

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

消费市场年终盘点

# 新品消费带来新机遇

## 说数

□ 本期点评 柴祯祯

随着生活水平持续提高,消费者更愿意尝试新事物、新产品,消费需求呈现精细化、个性化、多元化发展态势。今年以来,数码家电、手机电脑、食品饮料、美妆护肤等消费领域的新品层出不穷,为大众生活带来更多变化。这些新品不仅满足了消费者的个性化需求,也为消费市场注入新活力。

一方面,新品消费市场崛起得益于消费者对品质生活的追求。当下,消费者对各类产品的品质和功能提出了更多要求,许多新需求是“老产品”所不能满足的。而新品消费市场正是抓住了这一新机遇,通过推出创新性和差异化产品,为消费者提供更优质的使用体验。

另一方面,新品消费市场逐步繁荣得益于数字化技术的广泛应用。电商平台、社交媒体等数字化渠道的普及,不仅使得消费者可以更加方便地了解新品信息、分享购物体验、反馈使用感受,还能为品牌商提供更加精准的营销手段,这些新变化为新品消费市场的快速发展提供了有力支持。

对于企业而言,新品研发和营销正变得越来越重要。新品不仅是新消费风潮的起源,能够为品牌带来用户增量,而且也有助于帮助品牌打开新兴市场。因此,品牌商既要不断提高产品质量和服务水平,以赢得消费者的信任和认可,又要更加精准地洞察消费者需求,推出更加符合市场期待的新品。

同时,伴随着存量市场竞争愈演愈烈,高性价比成为影响新品销售的关键因素。品牌商家需要不断创新,加强市场调研分析、供应链管理以及品牌建设、营销推广等,才能实现可持续发展。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



数据显示,今年前11个月,消费者在手机通信、家用电器、电脑办公和数码等品类的新品消费金额占比名列前茅,人们对新品的需求覆盖衣食住行各方面各领域。而在主要消费品类中,手机通信品类的新品成交额占比最高,家电及消费电子产品更新迭代速度快,消费者的追新需求更强烈,升级换代需求持续存在。

