

撰文/制图  
壹点智库研究员 路泽坤

走过15个年头,2024年的“双十一”购物狂欢节再次点燃了消费者的购物热情。近日,“双十一消费新体验有奖调查”,共收到4500份问卷。结果显示,高达91.39%的受访者密切关注这场年度购物盛宴,至少6成受访者已经积极投身其中,享受着购物的乐趣与实惠。值得关注的是,线上的健康消费和即时零售成为双十一消费中不断升温的消费新体验。

从电商开始,家电、数码、服饰、日用品等一个个品类的线上消费逐渐变得日常且习惯。消费者们不再受限于传统的购物模式,而是随时随地,只需轻点鼠标或滑动手机屏幕,就能享受到全球好货。这不仅为消费者带来了前所未有的便捷,也推动了零售行业的升级。

对于健康消费而言,线上购物凭借其多元化、精细化、品质化的服务日益受到青睐。医生、药师、营养师等专业角色实时在线,让消费者能够随时随地管理自身健康。加之365天只换不修、不爱吃包退等贴心举措,使得线上健康消费更加便捷高效。

对于即时零售来说,消费者的使用频次也在持续攀升。从生鲜食品,扩展到数码、美妆、日用百货、健康等多元化品类,从日常急需到夜间、异地、礼物赠送等丰富场景,即时零售越来越贴近消费者的生活。

根据问卷数据,京东以超过6成的比例成为最受欢迎的电商平台,远超其他平台,展现了其对消费者的强大吸引力。天猫/淘宝和拼多多分别以44.32%和38.41%的比例紧随其后。短视频购物平台中,抖音和快手的占比为28.06%和13.60%。此外,还有6.37%的消费者双十一选择在小红书购物。

### 健康商品追求“又便宜又好”,京东健康成消费者首选

健康消费是今年“双十一”的一大亮点。从医药、医疗器械到传统滋补品、营养保健品,健康消费品类越来越丰富,消费者在选择产品时,重点考量哪些因素呢?调查显示,在购买健康产品时,消费者的关注重点主要集中在价格和品质两个方面。其中,“又便宜又好”价格有优势品质也要好”这一选项的选择占比最高,为23.6%;紧随其后的是“更关注产品品质,会先选好品牌,再选择商品”,占比为23.52%;此外,特别关注价格的消费者,占比为17.31%。在产品功效选择方面,倾向选择有针对性商品的消费者占14.59%,关注购物体验和服务保障的占14.59%。这表明消费者在关注产品本身的同时,也越来越重视购买过程中的服务质量。

在健康器械的购买过程中,平台服务特色成了消费者选择的一个重要因素。

在各种特色服务中,“365天只换不修”以68.01%的比例成为最受欢迎的服务,尤其是购买电子医疗器械的过程中,产品的可靠性和售后保障是消费者关注的重点。“送装一体”以49.94%的比例位居第二,“以旧换新”和“药师/医生/营养师咨询”的比例分别为43.58%和40.02%。相较之下,“30天价保”的需求相对较低,仅为29.9%。

在健康器械产品的购买平台选择中,京东以47.34%的比例成为最受欢迎的购买渠道。

营养保健品市场细分,功能需求多元化。

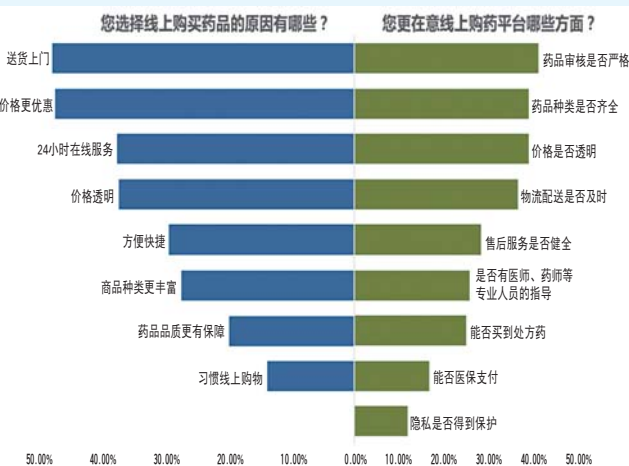
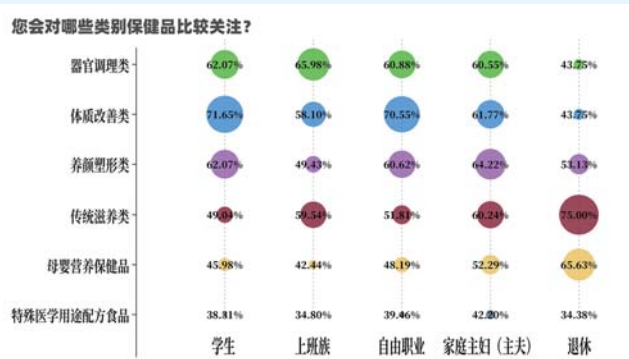
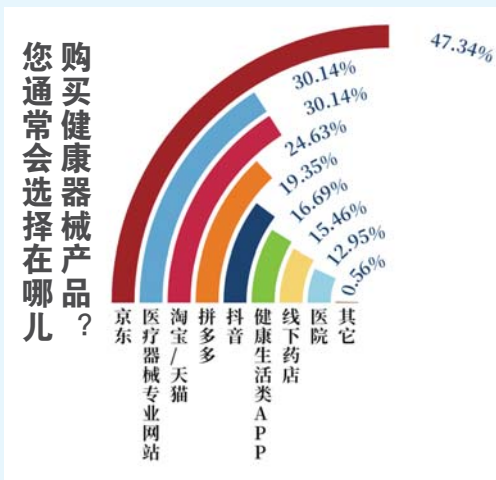
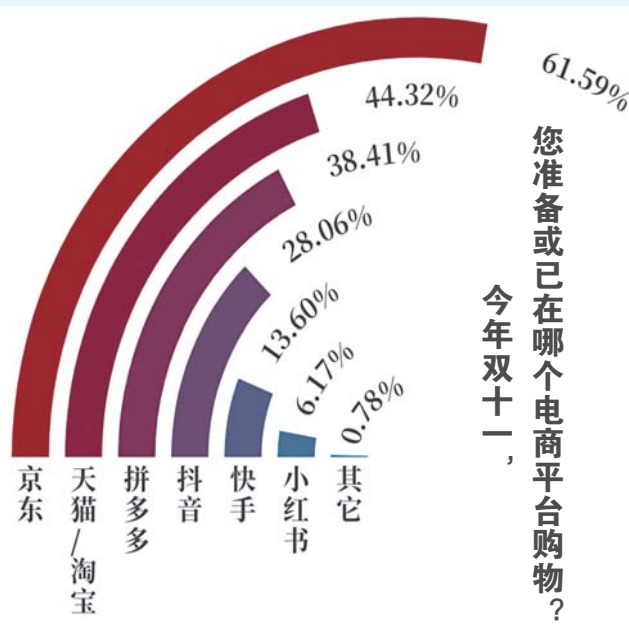
在营养保健品的选择方面,消费者对于功能细分的需求日益旺盛。从传统滋补到改善睡眠、增强免疫力再到美容养颜,各类功能的保健品深受消费者青睐。

