

2021

新品

消费

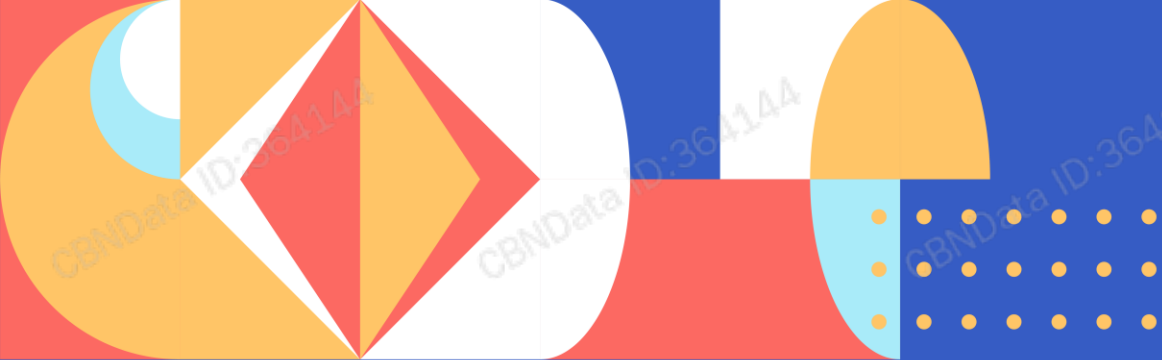
2021线上新品 消费趋势报告

CBN DATA × 天猫 TMALL.COM

第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDData. All rights reserved.





序言

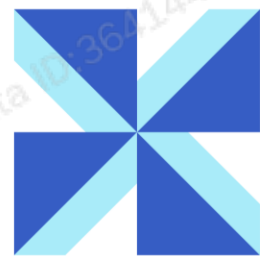
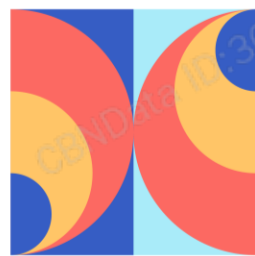
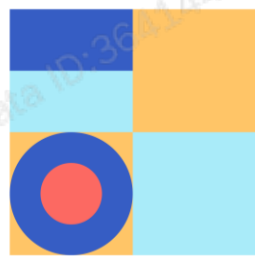
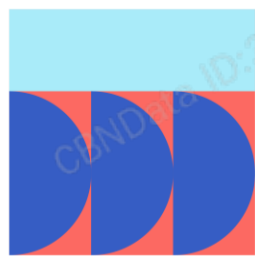
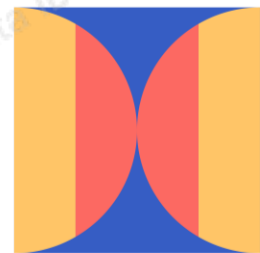
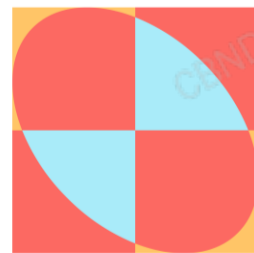
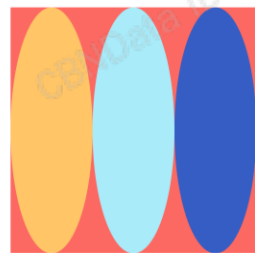
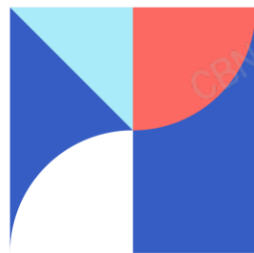
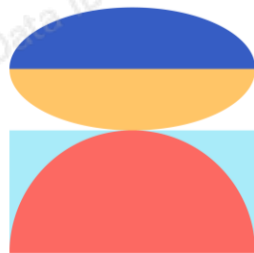
2021 线上新品消 费趋势报告

