

经济日报携手京东发布数据——

智能化拓展家电家居市场

顺应新变化布局新生态

通过语音控制家电的画面，着实让人惊叹。现在，智能化浪潮聚势而来，最普通的语音识别技术就能还原曾经可望而不可及的电影场景。而随着娱乐、健康、出行等生活领域智能化水平持续提升，智能家电家居市场获得了进一步发展的广阔空间。

从政策层面来看，政府、企业和研究机构关注、重视智能化升级趋势，着力推进相关政策及标准落地。有关部门不断从宏观层面出台促消费政策，各地政府也因地制宜地推出了一系列落地措施，助力智能产品消费。同时，中国标准化研究院等权威机构一直在推动智能化标准建设，并取得了一定效果。

从消费趋势来看，智能产品消费呈现出年龄下降、消费升级的新趋势。现阶段我国的消费主力由“80后”“90后”组成，相较于“60后”和“70后”，他们的消费理念更加前卫，对新产品特别是智能产品的接受程度更高，愿意为了尝新而埋单。

例如，随着生活水平提高，消费者对健康及环境卫生的重视度不断上升。因此，智能空调、智能扫地机等产品能够在格局本已相对稳定的市场中快速崛起。

可以说，这类智能产品的热销，为其他领域的企业提供了新的发展路径——抓住消费者智能消费需求，就能获得新的增长空间。

从产品生态来看，建立一体化智能生态系统成为商家竞争的焦点。数据显示，2015年，具有智能功能的家电产品在全家家电产品中仅占1%，如今这一比例已经超过50%。随着智能化产品越来越多，涉及的领域越来越广，蓝海已在眼前，国内外诸多企业要顺应新变化，加速布局智能生态系统建设。

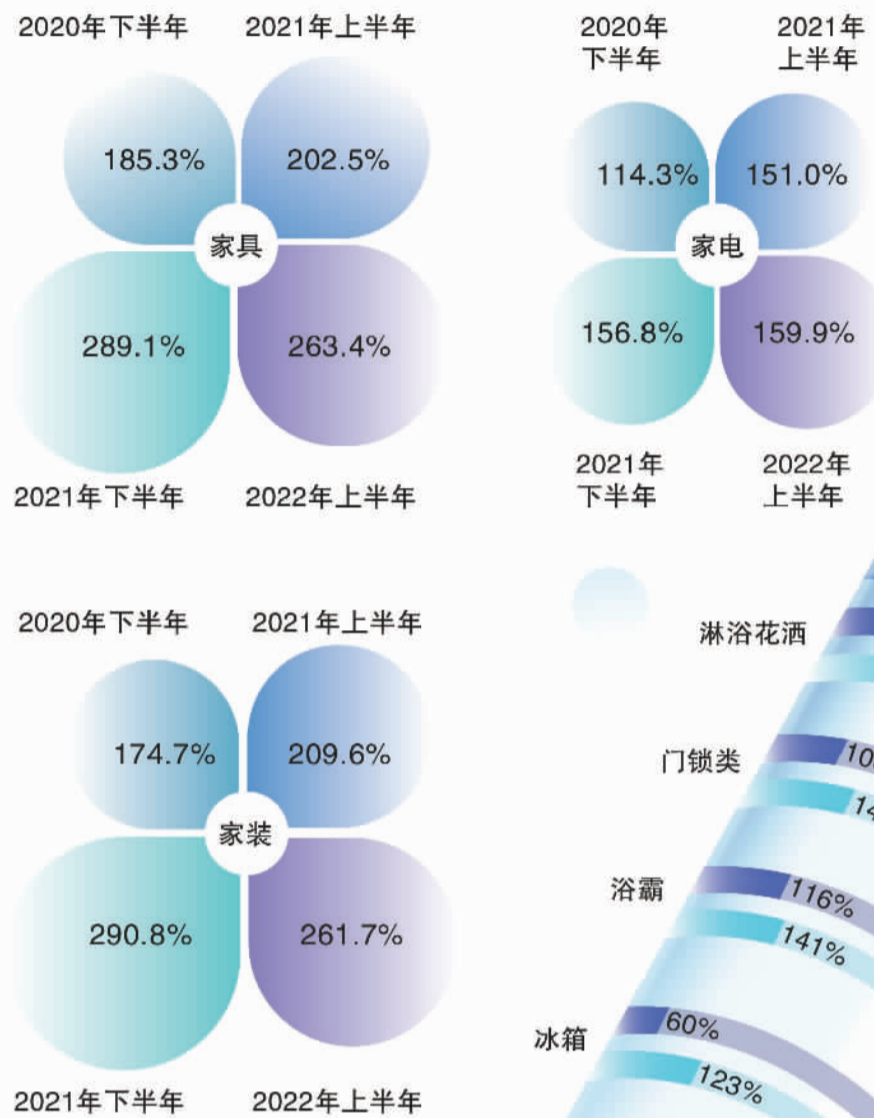
现阶段，智能家电家居产品与手机、电脑等高技术消费品相比，市场渗透率仍较低，但随着消费理念变化、新零售业态革新，以及相关产品和服务持续升级，智能家电家居产品的市场将越来越大。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

