

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

电子教育产品成开学新宠



说数

□ 本期点评 李丹

开学季来临,电子教育产品销售再度火爆。数据显示,7月份至8月份早教益智、复读机、学习机等电子教育产品高速增长。其中,早教益智消费同比增长524%、复读机消费同比增长188%,学生平板、电子词典、电子书、点读机等产品销量也有不同程度的增长。

随着社会经济和科技水平的提升,家用教育智能硬件产品类型不断丰富,并加速渗透至人们的日常学习生活场景中。针对幼儿早期教育的早教机产品,以其可爱的动物或卡通人物造型受到孩子喜爱,再加上基本的语音交互能力,在幼儿启蒙教育上发挥了较大作用。

针对K12教育研发的智能学习机、学习平板等则具有相对完备的教学教辅功能,正在成为学生和家长的帮手。这些专为学龄儿童设计的学习机主要搭载各类学习软件,并为家长开通了联络和监控功能,可以指导儿童正确利用电子设备进行学习和社交。

随着科技进步,一些传统的学习用具也被赋予了新的功能。一款智能台灯具备搜索功能,写作业时遇到不认识的单词就可以搜一搜。部分智能台灯还拥有内置摄像头,家长可以远程帮孩子检查作业。除了普及性的产品外,AR地球仪、AI下棋机器人等新产品也层出不穷,主打帮家长解决学习辅导和陪伴问题。

不仅产品升级,电商平台也愈加重视开学季蕴含的消费潜力,对于营销宣传的投入力度不断增加。商家们将大量与校园生活相关的智能产品加入促销清单中,进一步激发了消费者的购买欲望。

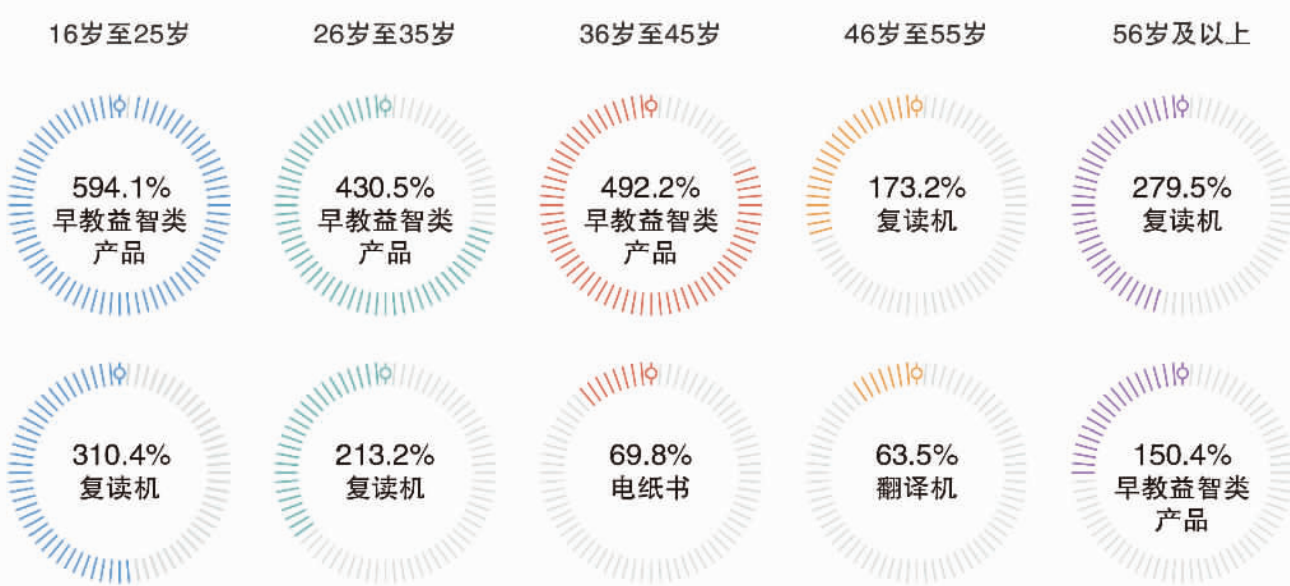
随着开学经济逐步升温,家庭教育的消费观念、消费行为也发生了显著变化。学生家长在选购时更加理性务实,以绿色消费、智能产品消费为代表的消费增长点逐步形成,助力消费新动能持续增强。



