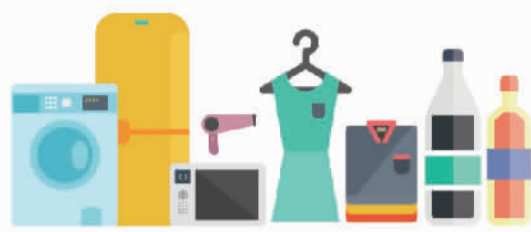


经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 从“618”消费看烟火气



## 说数

□ 本期点评 董菲

一年一度的“618”大促日前拉开帷幕,各大电商平台迎来年中大考。目前,得益于经济持续复苏及居民消费意愿提升,再加上各大平台和商家更是提前布局,早早就铺开了各自的优惠活动,整个消费市场呈现出一派火热景象。

从实物消费看,越来越多高品质产品进入市场,满足了消费者日益高涨的消费需求。其中,3C数码产品受关注,新兴歌词音箱、折叠屏手机、微单相机等潮流数码产品销量获得快速增长;细分型家居家电产品受青睐,超薄冰箱、2匹挂式空调、游戏电视、奶油风窗帘、珐琅锅等家居家电产品订单量快速增长;时尚消费市场呈现走高态势,时尚配饰、鞋类产品关注度持续提升。

从服务消费看,各类型服务产品快速走入大众视野。通过以旧换新购买3C数码产品的订单量同比增长超120%,家居家电以旧换新预售订单量同比增长139%;整体全色、局部装修等装修服务预售订单量同比增长超3倍;生活服务类产品消费增长强劲,满足家庭日常消费的定期购服务被更多消费者选择。

整体上看,人均购买预售商品订单量同比增长超30%;县域农村地区预售订单额同比增长超40%;参与预售的消费者中,“90后”是主力人群,占比70%。

“618”消费热潮的背后映射出持续升腾的烟火气,也让产业链上下游、线上线下的各类企业商家收获扎实的增长。随着年中大促不断发展,建议相关企业在保证产品质量的基础上,投入种类更丰富、功能更先进、样式更时尚的产品供消费者选择。同时,相关企业应根据消费者的不同需求,提供更个性化的服务举措或服务产品,提升消费者购物体验。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



随着“618”临近,线上线下促销活动明显增多,消费者也逐步展现出旺盛的消费需求,整个消费市场红火热闹。但需要注意的是,消费潜力仍有很大挖掘空间,消费需求还远没有得到完全满足。接下来,商家要在提升产品丰富度上下功夫,用更多新品满足消费需求。同时,商家在推广产品时也要更加注意服务保障,让消费者买得放心。

好服务是消费者进行购物决策的“定心丸”,高质量售前、售中、售后服务能为消费者提供最佳的购物体验,从而增加用户忠诚度。提升服务质量已成为新的商机,建议商家以消费者思维提升自身服务水平,切实做好各项保障工作,从而吸引更多消费者关注。

## 1 实物类产品消费趋势

数码类产品消费 ▼ 预售订单额同比增长

游戏鼠标 超5倍

固态硬盘 超4倍

学生平板电脑类产品 3倍

智能音箱 100%

微单相机 100%

移动电源 100%

家电类产品消费 ▼ 预售订单额同比增长

超薄冰箱 超5倍

挂式空调 超5倍

游戏电视 超5倍

健康类产品消费 ▼ 预售成交额同比增长

隐形眼镜护理液 10倍

儿科用药品类 7倍

彩色隐形眼镜 超3倍



家居类产品消费 ▼ 预售订单额同比增长

原木风实木床 超5倍

护眼灯 超5倍

奶油风窗帘 超5倍

珐琅锅 超5倍

跨境类产品消费 ▼ 产品订单额同比增长

跨境母婴类 超100%

跨境服饰类 超100%

跨境汽车用品 超100%

跨境手机通信类 超100%

健康类产品消费 ▼ 在预售期支付定金的消费者数量同比增长

儿童肠胃药品 48倍

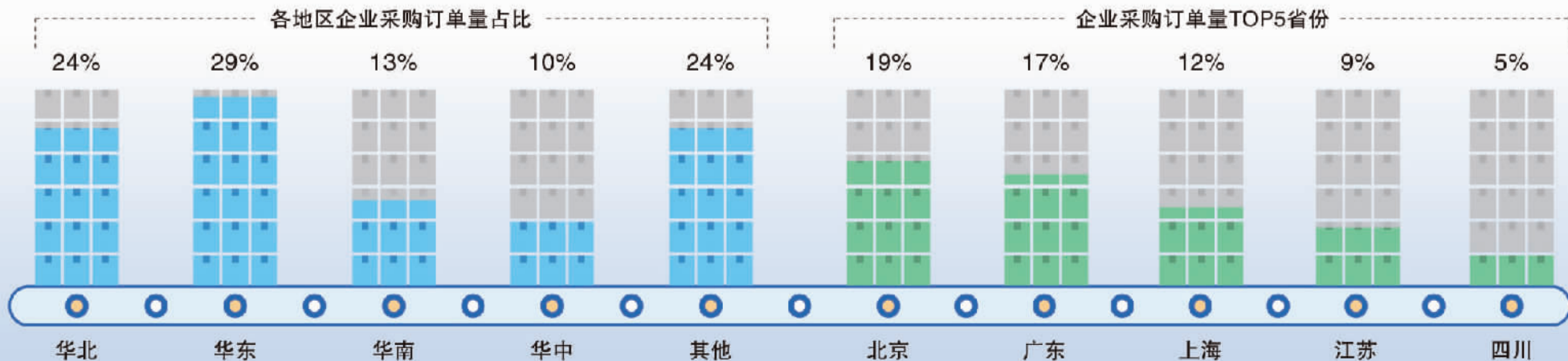
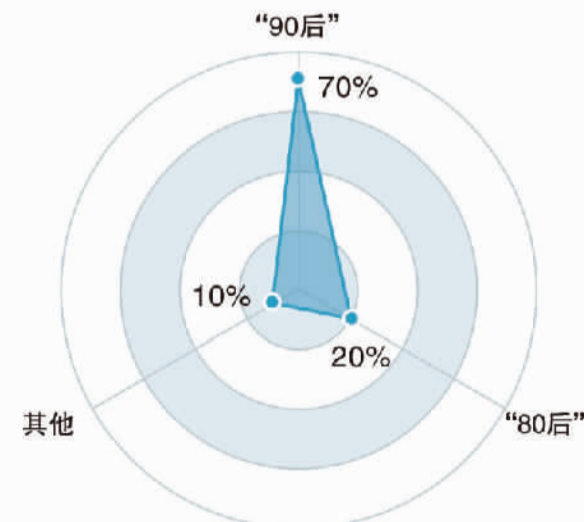
中药饮片 6倍

皮肤类药品 5倍

## 2 服务类产品消费趋势

## 3 消费者特征

各年龄段消费者占比



数据周期: 2023年5月23日20时至5月25日24时