说数

随着居民生活水平持续提高，智能产品消费持续快速增长。其中，家居、家电、家装等领域的智能产品能够提高生活质量，受到更多消费者青睐

▼各类智能产品消费额增长率（注：以2020年上半年为基期）



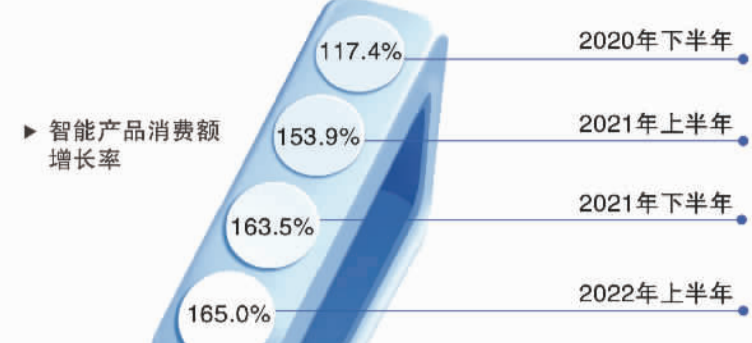
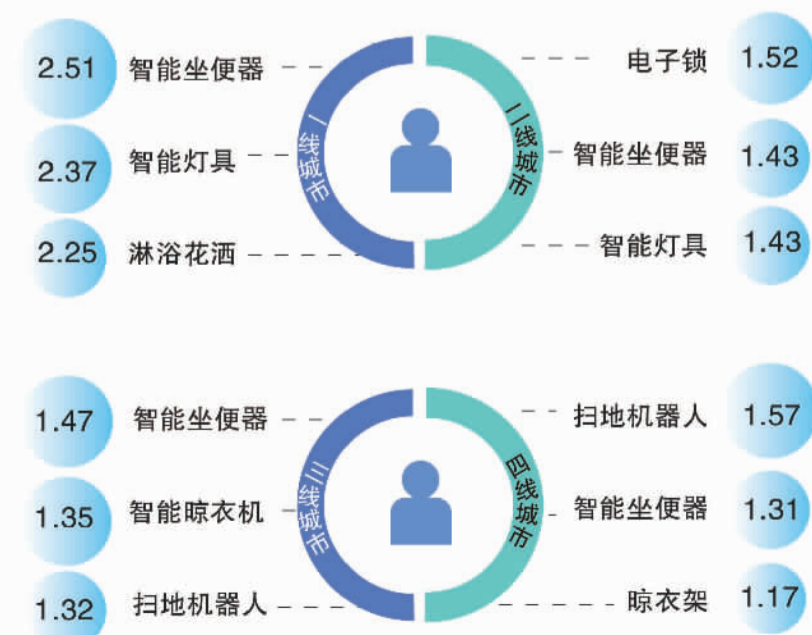
家电类智能产品：▼消费额占比



