

经济日报携手京东发布数据——

消费升级引领产业变革

国产化加速产业升级

老字号努力跨界出圈，寻找新的增长点，国货高端化、品质化趋势显现，在一些领域，“中国制造”已领先全球

2021年以来，我国高质量消费需求快速增长，新品消费增长加速，消费者“尝新”意愿明显增强，整个消费市场也随之不断重构。面对新变化，各领域企业正不断拓展思路、加快自我革新速度，推动实体经济同网络智能化加快融合，进一步实现实体经济的转型升级。

首先，打好“智能牌”，加快推动实体经济“上网”。面对当前新形势新要求，要加快推进实体经济转型升级发展，进一步强化技术创新，持续扩大线上线下网络规模，提高流通效率与服务水平，加快为实体经济数字化赋能。

在这一过程中，企业要进一步借力各大平台，让其成为产业上行的最佳航道。一方面，要借助电商平台覆盖面越来越广的优势，实现产品与全国各级市场快速触达；另一方面，要挖掘和灵活运用数据，持续升级以数据和算力设施为核心的新型数字基础设施，以更加高效的数据算法，实现企业的智能化、数字化升级。

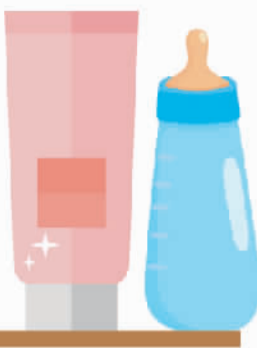
其次，打好“转型牌”，打造实体经济新的增长点。当前，国内市场不断扩容，消费需求持续升级，深入挖掘国内市场潜力已经成为实体企业的必修课。因此，要积极引导企业转型，优化产业模式，改变企业经营结构，推动传统销售方式向新兴业态转变。同时，企业还要不断进行产品更新、技术改造、质量提升、理念转变，顺应市场发展趋势，打造新的增长点。

最后，打好“升级牌”，实现品牌、产品、服务的全面升级。在消费需求的带动下，企业不仅要实现产品质量、性能、款式的升级，还要完成品牌、品类的升级，以及产业链上下游的进一步联通。因此，要持续优化消费端与供给端的成本、效率和体验，提升生产制造端的柔性化能力，从而助力实体经济加快向“数智化”“全链路”和“社会化”方向升级。

未来，随着消费需求加速更新、拓展，新业态、新模式不断迭代，我国居民消费加速向高质量、个性化、多样化方向升级，这将进一步加快实体经济升级速度，从而形成需求牵引供给、供给创造需求的动态平衡。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

