

经济日报携手京东发布数据——

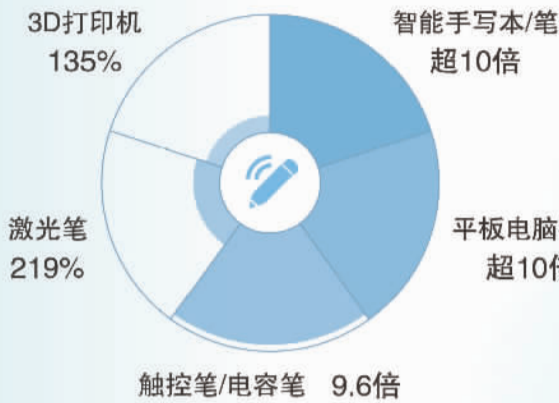
在这里读懂中国消费

# 电子产品消费场景升级

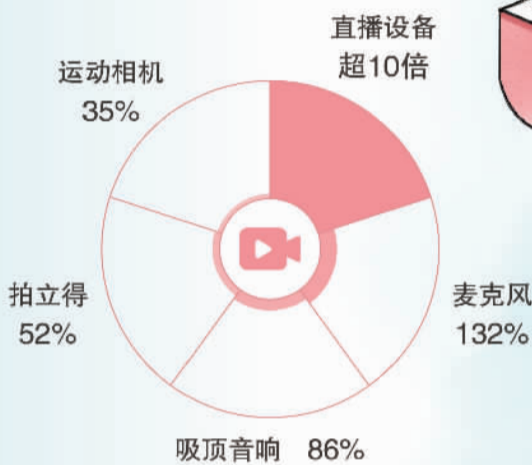


## 1 总体消费情况

办公电子产品成交额同比增长



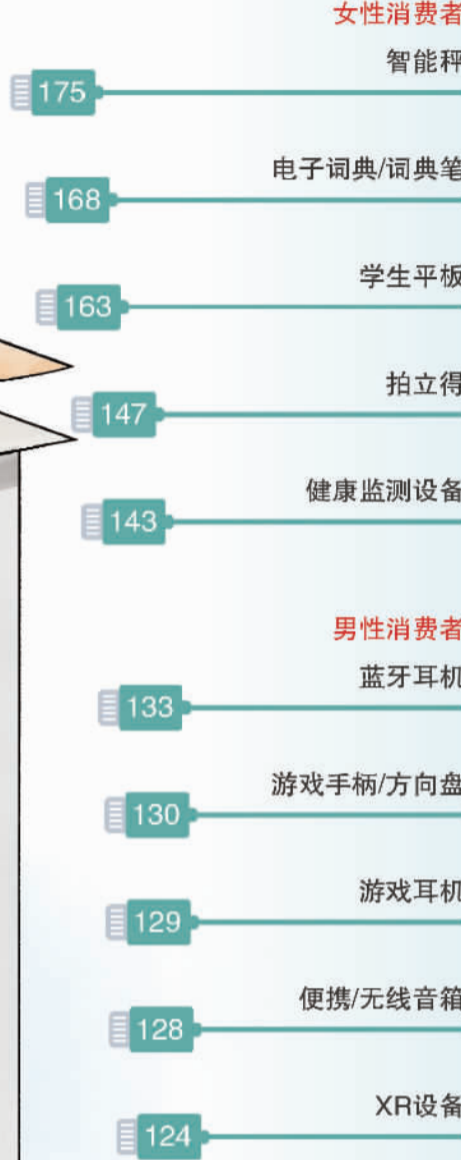
