

经济日报携手京东发布数据——

科技赋能“文具”升级

教育产品需求回归本质：学习用品更智能

随着互联网、云计算、AI等新技术的普及，教育信息化程度持续加深，并成为促进优质教育均衡和个性化培养的重要手段。同时，在政策利好和技术能力提升等关键因素驱动下，教育硬件市场也走上了高速发展的快车道。

统计数据显示，2021年全国在校大学生2.91亿人。面对如此庞大的教育产品潜在消费群体，不少研究机构预测教育硬件将在未来3年成为下一个千亿级市场。可以说，教育硬件是尚待挖掘的“金矿”。

“智能+教育”已成为学习设备迭代升级的主要趋势。很多国产教育智能硬件品牌通过科技手段，改良智能学习设备，在电子产品细分赛道中取得了较大优势。同时，很多在线教育企业也参与进来，通过和硬件厂商合作，共同推出集内容、软件、硬件于一体的智能教育系统，较好地满足了师生们减负、增效的需求。

相较于过去，现在的教育硬件产品在产品配置和用户体验上有了大幅度提升。从销售情况来看，除了教育平板、学习机等产品的市场需求大大增加外，词典笔、作业灯、打印机等“小而美”的学习辅助产品也受到消费者更多关注。未来，随着相应技术的成熟升级，教育硬件产业链将爆发出旺盛的生命力。

《教育部2022年工作要点》明确提出，实施教育数字化战略行动，强化需求牵引，深化融合、创新赋能、应用驱动，积极发展“互联网+教育”。对于教育硬件企业来说，要想走得更长远，就必须把握好教育的本质，从“人”出发，加快从以产品为中心转变为以用户为中心，坚持用科技推动教育进步。

教育硬件企业必须转变定位和认知，明确自身不仅仅是在做产品，更是在做教育。要致力于产品研发、技术革新和内容积累，通过合理的定价、高性价比的配置和丰富的教育资源，更好满足师生需求。只有通过新产品、新技术、新方法，不断为社会和消费者提供优质教育产品和服务，才能在市场上立于不败之地。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

随着科技进步，学习用品实现快速换代，更智能、更便捷、更新颖，成为新一代“文具”的标签，并被消费者广泛认可

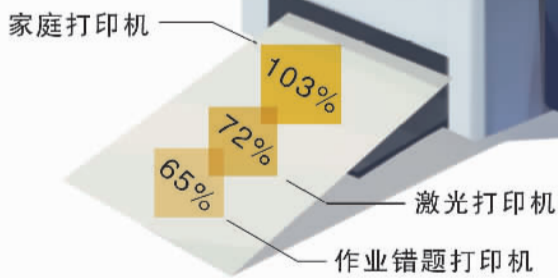


趋势二：上网课成硬需求

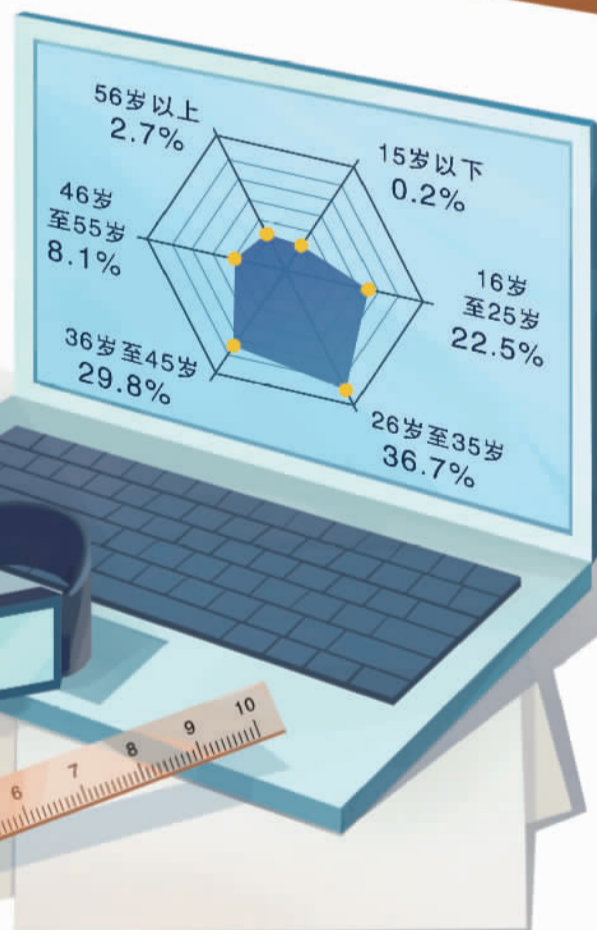
不少学生需要在家上网课，在护眼、高清等需求的带动下，网课设备和配套产品成为教育硬件消费增长点

开学前两周
笔记本电脑成交用户数量
同比增长38%

▼9月1日至7日
各品类成交额同比增长率



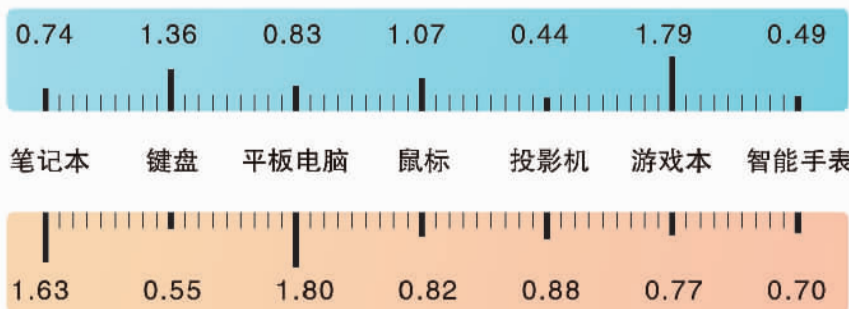
购买网课
配套产品
的人群分布



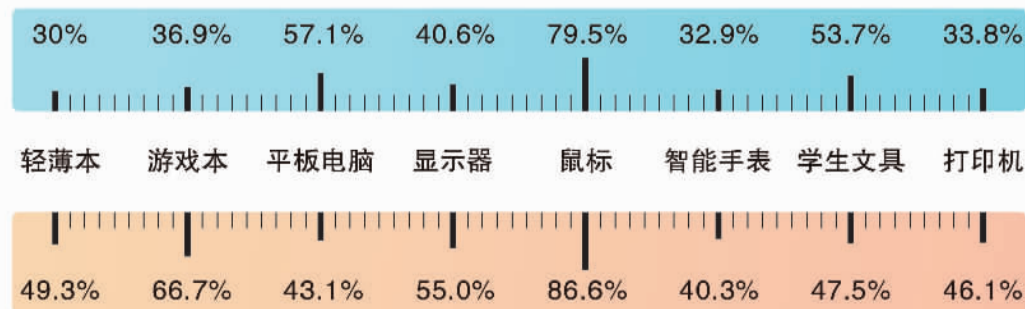
趋势三：学习休闲两不误

游戏笔记本、智能手表等既有教育属性也有娱乐属性的电子产品受到消费者青睐，特别是下沉市场的换新需求强劲

▼16岁至25岁消费者对电子装备的偏好度



▼开学前两周各品类成交额同比增长率



数据周期：
8月17日至8月31日
(开学前两周)；
8月24日至8月31日
(开学前一周)



更多内容 扫码观看