

经济日报携手京东发布数据——

消费券兑出经济新活力

提质增效时机

当前,经济运行总体平稳有韧性的基础上,在这样需求变化的情况下,把消费提质增效作为重要抓手,加快满足消费需求,实现消费升级。其中,发放消费券是一个不错的契机。

一方面,受消费券设定及刺激作用的影响,使用者选择的商品单价往往高于同品类的日常平均价格,这在一定程度上促成了消费提质,并推动相关行业升级。

梳理过去3年来各地区近300次消费券发放的成果和经验可以发现,消费券发放往往分步走,短期以修复实体消费循环为主,最先拉动的是弹性较大的品类。此后,随着消费券发放金额逐步扩大,覆盖范围会向其他行业领域拓展,最终惠及整个消费市场。

例如,北京、深圳在发放消费券后,大部分本地知名品牌均出现了较为明显的销量高峰,且增长的部分大都来自较高单价的中高端产品,这说明消费券在一定程度上可以为消费提质增效提供“加成”效果。

另一方面,消费券的聚焦效应,还能推动产业链供应链加速发展,进而对整个国民经济循环产生引领和带动作用。

在北京、深圳等城市发放消费券期间,嵌入式洗碗机、超薄平嵌冰箱、洗烘套装、新风空调等家电新品销量明显上升。在消费券刺激下,用户会优先购买各类新品,对相关行业的提质升级产生促进作用。

此外,从政策制定层面来说,需要对行业产业有全面考虑,一方面,要让消费券的拉动效应惠及更多领域;另一方面,要抓紧制定行业标准及引导政策,让促消费达到既有量又有质的效果。

对于渴望获得消费升级红利、提升占有率的企业来说,唯有回归消费本质,以需求为核心加快技术革新和产品升级,才能在风云变幻的消费市场驰骋纵横,真正做到“以不变应万变”。

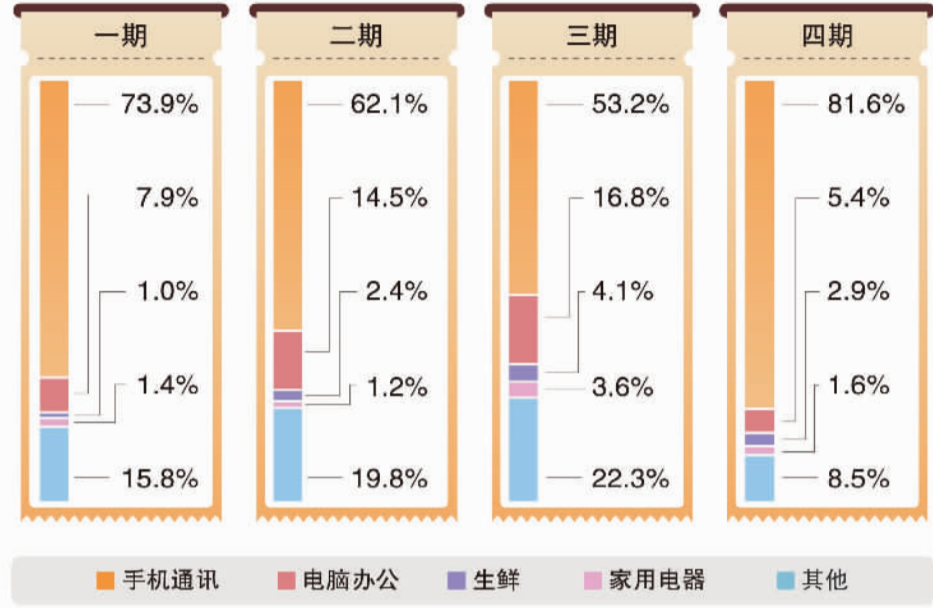
(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

