

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费
年中消费数据分析

性价比成影响消费决策重要因素

说数 □ 本期点评 陈瑶

2023年上半年，理性消费逐渐成为主流，深刻影响了消费品的发展和变化。面对新变化、新趋势，制造商、零售商、平台企业等要共同发挥积极作用，推动供应链上中下游实现新发展，让更多商品在“潮起潮落”中经受住市场考验。

理性消费对商品核心竞争力提出了新要求，通过制造爆点、噱头获得高流量的情况将变得越来越少。当前，很多商品的评价页面出现了“是不是智商税”的疑问，无用消费成为消费者规避的重点。数据显示，越来越多消费者在购物前会搜集商品的成分、功能等资料，一款产品要想进入购物车必须经得起研究对比。这就要求相关商品具有较强核心竞争力，技术指标过硬，能够满足消费者的各种需求。

理性消费对商品信息透明度提出了高要求，追求性价比已成为消费者做出决策的重要影响因素。相同品牌、同款商品在哪个渠道价格更低？消费者只要打开相应APP或翻阅用户留言，就能轻松实现比价。可以说，性价比正深刻影响着消费供应链的发展。

怎样才能打造更具性价比的产品？销售端可以凭借数据分析判断用户需求变化，并通过调整备货量、储存地等方式，提高周转效率，降低销售成本。产业端可以通过收集整理分析消费者反馈、使用评价等信息，做好产品升级研发工作。同时，企业要加强消费趋势发展的研判和预测，做好产能控制，避免供给过剩，减少库存成本。此外，供应链上、中、下游企业要做好对接融合工作，实现高质量的信息和价值循环，这样不仅能使企业获得更好收益，对产业高质量发展也非常有益。

（点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员）

3 消费需求变化

消费者在哪些消费领域一定要买高品质商品（多选；消费者占比）



消费者会从哪些消费品类中节省开支（多选；消费者占比）

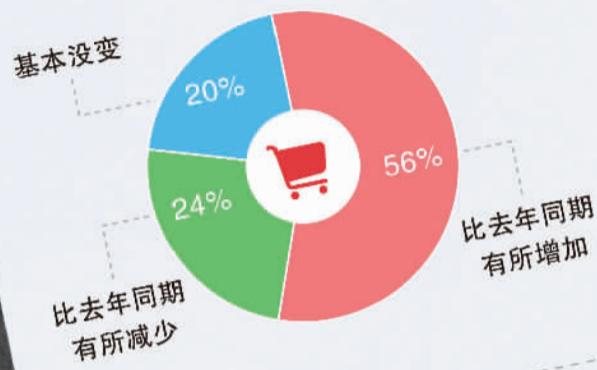


数据显示，消费者年龄越高，对高品质商品的需求越高；年龄越低，对高性价比商品需求则更高。当商品主要面向年轻群体时，可考虑减少不必要的成本，以获得更多新客户。商品主要面向中老年及以上群体时，可考虑增加产品价格区间，提升商品使用体验，使商品更适合中老年群体消费习惯。

