

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

清凉消费热起来

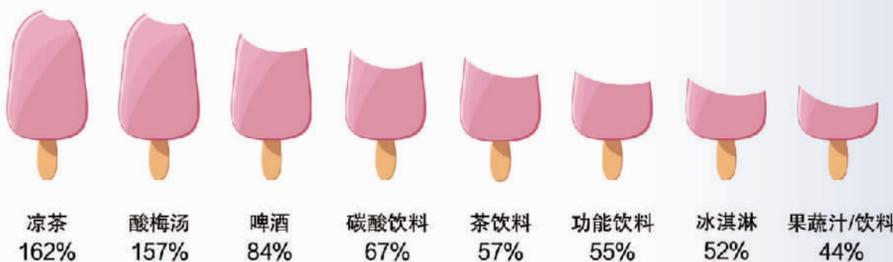


1 高温消费整体情况

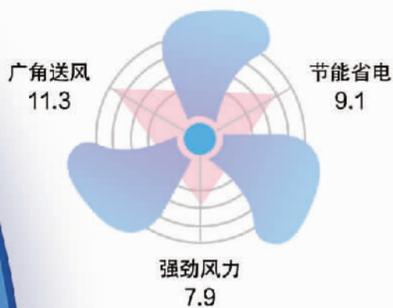
消费者对冷风扇的关注度TOP3



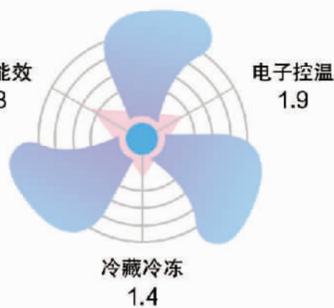
饮料冰淇淋类产品成交额环比增长



消费者对电风扇的关注度TOP3



消费者对冰吧的关注度TOP3

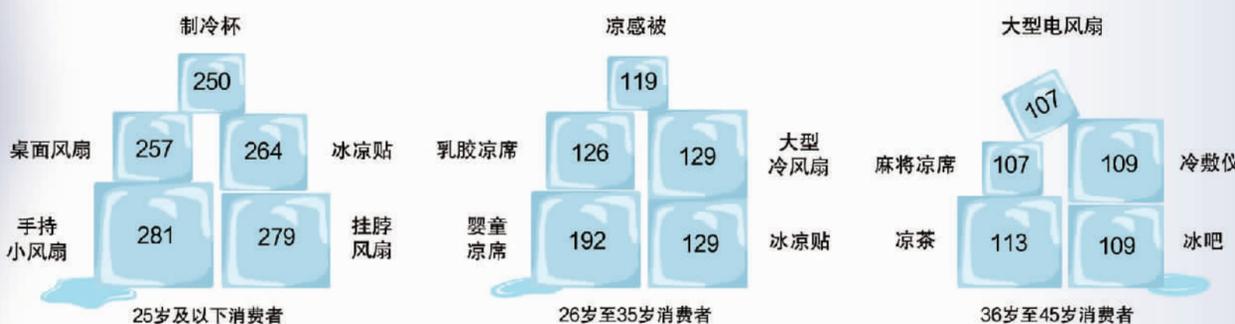


不止是清凉电器、床品和饮食，“解放双手”的挂脖风扇、“行走小空调”的清凉喷雾等产品凭借小巧便携、价格亲民等特点，越来越受到消费者的欢迎。随着消费者对便携式降温产品需求的增加，相关商家不断推出创新产品的同时，还应在品质和质量上下足功夫，为消费者提供更优质的产品。

