

经济日报携手京东发布数据——

家居新品类提升生活品质

科技发展让越来越多智能、健康型家居新产品走进千家万户,给人们带来了舒适的生活体验和健康的饮食理念,提高了人们的幸福指数。

经济日报携手京东发布的最新数据显示,在面对新品类时,约有四分之一的消费者愿意马上尝试;有49.7%的人认为“满足了自己很大的需求或核心需求”;57.3%的人则认为“有一些我没有想到的功能,很惊喜,觉得细分的新品越来越懂自己”。

其中,新风空调、扫拖一体机器人、功能型电饭煲、巴氏奶、植物基食品等成为热搜词。数据显示,京东平台2021年1月份至4月份,新风空调的销售额和消费人数同比增长均在6.5倍左右,销量同比增长7.3倍以上;扫拖一体机器人的销量同比增长70%以上,远超单一扫地机器人销量增长……

越来越多的智能、健康型家居新产品满足了人们日益增长的生活品质需求,而上述新兴品类也在“平台+品牌”协同效应下处于快速扩张期,为实体经济注入创新动力。

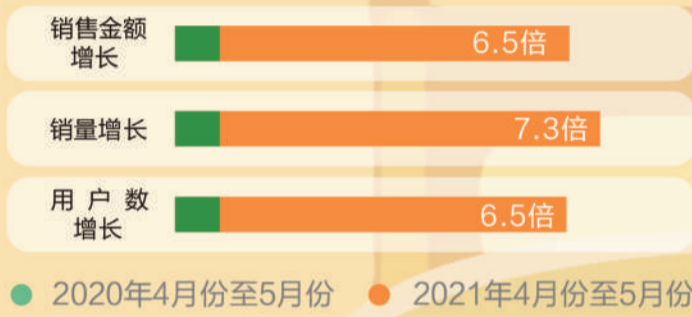
关于新品类,约有1/4的消费者愿意马上尝试



新风空调

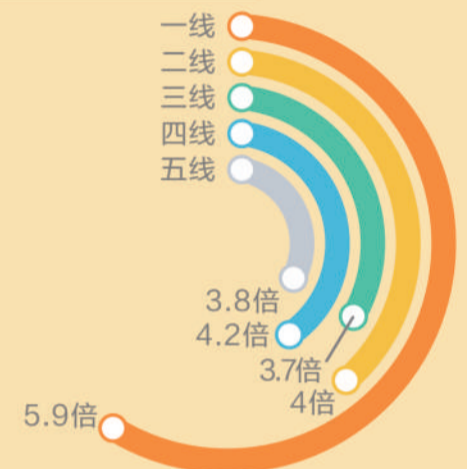
2021年1月份至4月份,新风空调的销售额和消费人数同比增长均在**6.5倍**左右,销量同比增长**7.3倍**以上

