

全球电商消费呈现六大趋势

■ 本报记者 张凡

从园艺产业到硬科技软体验,从情绪价值到沉默旅行,从睡眠质量到户外活动……全球各地民众的消费趋势时刻牵动着中国跨境电商卖家的神经。亚马逊全球开店在7月19日发布的2024年半年度《全球电商消费趋势及选品洞察报告》显示,全球电商消费呈现六大趋势,为中国卖家更好选品、做好研发提供参考。

趋势一

美国园艺市场规模庞大

55%

家庭拥有花园

80%

家庭参与开展园艺活动

趋势二

76%的受访消费者认为科技产品的功能性和体验性

一样重要

76%

趋势三

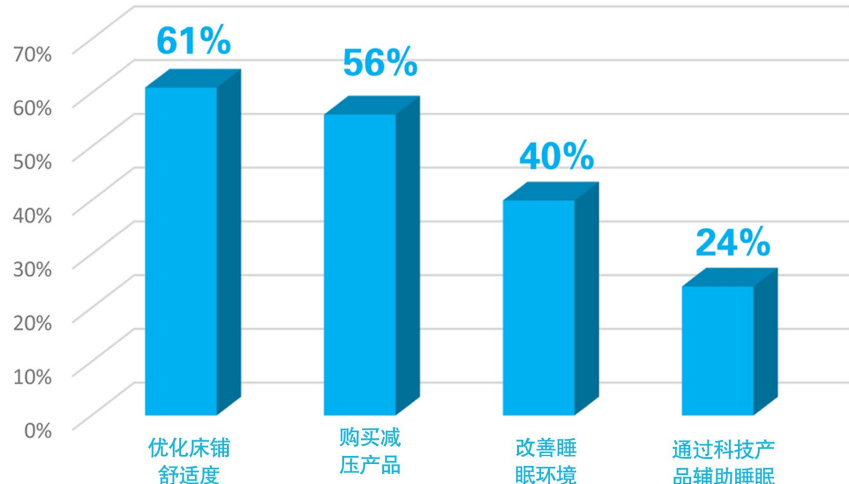
三分之二

受访者关注情绪价值

趋势四

人们使用和搜索“安静的生活”和“安静的地方”比例,分别同比增长了**530%**和**50%**。

趋势五



趋势六

日本户外活动消费一直保持着稳定且庞大的规模,近年来,在户外进行放松休息、餐饮、娱乐和文化体验活动也广受欢迎。户外生活方式的革新,给相关产品带来巨大商机。

“从种子到花园”,园艺产业链各环节消费势头强劲

调研显示,美国园艺市场规模庞大,55%的家庭拥有花园,80%的家庭参与开展园艺活动。与此同时,以千禧一代为代表的年轻群体,已经成为美国园艺消费的重要力量,支出意愿度和幅度均高于老年家庭。园艺消费需求增长体现在从种子土壤、种植培育到装饰展示各个环节。主要的消费趋势包括:在容器方面,盆栽植物和多功能容器工具需求上升,且对容器的可移动性、多样性和观赏性等性能提出了更高要求;在园艺风格方面,越来越多的消费者追求美观与个性化,希望打造或复古自然、或居家舒适等不同风格的环境;在园艺设备方面,部分消费者的兴趣正从传统的园艺工具转向智能化、电动化等效率高、科技感强的创新设备。

“硬核科技软体验”,用科技满足消费者对于品质生活的向往

科技产品已经成为美国消费者日常生活不可或缺的一部分。与此同时,消费者也提出了更高的要求。调研显示,76%的受访消费者认为科技产品的功能性和体验性一样重要,并期待在“衣食住行”各方面通过硬核科技获得更多舒适便捷的软性体验。传统品类与科技的融合,正在不断满足人们对品质生活的向往。以家居品类为例,现代消费者对家居产品的要求已经超越了单纯的基础功能,他们渴望在家中享受到更全面的体验和感官愉悦,比如视觉美观、听觉舒适、嗅觉清新等。在这一趋势下,智能厨房家电、壁画音箱、智能宠物用品等家居科技产品正在成为消费新宠。

