

经济日报携手京东发布数据——

涨粉需用“新”

拥抱创新 抢抓商机

林蔚

在推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中,打通消费堵点、加快培育新型消费是重要一环。如何吸引新用户、留住新用户,已成为各平台和商家的必答题。

一方面,品质控、国货派、海淘族等新生代消费群体不断涌现,呈现出千人千面的全新消费趋势。另一方面,城乡收入差距不断缩小,下沉市场消费者更加注重品牌、质量和服务,消费升级趋势明显。在消费分级与消费升级并行的当下,平台和商家只有不断创新,才能更好满足新消费人群、新消费趋势、新消费场景等带来的市场需求增量。

创新产品形态。企业要积极整合自身资源,通过大数据赋能和电商加持,打造更加卓

越的商品和服务,让消费者买得到、买得好。

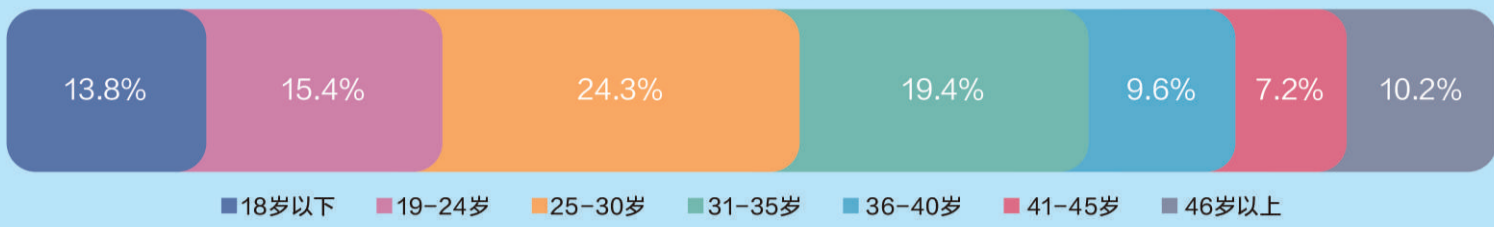
创新生产方式。把重心从生产端转向用户端,秉持以用户为中心的理念,在消费数据中洞察用户现在和潜在需求,从需求倒逼生产,让消费者不断感受“真香”“懂我”。

创新触达渠道。依托供应链和线上线下的深度结合,重新构建人、货、场的关系。选择用户沉浸或偏好的媒介塑造品牌产品新认知,给消费者带来全新体验。

新需求撬动新供给,新供给创造新需求。面对我国的超大规模市场优势和内需潜力,企业只有拥抱创新,才能抢抓新商机,不断取得新发展,进而更好满足人民日益增长的美好生活需要。