2021年，中国经济迈向新阶段，商业数字化加速，线上实物零售占比已达25%，且仍在不断攀升。在线上化的进程中，新品表现抢眼，近年来数量年年翻番，成为驱动线上大盘增长的重要动因。与此同时，新生代消费者崛起，贡献线上新品超40%消费，他们乐于尝“新”、个性化的消费态度也进一步促进市场革新、新品创新。作为线上新品发布平台代表，天猫已进入新品电商时代，联合品牌和消费者一同致力于推动新品研发，使C2B成为可能。



目录

CONTENTS



第一部分

新品发展正当时

4

第二部分

新品消费者洞察

12

第三部分

新品成功之路

19

第四部分

新品特色城市

27

CHAPTER

ONE

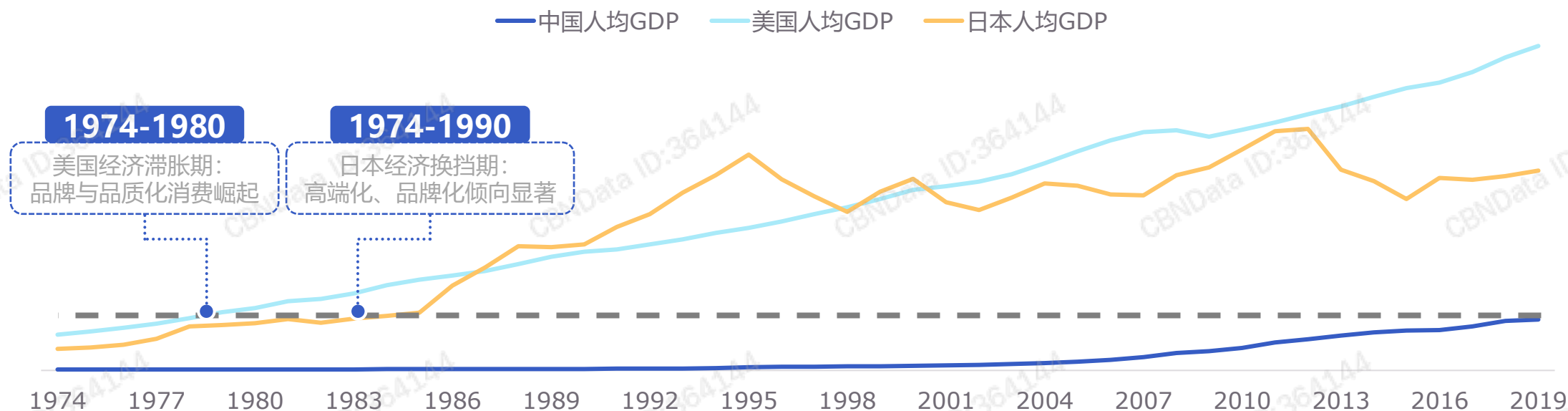
新品发展正当时



中国经济已进入一个新阶段，消费者对个性化、品牌化的追求带来新品爆发

按照人均GDP衡量，现今中国发展水平与1970年代末的美国及1980年代的日本类似，处于消费者追求个性化、高端化、品牌化、品质化的阶段，顺应消费发展，新品迎来大爆发。

1974-2019中国/美国/日本人均GDP



数据来源：《日、美、中消费变迁的启示——消费变迁系列之三》报告

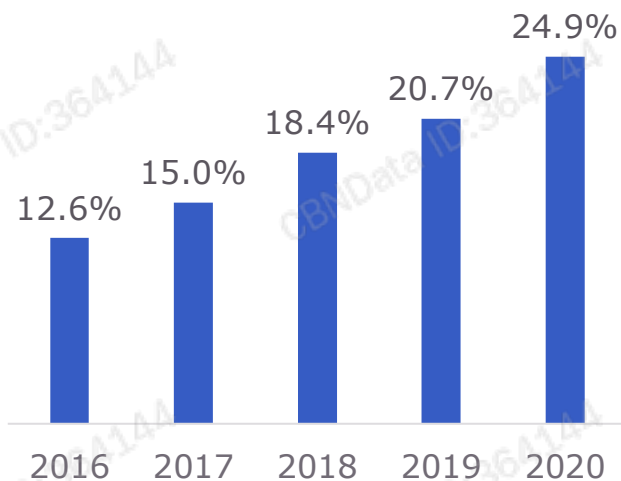
电商发展促进商业数字化升级，并加速新品孵化及流通

稳健的GDP上涨离不开消费“马车”的牵引，线上零售持续升温为经济增长注入强心剂。电商的发展不仅助力商品流通效率大幅提升，电商经济下的商业数字化升级也为新品高效孵化夯实了基础。