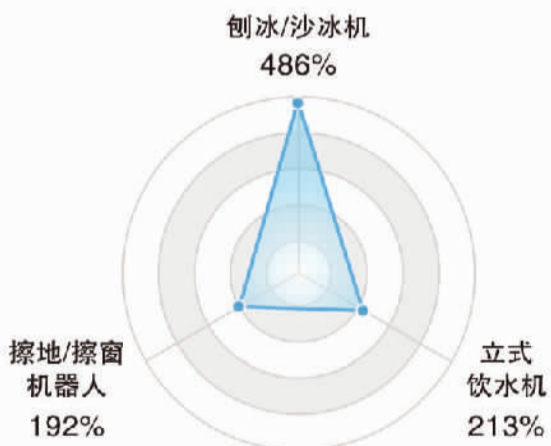
## 1 新品消费总体情况

主要消费品类中的新品成交额占比

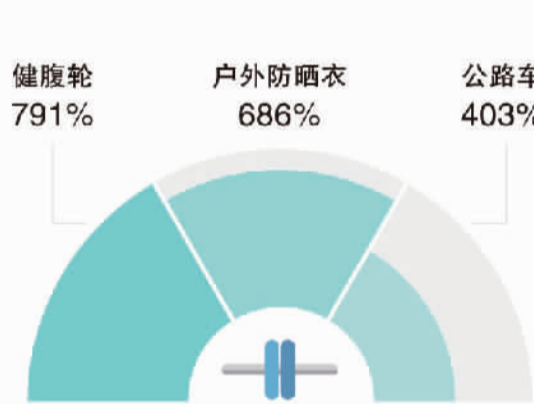


## 2 细分新品消费情况

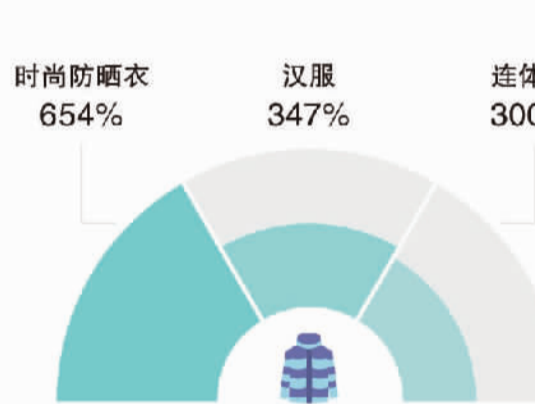
▼ 家用电器成交额增速TOP3



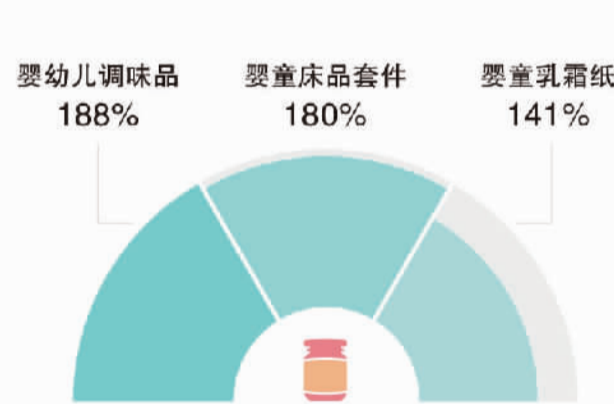
▼ 运动户外产品成交额增速TOP3



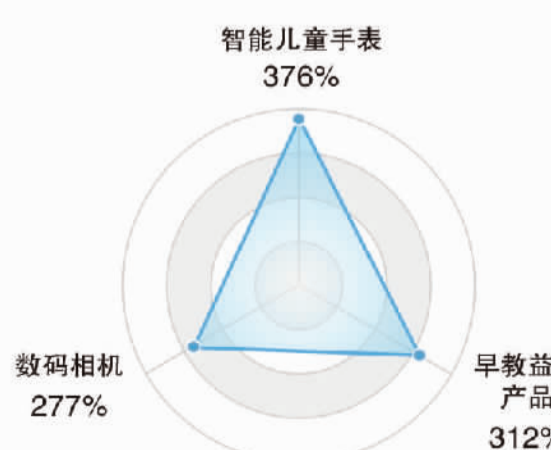
▼ 服饰内衣成交额增速TOP3



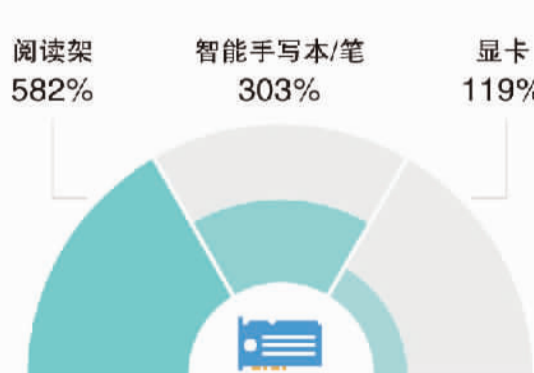
▼ 母婴产品成交额增速TOP3



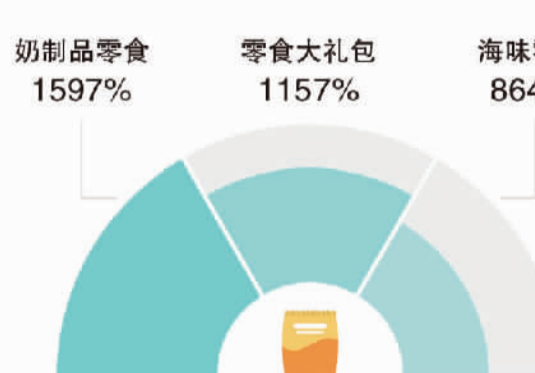
▼ 数码产品成交额增速TOP3



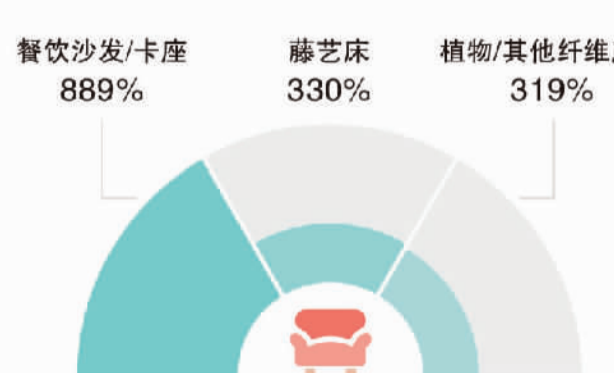
▼ 电脑办公产品成交额增速TOP3



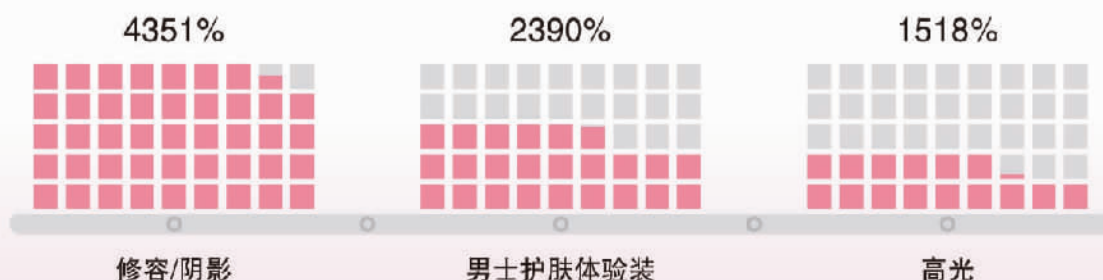
▼ 食品饮料成交额增速TOP3



▼ 家具成交额增速TOP3



▼ 美妆护肤品成交额增速TOP3



消费者需求日趋多元化,各类新品应运而生。以家电品类为例,刨冰/沙冰机、立式饮水机、擦地/擦窗机器人等新品成交额快速增长,反映出消费者对美好生活的需求不断增加;运动户外、美妆护肤、母婴等品类的新品成交额增速亮眼,凸显出消费者对健康、美丽和生活品质愈加重视。新品消费蓬勃发展,展现出需求牵引供给、供给创造需求的良性循环。



更多内容 扫码观看

数据周期: 2023年1月至11月