

经济日报携手京东发布数据——

# 高温天气催热消暑食品

## 精准创新才能激发购买欲

由内而外降温。特别是今年各类雪糕话题热度不减，反映出清凉水饮食品不断丰富的趋势，体现了消费者对高性价比消暑食品

消暑食品在创新过程中有两个比较明确的方向，一是口味和原材料创新，二是造型和文化内涵创新。

首先，大部分商家持续在口味研发上下功夫，不断推陈出新，满足消费者的味觉。但相关企业需要注意的是，一些营销上有话题度的极端创新，往往很难维持市场热度。消暑食品的季节性特征明显，消费者在满足尝新需求后，往往还是会转而复购“老产品”。特别是线上购买消暑食品主要为整箱大包装，熟悉口味和高性价比商品让消费者不容易“踩雷”，更有安全感。

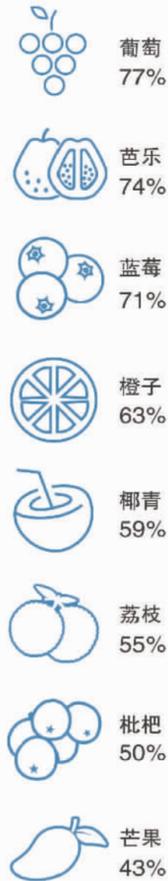
其次，具备明确文化属性的食品，特别是IP冰淇淋成为这个夏天的明星产品。这类商品主要消费场景在线下，特别是文化旅游景点。从包装到商品本身，精美设计会激发消费者的购买欲，和IP本身相得益彰。因此，相关企业可以聚焦文化和设计，通过创新外观、植入流行文化，提升产品吸引力影响力。

此外，不同人群的清凉食品消费习惯存在鲜明差异。年轻群体更青睐茶饮、碳酸饮料；随着年龄增长，冰淇淋消费逐步增加；中老年人则更习惯于通过喝矿泉水、吃西瓜来消暑补水。从不同群体的需求来看，年轻人更愿意为口味、设计和功能买单，商家可以通过创新来赢得年轻消费者；年龄偏大的消费群体消暑方式更传统，更关注夏日饮食健康和卫生，针对这一群体的产品和营销可以明确强调经典口味、健康属性等特征。

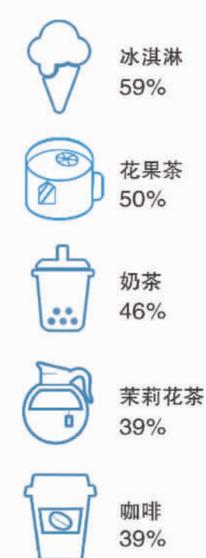
(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

### 说数

应季水果成交额同比增长情况



冷饮成交额同比增长情况



水饮在解暑饮食消费中占比最高

成交额TOP5



不用开火的方便菜受到好评

成交额同比增长TOP3



酷暑来袭，冰淇淋、碳酸饮料热销，给消费者带来片刻清凉。健康安全是消费者的永恒追求，在解暑食品研发和生产过程中，除了追求口味创新，企业更

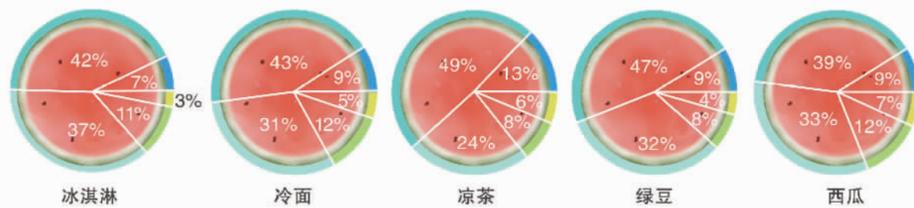
夏日高温不仅会让消费者选择吃得清凉，对烹饪过程也会提出新要求。与饮料、冰淇淋一起热销的还有凉皮、凉面、速食熟食等方便菜。针对夏日饮食需求，预制菜企业

### 消费者画像

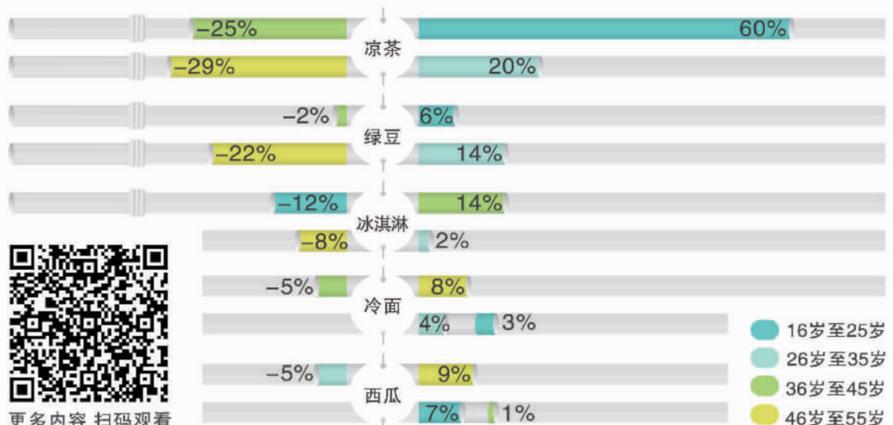
年轻消费者对茶饮和碳酸饮料接受度更高，中老年消费者更倾向于喝矿泉水来解暑补水

### 食品消费情况

成交额占比 18岁至25岁 26岁至35岁 36岁至45岁 46岁至55岁 56岁以上



偏好系数



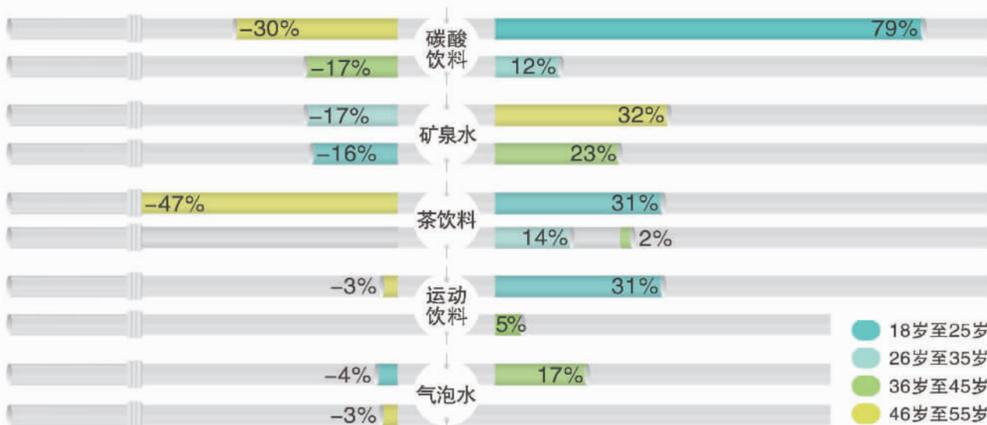
水饮消费情况

成交额占比

18岁至25岁 26岁至35岁 36岁至45岁 46岁至55岁 56岁以上



偏好系数



更多内容 扫码观看

数据周期: 2022年6月1日至7月15日