

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

“高颜值”蕴含大流量

说数

□ 本期点评 陆飞

近年来,消费者越来越重视消费过程中的视觉体验,“颜值经济”引领了消费潮流,给人们带来了不一样的感官享受,并为消费市场注入了新的活力。

颜色成重要消费决策因素,主要取决于两方面。首先是“内适性”需求,如居家环境、房屋装修、家具家电等。这类需求虽然较少有向外人展示的机会,但主要体现消费者追求舒适生活的需求。同时,在网络社交媒体快速发展的当下,“高颜值”的居家环境成为很好的社交背景。而且,随着消费者对“颜值”的追求不断递进,“高颜值”的小物件、大家电和各类家具产品层出不穷,众多细分品类及新兴品牌实现了在消费市场上的弯道超车。

其次,是“可移动的美丽”。数据显示,在衣物、美妆、手机和汽车消费上,消费者对颜色的要求更为苛刻,表明大部分消费者希望通过颜色展示自己的审美、个性、情绪、喜好等,并希望获得他人的注意和夸奖。因此,在产品设计和颜色搭配上进行创新能博得消费者青睐。接下来,品牌商们应继续坚持以消费者为中心,持续提升生产制造与研发能力,为广大消费者提供更加优质、美丽的产品。

综合来看,“高颜值”商品满足了人们对高质量生活的诉求,能够给消费者带来愉悦感、满足感,从而带动消费市场提质升级。未来,创新意识必然会让生产厂家加大对设计、艺术领域资源的投入比例,研发出更多“高颜值”的商品,让消费者获得优质产品的同时,直接或间接提高消费者的幸福指数和生活品质。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



色彩能通过视觉被第一时间感知,是人们展现自我、释放情绪的重要载体。从“反差色”消费情况看,男性爱购买彩色袜子、女性爱购买冷色调手机,色彩和衣服穿搭一样,已成为人们表达心情和个性的一种方式。在这个夏天,商家可以通过挑动消费者的视觉神经,实现“颜色”消费的提质升级。

在面对客单价较低、更换频率较高的产品时,消费者越来越重视各类商品的视觉设计和搭配,体现出人们对颜值、个性、时尚的需求快速增长。建议相关企业和品牌在产品造型、颜色搭配、设计元素上进一步创新,通过时尚的设计、合理的颜色搭配紧抓消费者眼球,获得更多消费者青睐。

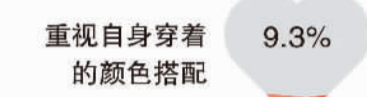


1 消费者喜欢什么颜色?

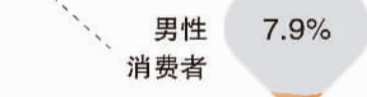
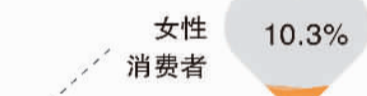
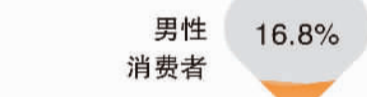
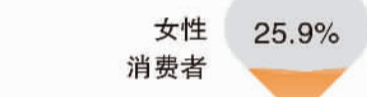
消费者颜色的选择(多选)



