

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

个性化服务消费加快兴起

说数 本期点评 柴祯祯

随着居民收入增长和中等收入群体规模扩大，我国居民服务消费快速增长，家政服务、养车服务、旅游服务、健康服务等各类服务产品成为消费新热点。居民对服务质量和品质的需求日益提升，推动服务消费从注重量的满足向追求质的提升转变，并呈现出品类日益丰富、领域日益细分、专业性日益增强的发展趋势。

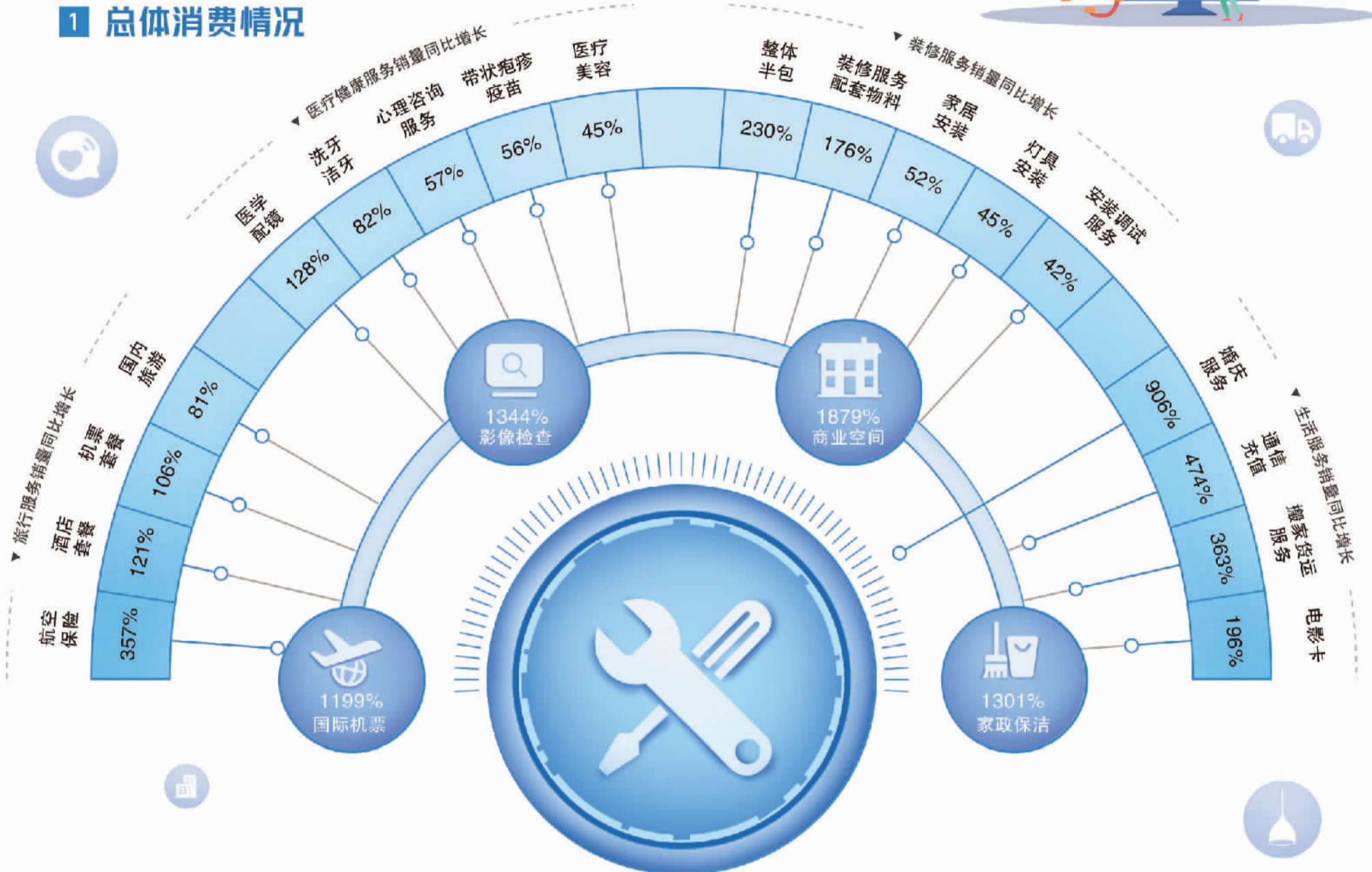
从消费场景和产品种类看，服务产品供给能力的提升，促使服务消费场景和种类向衣食住行全方位拓展。其中，属于基础生活范畴的家政保洁、家电维修、房屋装修等服务继续保持快速发展态势，旅游出行、医疗健康等服务产品也逐步进入发展快车道。值得注意的是，在家政、养车、装修等服务消费场景中，不仅需要投入更多的人力资源，还要注意简化流程、提升服务质量，这样才能持续给用户带来令人满意的体验，获得更多客流量。

