

经济日报携手京东发布数据——

娱乐数码消费日趋多元

将「新奇特」

电子数码产品一直以“黑科技”“新奇特”作为营销卖点,特别是在居家、户外等娱乐场景不断拓展的今天,电子数码产品快速迭代,已经从最初的产品功能化为解决用户痛点的产品智能化,引领消费潮流。

升级为

首先,新潮数码产品引领消费趋势转变。“80后”“90后”消费者普遍追求便捷个性化体验,在移动互联网、云计算、大数据加持下,电子数码产品为消费者带来更为智能、舒适的生活方式。例如,随着居家时间变多,VR、投影仪、电视等家庭数码设备能够提供丰富娱乐消遣项目,满足消费者在居家场景中的娱乐需求。

高精尖

其次,各大厂商积极打造数码生态链,扶持内容创新。硬件市场呈现爆发趋势,软件生态建设也初见成效,数码产品不再是中看不用的“摆件”。不仅如此,合理的定价也降低了潜在消费者的尝试门槛,引发越来越多关注。

此外,疫情趋于好转,户外数码产品消费逐渐回暖,被压抑的市场需求全面反弹。在年轻消费群体带动下,智能手环、无人机等户外智能装备逐渐成为消费电子市场的宠儿。可以预见,户外消费场景拓展将带动相关数码产品消费热潮。

市场欣欣向荣,行业蒸蒸日上。但是,我国电子数码行业仍面临诸多发展瓶颈,一是自主创新能力不足;二是产品过度集中于低端市场;三是对使用场景的适配性较低。

因此,对于相关企业来说,要想获得长期成功,创新变得尤为重要——要通过创新实现产品由低端向高端跃迁;要通过创新完成消费场景升级;要通过创新增强自身发展底气……从而引领智能化、自动化、绿色化发展趋势,真正将“新奇特”升级为“高精尖”,完善自有电子数码产品生态圈,全方位提升用户体验。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