为情绪价值买单,唤醒正面情绪的产品蕴含巨大的商业价值

2024年,“多巴胺经济盛行”成为一个值得关注的消费趋势,尤其是在欧洲,能唤起正面情绪的产品或服务的风行。最新调研显示,有三分之二的受访者十分希望一个品牌能够帮助自己注意到内在的强烈情绪,希望他们的情感能够得到认可、重视和关注。通过产品呵护消费者情绪价值的方式多种多样,包括情感化的外观设计,比如采用柔和平滑的形状、温暖的色调、良好的材质和质感,来激发积极情感;提供互动体验的设计,通过融入互动性的元素传递情感,给予用户回应和乐趣;个性化定制,满足用户表达个性的愿望,让其感到被珍视;富有故事性的产品或品牌,传递产品价值观和精神,激发消费者的情感共鸣。

“安静的旅行”正在流行,急需“安静的工具”来辅助

“安静的旅行”正在成为一种越来越受欢迎的健康趋势。《2024夏季旅行报告》显示,人们使用和搜索“安静的生活”和“安静的地方”比例,分别同比增长了530%和50%。这一趋势在欧洲表现得尤为明显,56%的欧洲受访消费者表示,未来六个月计划进行一次及以上的安静旅行。“安静的旅行”并不意味着单调,它的形式是多样的、丰富的,并且需要“安静的工具”来辅助。这包括以下产品:能够帮助营造静谧环境的工具,例如白噪声机器、安静灯光的灯具、轻柔音乐播放设备等;静音低噪设计的工具,例如低噪音车辆、便携静音电器如风扇等;用来隔音降噪的设备,比如隔音帐篷、隔音板、降噪耳机和麦克风等;回归低科技的产品,比如复古摄像机、胶卷相机、蜡烛火柴等减少电子设备干扰和噪音的产品。

“睡眠正苏醒”,提高睡眠质量势在必行

日本睡眠不足问题尤为突出,平均睡眠时间为6小时50分钟,处于世界较低水平。聚焦产品层面,调研显示,有61%的受访者希望能够优化床铺舒适度,例如舒适的、高质量的床垫、枕头、被套等床上用品;56%的受访者有意愿购买蒸汽眼罩、助眠精油、睡眠面膜等能够放松和解压的产品;40%的受访者会对睡眠环境做改善,包括使用遮光窗帘、耳塞、白噪声机等产品;另外也有24%的受访者希望通过科技产品辅助睡眠,例如睡眠跟踪设备、智能床垫、智能床头柜等产品。

“生活在别处”,日本户外活动用品市场稳定且庞大

日本丰富的自然景观和户外文化的普及,使得日本户外活动消费一直保持着稳定且庞大的规模。除了运动之外,近年来在户外进行放松休息、餐饮、娱乐和文化体验活动,也广受欢迎。此外,比起单一特定的户外活动,把家搬到户外,在户外生活一天的形式越来越受欢迎。这些户外生活方式的革新,给相关商品带来了巨大商机,包括放松休息类商品,比如充气床垫、户外沙发、小屋式帐篷等;烹饪餐饮类商品,比如烧烤架、迷你燃气灶、露营炊具等;休闲娱乐类商品,比如便携投影机、防水扬声器等;阅读创作类商品,比如阅读灯、置物架、便携电源等;护理清洁类商品,比如洗漱包、防晒霜、户外淋浴器等。

面向未来,跨境电商卖家们要用好融合了人工智能、大数据和机器学习等前沿技术的创新工具,从消费者评价、实际购买行为等多重维度分析消费趋势,从而更好选品、做好研发,塑造品牌,持续提升产品力。

制图 高志霞