

在这里读懂中国消费

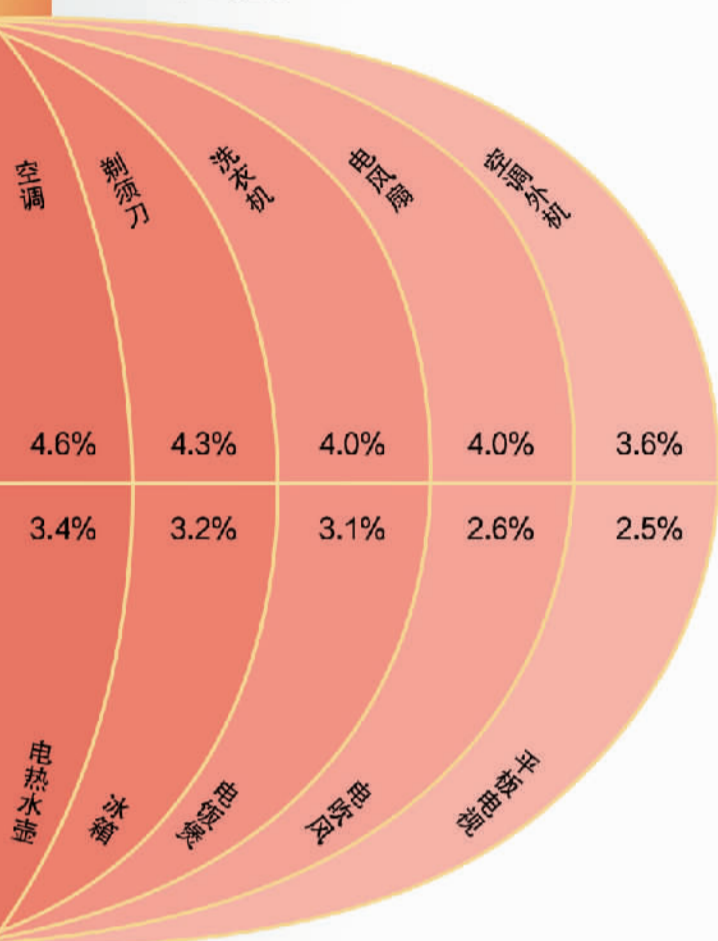


2024年消费市场盘点

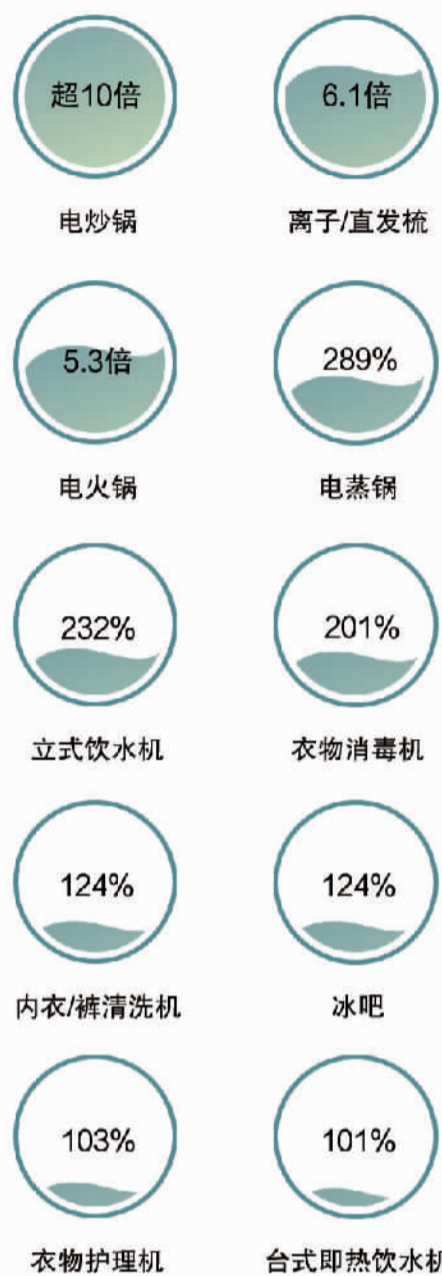
家电数码加快智能升级

家电消费情况

家电销量占比TOP10



家电销量同比增长TOP10

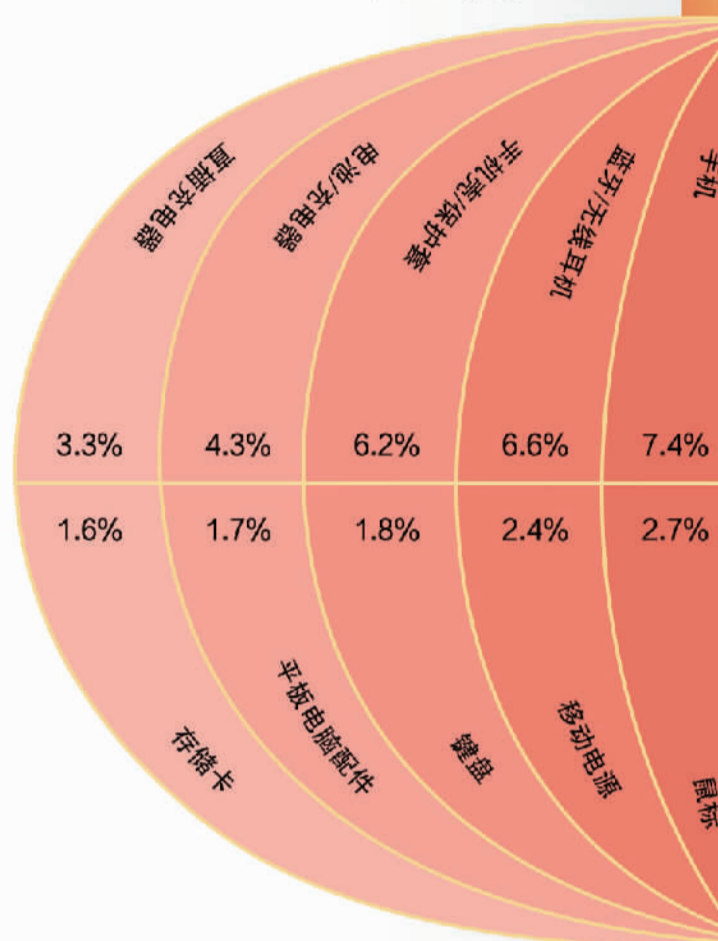


数码产品销量同比增长TOP10



数码产品消费情况

