

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

年中消费数据分析

家电家居消费场景融合度更高

说数

本期点评 陆飞

近年来,中国家电消费结构发生明显变化,越来越多新品类、新品牌崛起,大家电稳盘,小家电冲量,创新速度和效率持续提升,呈现出消费复苏和质量增长的发展态势。

首先,居家消费场景依然有较大发展空间。特别是在家电消费领域,各大厂商相继推出“家电家居一站购”的商业和消费模式,融合线上线下全渠道优势,打造出匹配不同消费者需求的方案,搭建了健康生活、科技新居等不同消费场景,推动整个行业实现高质量发展。

其次,环境改善型电器及保护健康型电器消费持续火爆。电视要买护眼型的,冰箱要买保鲜、抗菌和净味三效一体的,洗衣机要选高效除菌杀菌的机型,空调要能净化空气的……这些新的消费趋势显示出消费者日益重视身体健康,希望日常使用的各类电器能够改善生活质量。目前来看,环境和健康电器展现极具潜力的市场发展前景,已成为家电企业高质量发展的重要突破口。

再次,适老电器从“关怀型”向“适配型”“智能型”转化。随着老年人口增长,银发经济迅速崛起,适老电器应运而生。目前,相关电器品类日益丰富细分,已经从往年单一的取暖器、按摩椅、足浴盆等偏“关怀”作用的产品,逐步发展成为适配更多生活场景的各类家电产品,并迅速走进老年消费者家中。

最后,随着多元化细分化成为潮流,带有核心创新技术的大家电热度不降反增。如电视行业,中国企业已可以围绕光学系统、图像处理技术、显示技术进行创新融合,显示质量和清晰度已达世界领先地位。

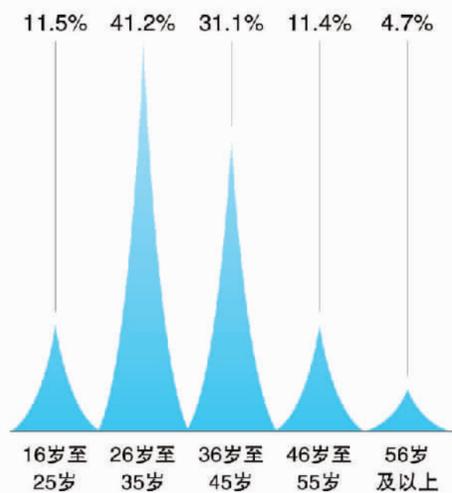
从2020年“宅经济”出现,到如今“居家消费场景”引领家居一体化潮流,家电行业需要进一步改善渠道运营环境、铺设下沉通道,带动产业提质,通过产品、价格、服务升级激发消费潜力,共同打造健康产业生态,为消费者提供放心、省钱、省事的消费体验。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

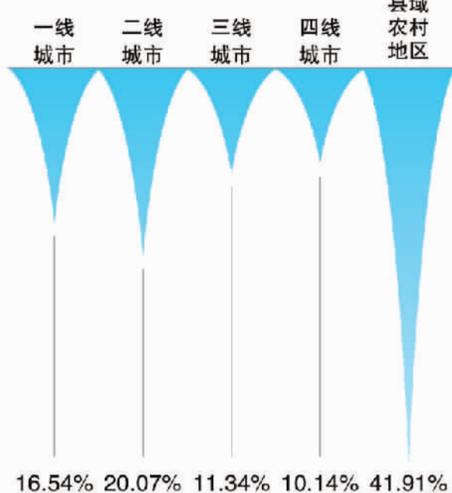


2 消费者特征

购买家电产品的消费者年龄分布



购买家电产品的消费者区域分布



1 细分品类消费情况

注:家电消费增长指数是根据销量和成交额综合计算得出;指数越高表明越受欢迎。

环境改善类电器消费增长指数



随着消费者对家电产品提出更高要求,家电企业要加快构建产业生态,完善升级产品研发、销售服务等环节,推动趋势品类和新品发展。同时,还要通过基础设施下沉和产品体验创新,激活下沉市场潜力,激发消费者购买欲望,为家电行业在存量市场中开拓增长点。

个护健康类电器消费增长指数



商用电器消费增长指数



3 节能节水电器消费情况

节能节水电器在不同区域的渗透率对比(以2019年上半年为基期)



不同区域节能节水电器成交金额增长对比(以2019年上半年为基期)



节能节水电器在不同区域的销量分布变化



近几年,家庭消费场景的支出占比快速提升。特别是在家用电器消费领域,“老年友好型”“环境友好型”电器消费显著增长,科技智能、适老适小成为关键词。对此,建议相关企业在研发设计家电产品时,更加注重智能化、个性化和实用性,围绕目标人群有针对性升级家电产品功能,从而获得更多消费者关注。



更多内容 扫码观看 数据周期: 2023年上半年