

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

护眼需求升级市场细分



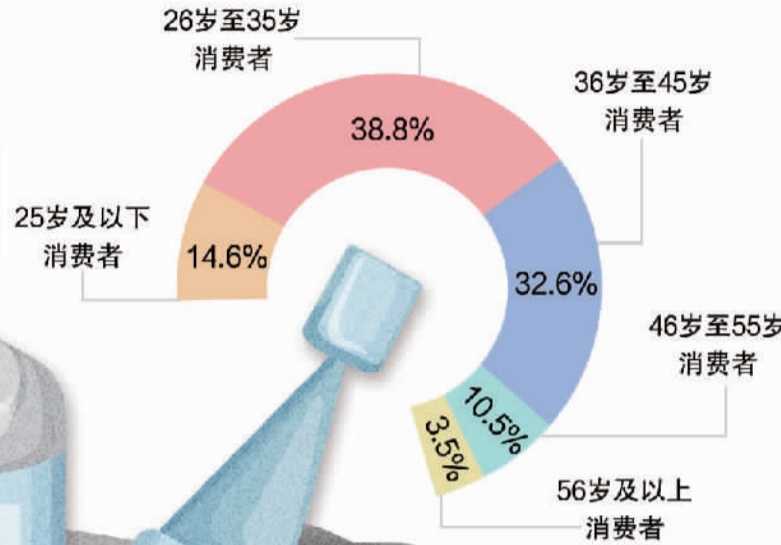
2 人群消费特征

1 总体消费情况

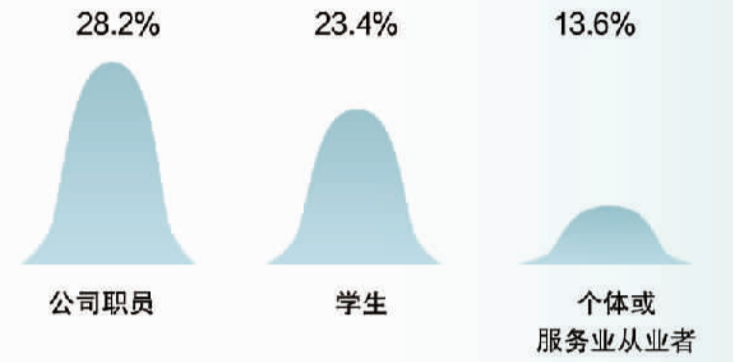
护眼产品成交额TOP5产品



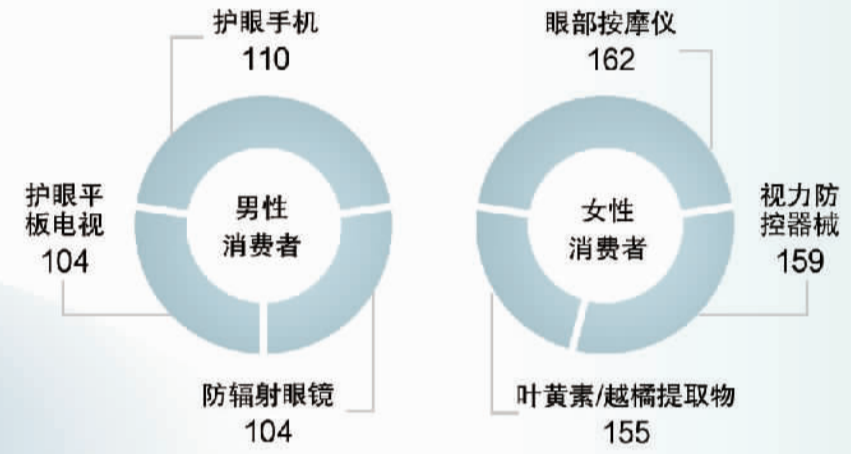
不同年龄人群成交额占比



护眼产品成交额占比TOP3职业群体



不同性别人群对护眼产品的消费偏好指数

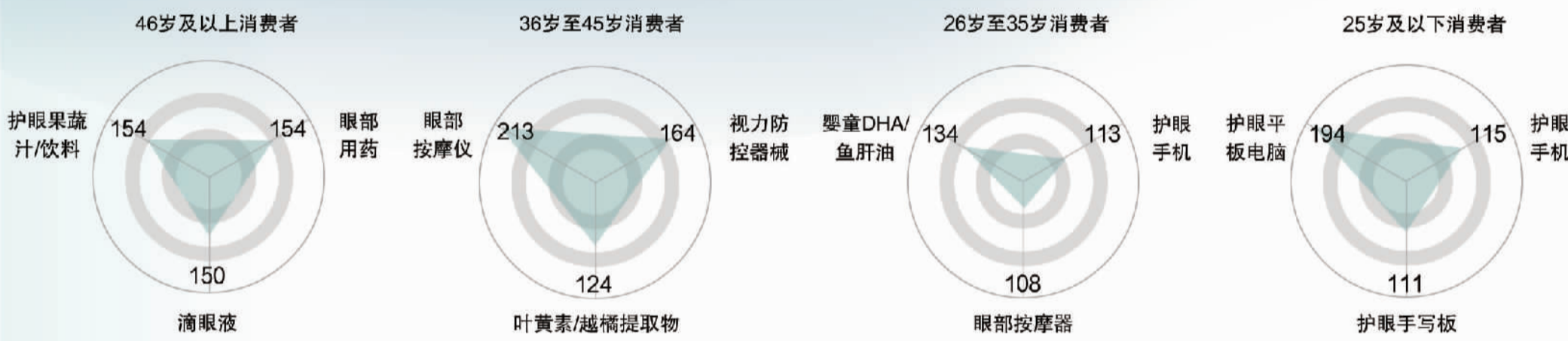


护眼功能产品成交额同比增长

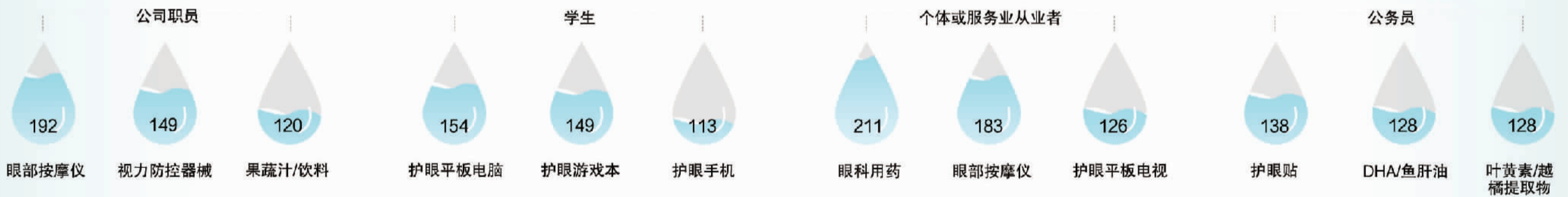


相较于眼部健康的被动式治疗，主动预防也应当被更多关注。企业立足于日常的营养物质补充，开发出更多创新性的护眼营养产品，满足消费者护眼要求。

不同年龄人群对护眼产品的消费偏好指数



不同职业人群对护眼产品的消费偏好指数



对于职场人士来说，每天面对电子产品的时间较长，如何提升电子产品的护眼能力极为重要。因此，企业在电子产品研发、设计等环节，需要加大护眼技术的投入，为消费者带来更加耐用的电子产品。

3 地域消费特征

护眼产品成交额占比TOP5省份



护眼产品成交额同比增长TOP5省份



说数