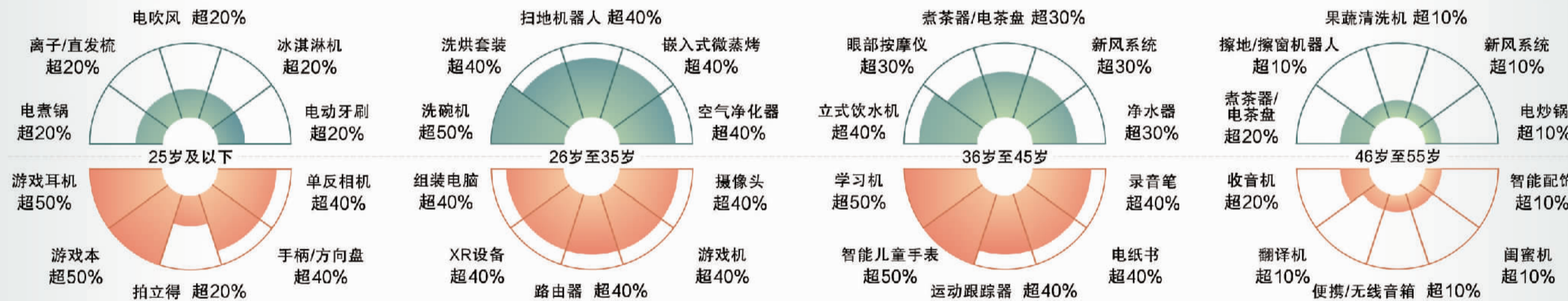
数码产品销量占比TOP10



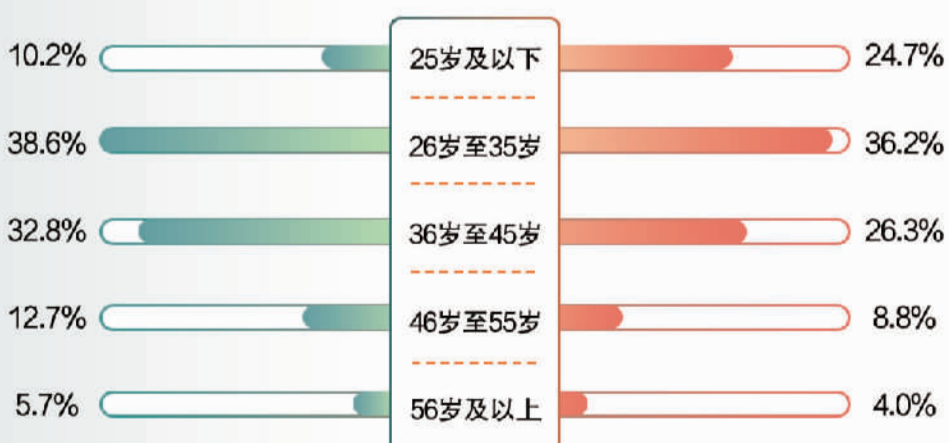
2024年，家电消费呈现出多样化特点，智能、健康、适老等功能特征愈发明显。其中，26岁至35岁消费群体偏爱提高生活效率的智能家电，洗碗机、扫地机器人等产品频繁登上购买清单；36岁至45岁消费群体更关注健康类产品，眼部按摩仪、新风系统等产品更受青睐。这些新趋势反映出消费者对高品质生活的追求，也为家电市场创新升级指明了方向。

