

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

消费者网购更看重性价比

说数

□ 本期点评 陆飞

一款商品的价格与服务是影响消费者决策的重要指标,只有两者“相向而行”,才能促进消费,助力产业、行业、企业实现高质量发展,满足消费者对美好生活的向往,进而保障社会经济健康发展。

从消费者需求的角度看,低价策略可以激发消费活力,助力消费回暖。但是,在消费升级趋势下,越来越多的消费者更看重性价比,他们不追求绝对低价,而是在功能、质量、服务等方面进行综合考量。即在同样的价格下,谁能提供更好的附加服务和产品功能,消费者就会用脚来投票。

从商家竞争的角度看,在价格竞争中胜出,往往会“伤敌一千自损八百”,而在商品丰富度、服务能力、技术实力等方面取得提升,不仅可以塑造差异化竞争优势,还能以更小成本换来更扎实的发展,以及经久不衰的客流。同时,商家在平衡价格与服务时,也更多考虑消费者的实际需求和心理。例如,在购买家电等大件商品时,消费者更看重品质与服务;在购买日常快消品时,方便快捷的物流更能吸引消费者目光;对于部分小件物品,消费者可能会被低价吸引,抱着试一试的心理去购买。

从平台发展的角度看,在电商平台进入存量竞争后,基于自身供应链能力、资源赋能来争取优质商家的痕迹越来越明显。这背后是平台实力及联合优质商家共同服务于终端市场能力的比拼,此时各方的服务能力就显得尤为重要。

总体上消费者对“低价”仍然有所期待,只不过随着需求出现分层,需要电商平台组织更多商品满足不同层级的消费需求。此外,购物方式也呈现多样化、多元化发展趋势,需要平台通过多种服务模式提升用户体验。

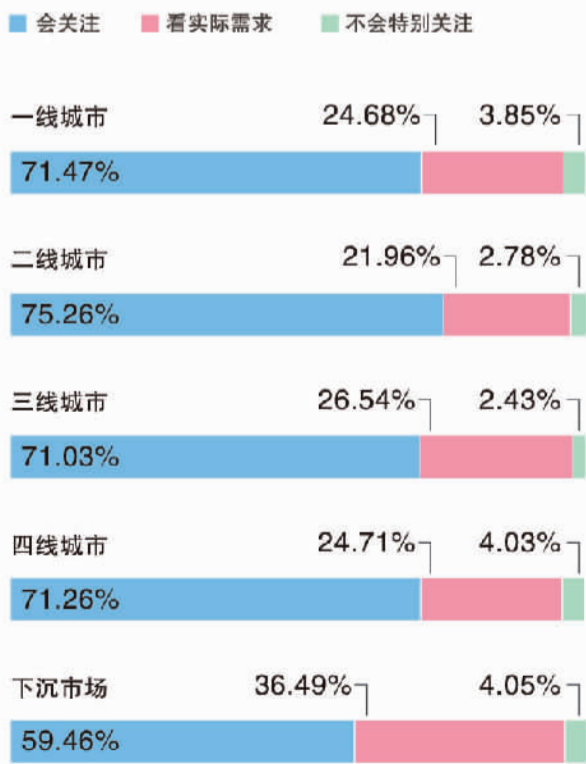
(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



当前,通过好服务获得消费者青睐已成为商家拓展市场、打响品牌的重要路径。好的售前服务能够迅速增强消费者对品牌的信任度,好的售后服务则能增强消费者对品牌的忠诚度。因此,如何建立服务标准、怎样提升服务效率,已成为所有生产和销售企业的必答题。

挖掘释放下沉市场消费潜力,是推动经济高质量发展的重要方式。对此,商家需要适应下沉市场的新特点、新趋势和新需求,结合下沉市场居民消费结构升级的新变化,针对消费基础设施短板,加快解决物流慢、产品少、服务差等痛点难点,推动下沉市场消费全面升级。

