

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

特色消费激发潜能



1 整体消费情况



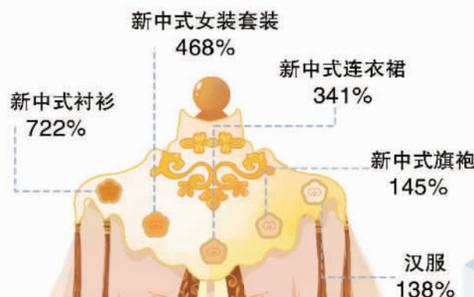
消费者数量同比增长亮眼品类



2 国潮文化类产品

国潮服饰成交额同比增长

博物馆文创产品成交额同比增长



酒具套装 517%

手工饰品 398%

箱包配件 311%

咖啡具套装 194%

女士单肩/斜挎包 149%

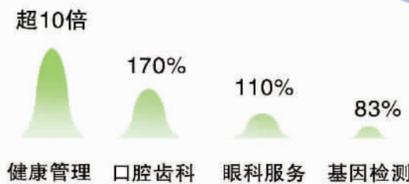
3 科技类产品

新潮3C数码产品成交额同比增长



6 健康类产品

健康服务成交额同比增长



数据显示，今年上半年，食品饮料、家庭清洁/纸品、家用电器、母婴、医药等成为消费者购买较多的品类；细分品类中，方便食品、酒杯/酒具、收藏酒、膨化食品、文化用品等产品的消费者数量同比增长亮眼。

今年上半年，消费者重视精致家生活的打造，在家电家居相关产品上投入更多。数据显示，智能防盗门、智能浴室柜、智能水槽等智能家居产品，恒温浴霸、助起功能沙发、防滑瓷砖等适老产品，以及儿童学习桌、儿童榻榻米等适幼产品成交额均显著增长。

4 户外运动类产品

运动鞋服成交额同比增长



户外运动产品成交额同比增长

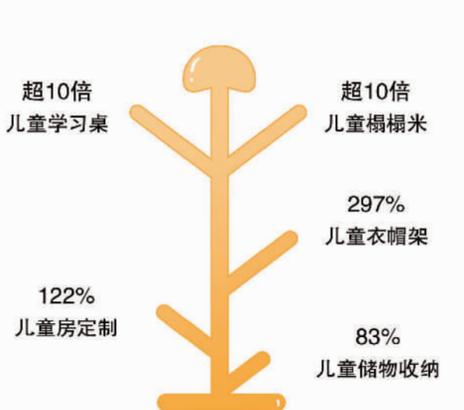


5 老幼友好类产品

适老产品成交额同比增长



适幼产品成交额同比增长



保健器械成交额同比增长



营养保健品成交额同比增长



说数

本期点评 曹凤娟

今年上半年，中国消费市场呈现稳中有升的态势，以科技、文化为代表的特色消费激活了消费市场高质量发展的新动能，智能科技消费、体验式消费、情感价值消费等成为新亮点。

拥抱新技术，智能新潮产品开辟“智慧生活”新体验。AI大模型在不少终端设备上落地应用，AI手机、AI电脑等AI硬件产品激发了消费者的尝新热情。开放式耳机、3D打印机、拇指相机引领趋势潮流。在智能家居方面，消费者对于打造全方位智能生活的热情日益高涨，智能防盗门、智能浴室柜、智能开关等产品备受关注。

国风热潮持续升温，越来越多包含中国文化元素的产品受到认可。从火热销售的博物馆文创产品，到年轻人热衷的国风服饰，再到不断推陈出新的老字号品牌，表明文韵悠长的“国潮”正在成为一股不可忽视的消费新潮流。数据显示，新中

式衬衫、新中式女装套装的成交额同比增长分别超7倍和4倍，手工饰品、箱包配件等博物馆文创产品成交额增长超3倍。

年轻消费者奔向户外，享受大自然带来的情绪疗愈。不管是“禁止焦绿”“动感光波”等谐音梗水果成新晋治愈系工位“搭子”，还是公园20分钟散步“班味儿”，抑或是去户外骑行、徒步登山，均带动公路车、骑行服、越野跑鞋等产品热销。

特色消费已成为消费增长的新空间和经济发展新动能，进一步激发消费潜能释放，需要多方合作持续发力。在完善长效机制优化消费环境、丰富场景提振消费意愿的同时，企业还需要提供更高质量、价格更有诚意的产品来满足多样化的消费需求。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



更多内容 扫码观看 数据周期: 2024年上半年