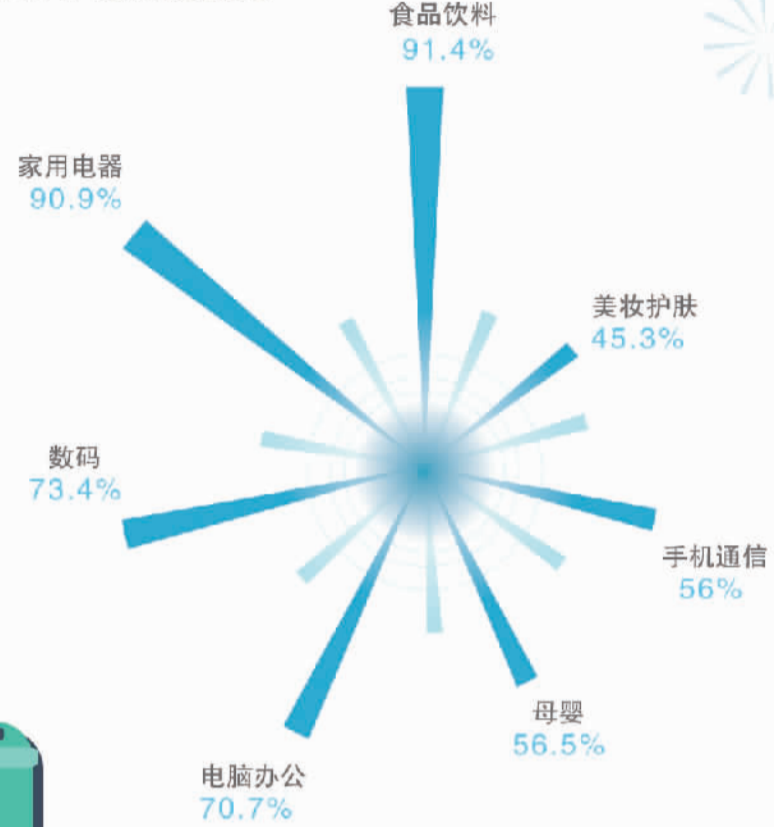
说数



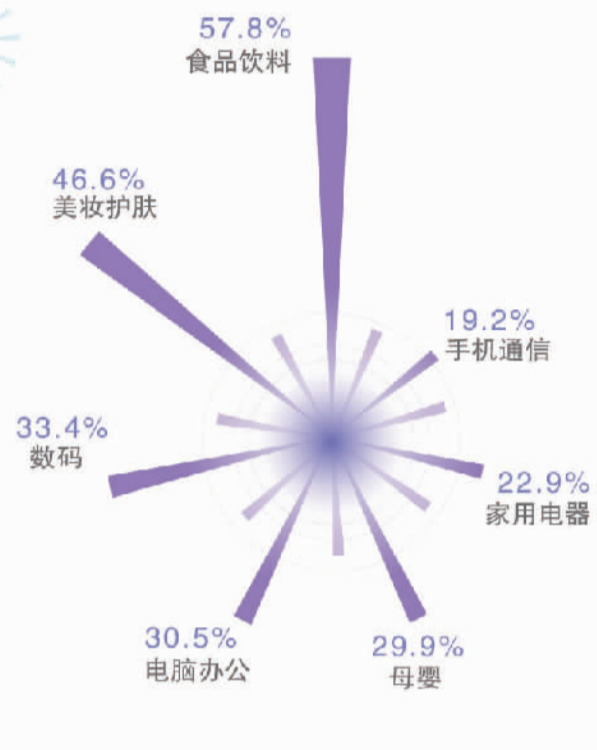
2021年发布的新产品数量同比增长超 **50%**

新产品销量同比增长超 **50%**

▼ 2021年国产品牌成交额占比



▼ 2021年国产品牌成交额同比增长率



近年来，消费者对中国品牌的认知和信赖度不断提升，国货品牌高端化、品质化趋势明显。对于本土企业来说，这意味着以后可以通过品质来进行良性竞争，而不是只打价格战。建议相关企业抓住蓬勃发展的“后浪”消费、悦己消费、健康消费等趋势，结合国潮消费热，强化品牌建设、提升产品质量，培育出更多受消费者喜爱、有国际竞争力的本土品牌。