消费者对颜色的重视度



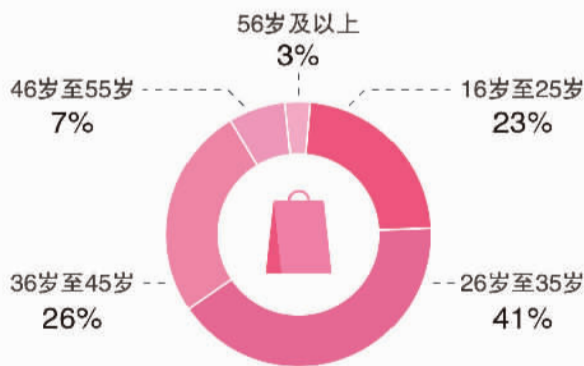
每段时间喜欢的颜色不一样



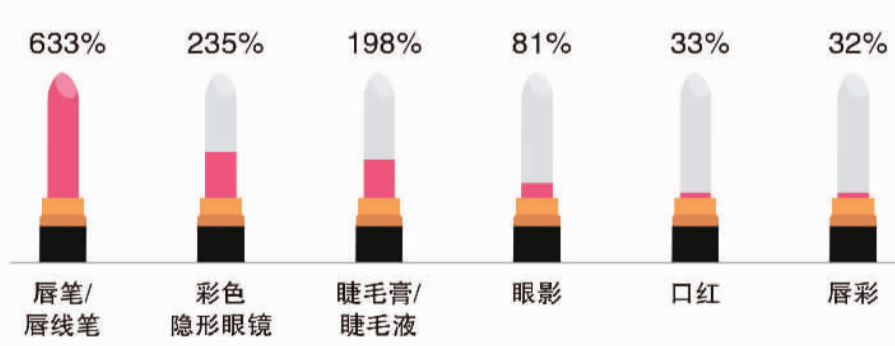
会跟随流行色买东西

2 哪些颜色商品受欢迎?

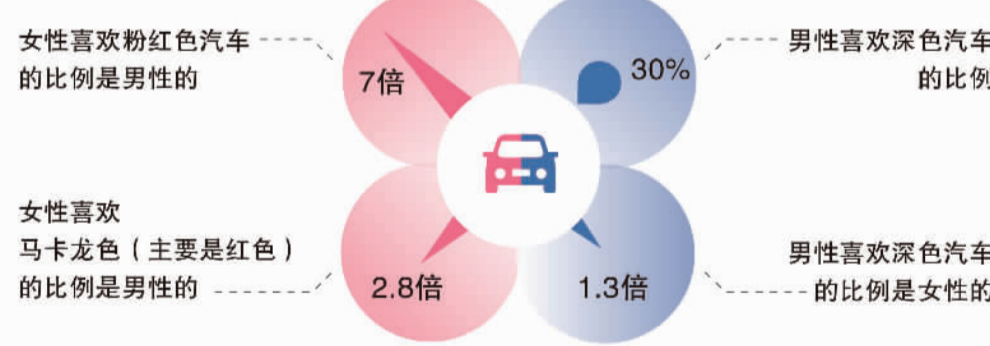
从人群看 购买粉色商品的消费者占比



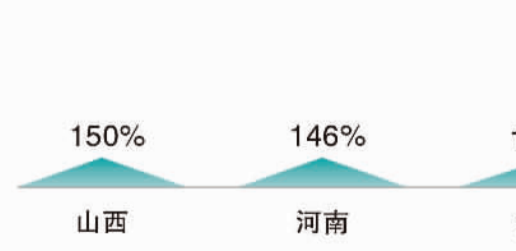
从产品看 美妆类商品销量同比增长



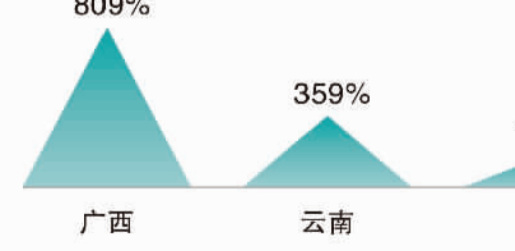
不同性别在汽车消费上的颜色偏好



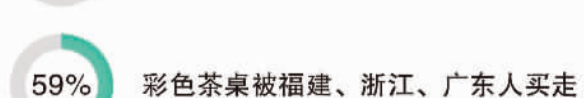
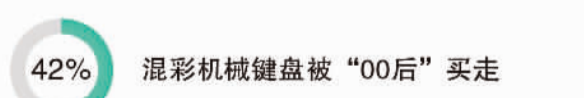
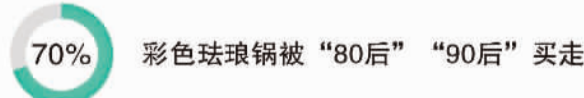
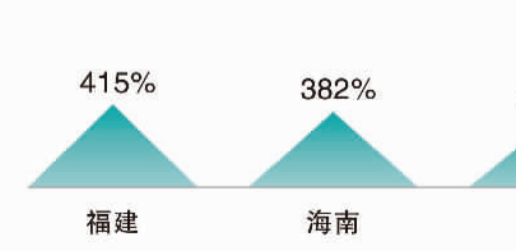
彩色玻璃杯销量环比增长TOP3省份



彩色锅具销量环比增长TOP3省份



彩色茶具销量环比增长TOP3省份



数据周期: 2023年5月31日至6月18日