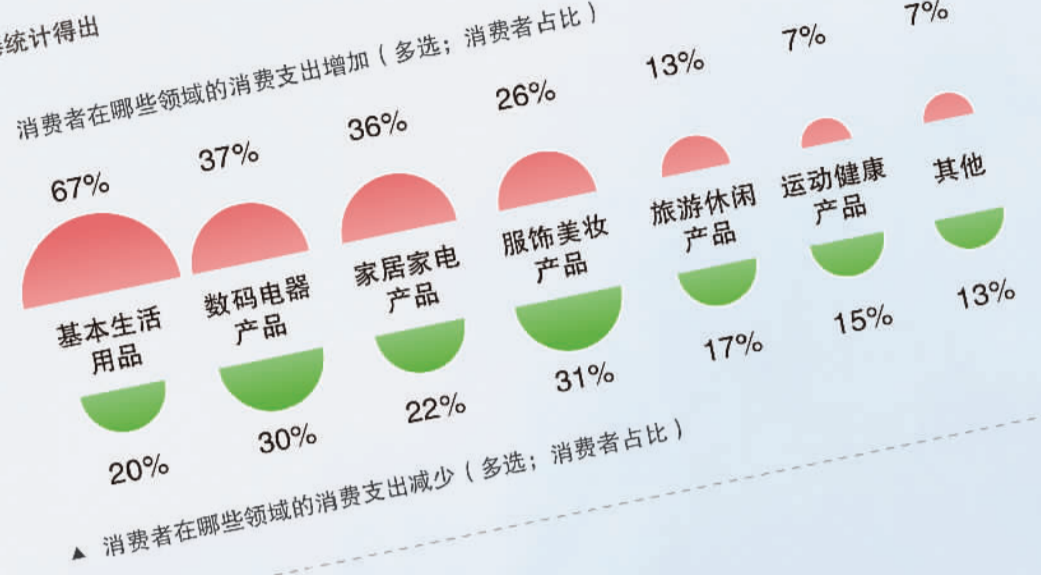
1 消费支出变化

注：本版数据均通过调查问卷统计得出

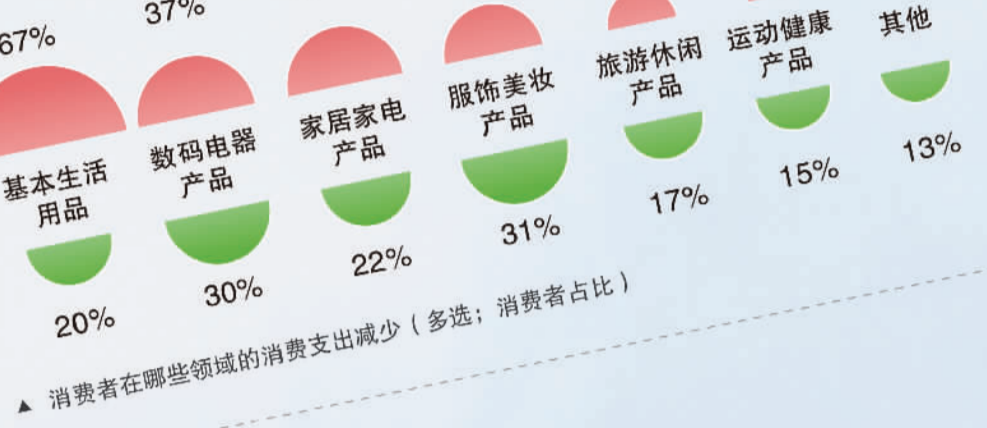
消费者的支出总额变化情况（单选；消费者占比）



消费者在哪些领域的消费支出增加（多选；消费者占比）

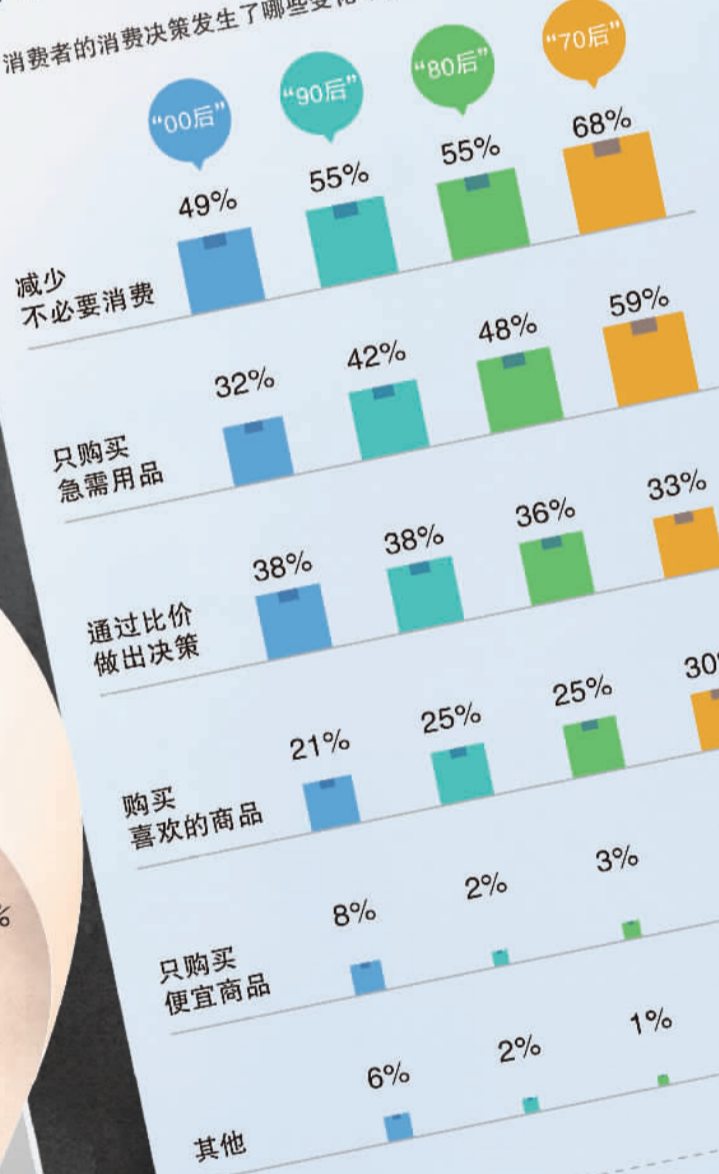


