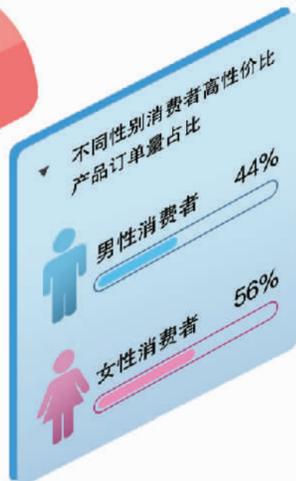
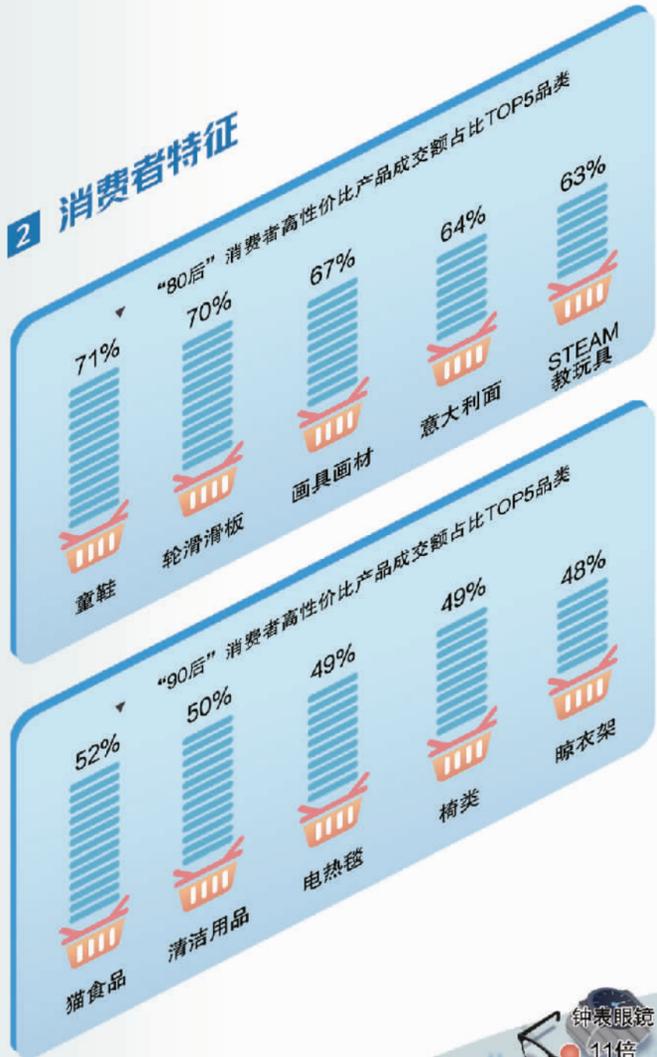


在这里读懂中国消费

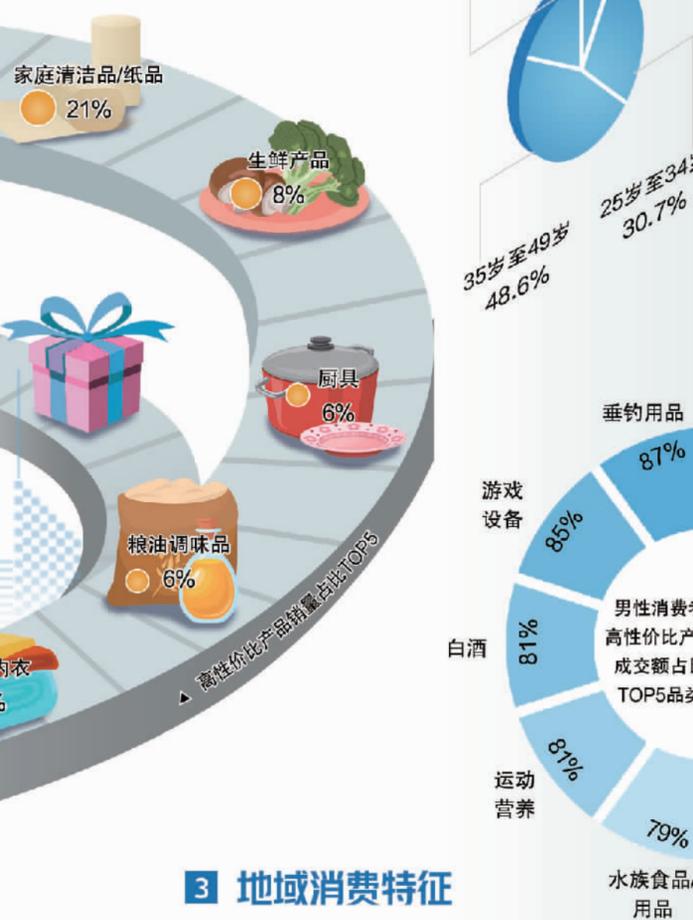
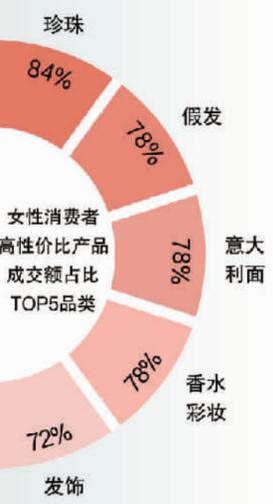
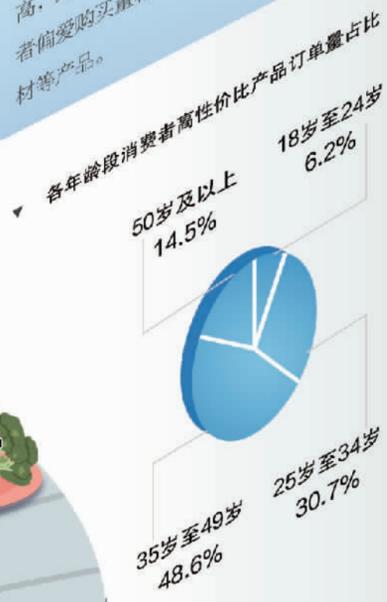
平价消费逐渐火热