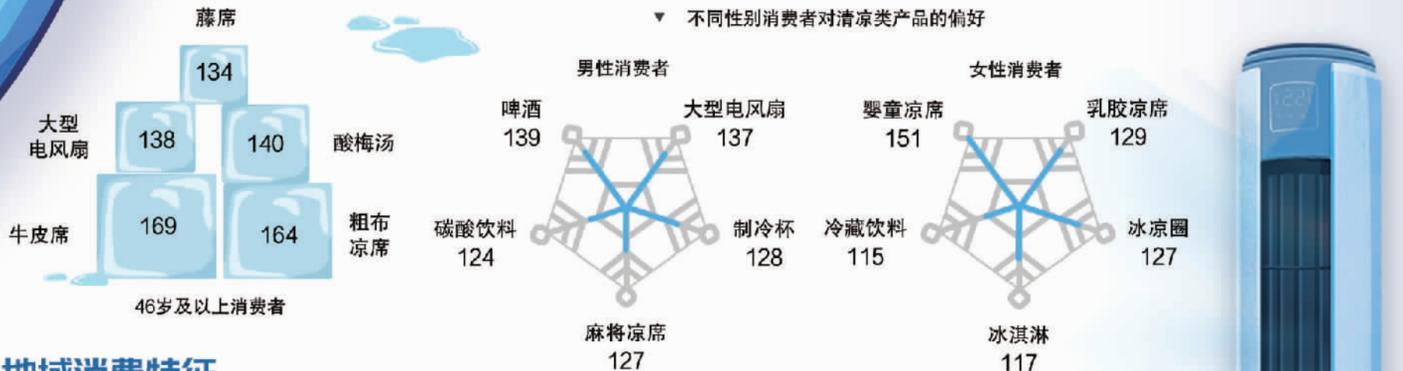
2 消费者特征

不同年龄段消费者对清凉类产品的偏好

注：指数越大表明偏好度越高

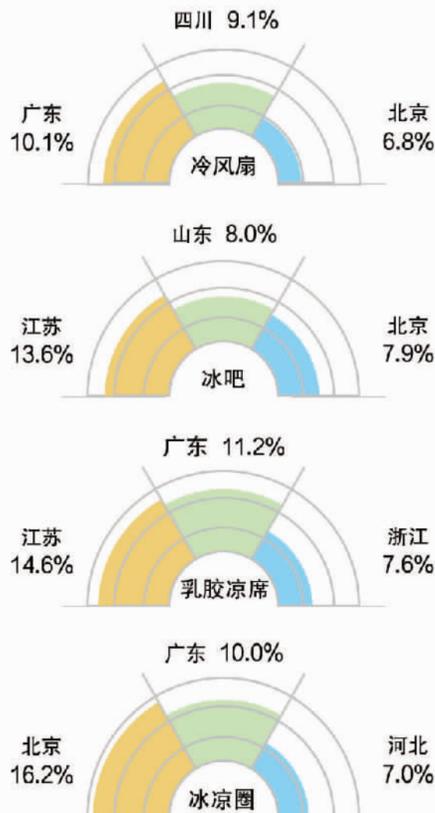


不同性别消费者对清凉类产品的偏好

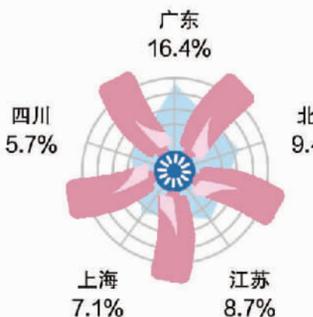


3 地域消费特征

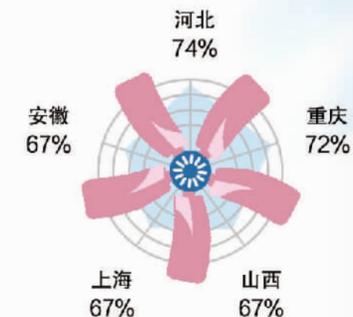
不同清凉类产品的地域消费特征（成交额占比）



清凉类产品成交额占比TOP5省份



清凉类产品成交额环比增长TOP5省份



说数

进入夏季以来，各地气温开启“酷热”模式，消费者对降温需求攀升，清凉电器、清凉床品、消暑类食品等“清凉经济”消费大幅增长。种类丰富的清凉电器是抵御酷暑的必备。家用电器中，冷风扇、电风扇、空调、冰吧、气泡水机成交额增长显著，深受消费者青睐；商用电器中，商用炒冰机、商用啤酒机等冷饮制作工具热销，带给消费者美味冰凉过夏天的最佳体验。广角送风、快速降温、清新空气等功能是消费者选购冷风扇的关注重点，一级能效、电子控温、冷藏冷冻等功能是消费者选购家用冰吧的关注重点。

凉席、凉感被等清凉床品满足了消费者夏日舒适好睡眠的需求。其中，冰丝席、藤席、竹席最为热销，牛皮席、粗布凉席、草席等产品成交额环比增长超过2倍，麻将凉席、冰丝席、凉感被等产品成交额