2021年国货推出新品牌的数量同比增长 **30%**

2021年老字号跨界商品同比增长达 **105%**

C2M单品贡献利润是非C2M产品的**42.9倍**

C2M产品需求调研时间减少**75%**，新品上市周期缩短**67%**

C2M单品用户数是非C2M产品的**11.2倍**

C2M业务已累计服务超**1200个品牌**，未来两年计划服务超**10000家品牌及工厂**

需求侧推动供给侧效率提升
C2M可以精准触达用户，更懂消费者需求，同时也极大改善了企业的生产效率，提升了单品效能

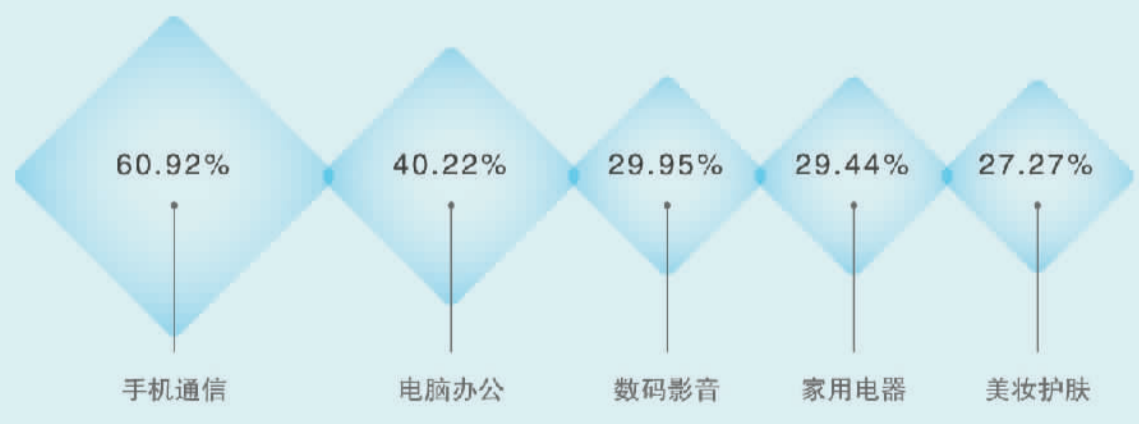
(C2M: 反向定制)

追新求新带动产业升级

新品体现行业创新活力，反映最新消费热点与风口，代表产业升级方向

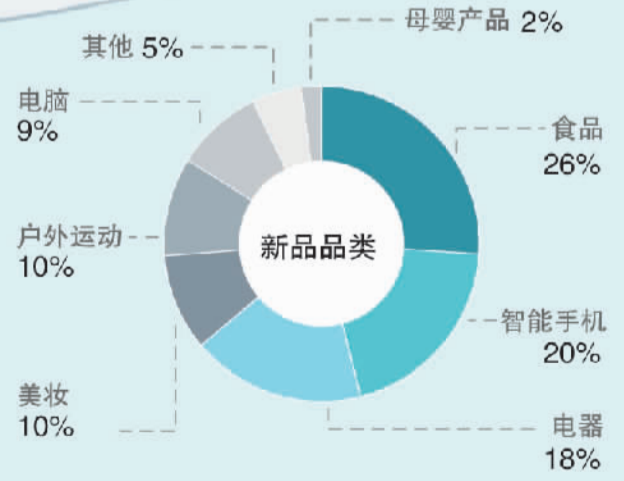
电脑、手机和数码影音产品是新品占比最高的品类。该品类消费者以年轻人人居多，对新品敏感度高，“买新不买旧”的观念得到普遍认同

▼ 2021年各主要品类的新品成交额占比



消费者最常购买的新品品类及占比

新品代表着相关品类市场中最尖端、最先进的部分，其销售增长大幅高于全品类的成长速度。新品增长最快的行业，往往也是消费者最常购买、需求最强的重点品类，是我国制造业技术研发创新更硬核、数智化进程更先进的行业。企业要努力用“新”抓住消费者的“心”，并通过与电商平台紧密合作，更精准洞察和响应消费新需求，继续在产品、供应链和渠道方面创新。



在3C家电品类中，手机、智能设备和生活电器的新品增速较高，代表产业智能化升级趋势的延续，以及“居家场景”消费潜力仍在加速释放

▼ 2021年3C家电商品全品类与新品成交额同比增长倍数对比

品类	全品	新品
手机	1.24	1.87
生活电器	1.27	1.95
智能设备	1.39	2.07

在快消品中，新品消费增速普遍较高，反映出消费者在此领域更倾向于“追新”，其中，饮料、进口食品、母婴产品的增幅最高

▼ 2021年快消品全品类与新品成交额同比增长倍数对比

品类	全品	新品
进口食品	1.17	2.13
饮料冲调	1.36	2.33
安全座椅	1.54	2.37

*数据周期：2021年



更多内容 扫码观看