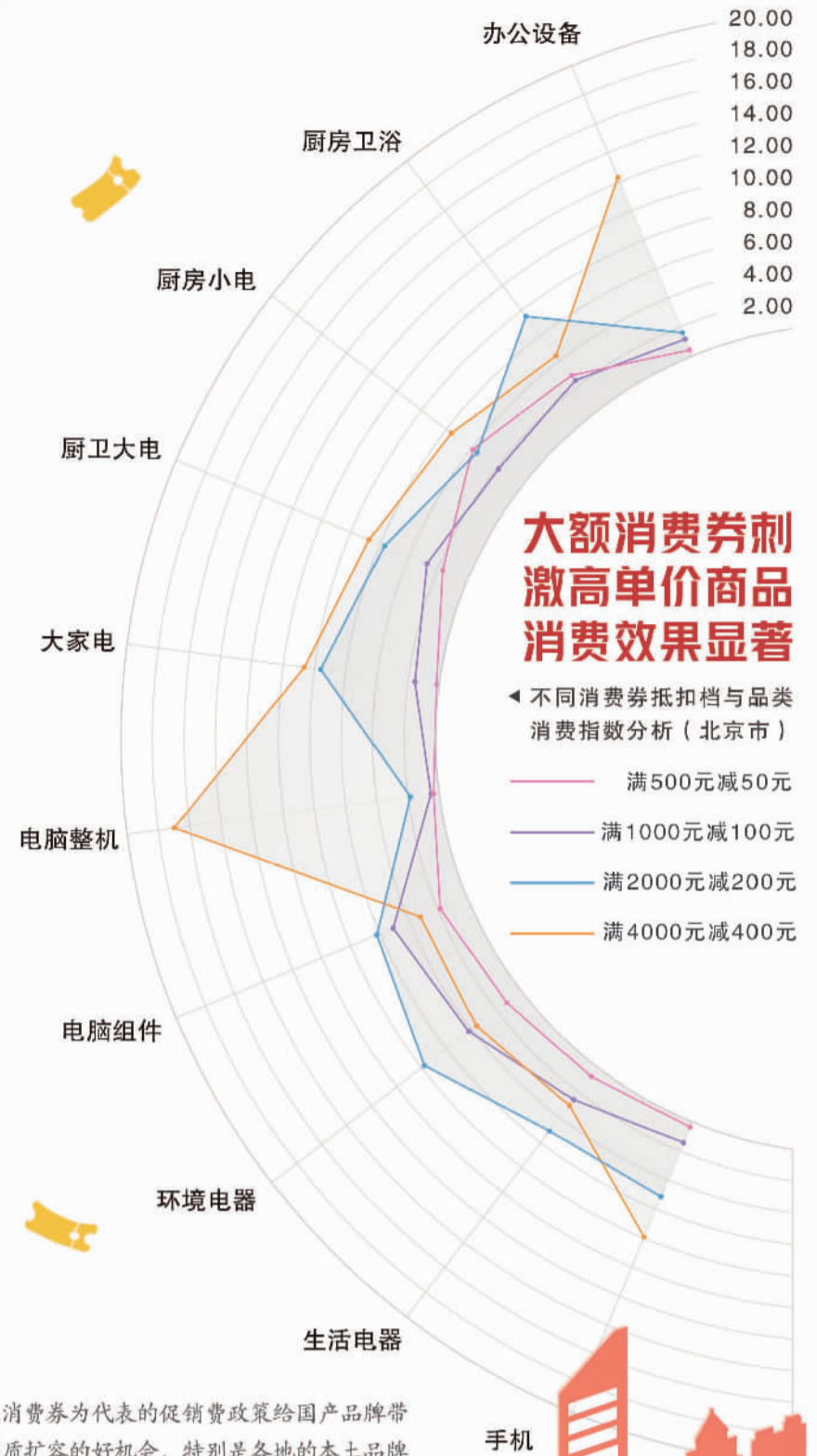
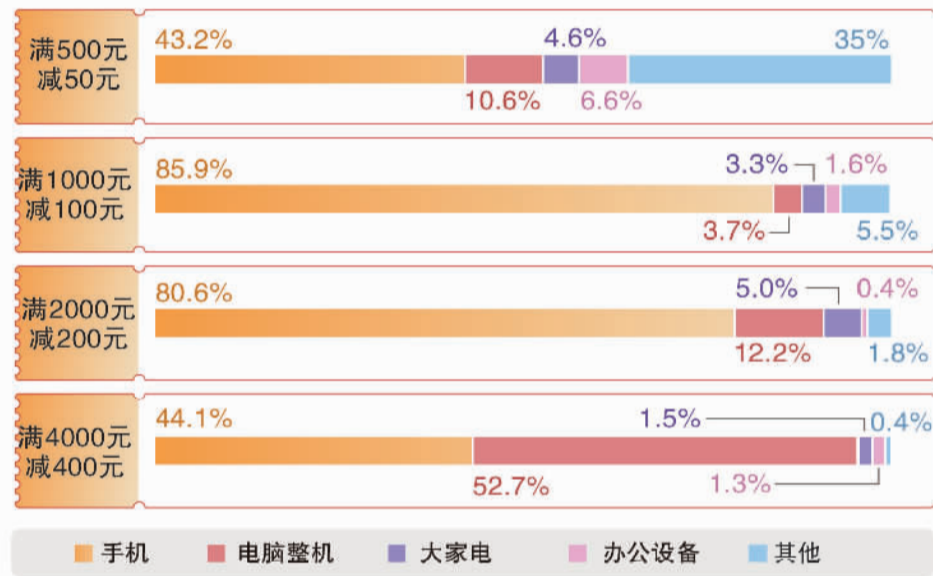
消费券拉动手机消费效果明显

整体来看,受消费券发放影响较大的是手机品类,特别是智能手机用户群受优惠政策影响较大

深圳 ▼ 使用消费券的各品类订单金额占比



北京 ▼ 使用各类型消费券购买的品类金额占比



以消费券为代表的促销政策给国产品牌带来了提质扩容的好机会,特别是各地的本土品牌和高端制造业在消费券发放过程中得到了实际收益。但消费券对传统家电品类的拉动效果不太明显。未来在消费券发放时可以对行业、品类有更细分的定向投放,惠及更多行业,辐射更多产业链,从而提振社会经济发展信心。



不同商品的关联带动效应存在差异,消费券对不同品类的促进效应也有较大差别。在消费券发放时,针对需求弹性大、购买频次低的消费升级类产品,可以推出大额、定向型消费券,对特定品类的拉动效果更明显;而对于基础生活型刚需品类,可以推出面额较小、频次较多的消费券抵扣模式,满足居民基本需求,实现更加普惠的生活补贴效应。

消费券带动本地品牌增长

各地政府在消费券发放过程中往往着重推广本地品牌,带动本地商品热销、获得更大收益

消费券后一周内,华为、荣耀出现明显的销量小高峰

深圳本地品牌受消费券影响的波动情况

北京消费券发放期间,成交金额TOP5产品有4个来自本地品牌

根据平台出货量初步推算,小米6月份在北京的市场份额提升了9%,增长的部分主要来自单价2500元以上的中高端市场,这与消费券拉动(定向机型)有一定关系

北京市场小米手机出货量占比

2022年5月 16.47%

2022年6月 25.06%

消费券促进行业提质升级

由于消费券设定及刺激作用,用户在使用消费券购买商品时的单价往往高于同品类的日常平均价格,在一定程度上提升了消费质量,并推动相关行业升级



更多内容 扫码观看
数据周期: 2022年5月份至7月份