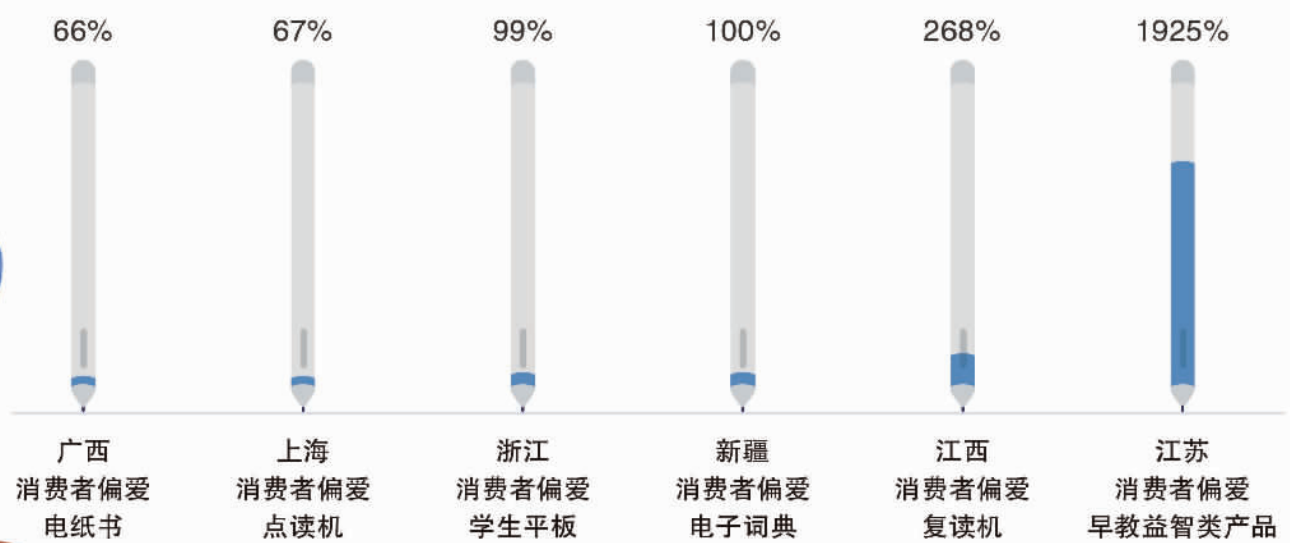
从数据看,电子教育产品消费虽然起步较晚,但增长很快,表明家长越来越重视通过科技手段帮助孩子成长。其中,西北地区电子教育产品消费增长较快,但学生平板电脑的主要消费群体仍集中在北上广等大城市;南方消费者更青睐点读机、电子词典等产品,而北方消费者则比较重视复读机产品。

1 总体消费情况

各年龄段消费者消费偏好 (消费额同比增长)

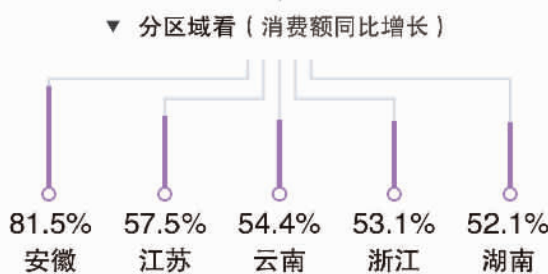
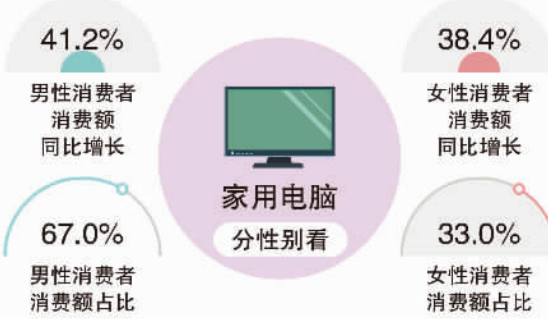
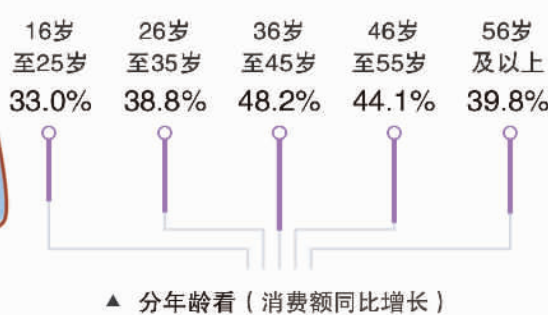


各省份消费者消费偏好 (消费额同比增长)

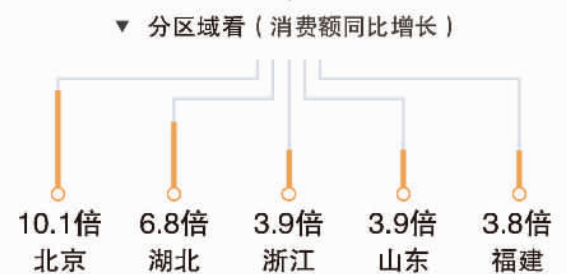
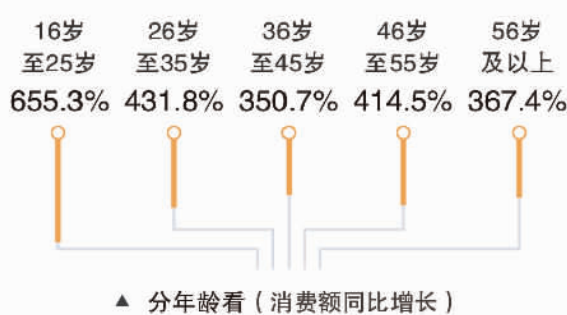