从消费地域和消费人群看，服务产品的多样化、精准化促进了消费群体的拓展。数据显示，35岁以下年龄段人群在服务消费中的占比更高。其中，16岁至25岁年龄段人群在服务消费中的占比，要比其在所有消费中的占比高3.9个百分点。以“90后”“00后”为主体的新一代消费群体逐步壮大，使得个性化服务消费加快兴起，促进服务消费向细分化和多元化方向发展。从地域看，一二线城市是服务消费最为活跃的区域，三四线城市及下沉市场则拥有更大潜力，有待开发。

整体来看，我国服务消费呈现出转型升级新趋势，推动服务市场焕发新的生机与活力。服务行业的健康发展不仅有助于消费结构升级，也有助于消费整体提质扩容，创造更大的市场增长空间。

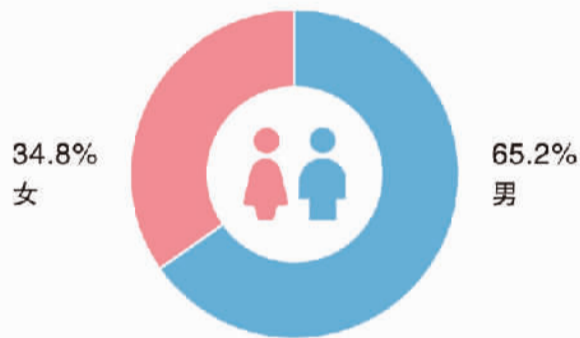
(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

1 总体消费情况

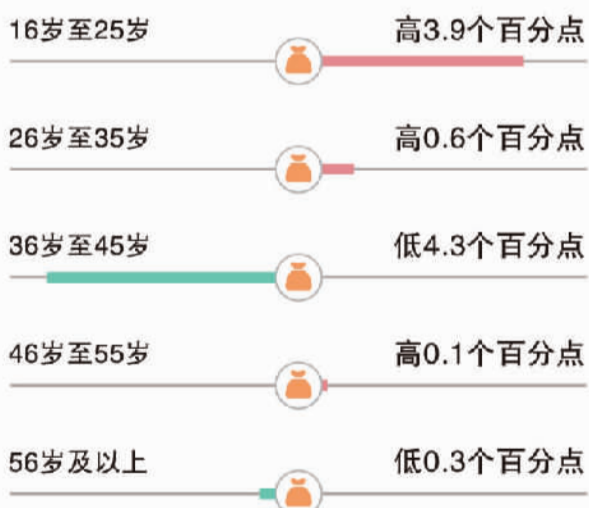


2 消费者特征

不同性别消费者的服务消费成交额占比

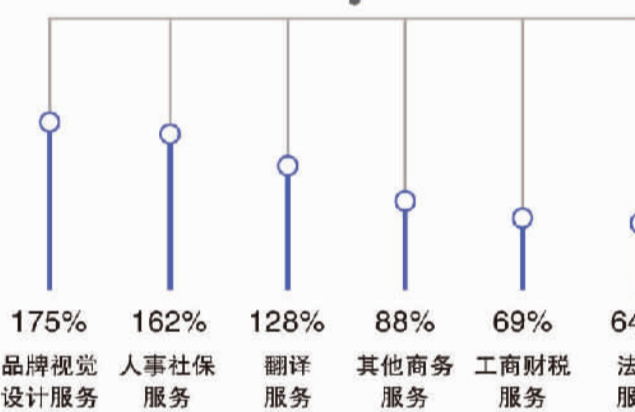


各年龄段服务消费成交额占比对比所有消费成交额占比

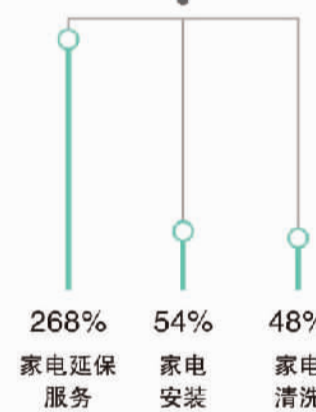


目前，服务消费呈现品类增多、领域细分、专业性提升的发展趋势。从消费侧看，良好的服务体验是服务消费可持续发展的关键，也是服务提供商的核心竞争力，建议相关企业实践中精准发现消费者的真实需求和细分需求，通过提升专业性和针对性改善用户体验，从而获得更多客源。

