

国货顶造生活

苏宁2018国货幸福感报告



苏宁易购
suning.com

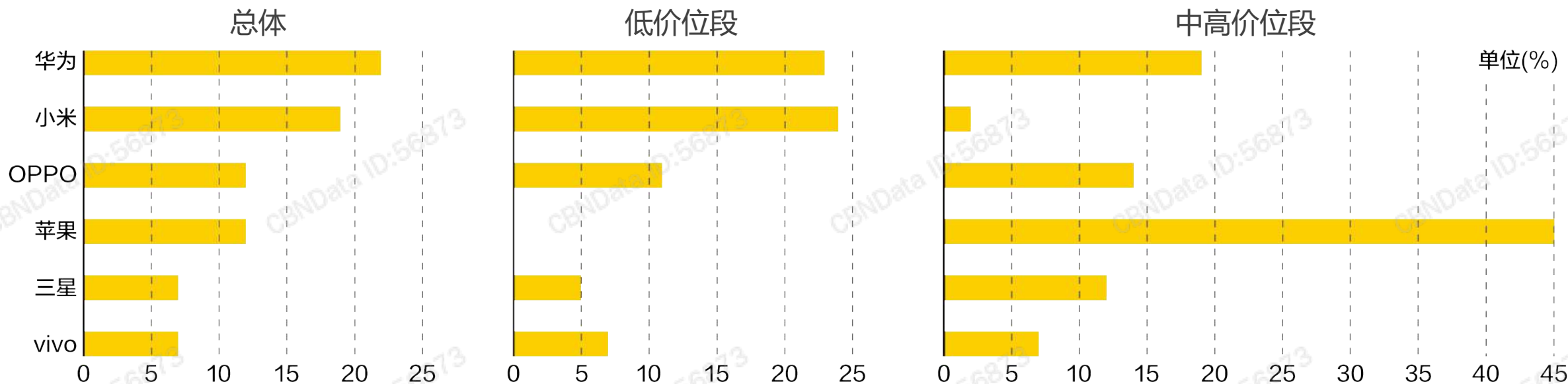
×

dt 财经

国货增势迅猛，正加速追赶进口品牌

经历过出海“大爆买”的喧嚣，今天的中国市场，正变得更为理智、更在乎品质本身。本土智能手机品牌的逆袭或许是国货崛起的标志性事件——早前这个“洋大人”的绝对领域，如今几乎被国货把持了江山。事实上，不止智能手机，背靠“制造业大国”的上下游积累和人口红利，各种消费品类下你都能看到国货崛起的身影。

消费者对各大手机品牌的偏好度



中国“质造”全面接管你的生活

小到家居、玩具，大到家电、厨卫，国货品牌们全都有所渗透。不论男女老少，总能在日常生活、外出旅行、公事商务、休闲娱乐等场景下找到适合自己的国货品牌。渠道和平台们也正在背靠ODM模式，打造日常用品的好物集合地，淘汰过去的“五元店”，售卖新的生活方式。

各大品类均涌现国货品牌



个人护理



智能数码



箱包



时尚



大家电



小家电



美妆



家居服

数据来源：DT财经·NEXT情报局

售卖生活方式成为国货的新创新



告别廉价感，国货也走高颜值路线

相比过去Made in China给人的“山寨”印象，国货开始尝试对用户体验与产品格调的追求，纷纷以追求红点、IF这类国际设计大奖，来为自己的设计能力背书。这与近年来消费者对审美的看重是亦步亦趋的，可以说国货很好地捕捉到了“颜值正义”这一消费升级诉求。

