

经济日报携手京东发布数据——

消费结构升级趋势明显



牢牢把握价值创造主线

绿色消费、智能消费、服务消费占比不断增加,代表着消费者对美好生活的向往和追求。

消费结构升级意义深远,对产业也具有一定塑造作用,其影响往往具有前瞻性。例如,精神消费无论是量的增加还是质的提升,都会带来消费群体素质和能力的优化,改变其工作和生活态度,从而进一步带来消费模式和消费能力升级,实现正向循环。

除了消费大类的改变,细分领域的结构性升级依然是主旋律。例如,在食品消费中,过去占据大头的米面粮油正在把空间让渡给水果、禽肉蛋奶和蔬菜。居民生活水平显著提升,从吃得饱到吃得好,再到吃得营养健康的趋势愈发明显。

消费结构升级一直是供需两侧相互推动、持续发展的过程。从需求侧来看,升级源于人们对生活最朴素和真实的期待,消费评价也来自于最真实的体验。

供给侧必须牢牢把握价值创造的主线,才能实现长久发展。以智能消费为例,商品丰富度和销售额增长较快的主要是扫地机器人、智能手表、智能家居等商品,这些智能产品都是因满足消费者的需要而诞生,在不断的创新和进化过程中,又引导更多消费者形成了健康、舒适、便捷的生活方式。

而服务消费拓展是成熟消费形态的表现之一,在基本诉求被满足后,消费者愿意为更美好便捷的体验付费,为服务产业带来成长契机。

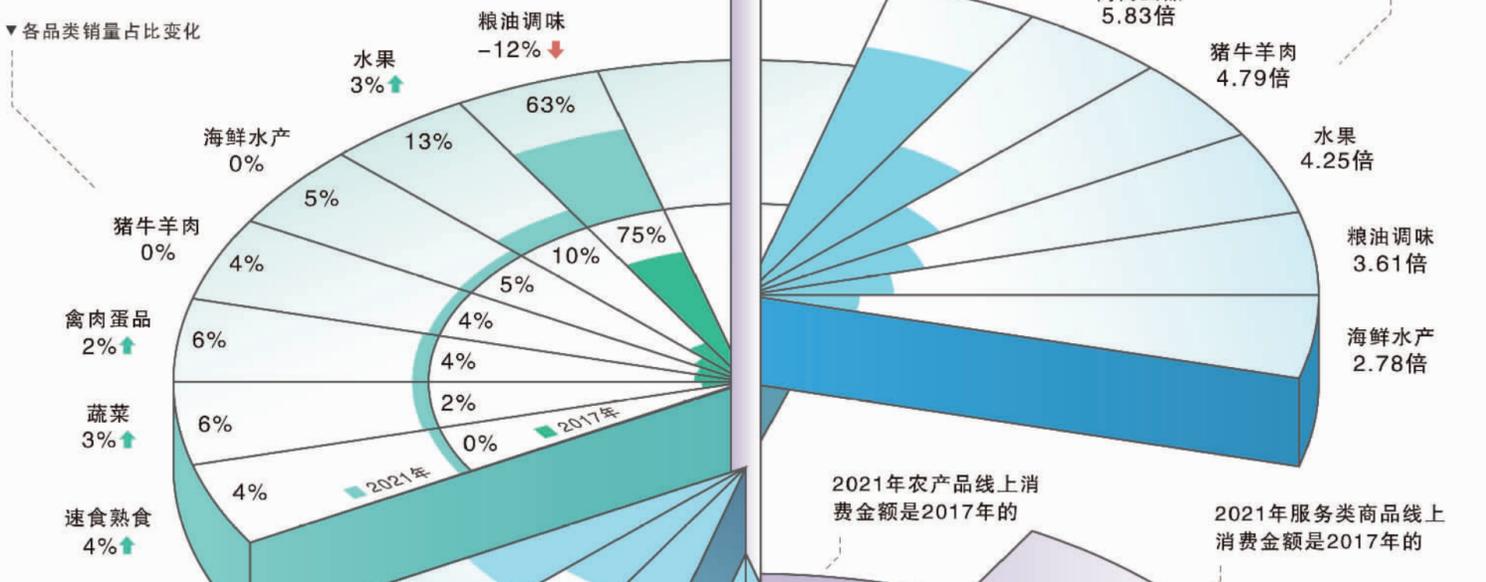
供给侧不但要把自己作为消费需求升级的满足者,更要定位为美好生活的推动者创造者。一方面,要深度挖掘用户潜在需求,另一方面,要积极在技术、设计、服务等领域不断创新,让产品和服务精准引导消费者,适度超前于需求,用扎扎实实的价值引领消费趋势。

(作者系京东消费及产业发展研究院院长)