消费者在哪些领域的消费支出减少（多选；消费者占比）

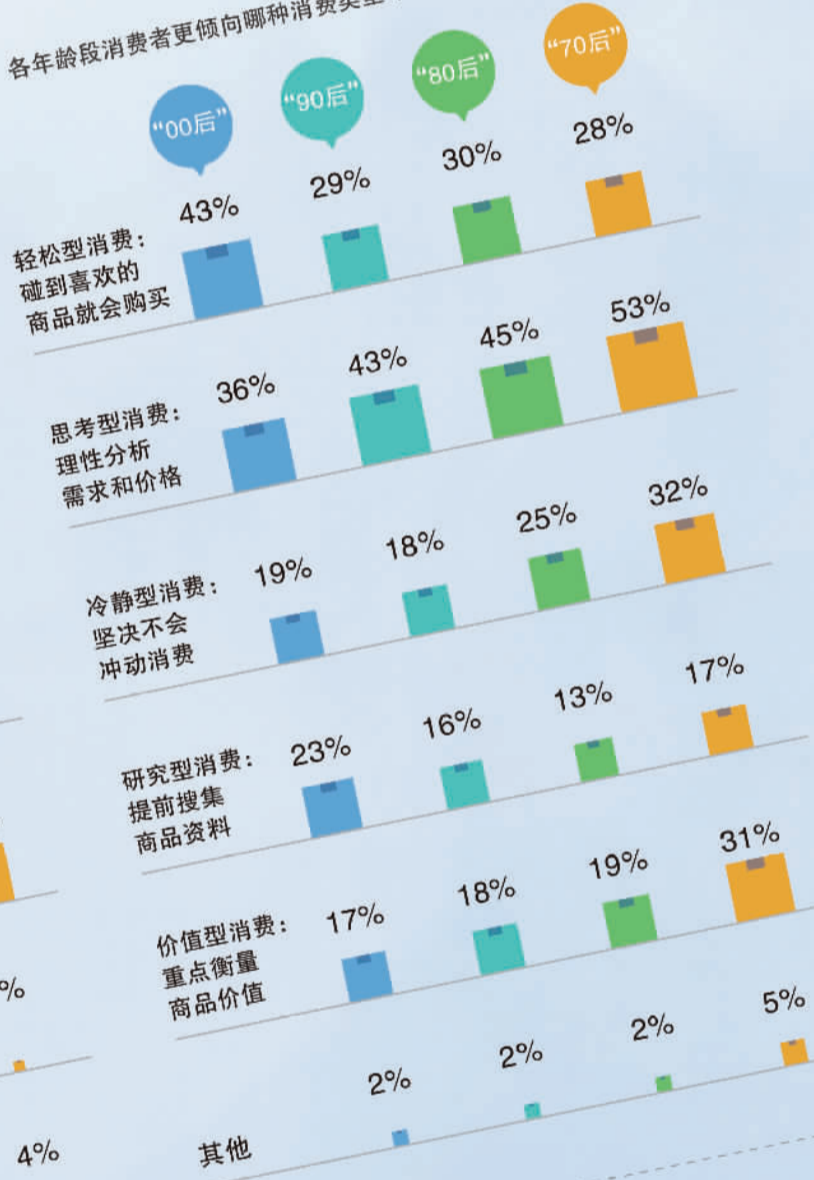


2 消费行为变化

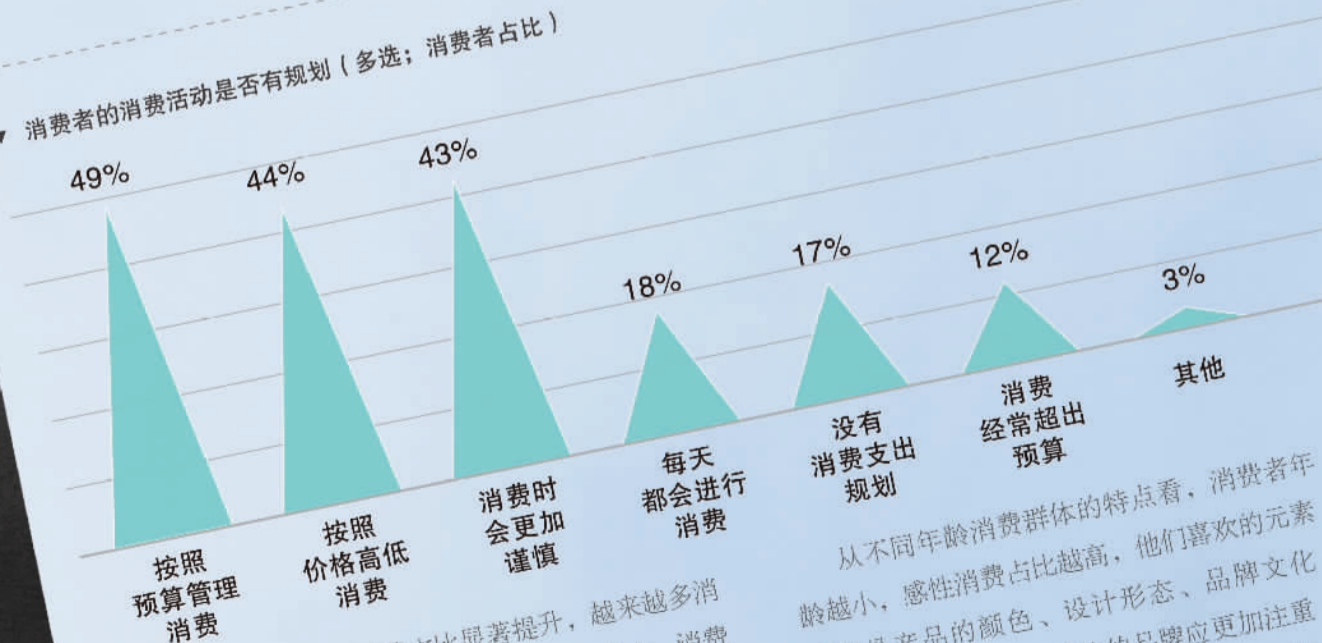
消费者的消费决策发生了哪些变化（多选；消费者占比）



各年龄段消费者更倾向哪种消费类型（多选；消费者占比）



消费者的消费活动是否有规划（多选；消费者占比）



近年来，家庭场景消费占比显著提升，越来越多消费者注重打造舒适生活环境。在食品饮料消费上，消费者更注重配料健康、包装合适、成分天然；在日用品消费上，消费者更青睐细分功能突出的产品。对此，相关企业研发产品时要更加注重产品的成分和功能，打造更加健康实用的产品体系。



更多内容 扫码观看 数据周期：2023年上半年