屡获设计奖的国货产品



米家电动滑板车



米家智能台灯



极物小夜灯



米家全景相机



九阳北山电炖锅



小蚁微单M1



MUSICANVAS
蓝牙音箱



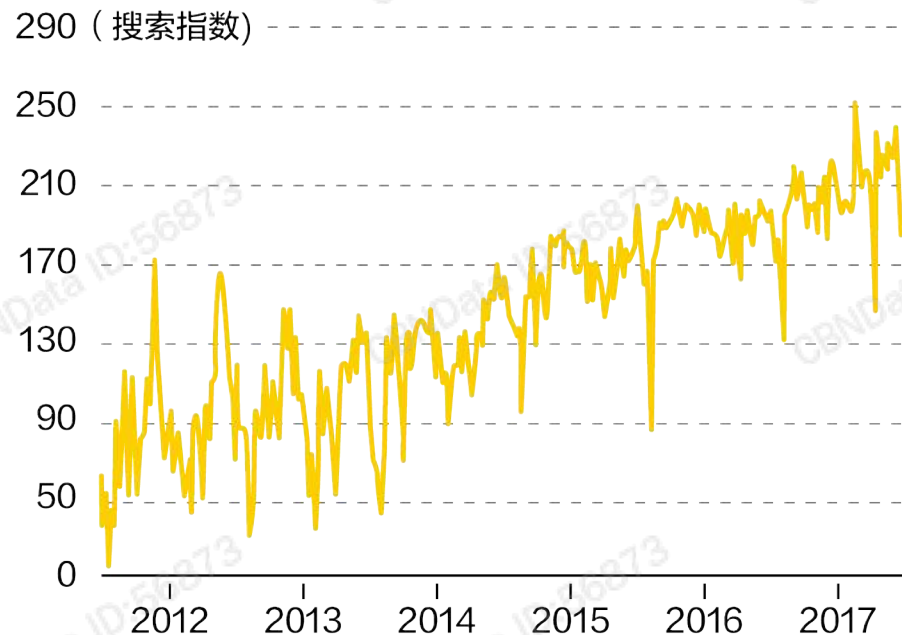
Goovis G1
移动3D影院



微鲸M1

数据来源：DT财经·NEXT情报局、苏宁易购

“生活美学”一词的网络搜索趋势

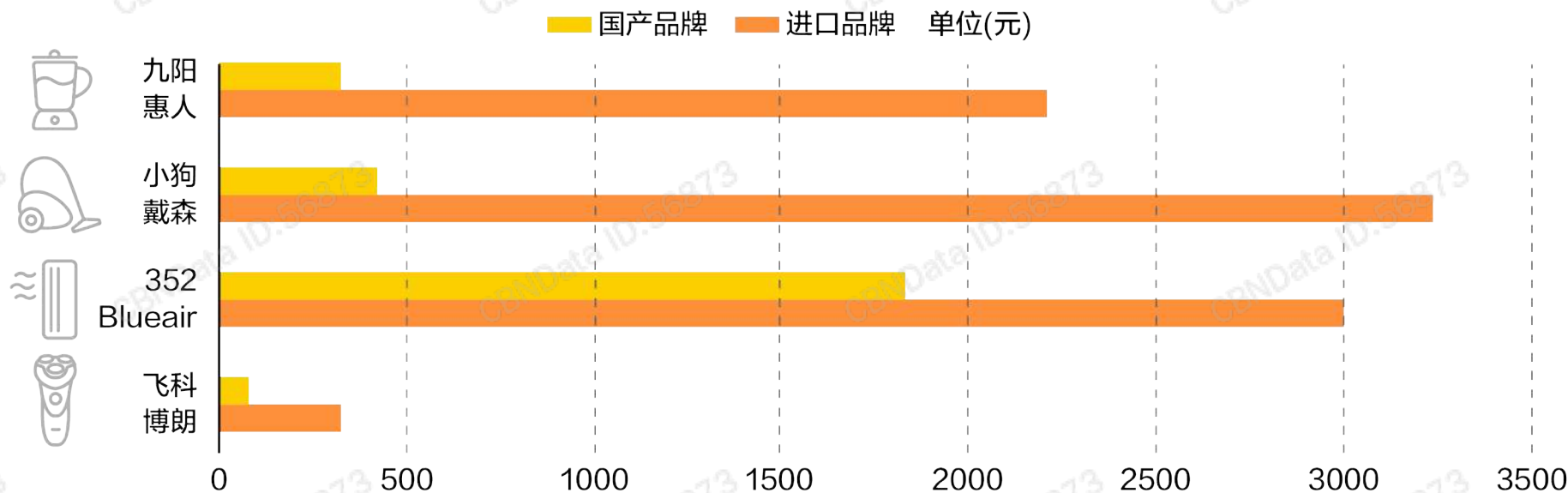


数据来源：百度指数

“好用不贵” 是国货的突围法宝

外形质感对标大牌的同时，国货的售价往往只是对手的数分之一，这是其备受推崇的又一重要原因。来自苏宁易购的数据显示，小家电品类下，国货品牌的平均单价大约是典型进口品牌的1/5。即便是空气净化器这样的大件，国货也能为消费者省下约一半的价钱。