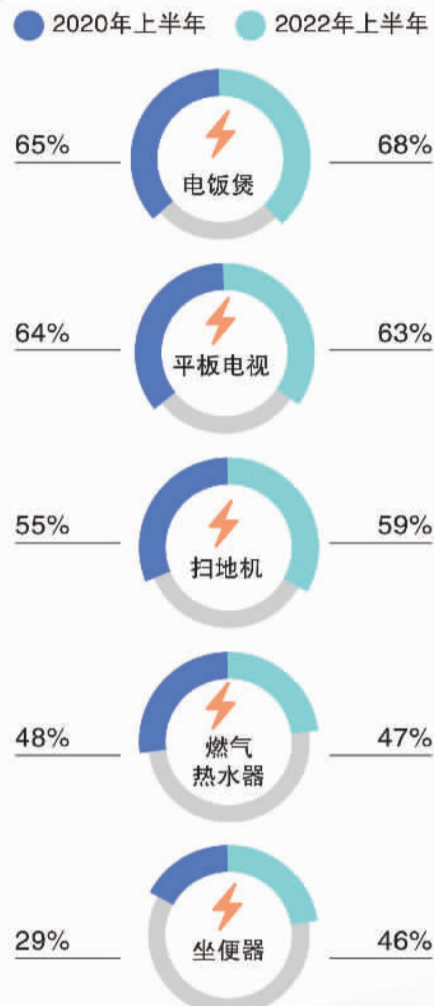
消费者画像

一二线城市消费者更青睐智能卫浴、智能灯具等能提高生活便捷度的产品；三四线城市消费者偏好购买扫地机器人等减轻家务负担的智能产品

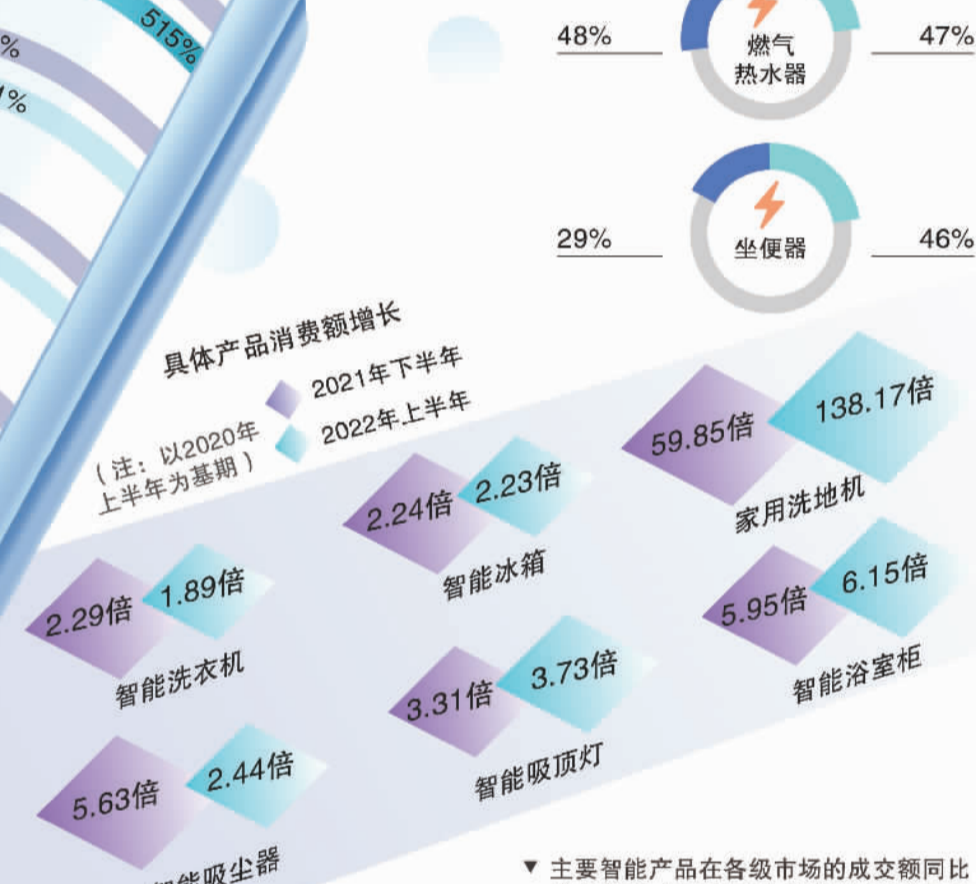
▼不同地区消费者对智能产品的偏好指数



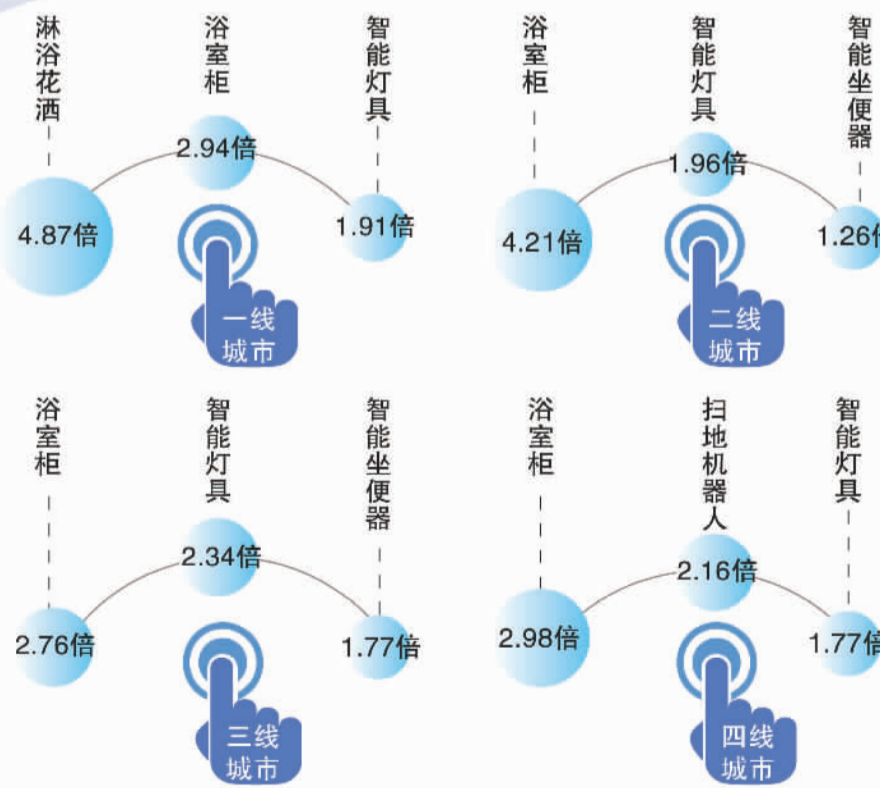
