

经济日报携手京东发布数据——

# 新品“首发”助推消费升级

## “买新不买旧”里商机多

孟飞

机构数据显示,今年以来,新产品发布数量和销量同比增长均达50%,这一现象在手机、电脑、家电等品类上更加普遍。消费者“买新不买旧”,也给商家带来更多商机。但是,哪些新品更受消费者喜爱,哪些才是新品的加分项?

颜值要高。好看不能当饭吃,但是好看的新品,真能让消费者主动掏钱包。以五菱宏光MINIEV为例,该车上市10天订单突破45000台,其占总销售额达68%的马卡龙色系车,俘获了不少年轻人的心。但是,颜值高不是简单的好看。新品要有独特性,既符合消费者认知,又让人过目难忘。同时,颜值还不能仅停留于外观设计,而是要贯穿于产品使用过程,实现产品与消费者的深度互动。

体验要好。什么才算好体验?一方面,这要求新品能够贴合消费者需求或者解决日常问题,更好提升个人生活品质。比如,相比普通花洒,自带过滤和香氛功能的美肤花洒更能满足多样化需求,此类新品在消费升级中更受青睐。另一方面,商家要运用多种手段,让消费者充分调动感官、情感、思考等因素,投入到从产品到场再到服务的全程体验中,让其对品牌产生信赖感,增加好感度。

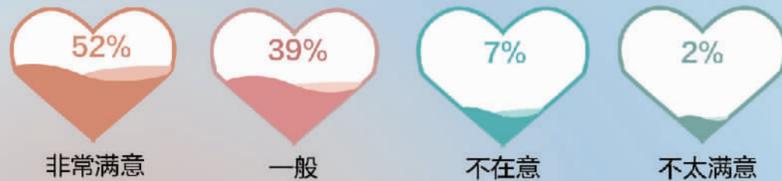
功能要强。功能体现的是新品功用或者用途。一般而言,新品功能越强,用途越多,越有卖点。比如,功能多、占地小的厨具产品就更有市场。今年第三季度,集成灶在一线城市成交额环比增长超7倍。不过,功能强大并不代表市场就会认可。如果只是一味堆砌功能,而不考虑消费者使用习惯和实际需要,也会使产品失去实用价值,让“功能强”成为“减分项”。

### 说数

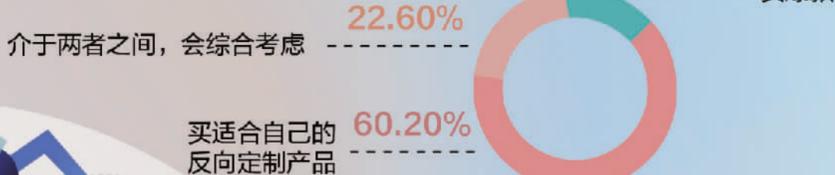
## 消费者想要什么样的新品

随着消费者需求的精准细化,用户与制造商直接衔接的反向定制成为企业满足消费者个性化需求的利器

消费者对定制产品的设计和使用满意度如何?



消费者如何选择新品?



## 更多新品上市意味着什么

今年以来,消费者在面对新产品时,表现出“毫不手软,坚定升级”的倾向,拉动整个消费市场快速发展



- 新品发布数量和销量同比增长均达**50%**
- **62%**的消费者为了“更新换代”而购买新产品

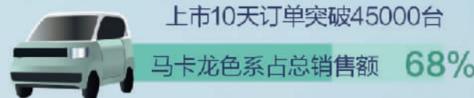
数据周期: 2021年前三季度

## 怎样为新品“加分”

随着生活水平持续提高,消费者更愿意为颜值和体验买单,更高颜值、更多功能、更好体验已成为各类新产品的“加分项”

### 汽车消费领域

更环保、更舒适的新能源车更受欢迎  
以五菱宏光MINIEV为例



### 厨房产品领域

功能多、占地小的厨具产品更有市场  
以集成灶为例

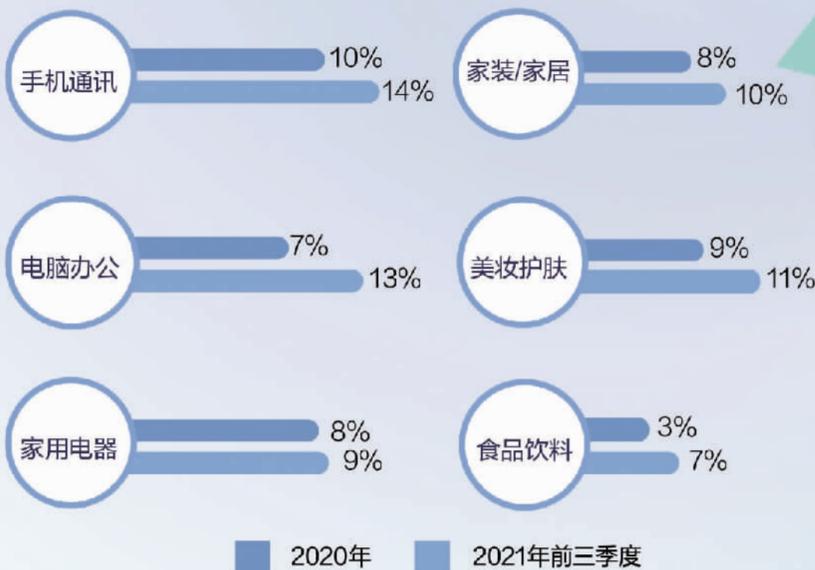


### 家电生活领域

节省人力投入和时间耗费的智能化产品备受青睐  
以智能扫地机为例



在手机、电脑、家电等品类上,消费者之所以买新不买旧,一是考虑经久耐用等因素,二是相关商品技术更新迭代较快



\*不同品类新品销售额占比

可以通过反向定制的路径为新品“加分”