典型品类下国内外品牌的平均单价对比

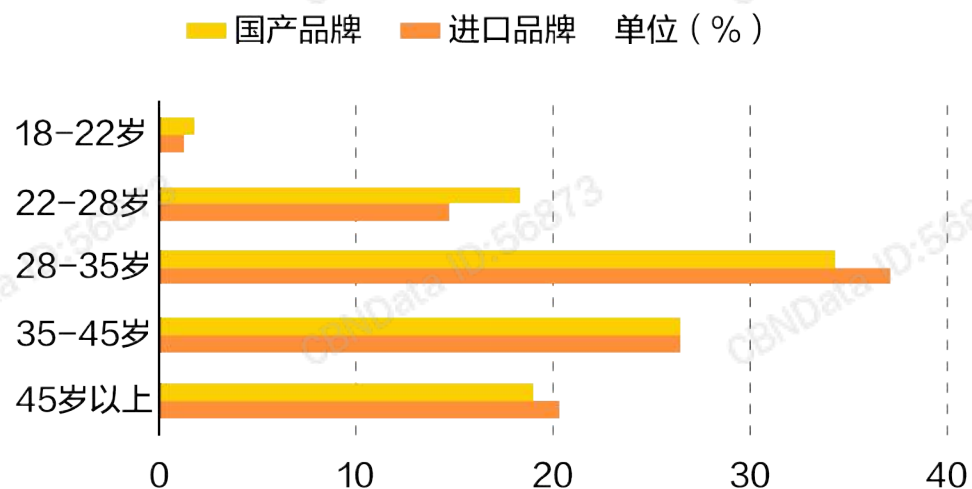


数据来源：苏宁易购

谁在买国货？90后成为国货崛起新势力

因为具有“性价比”优势，相比进口品牌，国货在三四线城市和年轻人中要更受欢迎。苏宁易购数据显示，国货品牌们在90后中的偏好度明显高于进口品牌，二三线及更下沉渠道更是国货消费主战场。这部分人作为未来几年消费升级的主力群体，或许还会给国货释放出更多增长空间。

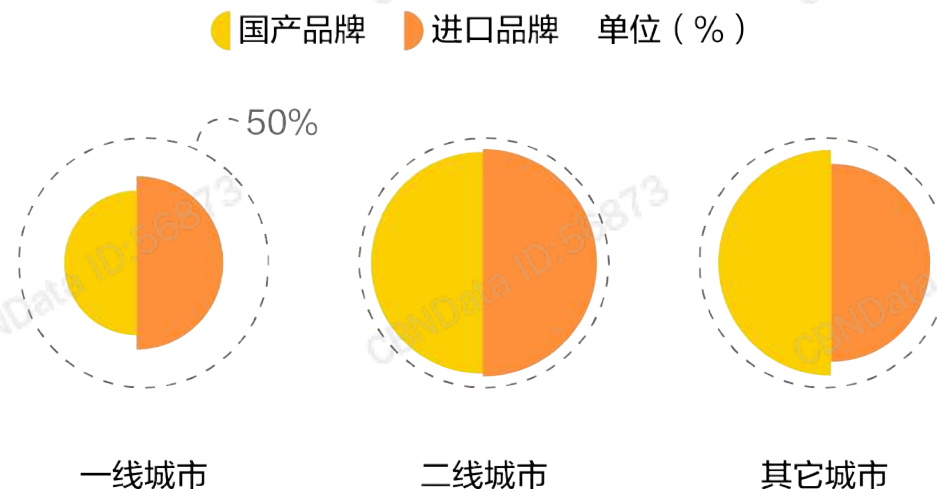
代表性国产/进口品牌的用户年龄分布对比



数据来源：苏宁易购

注：参与比较的国货品牌包括海尔、九阳、科沃斯、美的、小狗、小熊、亚都、卓力、352、AIRX、北鼎、东菱、方太、飞科、哈士奇；进口品牌包括飞利浦、松下、西门子、惠而浦、惠人、博朗、布鲁雅尔、戴森。