影音及摄影摄像产品成交额同比增长



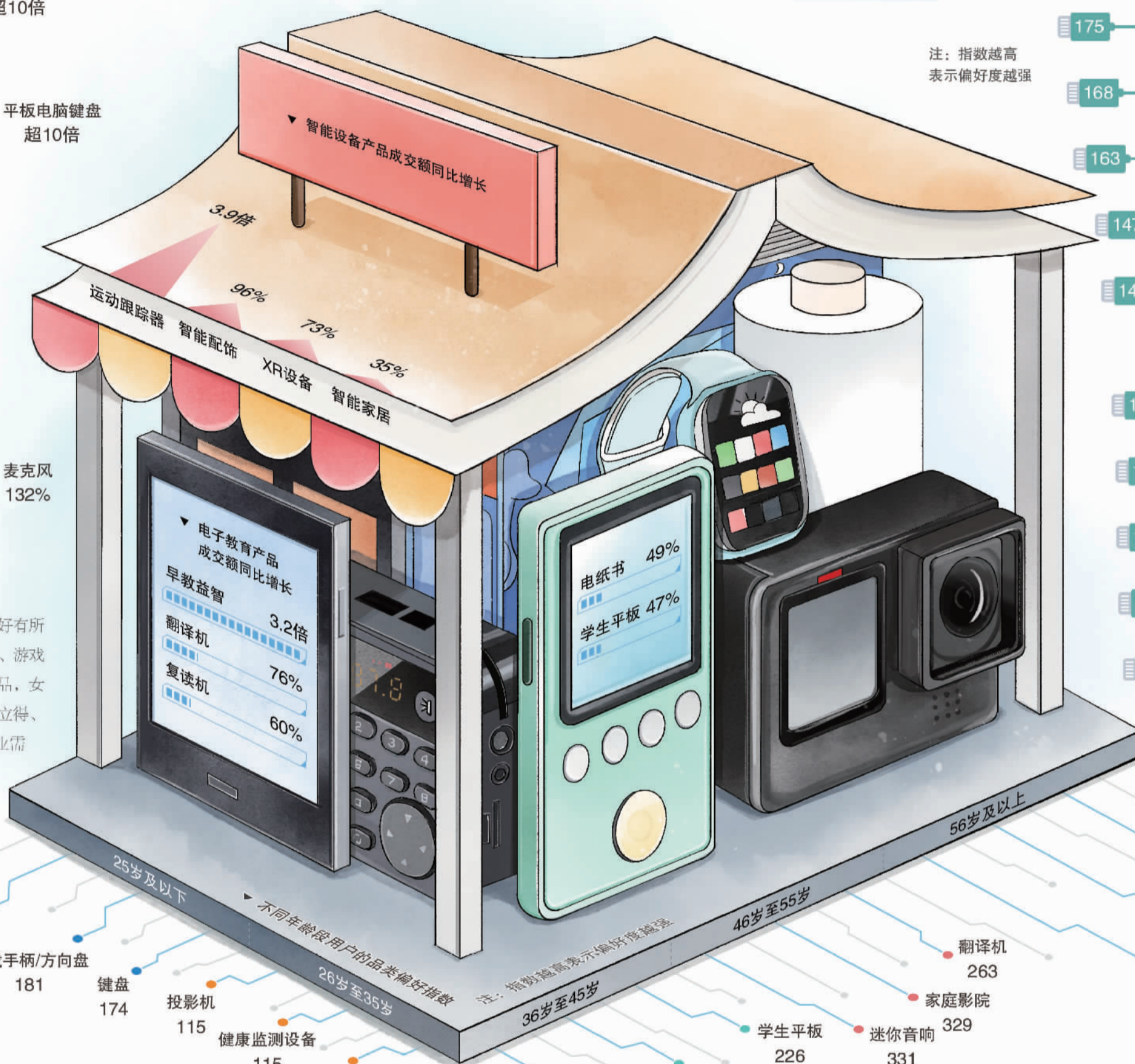
不同消费群体对电子产品的需求偏好有所差异。如男性消费者偏好购买蓝牙耳机、游戏手柄、无线音箱、XR设备等类型的产品，女性消费者更关注智能秤、电子词典、拍立得、健康监测设备等类型的产品。相关企业需要抓住不同消费群体个性化消费需求，打造更贴合人群特征的“爆款”产品。