当前，消费者对数码产品的需求越来越多元化和个性化，不再满足于单一的产品功能。他们希望产品能够提供更多元化的服务和体验，如智能配饰、电子书等新兴品类的发展就满足了消费者的个性化需求。同时，消费者也更加注重产品的外观设计、品质要求，促使数码行业在产品的设计、品质保证等方面不断创新。

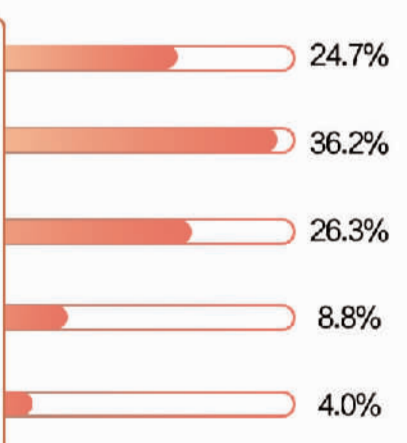
各年龄段消费者家电产品消费偏好 (相关品类的各年龄段消费者购买量占比)



家电消费者年龄结构 (销量占比)



数码产品消费者年龄结构 (销量占比)

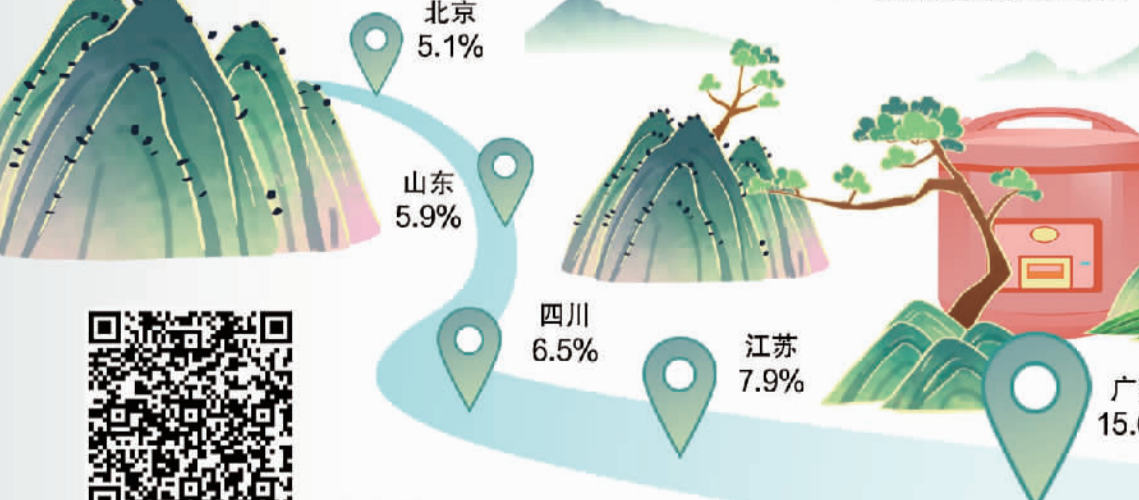


各年龄段消费者数码产品消费偏好 (相关品类的各年龄段消费者购买量占比)

数码产品销量占比TOP5省份



家电销量占比TOP5省份



说数

今年以来，全国各地纷纷推出家电数码产品消费补贴政策和以旧换新活动，在各类“真金白银”补贴的推动下，消费者得到更多实惠，消费市场潜力进一步释放。随着销售业绩快速增长，企业也获得了更多发展空间，行业创新意愿更为强烈，智能化升级发展速度持续加快。

从消费端看，消费者对家电数码产品的需求越来越多元化、个性化和实用化。一方面，消费者希望家电数码产品能够“一机多用”，由“单一产品功能”转变为“多元服务和体验”；另一方面，消费者对家电数码产品的外观设计提出了更高要求，外观设计、设计理念等因素已成为影响购物决策的关键。此外，消费者在选择家电数码产品时，愈发注重产品性能与价格的平衡，性能卓越、价格合理的新型家电数码产品更受青睐。

从行业发展看，随着5G、物联网、人工智能、云

计算等新技术持续融合发展，家电数码产品的功能和应用场景得到极大扩展延伸，更便捷、更高效、更智能成为行业发展的主要方向。例如，AI技术在智能家居、可穿戴设备等领域得到广泛应用，满足了消费者对高性能产品和智能化应用的需求。

随着家电数码行业的迅速升级，产品细分化趋势越来越明显，这就要求企业在研发、生产、销售等各个环节明确自身定位，了解市场的特点和需求。对此，企业可以通过市场调研、竞争分析和客户反馈等方式制定出更有效的市场策略，有针对性地设计产品并开展营销活动。

新的消费趋势变化反映出消费者对家电数码产品的需求升级，相关企业要在产品设计、使用体验等方面下功夫，让自身产品兼顾性能优势和价格优势，从而在竞争激烈的市场中突出重围，实现更高质量的发展。

本期点评 李 瞳



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年1月1日至12月15日