说数

随着农村地区基础设施不断完善以及物流业快速发展,来自全国各地的高质量农产品让消费者的餐桌实现快速升级

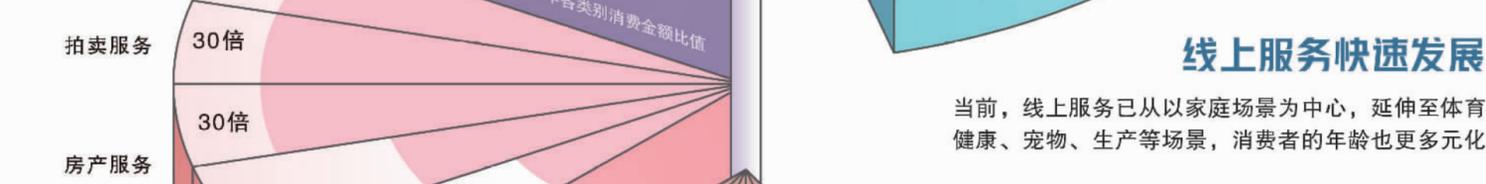
各品类销量占比变化



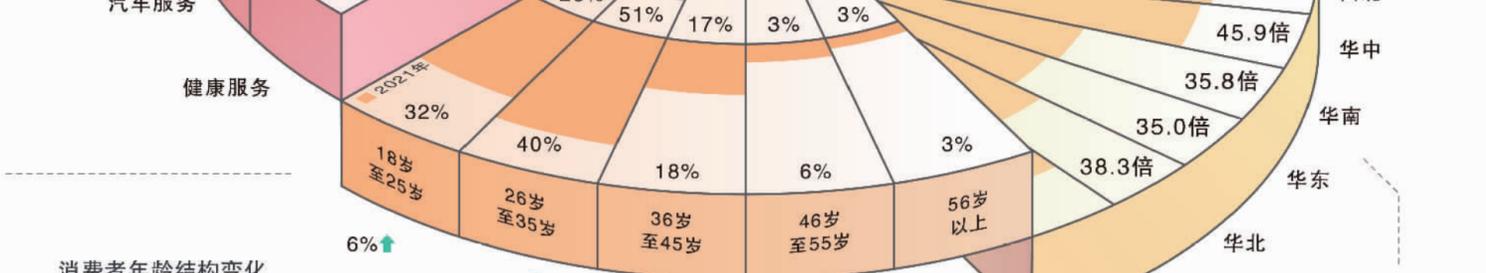
各品类消费金额增长情况



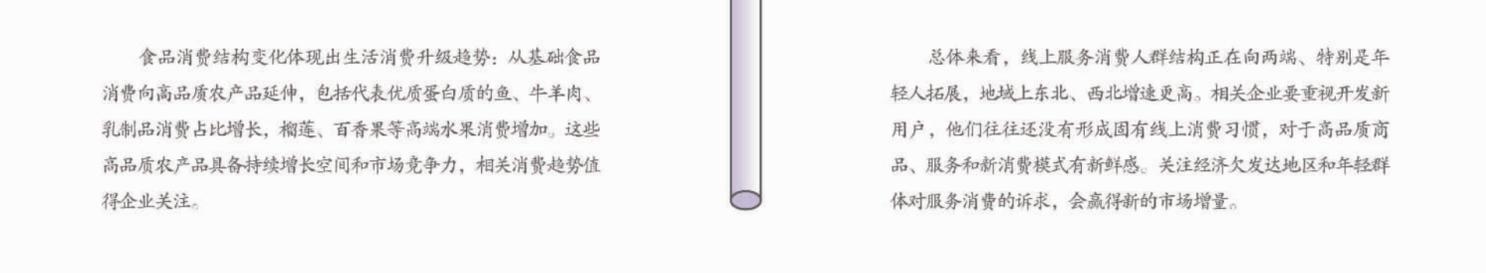
线上服务类消费金额增长情况



消费者年龄结构变化



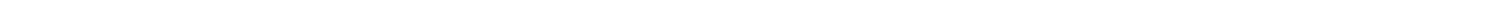
消费者区域结构变化



近5年各年龄段消费群体的消费金额增速



近5年智能产品数量增长TOP3品类



近5年智能产品消费金额增长TOP3



智能产品持续热销

近年来,智能产品消费呈现爆发式增长,其用户也不再局限于青年群体,越来越多的中年消费者开始选购智能产品

智能产品从潮流时尚变为生活标配,它们的价值正在被更多用户认可,用户群从年轻人向全年龄段拓展。如何降低使用门槛,优化操作模式,有效提升对消费者健康状态、便捷生活的助力,是智能产品企业在研发、营销方面的着力点。



数据周期: 2017年至2021年