2 消费者特征

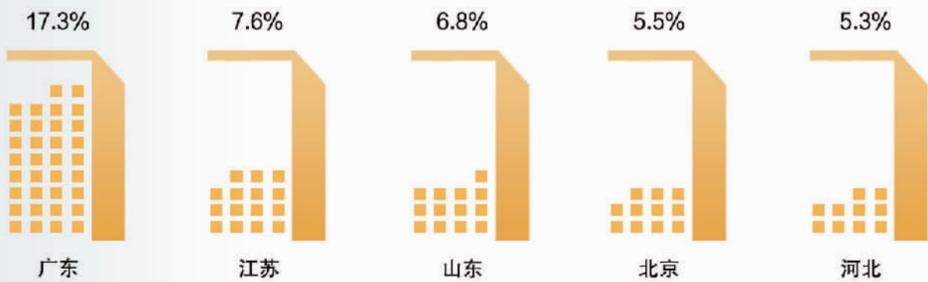


从消费者特征看，高性价比产品订单中，女性占比高于男性，达到56%，同时，女性在高性价比产品上的消费金额和复购频次都高于男性。从年龄看，35岁至49岁消费者占比最高，达到48.6%，这个年龄段的消费者偏爱购买童鞋、轮滑滑板、画具画材等产品。

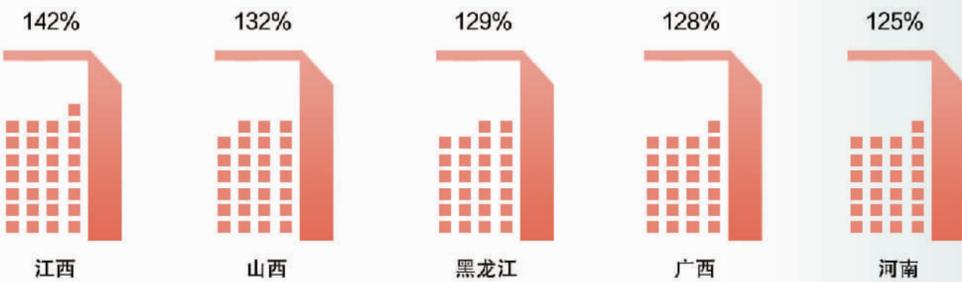


3 地域消费特征

高性价比产品销量占比TOP5省份



购买高性价比产品目标群体指数TOP5省份



注: 目标群体指数=(该省份高性价比商品销量在全国占比/该省份全部商品销量在全国占比)*100

县域农村地区消费者是购买高性价比产品的主力，销量增速超过10倍。广东、江苏、山东、北京、河北等省份消费者高性价比产品销量占比较高，江西、山西、黑龙江、广西、河南等省份消费者购买高性价比产品的意愿更强。

各地区高性价比产品销量增速



说数

“只选对的，不选贵的”成为不少消费者的消费选择，反映出消费观念趋于理性。追求平价消费，实则是拒绝为不合理的溢价买单，在消费者眼中，产品品质与实用价值才是关键。平价消费赛道逐渐火热，表明不少消费者日益看重商品或服务的本质属性，在消费过程中更愿意去繁就简。同时，随着制造工艺的逐步提升、运输成本的进一步降低，平价商品也给消费者带来了质量上的惊喜。

平价产品中，销量占比最高的是家庭清洁/纸品，达到21%。生鲜、厨具、粮油调味品等其他生活必需品的销量占比也较高。平价产品是消费者购买生活必需品的主要选择，在产品品质和功能差异不大的情况下，消费者更倾向于选择价格更具优势的产品。

从消费者特征看，“80后”消费者倾向于购买

价格实惠的家庭产品，如童鞋、画具画材、意大利面和STEAM教具。“90后”消费者偏爱购买平价宠物用品和个人用品，包括猫粮、清洁用品、电热毯、椅类等。

从地域消费看，县域农村地区平价商品销量增速最快，超过10倍。购买平价产品目标群体指数较高的省份分别是江西、山西、黑龙江、广西和河南。如今，不少商家开始关注、投资、布局平价市场，有助于优化市场竞争格局，实现市场的多元化和平衡发展，满足不同消费群体的需求。平价消费日益升温的背后是商家和消费者的双向奔赴，体现了营销理性和消费理性的双重回归。当然，平价消费指向的商品或服务的价格可以低，但质量和安全水平不能低，商家还应在价格与品质之间掌握好平衡。

本期点评 杨泽华



数据周期: 2024年8月至9月