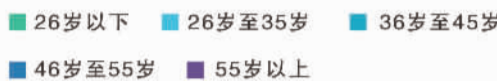
说数

居家娱乐

居家数码产品升级,助力消费者打造心仪的家庭影音娱乐中心

青年消费者更爱购买投影仪和VR眼镜等新潮娱乐产品,中老年消费者更偏好购买大屏电视

各年龄段消费者对居家娱乐类产品的偏好



注:偏好度=该年龄段人均销量与总体均值对比,数值越大说明该年龄段人群对商品的偏好度越高

户外装备

各类户外数码装备成为年轻人出行必备,留住美好瞬间,让运动效果看得见

青年消费者对各类户外数码装备的偏好度均超过中老年消费者

各年龄段消费者对户外装备类产品的偏好



注:偏好度=该年龄段人均销量与总体均值对比,数值越大说明该年龄段人群对商品的偏好度越高

极客体验

消费者对科技数码产品的品质和专业性能要求越来越高

中老年消费者偏好购买高保真功放设备,提升家庭影音体验;年轻消费者偏好购买高速路由器和数码相机

各年龄段消费者对极客类产品的偏好



注:偏好度=该年龄段人均销量与总体均值对比,数值越大说明该年龄段人群对商品的偏好度越高

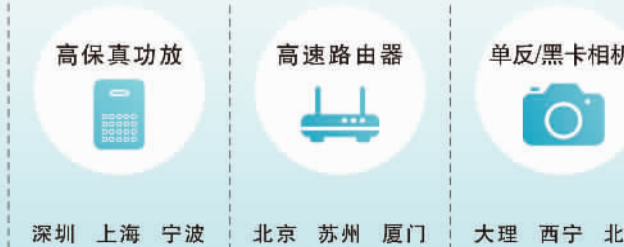
偏好购买居家娱乐产品的城市TOP3



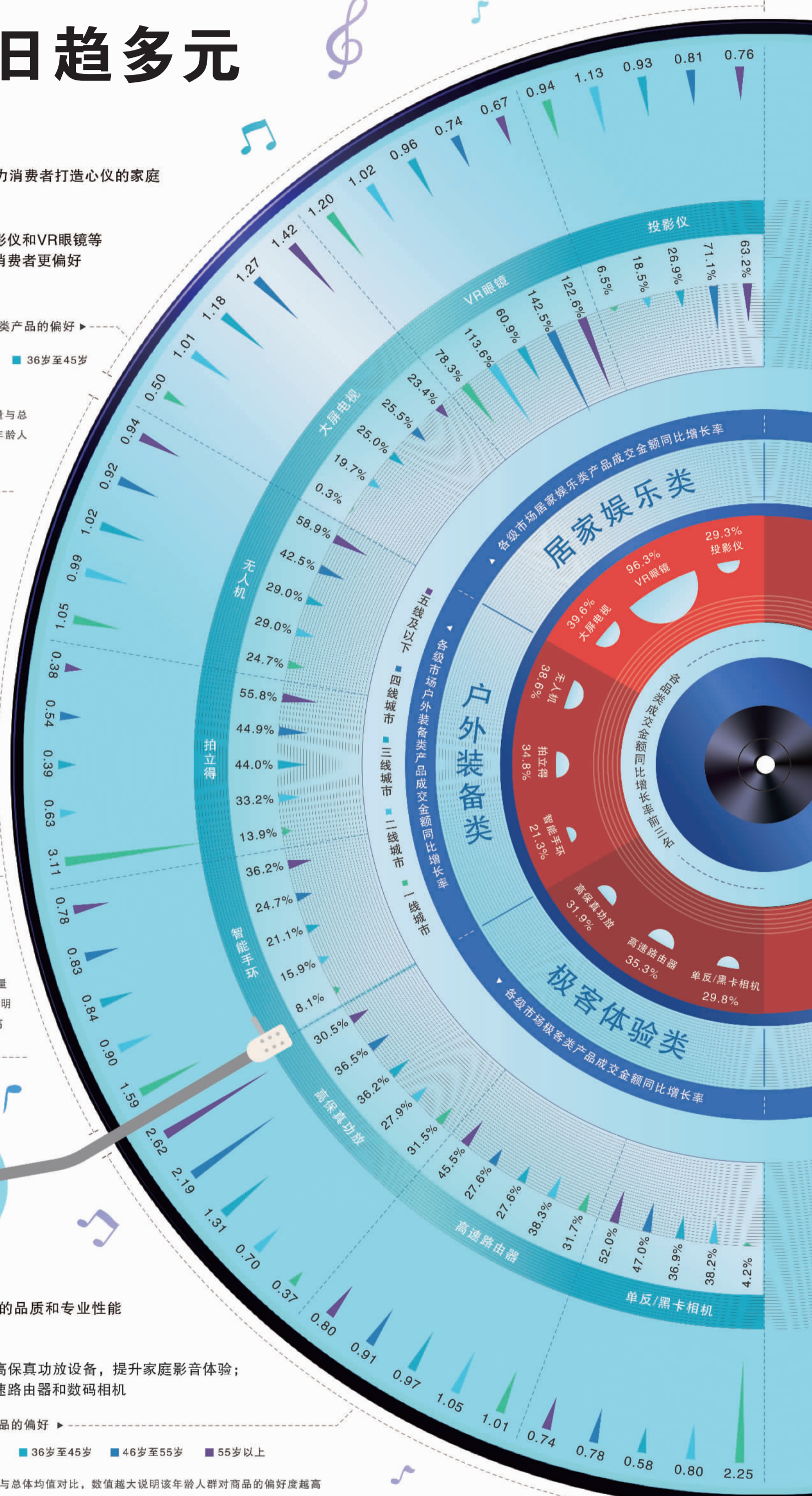
偏好购买户外装备产品的城市TOP3



偏好购买科技数码产品的城市TOP3



数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚



更多内容 扫码观看
数据周期: 2022年上半年