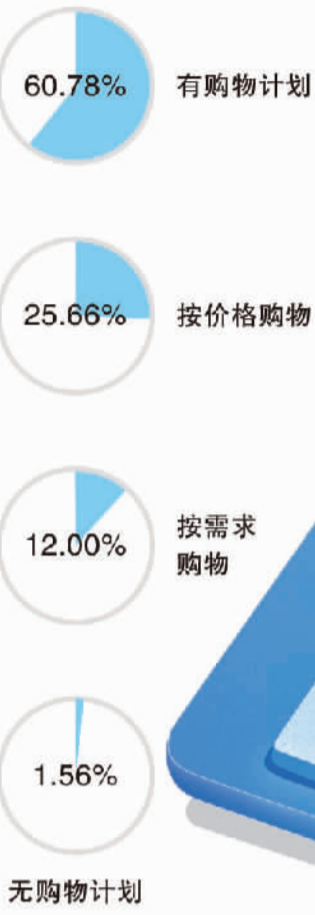
是否会关注“补贴”类商品



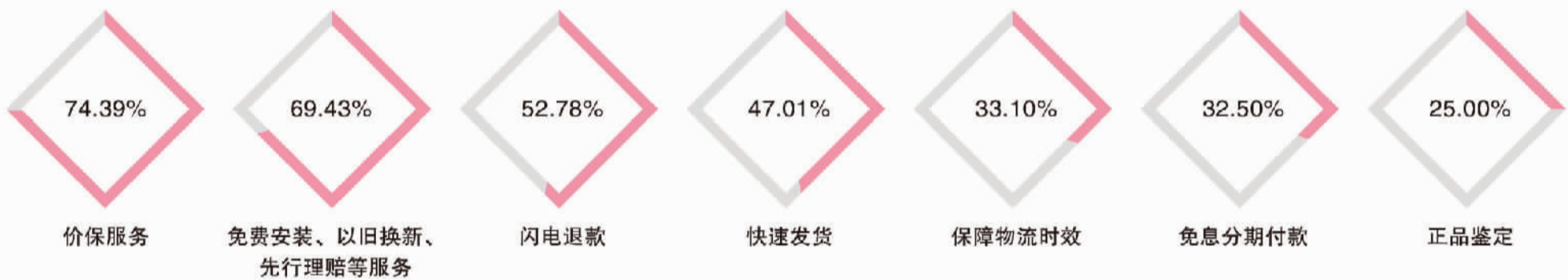
1 消费者特征

注:本版数据通过问卷调查统计得出

是否有购物计划

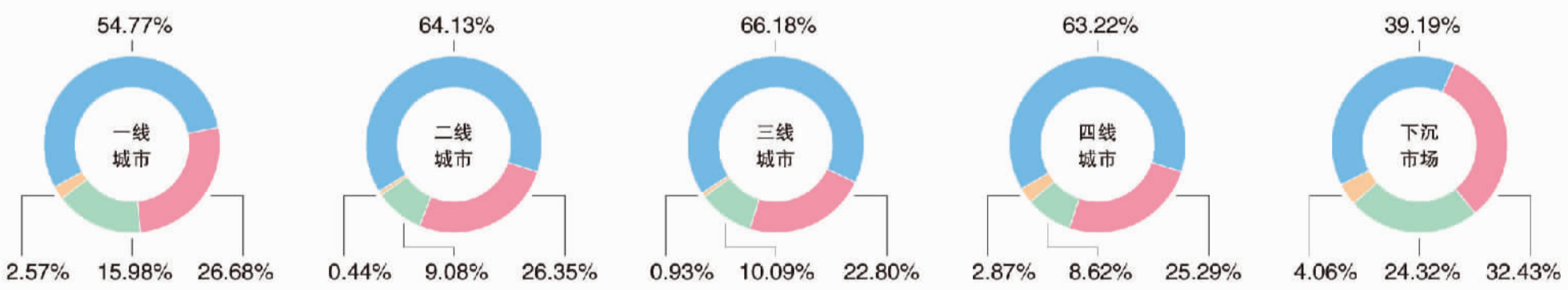


希望电商平台提供的特色服务(多选)