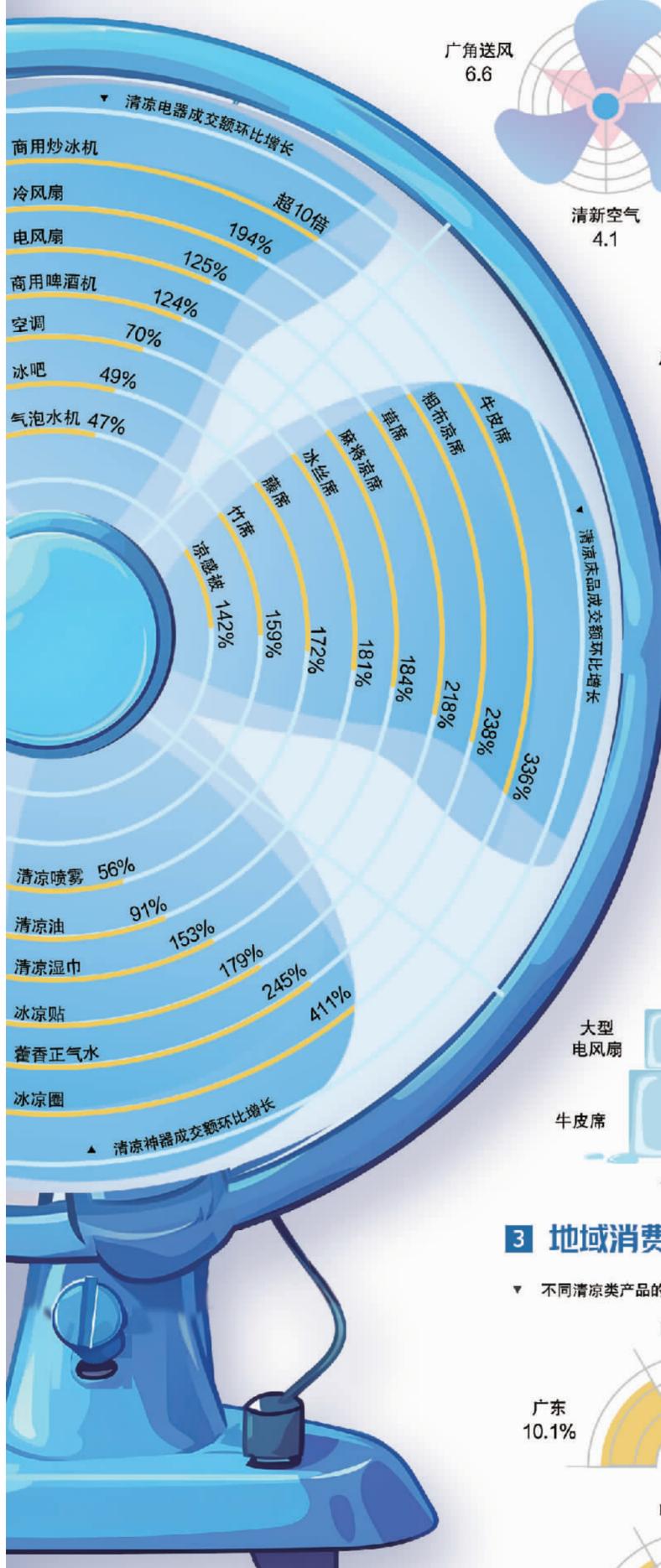
实现翻倍增长。不同年龄消费者对凉席有偏好差异，“80后”消费者更青睐麻将凉席和竹席，“90后”消费者更关注婴童凉席和乳胶凉席。

饮品、冰淇淋、水果等成为不少消费者的消暑“伴侣”。凉茶、酸梅汤、啤酒、碳酸饮料等各类消暑食品成交额增长亮眼；桃子、荔枝、西瓜等时令水果也成为消费者消暑的“心头好”。此外，也有消费者借助气泡水机、冰棒模具等工具，在家自制各种口感的气泡水、雪糕。

“清凉经济”是夏日最具活力的消费热点之一，相关商家要抓住消费热潮，围绕消费者多元场景下的差异化需求进行研发创新，以多元化、个性化且实用性强的产品满足消费者清凉消暑的需求。

（点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员）

本期点评 曹凤娟



不同年龄消费者对清凉产品的消费偏好有所差异，25岁及以下消费者更偏好便携式“清凉神器”，比如手持小风扇、挂脖风扇、冰凉贴等；26岁至35岁消费者更偏好婴童凉席、乳胶凉席、凉感被等清凉床品；46岁及以上消费者除了偏好牛皮席、粗布凉席外，还青睐酸梅汤等解暑饮品。



数据周期：2024年5月20日至6月21日