

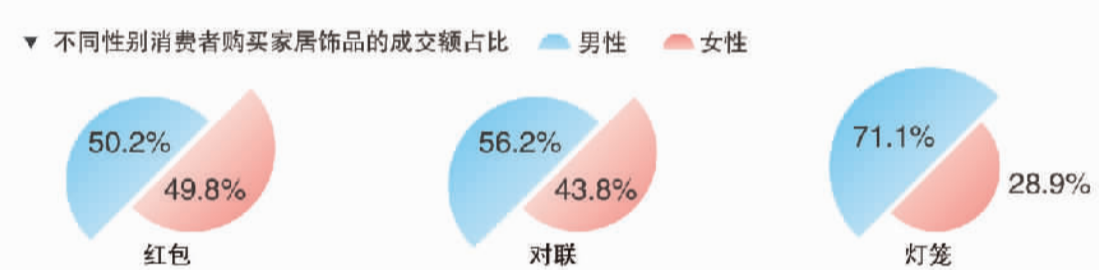
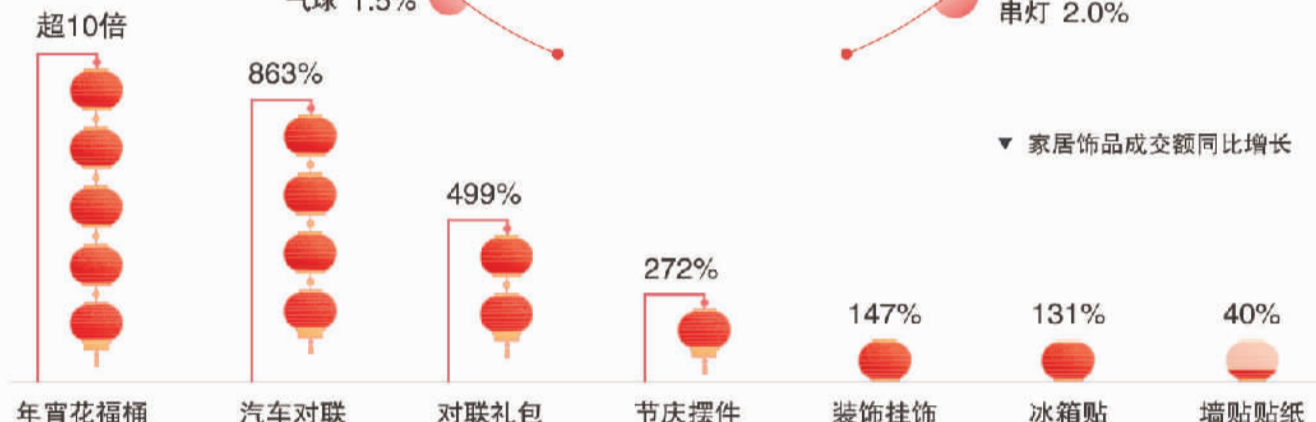
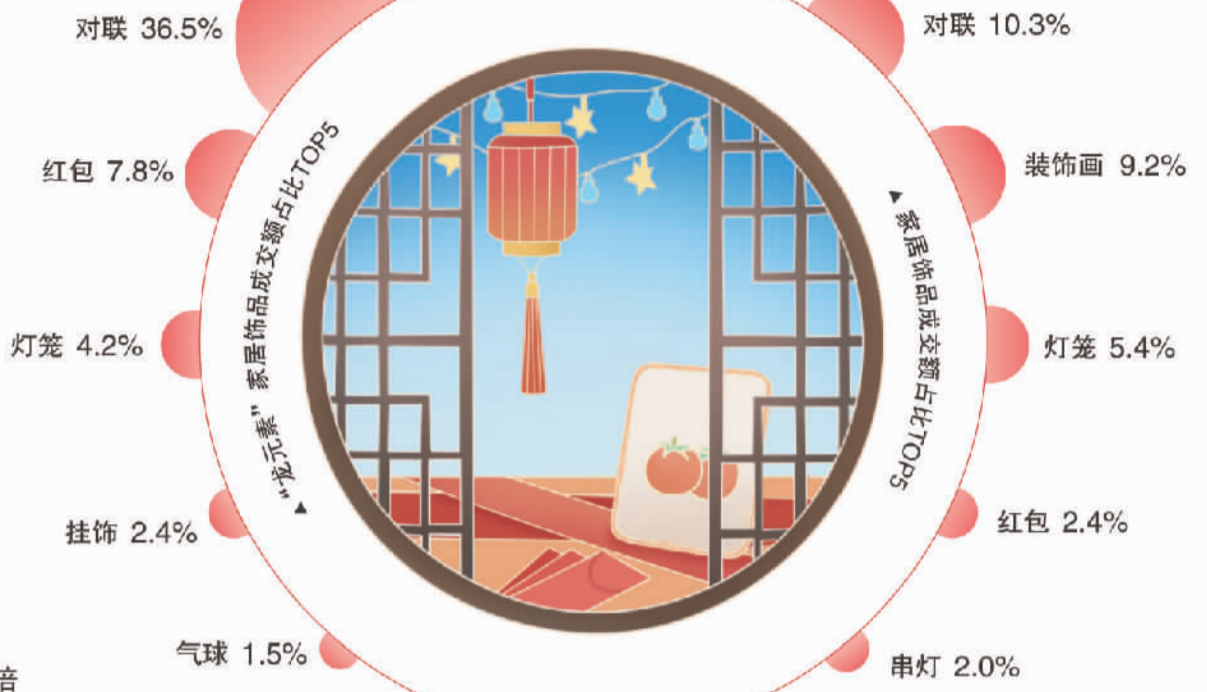
经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