2 细分品类消费情况

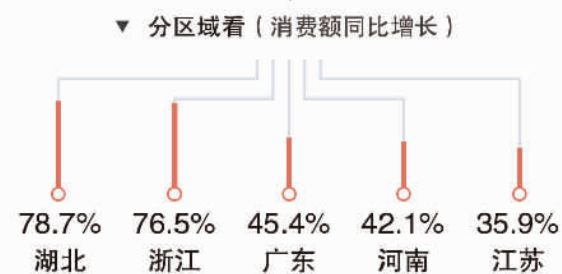
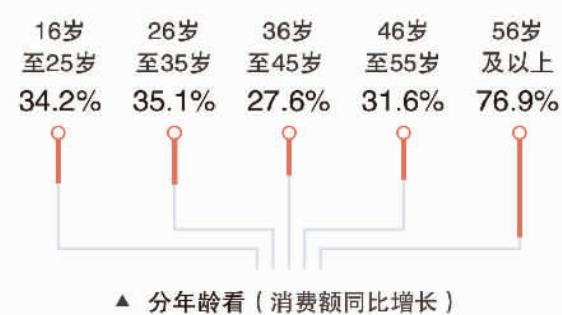
家用电脑消费



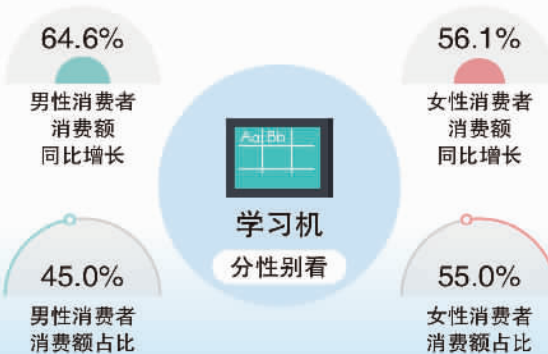
mini主机消费



PC级平板电脑消费



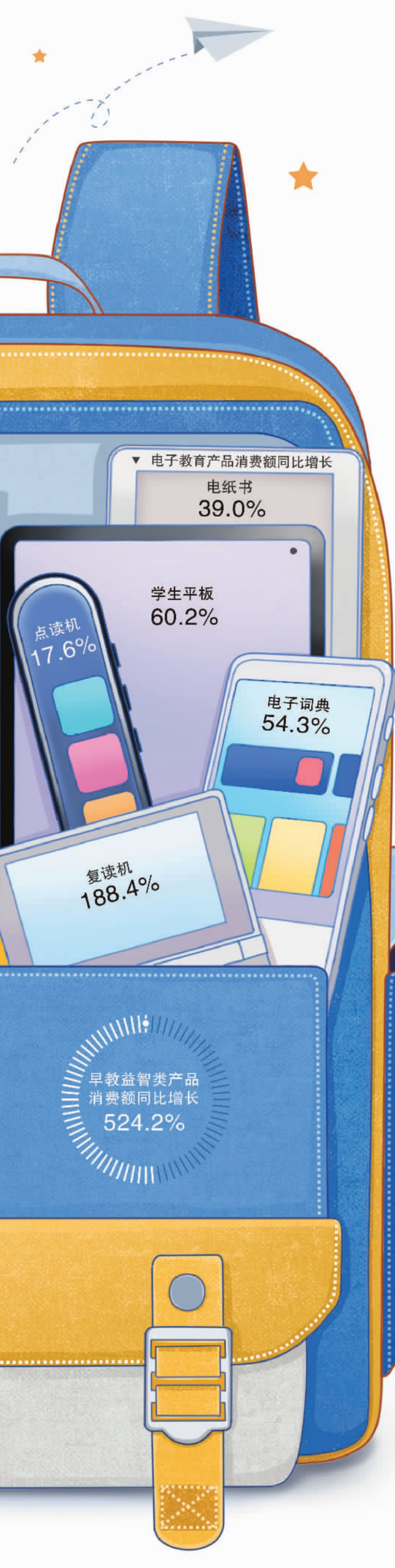
学习机消费



数据周期: 2023年7月1日至8月24日



更多内容 扫码观看



从数据看,mini主机更节省空间、拥有更好的性能,可以满足消费者大部分需要,已成为年轻人家用电脑首选;而PC级平板电脑同样是“多面手”,可以满足办公、影音、游戏等多种需求,其男性需求略高于女性,而且南方省市的增长高于北方,其中湖北、浙江、广东的消费增长排名前列。