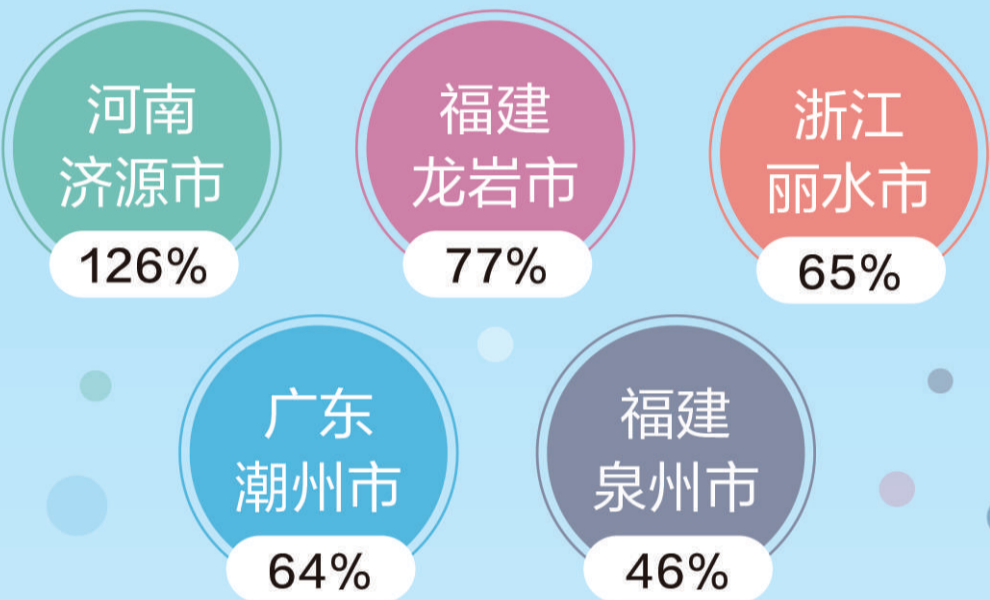
说数

2021年5月24日-6月30日 京东APP新安装用户年龄分布



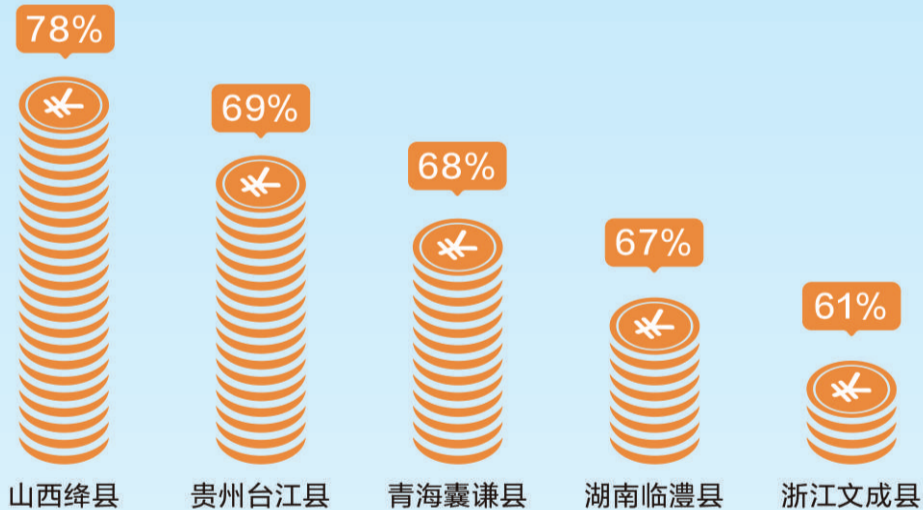
*数据来源:《QuestMobile2021年618营销洞察报告》

新用户来自哪里

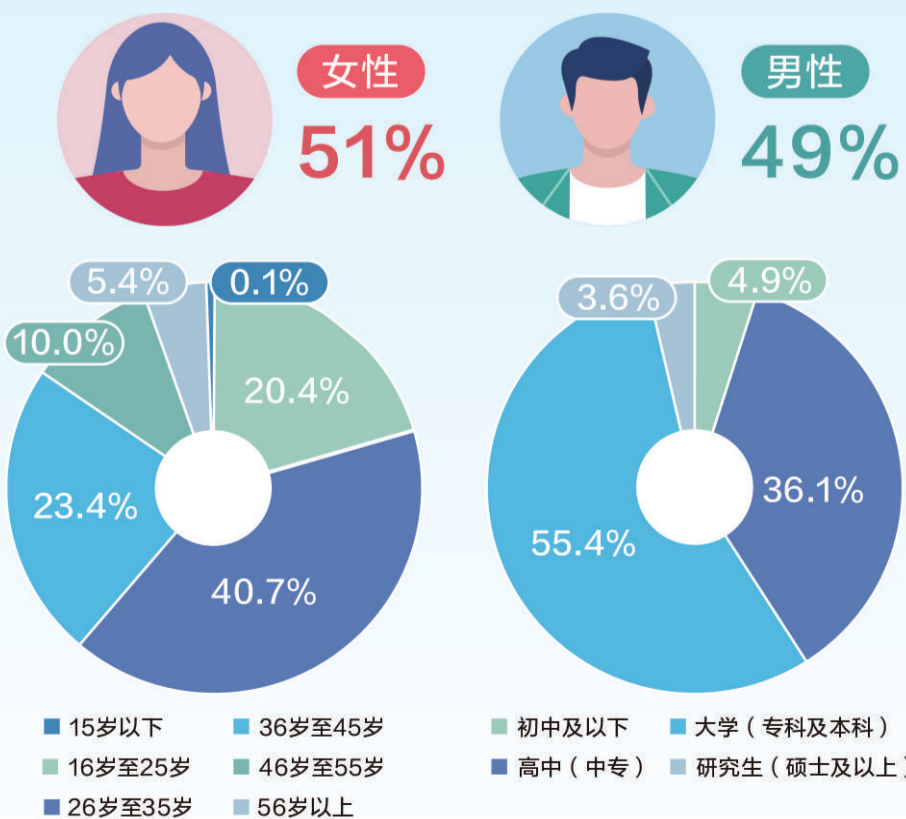


*部分城市新增用户同比增长情况

新用户下单金额增长区县TOP5



新用户以年轻高学历人群为主



数据周期: 2021年6月1日至18日

来自下沉市场的新用户占比

81%

下沉市场新用户下单频率加快

25%

(比去年同期)

新品成为吸引新用户的重要因素

新用户首单购买新品或新品类的占比较去年大幅提高

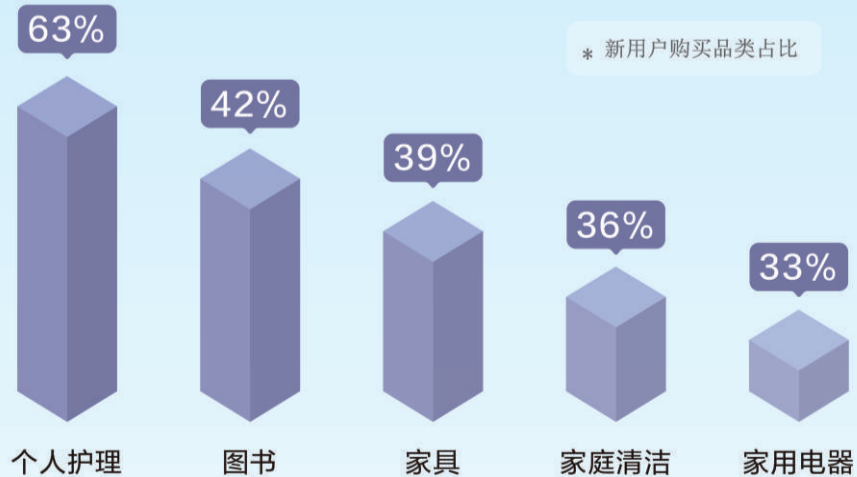
79%

2020 2021

近一半的新用户在消费后认为

有惊喜 新品越来越懂自己

新用户偏向居家场景消费



*新用户购买品类占比

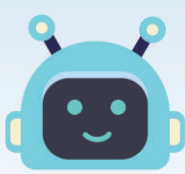
新用户首购偏好存在地区差异

天津新用户首购偏好



葡萄酒

山东新用户首购偏好



智能玩具

甘肃新用户首购偏好



冷藏奶

广东新用户首购偏好



婴儿奶粉

四川新用户首购偏好



去屑洗发水

浙江新用户首购偏好



骑行运动

数据来源 京东大数据研究院 本版编辑 李 瞳 李 苑 朱双健