

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

年货孕育消费新动能

异地订单定

随着春节临近，年货市场呈现出线上线下齐开花的喜庆气氛。特别是在消费领域，以年货经济为主导的新模式，在带旺消费市场的同时，引导更多企业积极创新，满足了消费者的多元化需求，为全年消费增长奠定良好基础。

过去，我们对年货的记忆是瓜果糖茶，超市、菜场留下了采办年货的足迹。如今，年货正快速“进化”，预制菜、国潮礼盒等新潮产品更受青睐，“线上”逐渐成为年货消费的主渠道。

其中，异地订单最能反映消费的变化趋势。一方面，在外打拼的年轻人，通过电商平台为家乡的父母购买数码电器、智能产品等新潮年货，让他们享受数字化、智能化产品带来的便利；另一方面，特色农产品通过遍及全国的物流网络，既能够让在外的游子品尝地道的家乡风味，也能帮助各地特色农产品上行，带动农户增收。

同时，从异地订单的流向、品类、价格等因素来看，年货消费较以往有明显的结构变化——智能类、健康类年货产品较受关注，适老关怀成为厂商发力的重点；消费者更趋理性，价格实在、功能实用的年货产品销量更高；旅游过年渐成风尚，带动“年货春运”及线下旅游文化消费快速增长。这些年货消费的新亮点、新趋势，孕育着巨大的消费新动能，能够引导更多的商家积极创新，不断投入到年货市场的开发当中。

兔奔闻达巧迎新，气顺心宽度丰年。年货经济变化的背后，反映的是实实在在的消费升级，有利于进一步扩大消费对经济发展的拉动作用，促进经济高质量发展。接下来，相关商家要更加重视提升供给能力，进一步丰富产品维度和供给模式，在文化、娱乐、休闲、体育、健康等多个领域增加供给，推动年货经济繁荣发展。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

说数

兔年去哪过？

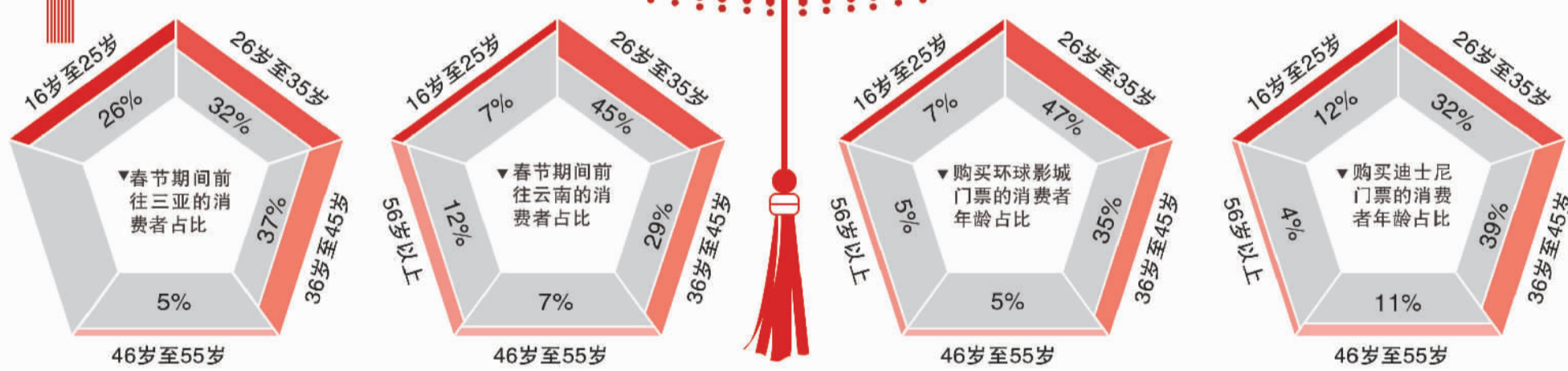
各年龄段群体过年去向选择返乡回家



返乡与旅行成为今年春节假期的双重特色。数据显示，“70后”人群更愿意在过年期间出门旅行

“80后”和“00后”则更恋家，青睐返乡与家人团聚

春节期间前往三亚、云南等主要旅行目的地的消费者占比



主题乐园受欢迎

购买环球影城和迪士尼门票的消费者年龄占比



消费者数量占比TOP5省份



相较于往年，今年春节出行游玩的人次预计将会大幅增长，相关旅行社、旅游景点、商家应当提前做好准备，针对旅游高峰推出适当的安全及优惠举措，包括提升服务质量、增强安保措施、加大优惠力度等，为游客创造舒心的游玩环境，加快旅游业的复苏。

从年货品类看，今年北上广消费者都倾向于购买家用电器、数码产品和厨具寄回老家，展现了人们对家人的思念。因此，今年异地订单主要表现为经济发达省份的消费者向家乡发出年货。对于厂商来说，应当更加关注家用、适老、健康类产品的供应。

年货到哪去？

从异地订单量看，广东、北京、上海依然是异地订单最大发出地；河北、河南、四川等人口流出较多的省份，相较去年发出的异地订单量有明显下降

异地年货订单接收量同比增长情况



2023年货节期间异地订单接收量增长TOP地区

异地年货订单发出量同比增长情况

2023年货节期间异地订单发出量TOP地区

北上广三地外发年货消费金额同比增长情况