2016-2020实物商品线上零售额

占社会消费品总额比重

■ 实物商品线上零售额占
社会消费品总额比重



数据来源：国家统计局

库存周转周期



数据来源：公开资料整理

商业模式的升级

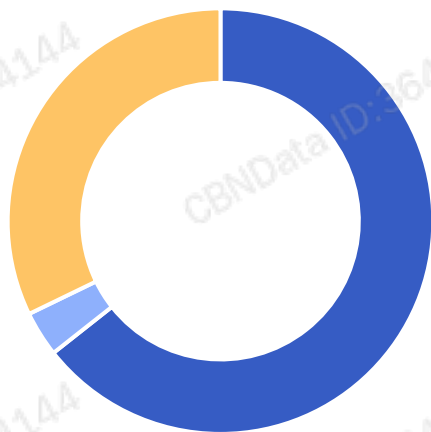
- **商品流通效率大幅提升：**传统的商品流通需要经历多环节的商品流通体系，而如今的D2C模式更为高效
- **商业数据化+智能化：**电商经济下的流程借助大数据与平台优势提高了准确度和效率
- **全渠道营销：**全互联网都是营销种草的阵地
- **营运精细化：**供应链的高效和营运的精细能降低成本

新品创新模式优化，首发渠道逐步往线上转移，且新品成功率大大提升

伴随着电商的渗透，调查结果显示超六成的品牌选择线上首发新品，且多数会选择天猫首发。在天猫新品创新中心、小黑盒的加持下，新品上线即成爆品，新品成功率达到了60%。

品牌首发渠道占比

■ 线上 ■ 线下 ■ 线上线下同步

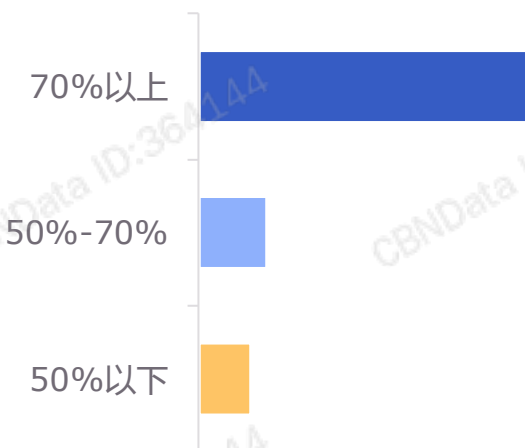


数据来源：CBNDData线上调研

Q：您所服务的品牌首发渠道一般选择在哪里？品牌数=87

MAT2021新品天猫首发比例

■ 50%以下 ■ 50%-70% ■ 70%以上



数据来源：CBNDData线上调研

Q：您所服务的品牌在最近一年有多少新品是在天猫首发的？
品牌数=87

新品首发成功率



数据来源：尼尔森调研；天猫

以天猫为代表的电商平台为新品孵化保驾护航

天猫已不仅仅局限于一个铺货的渠道，比价的平台，而是孵化新产品、创造新供给、满足新需求、倡导新生活的造风者，它重塑了一个渠道能带来的“新”价值。

新品牌孵化周期提速

- 完美日记创立**第二年**，年销售额超**20亿**
- 花西子创立**第三年**，年销售额冲破**30亿**
- 从开天猫旗舰店到成交额累计**破亿**，“认养一头牛”用了**15个月**，“李子柒”用了**14个月**，“宿系之源”

电商发展史

电商1.0时代：
用便利性吸引消费者
用价格战锁定消费者



2021天猫618

- 618电商狂欢节是新产品爆发、新品牌绽放的“旺季”
- 8200**家新品牌
- 459**个新品牌拿下细分行业**TOP1**
- 13000万**商品上架
- 140万**款首次面世新品

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37950

