

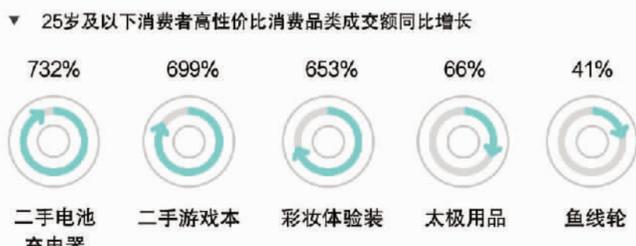
经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费



消费新势力更看重产品性价比

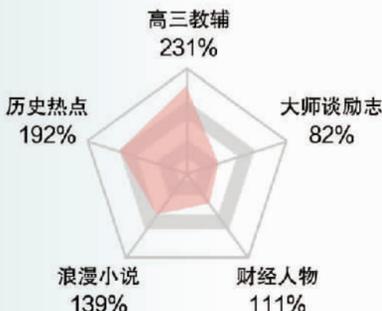
1 各年龄段人群消费金额增长情况



2 各年龄段人群消费偏好



36岁至45岁消费者图书成交额同比增长



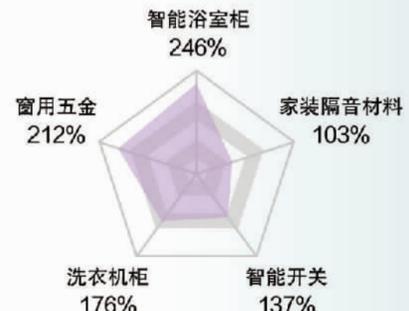
36岁至45岁消费者家庭清洁/纸品成交额同比增长



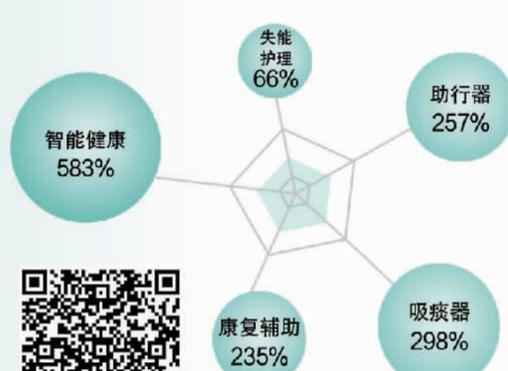
46岁至55岁消费者农资园艺成交额同比增长



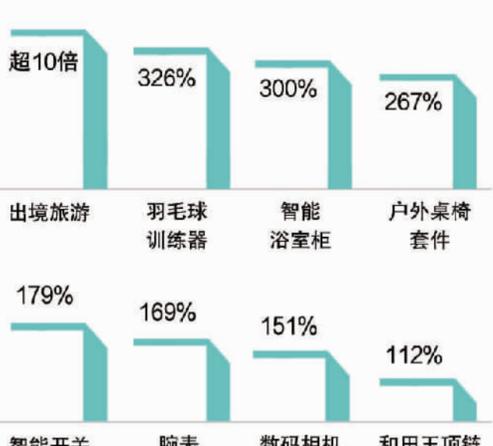
46岁至55岁消费者家装建材成交额同比增长



56岁及以上消费者健康产品成交额同比增长



56岁及以上消费者享乐悦己消费成交额同比增长



说数

在当前消费市场，年轻一代和银发族已成为不可忽视的“消费新势力”，并呈现出新的消费趋势特征。

从各年龄段人群消费情况来看，25岁及以下消费者追逐数码潮流、喜爱户外运动，更爱购买电脑、手机、数码及运动类产品；26岁至35岁消费者不仅关注与孩子相关的产品消费，还偏好珠宝首饰、美妆护肤等悦己类产品；36岁至45岁消费者更注重家庭消费，食品饮料、家庭清洁纸品、生鲜等品类的消费占比较高；46岁及以上消费者除了关注家庭类消费以外，更关注健康类消费，购买了较多的传统滋补品、营养保健品。

值得注意的是，年轻人开始热衷于“反向”消费。年轻人不再“只选贵的，不选对的”，而是更加理性，注重产品的性价比。例如，年轻人逐渐开始

接受并热衷购买二手产品，二手充电器、二手游戏本等产品成交额增长显著；在彩妆消费中，先体验再买正装的需求越来越高，彩妆体验装成交额增长亮眼。年轻人是消费市场的风向标，抓住年轻人的消费特点和趋势，对企业至关重要。

银发族从关注健康到关注享乐悦己，呈现年轻化消费趋势。银发族从养老储蓄阶段进入到养老消费阶段，他们不仅对智能化、个性化的适老产品需求增加，而且对旅游、户外运动、时尚等悦己类消费展现较大兴趣。老年群体消费市场潜力巨大，相关企业需要顺应需求变化，推出更多高质量的产品和服务，满足银发族的差异化需求，以赢得更多的增量人群。

(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



数据周期：2024年上半年