伴随手机等各类电子产品的全面普及，人们享受到了高科技带来的便捷，但随之而来的用眼健康问题日益严重。当下，消费者对用眼健康的重视程度不断提高，护眼类产品愈加受到关注。

眼部健康管理产品朝着更加精细化、专业化、科技化方向发展。营养护眼产品的成分愈加丰富多元，从原来单一的叶黄素、越橘提取物，到现在叠加鱼油、小米提取物、虾青素等护眼营养素，护眼产品的功效越来越精准深入。眼部按摩器、蒸汽眼罩等外用型护眼产品，在“黑科技”的加持下，受到越来越多上班族和学生们的喜爱。电子产品尤其教育类产品是否具备护眼功能成为消费者关注的重点，很多厂商也将护眼作为产品创新研发的核心之一，不断迭代升级护眼功能，为消费者带来安全、舒

适的使用体验。

不同人群的眼健康问题及护眼需求差异明显。对于儿童、青少年群体来说，预防近视是最重要的需求之一，相应地，具有护眼功能的电子产品更受欢迎。对于成年群体来说，主要面临用眼过度带来的眼疲劳问题，倾向于通过外用眼部按摩器来舒缓眼周、放松眼部，内服叶黄素、越橘提取物等营养成分来补充眼部所需营养。至于中老年群体，他们则关心如何改善老花眼、青光眼等眼部疾病，更偏好眼部用药、滴眼液等产品。

消费者的护眼需求不断提高，护眼市场也将迎来更广阔的发展空间。针对护眼需求的持续升级，企业需要通过科学专业的分析，精准抓住不同人群的护眼痛点，推出与之需求匹配的护眼产品，并确保产品的质量和安全性，真正实现叫好又叫座。

本期点评 黄涛



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年1月至5月