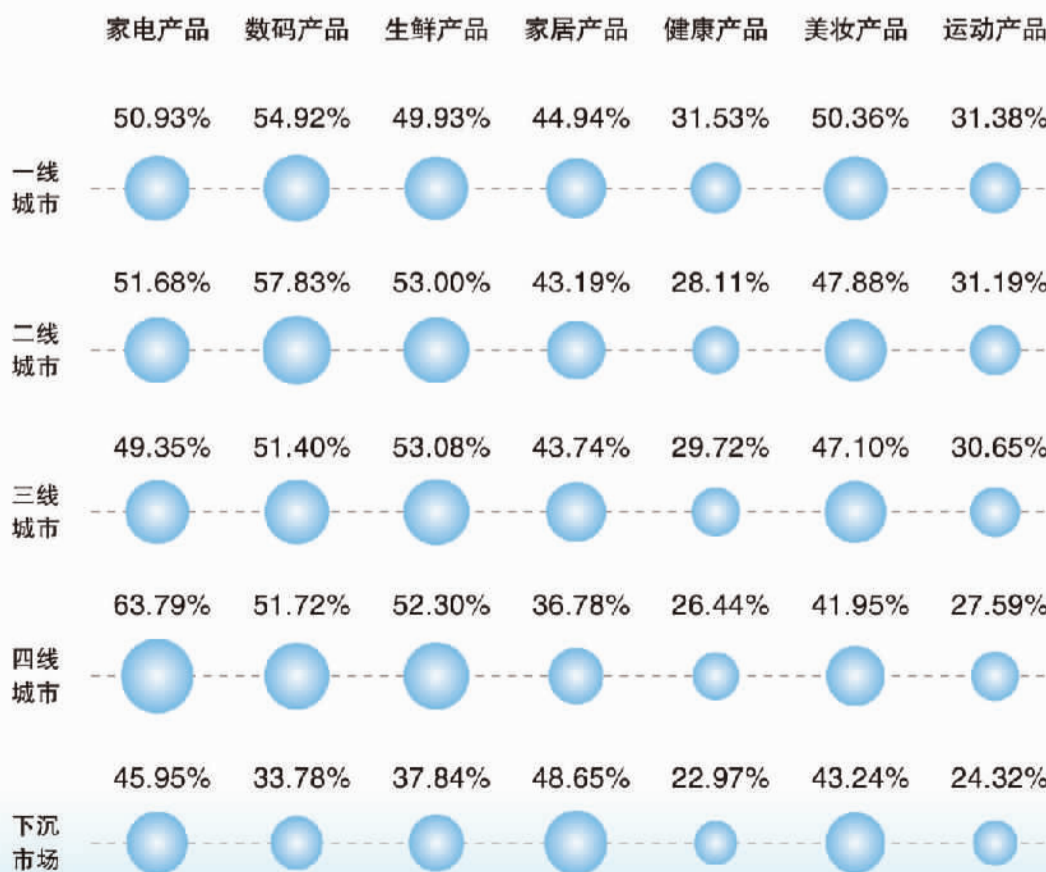


2 区域特征

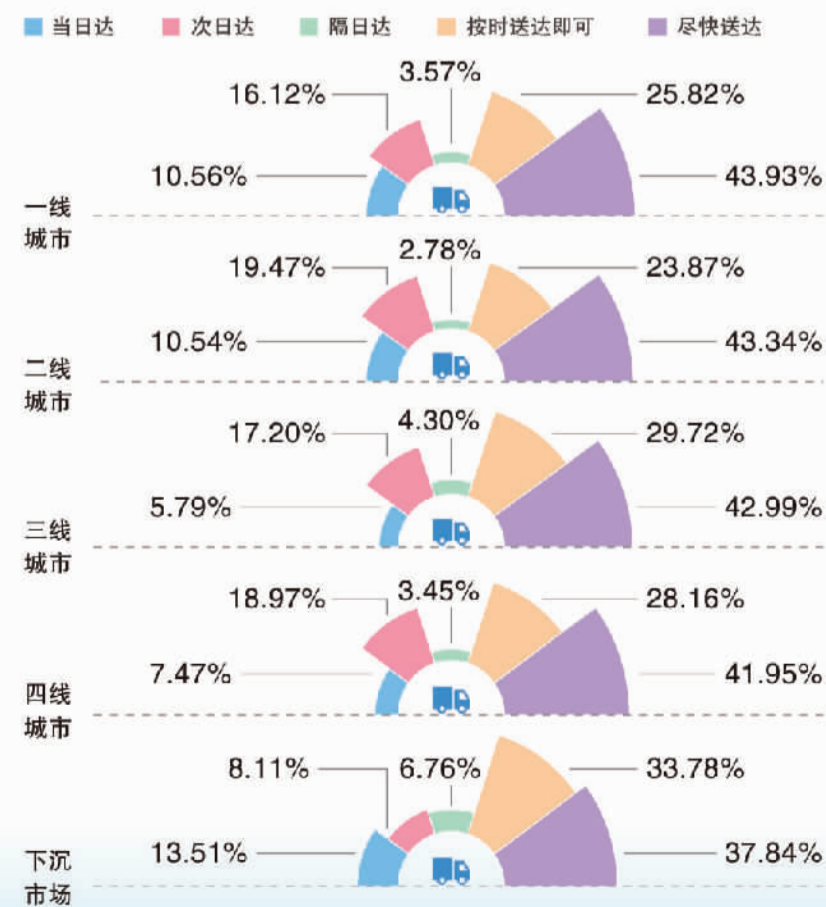
是否有购物计划: 有购物计划, 按价格购物, 按需求购物, 无购物计划



各地区消费者计划重点购买的品类(多选)



各地区消费者下单后期待送达的时间



影响消费决策的因素: 数值越高表明影响越大



更多内容 扫码观看