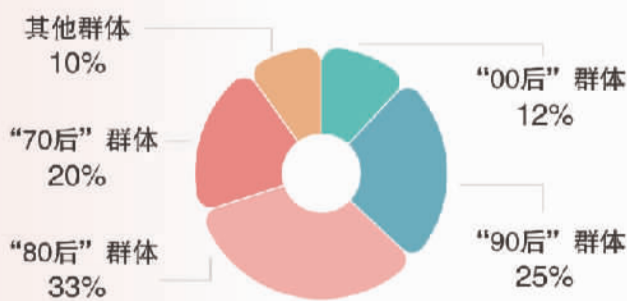


美妆护肤类国货产品消费者评价关键词TOP5 (关注指数)



购买美妆护肤类产品的消费者特征

消费者数量占比分布



美妆护肤品正在成为“国货顶流”，随着相关产品持续迭代升级，产品品质、功能及材质越来越好，正赢得更多消费者的信任与青睐。

## 2 消费者特征

“00后”群体消费偏好 (消费者数量占比)



“90后”群体消费偏好 (消费者数量占比)



“80后”群体消费偏好 (消费者数量占比)

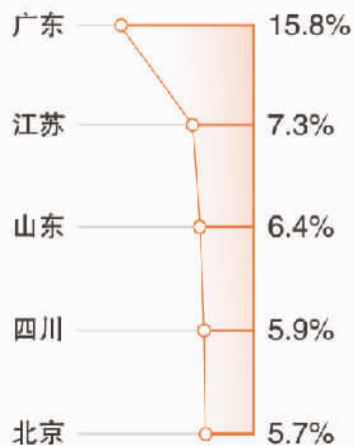


“70后”群体消费偏好 (消费者数量占比)

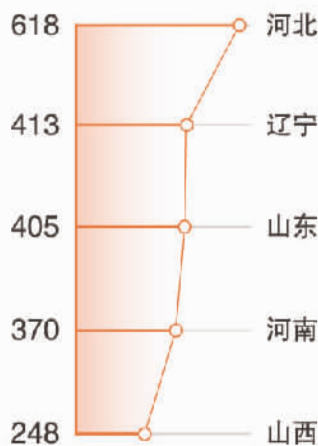


购买手机及手机配件类产品的消费者特征

消费者数量占比TOP5省份



消费者数量占比提升TOP5省份 (指数)



## 说数

“不是国外大牌用不起，而是国货更有性价比”，凭借自主创新能力强劲、售后服务便捷贴心等优势，国产品牌快速崛起，赢得越来越多消费者的青睐。

随着时代发展，国货正站上更多赛道。数据显示，美妆护肤品、个人护理品、母婴产品的关注度明显提升。特别是国产美妆产品作为新晋国货顶流，火热出圈。其中，女性消费者偏好蜜粉、口红和粉底液，男性消费者偏好购买男士爽肤水、男士洁面乳和男士面霜。

国货走俏，既是上一辈人的情怀之选，也是更多年轻人的消费新方向。目前，年轻消费者已经成为国货消费主力，“90后”“00后”国货消费金额占比超60%。在购买国货美妆护肤产品的消费者中，“00后”“90后”消费群体更关注国货美妆产品，“80

后”“70后”消费者更关注国货护肤产品。

从全国范围看，广东、江苏和山东等地国潮产品的消费用户更为集中，河北、辽宁、山东、河南和山西则获得了较高的消费者数量增长。近一年，消费者关注并选购了更多具备设计感、科技感和时尚感的国潮产品。其中，获得关注较多的是手机及手机配件类产品，事实上即便只是一枚小小的手机壳、手机支架或手机膜，也能在细微之处诠释国潮力量。

当传统文化与东方时尚相融合，国潮应运而生，各式各样国潮产品“花式出道”，成就了一场国货与消费者的双向奔赴。相信随着产品品质与服务越来越好，国货产品将进一步吸引消费者的关注。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



更多内容 扫码观看

数据周期：2023年5月份至2024年4月份