新风空调卖得好



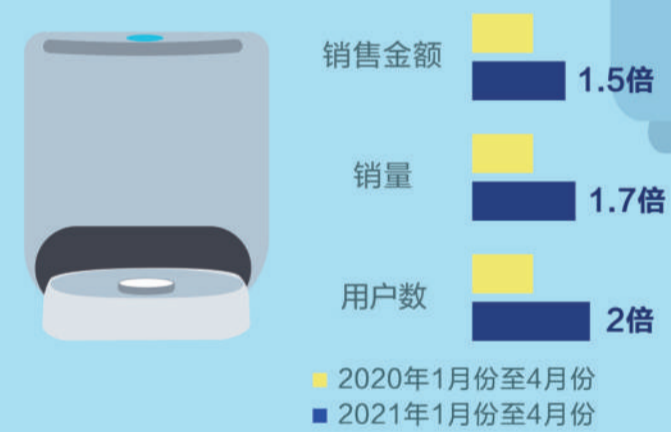
一线城市是新风空调的购买主力 中低线城市销量也有加速增长的趋势

各线城市销量增长



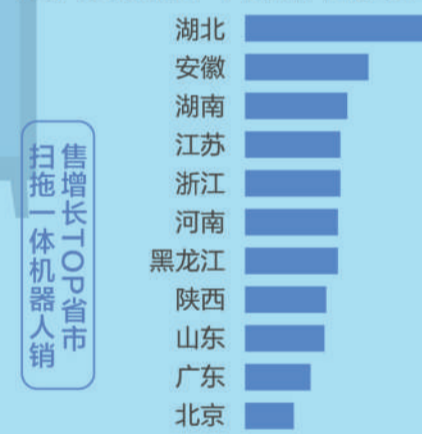
扫拖一体机器人

2021年1月份至4月份,扫拖一体机器人的销量同比增长**70%**以上,远超单一扫地机器人增长



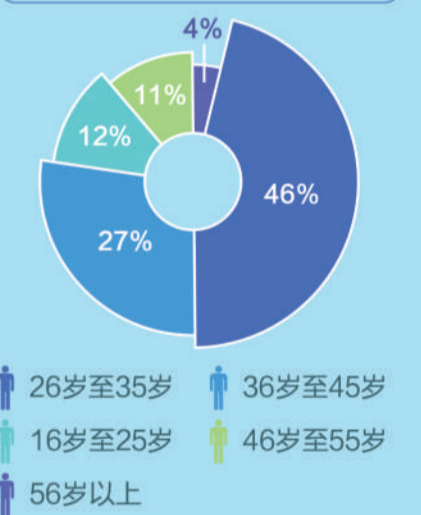
中部地区增长多

湖北、安徽、湖南、河南等华中省份成为需求增长最明显的地区,其次是东南、华南和华北地区



26岁至45岁人群是扫拖一体机器人消费主力

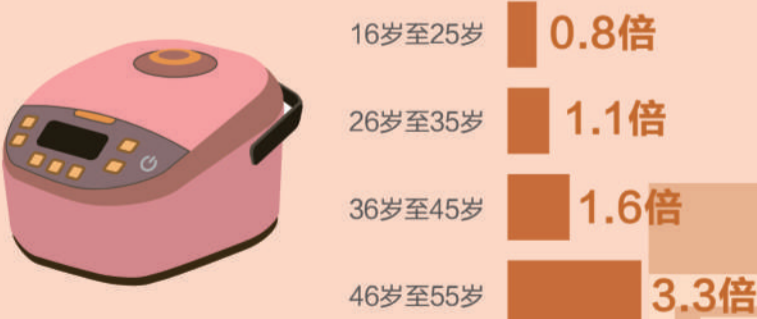
扫拖一体机器人用户年龄分布



功能型电饭煲

2021年1月份至4月份,在京东平台上功能型电饭煲销量同比增长**160%**左右 年龄越大需求越大,46岁至55岁人群销量同比增长**3.3倍**

功能型电饭煲在不同年龄段人群中销量的同比增长



中低线城市销量增长超过高线城市,南方省市消费者更偏爱此类新品



中低温奶

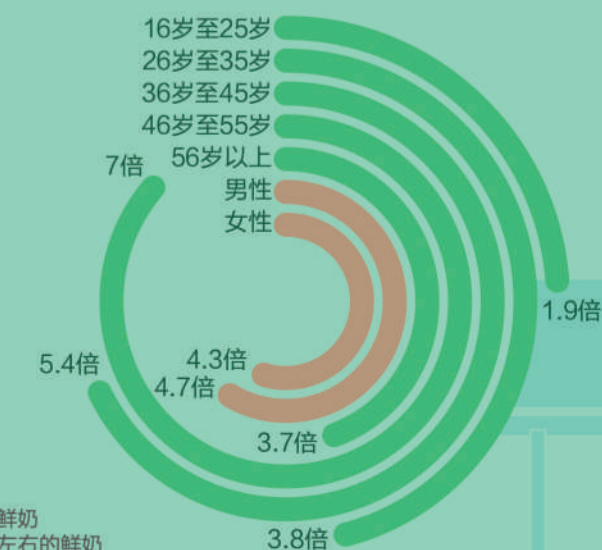
2021年4月份至5月份,中低温奶的销量同比增长远高于常温奶和低温奶

不同类型饮用奶销量同比增长



36岁至55岁人群是中低温奶的主要消费群体

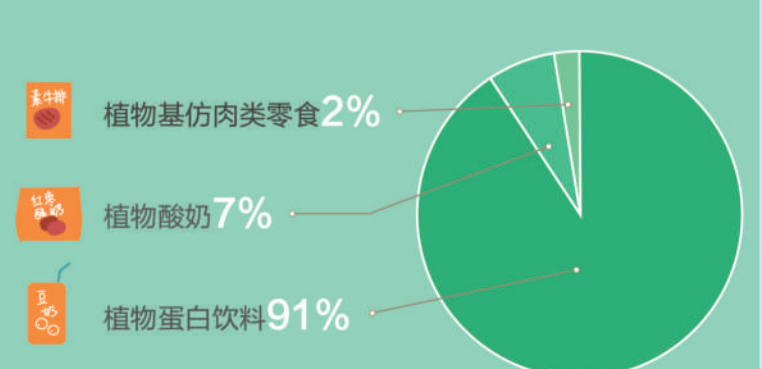
中低温奶在不同人群中销量增长



植物基食品

植物基食品中销售额最大的是植物蛋白饮料

植物基产品销售金额分布



注:低温奶:经巴氏消毒,需冷藏保存,保质期在7天或7天以内的鲜奶
中低温奶:经巴氏消毒(温度不同),需冷藏保存,保质期在15天左右的鲜奶

注:植物基食品包括植物肉、植物蛋白饮料、植物酸奶等

数据来源:京东大数据研究院 本版编辑:董庆森 李 瞳 朱双健