

数码趋势 - 中国 - 2019年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“科技市场已经开始关注和消费者更好地沟通，倾听他们的需求。使用朴实的语言和消费者沟通是第一步。去适应消费者热衷的日常活动做，比如网络游戏、健康管理和护肤，能够帮助品牌拓展消费者的产品使用场景。除了优秀的产品，品牌还应当专注于‘软实力’，比如客户服务和企业社会责任。这将是品牌进一步提升消费者口碑的基础。”

— 黄开意，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 领先国产品牌高端化
- 第二官网：天猫/京东旗舰店
- 在短视频平台提升科技品牌信誉

京东、天猫/淘宝和品牌自有渠道（即品牌官网和线下旗舰店）是消费者获取最新数码产品信息并购买的首选渠道。品牌应利用京东和天猫如火如荼开展的创新营销升级吸引消费者，促进电商平台的销售。同时，品牌应提升购物体验，提升官网的消费者流量。

2017-2019年间，领先的中国科技品牌有所进步，塑造了高科技、创新、高质量的形象。下一步，这些国产品牌应该在营销时将自身定位为高端品牌，以增强市场主导地位。在发达市场开新闻发布会，推出顶级产品线是智能手机行业的核心战略，其他品类也可效仿。

领先品牌应把客户服务和企业社会责任作为下一个重点领域，因为根据消费者的反馈，它们在这些领域相对不尽人意。这方面的进步将能够帮助已经拥有高质量和高科技产品的品牌塑造高端的品牌形象。

本报告关注消费者的数码产品拥有率、购买周期、信息渠道，以及他们对于市场上的领先科技品牌和新科技的态度。本篇报告是自2013年英敏特推出《数码科技趋势——中国》系列报告以来的第七篇，全面分析了中国科技市场的现状。在此基础上，本报告还指出了各类数码产品的趋势、机遇和挑战。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

数码趋势 - 中国 - 2019年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您需要了解的

报告定义

细分群体定义

综述

消费者

智能手机和笔记本/台式电脑成熟

数据1: 数码产品拥有情况, 2017-2019年

根据购买周期调整质保期

数据2: 数码产品更新换代频率, 2019年6月

预算有限情况下, 品牌官网和电商渠道就够了

数据3: 了解数码产品的信息渠道, 2019年6月

京东、天猫和品牌线下实体店能覆盖95%消费者

数据4: 数码产品的购买渠道, 2019年6月

“高端”是外国品牌仅剩的优势

数据5: 对5个领先科技品牌的认知, 2019年6月

对数码产品热情高涨, 但不想做尝鲜者

数据6: 对数码产品消费的态度, 2019年6月

购买前做大量功课是常态

提供试用与消费者建立联系

数据7: 对购买数码产品时做功课的态度, 2019年6月

帮助消费者发掘对新科技产品的需求

数据8: 对新数码产品的态度, 2019年6月

我们的观点

议题与洞察

领先国产品牌高端化

现状

启示

数据9: 小米MIX Alpha

第二官网: 天猫/京东旗舰店

现状

启示

数据10: 天猫新战略“旗舰店2.0升级计划”

在短视频平台提升科技品牌信誉

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

数码趋势 - 中国 - 2019年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者——您所需要了解的

消费者驱动创新的时代来临

帮助消费者发掘更多使用场景

用朴实的语言与消费者沟通

京东、天猫与官方门店足够胜任营销和销售

软实力是科技品牌下一焦点

数码产品拥有情况

智能手机和笔记本/台式电脑成熟

数据11: 数码产品拥有情况，2017-2019年

VR产品需要在日常生活中与消费者互动

数据12: 部分数码产品拥有情况（按代际区分），2019年6月

低线城市对智能家居充满热情

数据13: 智能家居产品拥有情况（按城市线级区分），2019年6月

数码产品更新换代频率

根据迭代频率调整质保期

数据14: 数码产品更新换代频率，2019年6月

智能手机：数码界的“快消品”

数据15: 数码产品的拥有率、更新换代频率和渗透率增速，2019年6月

“智能化”是未来增长必然趋势

健康和皮肤数据是可穿戴数码产品的机会所在

相机：寻求与智能手机品牌合作以保留大众市场席位

了解数码产品的信息渠道

信任的人仍是关键渠道

数据16: TURF分析——了解数码产品的信息渠道，2019年6月

预算有限情况下，品牌官网和电商渠道就够了

社交媒体能触及更多年轻消费者

数据17: 了解数码产品的部分信息渠道（按代际区分），2019年6月

靠短视频打入低线市场

数据18: 了解数码产品的部分信息渠道（按城市线级区分），2019年6月

数码产品的购买渠道

京东、天猫和品牌官网就已足够

数据19: 数码产品的购买渠道，2019年6月

女性更易培养品牌忠诚度

数据20: 数码产品的部分购买渠道（按性别区分），2019年6月

对领先品牌的认知

“高端”是外国品牌剩下的唯一优势

数据21: 对5个领先科技品牌的认知，2019年6月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

数码趋势 - 中国 - 2019年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

社会责任受到忽视

华为需关注客户服务

对数码产品的态度

对数码产品热情高涨，但不想做尝鲜者

数据22: 对数码产品消费的态度，2019年6月

购买前做大量功课是常态

提供试用与消费者建立联系

数据23: 对购买数码产品时做功课的态度，2019年6月

帮助消费者发掘对新科技产品的需求

数据24: 对新数码产品的态度，2019年6月

消费者细分

数据25: 基于对数码产品态度的消费者分类，2019年6月

他们是谁？

数据26: 对数码产品的态度（按消费者分类区分），2019年6月

数据27: 消费者细分（按代际区分），2019年6月

数据28: 消费者细分（按收入水平区分），2019年6月

数据29: 消费者细分（按城市线级区分），2019年6月

数据30: 对数码产品消费的态度（按消费者细分区分），2019年6月

数据31: 对购买数码产品时做功课的态度（按消费者细分区分），2019年6月

数据32: 对新数码产品的态度（按消费者细分区分），2019年6月

需用有力理由方能说服谨慎研究型

数据33: 拥有的数码产品数量（按消费者细分区分），2019年6月

短视频平台说服力不足

数据34: 了解数码产品的信息渠道（按消费者细分区分），2019年6月

官方门店可加强与科技狂热粉的纽带，吸引更多消费者

数据35: 数码产品的购买渠道（按消费者细分区分），2019年6月

认识英敏特城市精英人群

传统广告对英敏特城市精英人群仍然奏效

数据36: 了解数码产品的信息渠道（按消费者分类区分），2019年6月

官方渠道是建立高端品牌形象的首要战线

数据37: 数码产品的购买渠道（按消费者分类区分），2019年6月

数据38: OPPO上海超级旗舰店

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com