▼智能产品消费额在各品类中的占比



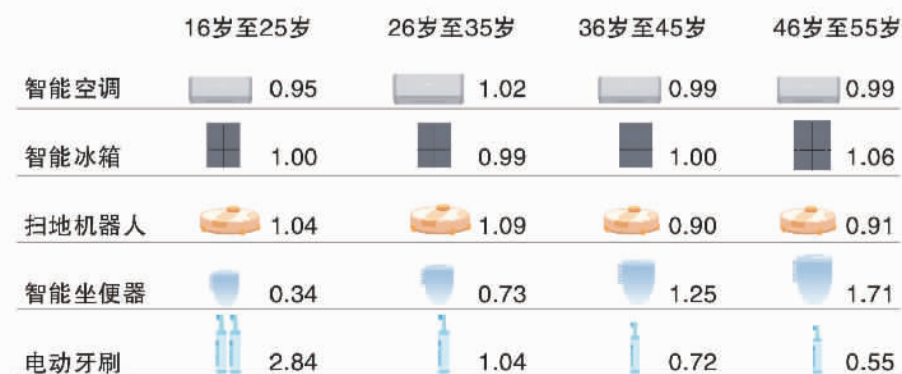
智能产品消费额增速对比
▼2020年上半年至2022年上半年成交额增速对比



▼主要智能产品在各级市场的成交额同比增长情况（2022年上半年比2020年上半年）



▼不同年龄消费者的偏好指数变化（2022年上半年）



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年上半年