代表性国产/进口品牌的用户城市县级分布对比



数据来源：苏宁易购

中国“制造”变“质造”，国货收获好口碑

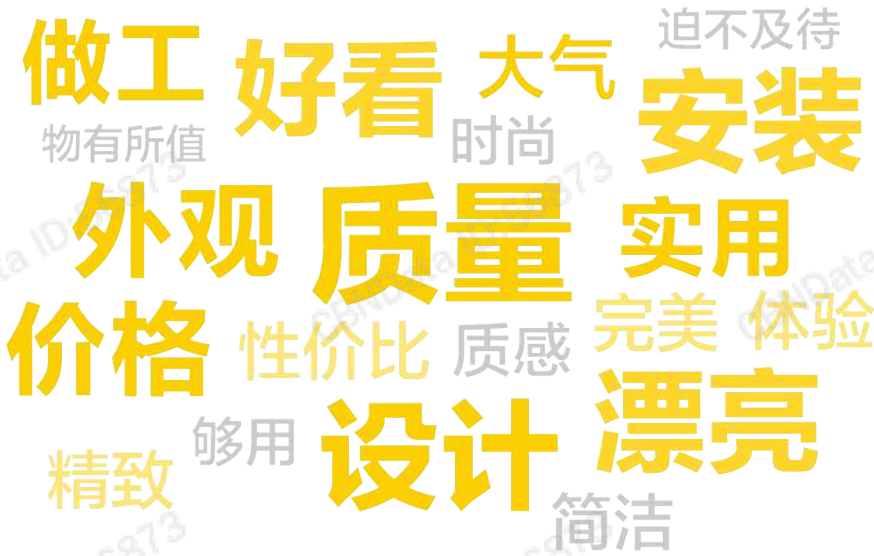
不过，对于打出生起就接触好东西的年轻一代来说，口碑是产品热卖的关键，而国货也正在提升产品品质方面不懈努力。从电商平台的用户评价来看，几个具有代表性的品牌评分都不错，如果进一步分析词频，则会发现消费者对它们的质量、外观和价格比较关注和认可。

5个典型国货品牌产品特征和用户满意度分析

品牌及产品		产品特征	正面评论占比 用户评分	
ITO旅行箱	德国拜耳PC	磨砂设计	82.23%	4.9
小狗除螨仪	紫外线灯	HEPA过滤	80.69%	4.92
极米投影仪	哈曼卡顿音响	语音操控	83.27%	4.76
美的洗碗机	双层刀锋喷臂	三重自清洁过滤	82.81%	4.76
米家智能台灯	无频闪蓝光	远程操控	90.27%	4.93

数据来源：DT财经·NEXT情报局；评论、评分数据采集自各大电商平台

典型国货品牌的用户评价词云分析



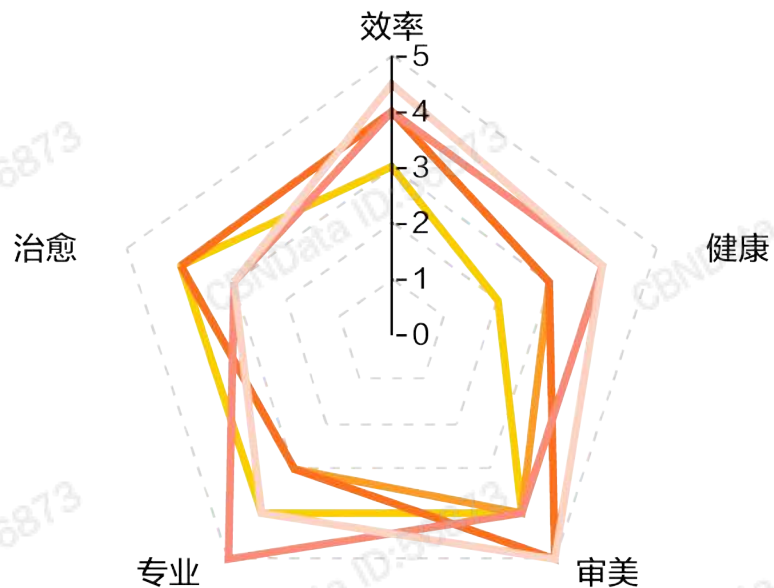
数据来源：DT财经·NEXT情报局；评论数据采集自各大电商平台

买国货，还能给你什么幸福感？

除了紧跟品类升级痛点，不断升级产品，国货还在代言人选取、线下体验、分期、众筹、智能物联等创新环节寻求更多元的发展路径，为用户提供更综合全面的消费升级体验。通过软硬件的同步提升，国货最终努力营造的，是效率、健康、审美、专业、治愈等多方面的效用体验。

5个典型国货品牌产品的升级效用分析

— ITO旅行箱 — 小狗除螨仪 — 极米投影仪 — 美的洗碗机 — 米家智能台灯



数据来源：DT财经·NEXT情报局

国货的“软实力”优势



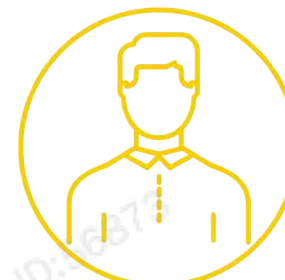
售后



互联网思维



线下体验



代言人

声明

苏宁易购与DT财经对本报告具有修改权和最终解释权。任何机构和个人未经允许不得以任何形式翻版、复制、摘录和发布。如引用发布，需注明出处为“苏宁易购、DT财经”，且不得对报告进行有悖原意的引用、删节和修改。

FOLLOW
US
关注我们



DT财经微信公众号