春节饰品销售火热



1 总体消费情况



3 地域消费特征



说数

龙年春节日益临近,年味越发浓厚。近段时间,全国各地特色线下年货大集相继开启,各大电商平台也纷纷启动年货节活动。人们除了要吃出新味道、穿出新潮流、玩出新花样之外,年货消费还在家居装饰等年货用品上展现出新场景、新需求、新变化,对联、红包等年货用品成交额增长亮眼。

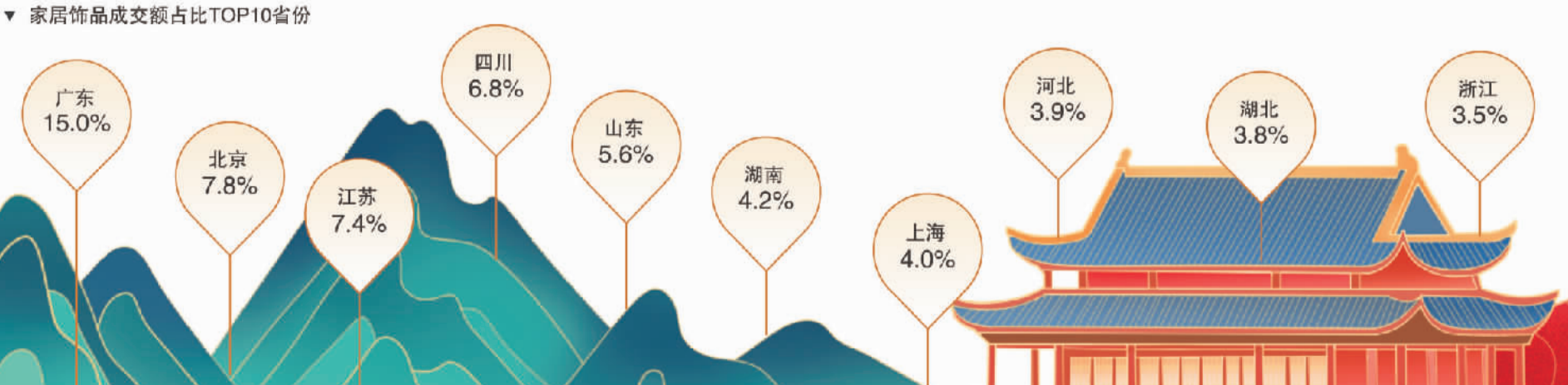
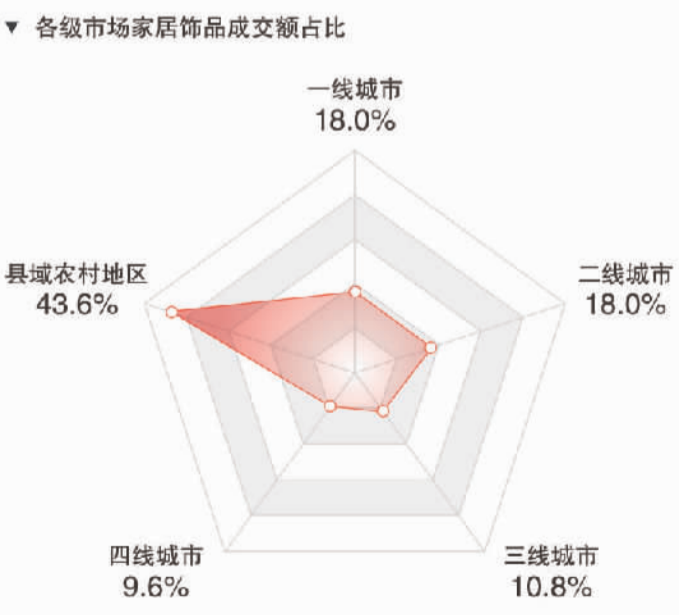
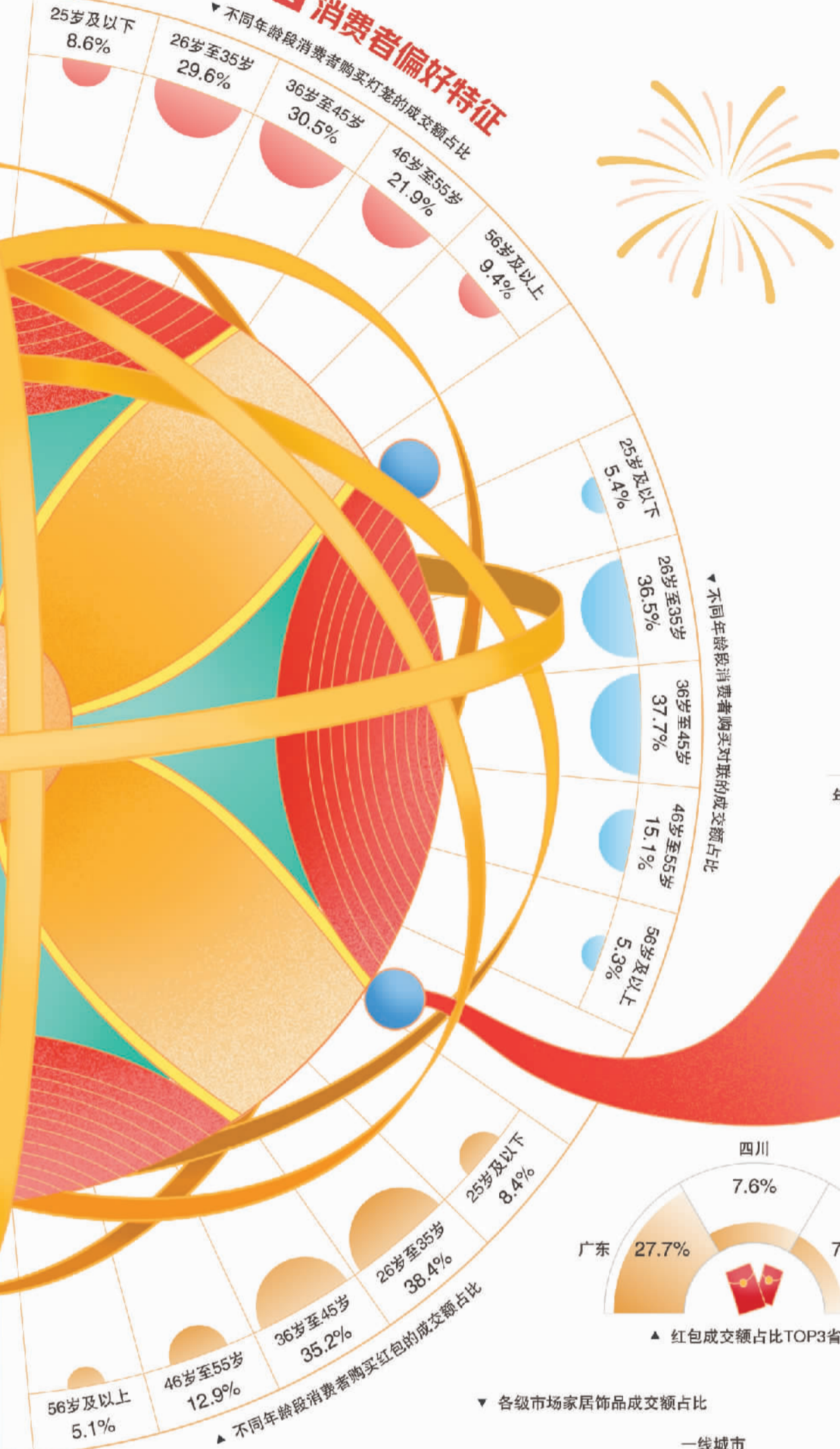
从购买年货的用户中不难看出,“80后”“90后”已成为消费主力军。逐渐掌握年货采购权的年轻人群,消费更趋向于多元化、品质化和差异化。这一新变化,对商家而言意味着机遇,满足年轻人的需求新变化就能打开更广阔的市场。