■ 双十一调研

健康商品配套服务

秒送丰富使用场景

# 京东通过服务创新获得六成消费者点赞



根据职业状态与对保健品关注类别的交叉分析结果可以看出,不同群体在保健品关注类别上差异明显。

学生对体质改善类保健品的关注度最高,有71.65%,他们希望通过补充维生素和蛋白质等来改善体质;65.98%的职场人士开始选择辅酶Q10、叶黄素等保健品调理身体;自由职业者对体质改善类和器官调理类保健品的关注度也相对较高,分别为70.55%和60.88%;家庭主妇(主夫)在各类保健品关注度上表现均衡,尤其在养颜塑形类保健品上关注度较高,达到64.22%;退休人士在传统滋补类保健品上表现出较高的关注度(75%),这可能与其对身体保健的刚性需求和传统养生观念有关。

在购买保健品时,消费者对于不同服务的偏好也有着明显差异。“不好吃包退”是最受欢迎的服务,获得了50.9%的支持率。“28天无感退”“免费咨询营养师”的选项也较为受欢迎,支持率分别为45.49%和41.16%。

### 线上购药方便快捷,平台审核至关重要

“医生线上看”“检查在家做”“药品送到家”,线上健康消费以其便捷性吸引了大量消费者。

调查发现,消费者在选择线上购药平台时,最为关注的是平台的严格审核机制(41.07%),其次是药品种类的丰富度(38.89%)。可见,只有确保药品来源可靠、质量过关、种类齐全,才能赢得消费者的信任和青睐。

在线上购药平台的选择中,京东深受消费者信任,选择比例为49.59%。天猫/淘宝、美团紧随其后,占比也超过30%。此外,饿了么、小红书、抖音、快手也分别有21.47%、18.35%、14.15%和4.18%的消费者选择。

### 从吃喝日用到手机家电,即时零售消费产品更丰富,消费场景更多元

立冬的暖从一盘热腾腾的饺子开始。不想等待?没问题!打开手机上的即时零售平台,多种口味闪送到家。不止吃喝日用,即时零售平台还提供健康、美妆、数码等商品的配送到家服务。调查中46.18%的消费者表示经常使用即时零售服务,24.05%的偶尔使用。

“忙”“懒”和“急”,是消费者选择即时零售的三大主要场景。工作繁忙或闲暇懒于出门时,约三分之一的消费者更倾向于使用即时零售服务。例如出差时忘记带了充电线等应急情况下,即时零售业展现了便利性的优势。此外,“日常采买”(26.16%)、“时令补货”(11.41%)、“夜间解馋”(11.26%)也吸引着人们下单。

与三年前相比,购物频次的提升是即时零售购物中最显著的变化,35.53%的消费者表示他们现在会在家里缺东西时立即进行购物,显示出即时零售的便利性和快速响应的特点。购买种类的丰富性也得到了认可,有30.9%的消费者表示他们的购买范围从基本的果蔬和日用品扩展到了手机、电器等更高价值的商品。此外,更会多平台比价的消费者占比为24.08%,显示出购物时价格敏感度依然存在。

在选择即时零售时,消费者最为注重的方面是促销活动,占比37.35%。其次为品类丰富度(35.45%)和产品价格(33.31%)。配送速度也是一个重要因素,其中,超过3成的消费者希望配送时间控制在半个小时内。在众多平台中,京东秒送、饿了么、美团外卖,满足了众多消费者的需求,成为最常使用的三大即时零售平台。

编辑:武俊 美编:马秀霞 组版:侯波

报料电话:13869196706 欢迎下载齐鲁壹点 600多位在线记者等你报料

报纸发行:(0531)85196329 85196361 报纸广告:(0531)85196150 85196192 文字差错投诉:(0531)85193436 发行投诉:4006598116 (0531)85196527 邮政投递投诉:11185 全省统一零售价:1.5元 邮发:23-55 广告许可证:鲁工商广字01081号 地址:济南泺源大街2号 大众传媒大厦 邮编:250014 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂)印刷(济南市长清区玉皇山路1678号)