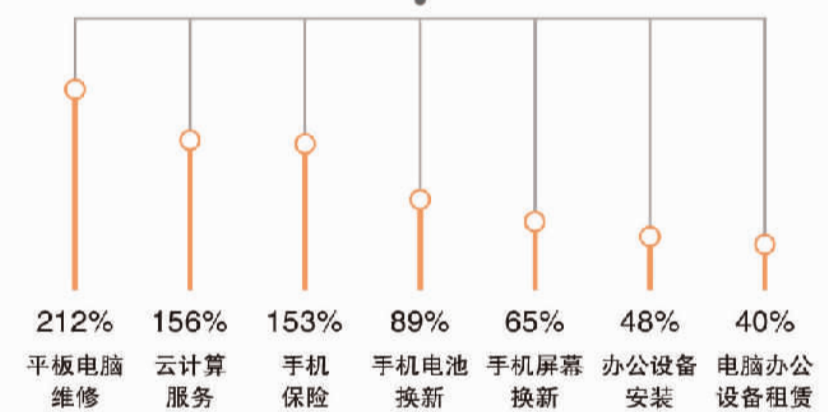
商务服务销量同比增长



家电服务销量同比增长



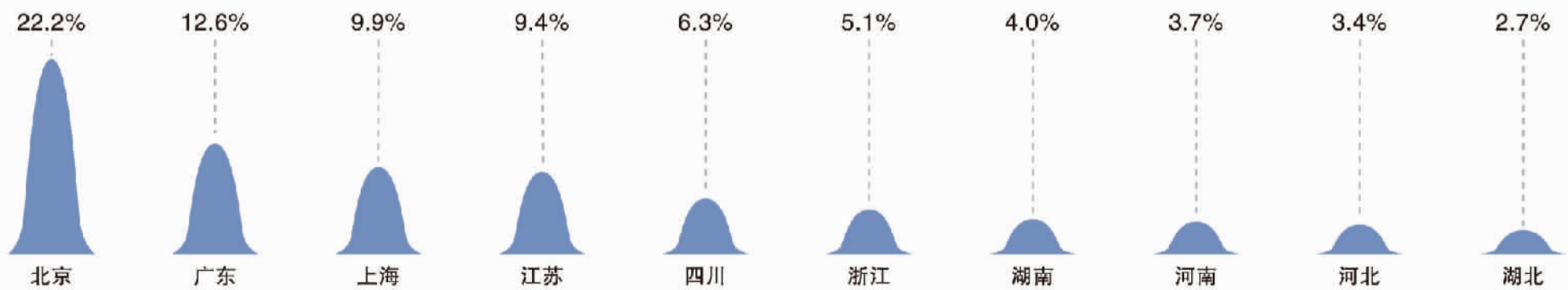
电脑手机服务销量同比增长



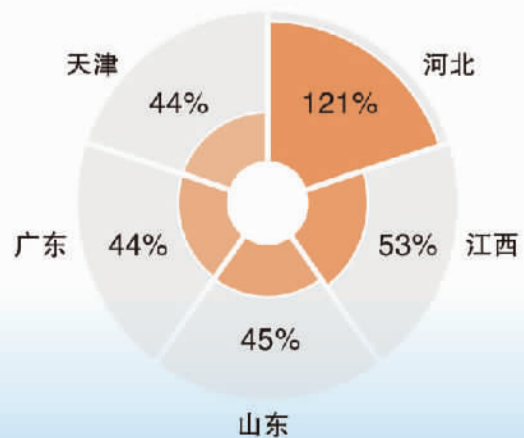
汽车服务销量同比增长



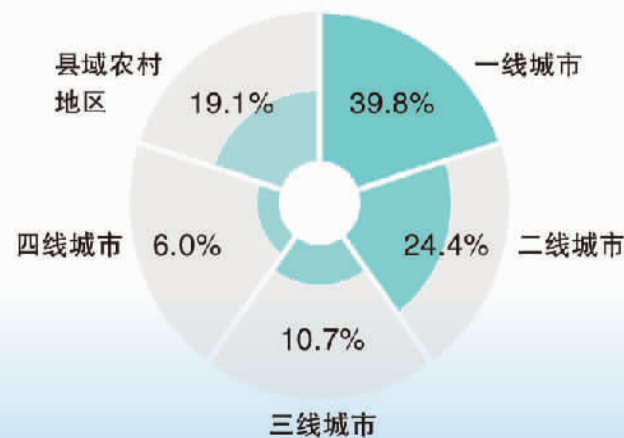
服务消费成交额占比TOP10省市



服务消费销量增速TOP5省市



各区域服务消费成交额占比



服务消费是一种个性化、差异化需求非常明确的消费品类，不同群体在消费诉求和消费习惯上大相径庭。对于相关企业而言，市场机会很多，成长空间很大。但是，随着消费者对服务标准和质量提出更高要求，相关企业在发展过程中只有把提高服务的专业度和提升用户体验放在首位，才能收获更多消费者。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2023年上半年