年轻人对仪式感的需求正引领新的消费潮流。为了让年味更浓,消费者购买年货在注重品质与功能的同时,十分注重产品带来的情绪体验。除了与龙年生肖元素有关的对联、灯笼、红包等传统年货用品之外,挂饰、摆件、冰箱贴等营造节日氛围的年货新品成交额同比大幅增长,成为年货消费的“最强气氛组”。

从各级市场年货用品消费情况看,县城农村地区成交额占比最高,远超其他各级市场。县城农村地区有庞大的居民群体,随着农村寄递物流体系逐渐完善,越来越多的商品和服务通过电商以及农村流通体系进入农村,县城农村地区蕴藏的巨大消费潜力得以释放。

年货消费热潮涌动,折射出人们的消费意愿和信心。相关企业要抓住年货消费这一契机,把握年轻群体消费偏好,及时推出高品质、高性价比的产品。同时,相关企业要积极开拓下沉市场,借助消费大数据分析市场需求特征,为下沉市场生产更多适销对路的商品。

2 消费者偏好特征



春节装饰品种类多样,对联、灯笼、红包是最受消费者欢迎的三件套。从人群消费偏好来看,“90后”消费者更爱买红包,“80后”消费者更爱买对联和灯笼,年纪更大的消费者偏好买灯笼。其中,男性消费者买走了更多的灯笼、对联和红包产品。

从地域特征来看,县城农村地区是春节装饰品消费的主力。细分品类中,偏好购买对联的消费者主要来自江苏、北京和广东;偏好购买灯笼的消费者主要来自广东、四川和北京;偏好购买红包的消费者主要来自广东、四川和北京。



数据周期: 2024年1月17日至1月21日