



Growth
from
Knowledge

报告梗概

2022年科技及耐用消费品展望

Powered by **gfknewron** 

报告梗概

2022年科技及耐用消费品展望

本报告概述了全球科技及耐用消费品市场情况，回顾2021年全年消费者行为和市场的关键趋势，并对2022年做出展望。

本研究报告考察了自2020年初至今的这段动荡时期中，消费者生活方式经历的种种变化，并展示了这些新兴态度、期望和行为如何转化为新的购买模式。例如，西欧在2019年至2021年期间，线上市场占有率年度增幅从27%跃升至43%。最后，报告重点指出了哪些市场变化将影响2022年科技及耐用消费品（T&D）业务。

资料来源：GfK Market Intelligence—Sales Tracking, international (excl N America) USD (NSP) revenue growth 2021 vs. 2020

GfK推算
2021年科技及耐用消费品
销售额同比增长超过

+12%

资料来源：GfK Market Intelligence—Sales Tracking, Western Europe, USD (NSP) revenue market share YTD 2021

2021年线上市场
占有率同比增长

43%

有赖于GfK的数据及其专家分析师团队的专业知识，本报告为品牌勾勒出未来的发展轨迹，并聚焦于一些关键的经验，这些经验对想要在这个快速发展的行业中争站鳌头的企业领袖来说不可或缺。

尽管2020年的数据已经十分惊人，但是2021年科技及耐用消费品的同比依旧实现了高增长，超过12%。虽然数据喜人，但是只有掌握了这个新时代的脉搏，才能真正抓住机会。此项全球研究报告探讨了驱动世界各地市场发生变化的因素，并厘清了其中的联系。

例如，办公室及居家的混合办公模式还会持续下去。高端品牌的销售价值同比增长了43%，而大众品牌的销售价值同比增长了17%。健康、保健和卫生领域都是人们关注的焦点——GfK的调查研究表明，在全球范围内，49%的消费者都在积极探索那些产品和服务可以帮助他们保持健康的生活方式。

核心观点

本报告深入分析了科技及耐用消费品行业领袖在未来一年中如何生存和寻求发展。前瞻性的公司将会充分利用这些市场数据和行业洞察来管理风险、挖掘机会。



繁荣虽至，增速放缓

科技及耐用消费品行业呈现出引人注目的积极态势，但自2021年5月以来，GfK已经探测到需求减缓的初步迹象。



品牌故事至关重要

通货膨胀情势下，高端化趋势兴起，对可持续性的要求越来越高；而不断演变的销售渠道规范，意味着企业必须加大对品牌的投入，以维护品牌的良好声誉。



实时决策

是否可以成功应对最新复杂局势取决于市场情报、预测方法和实时决策。



销售渠道创新重塑科技及耐用消费品行业

消费者现在拥有更多的购物渠道，比如社会化商务、电子商务、线上线下结合购物或实体店内购物。在每个渠道客户触点上的业务表现都保持行业一流、良好配合、始终如一，并且能创新消费者体验的品牌将快速发展。

**把握动荡市场的
最新趋势与应对战略，
助力企业成功决策**



➔ [点击此处下载《2022年科技及耐用消费品展望》报告全文](#)