## 2 消费者特征

不同性别用户的品类偏好指数

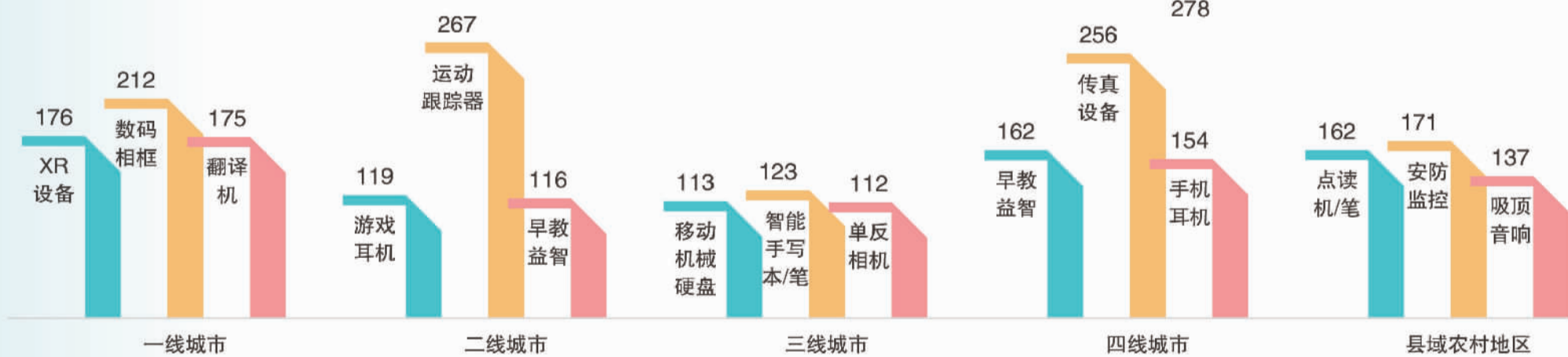


注：指数越高表示偏好度越强

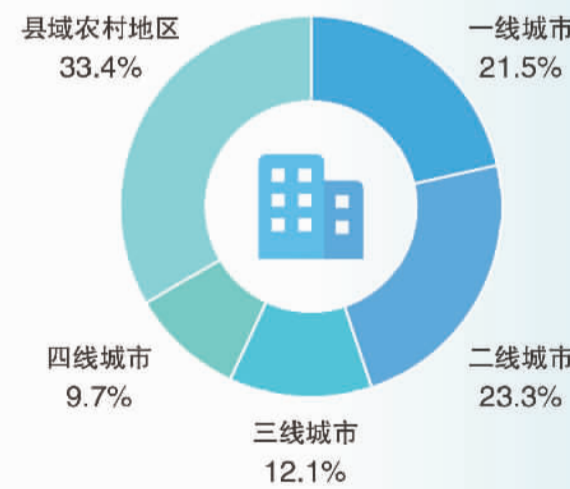


## 3 地域消费特征

各级市场用户品类偏好指数

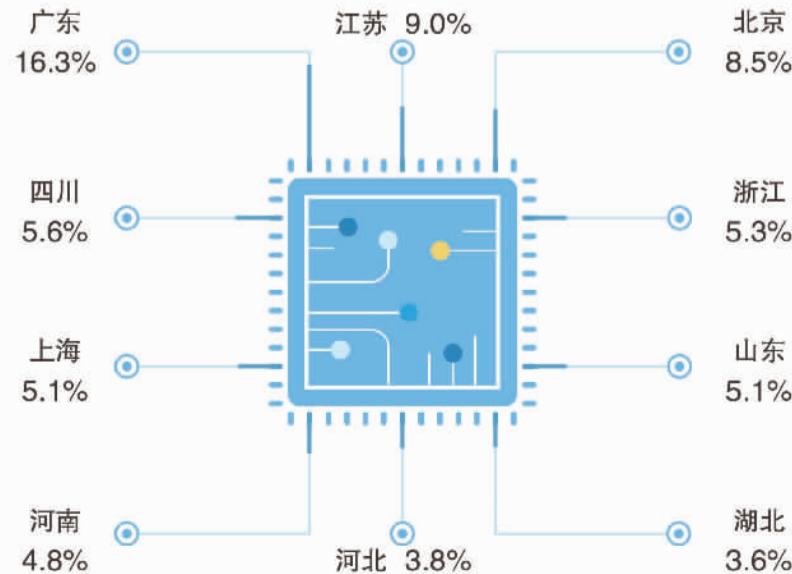


电子产品各级市场的成交额占比



县域农村地区的电子产品消费市场蕴藏巨大潜力。数据显示，电子产品在县域农村地区成交额占比超过三成。未来，相关企业在推动更多智能化电子产品覆盖县域农村地区的同时，要更加注重消除农村居民尤其长龄人群的使用障碍，加快推出具有方言语音识别、复杂对话理解等功能的电子产品。

电子产品成交额占比TOP10省份



## 说数

随着消费者对电子产品的需求从“有没有”转向“优不优”，更多新兴电子产品快速涌现，并呈现出智能化、场景化、个性化的升级特征，满足了不同场景下的消费新需求，为消费者未来智慧生活勾勒出无限可能。

一方面，电子产品向智能化场景纵向创新和拓展。在人工智能、物联网等新技术支撑下，智能化电子产品逐步延伸至生活、办公、出行、娱乐、学习等众多领域，以智能配饰、XR设备、智能家居等为代表的产品受到消费者青睐。例如，融合AR、VR和MR技术的XR设备，能够为消费者带来更加逼真的沉浸式体验，提升了工作、生活、学习中的趣味性。未来随着AI大模型逐步落地应用于更多电子产品终端，消费者的生活也将迎来更大革新。

另一方面，电子产品满足了不同消费者的个性

化需求。不同年龄段消费者对电子产品的需求有明显差别，年轻一代消费者喜欢时尚且娱乐性强的电子产品，游戏耳机、键盘等产品较受欢迎；家长们更关注孩子的学习成长，喜爱购买复读机、电子词典、学生平板等电子教育类产品；年长消费者偏好功能简化的便携产品，如收音机、迷你音响等。

电子产品是引领消费者生活品质升级的重要产品，相关企业需要加快应用新技术研发新产品，以智能化、个性化、便捷化为突破口，更高效精准地响应不同人群在不同场景下的需求，打造更加丰富多元的场景应用体系。同时，相关企业也需要提升产品全生命周期的售后服务、畅通以旧换新消费渠道，以优质服务促进电子产品消费。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

本期点评 曹凤娟



数据周期：2024年1月1日至3月11日

更多内容 扫码观看