

生活电器

行业研究报告



CBNData

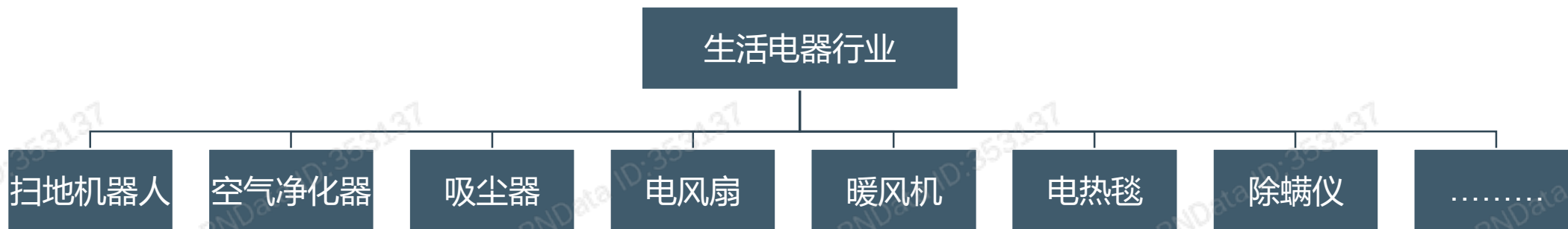
第一财经商业数据中心

研究背景

- 生活电器行业传统渠道较分散，线上发展势头强劲，这个品类新品层出不穷。
- 随着工业化程度的提高、环境污染的加剧，涉及“健康”概念的智能产品热销。
- 由于人们生活水平提升、生活品质追求提高，“减轻劳务负担”型智能化产品热销。

生活电器行业定义及研究范围

- 生活电器仅指代小型生活电器。包含扫地机器人、空气净化器、吸尘器、暖风机、除螨仪等单品。



目录



行业概况



消费者画像



移动趋势



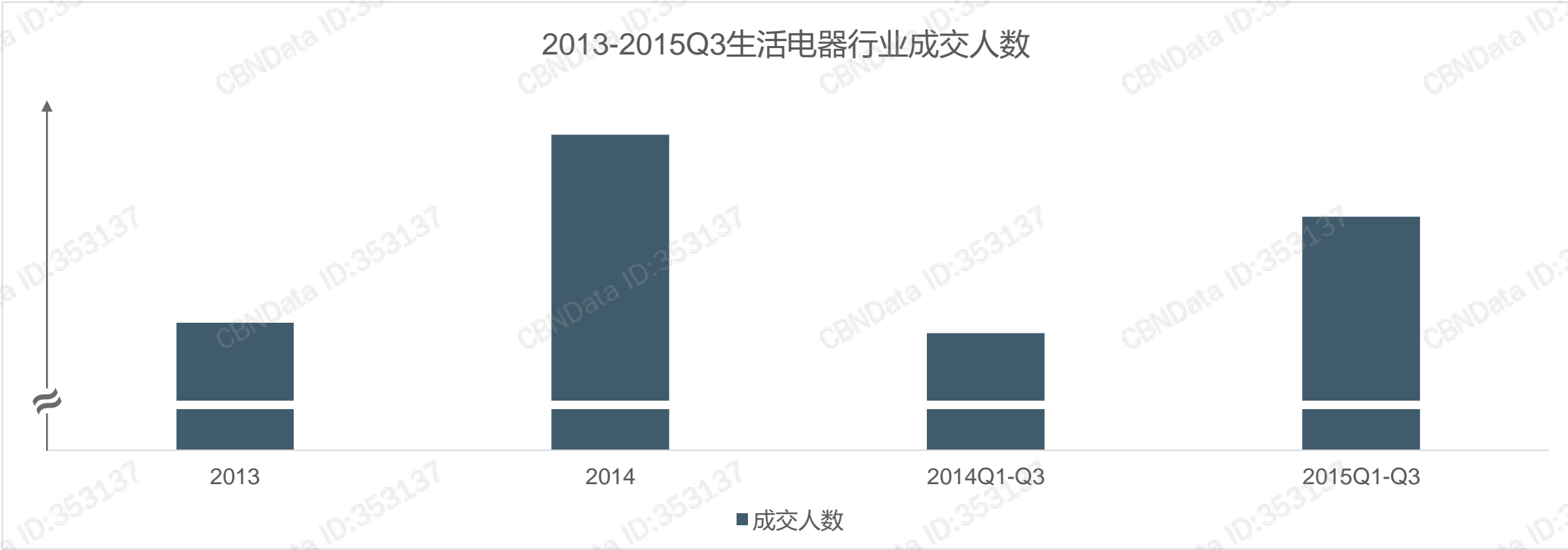
经营建议



附录

行业概况

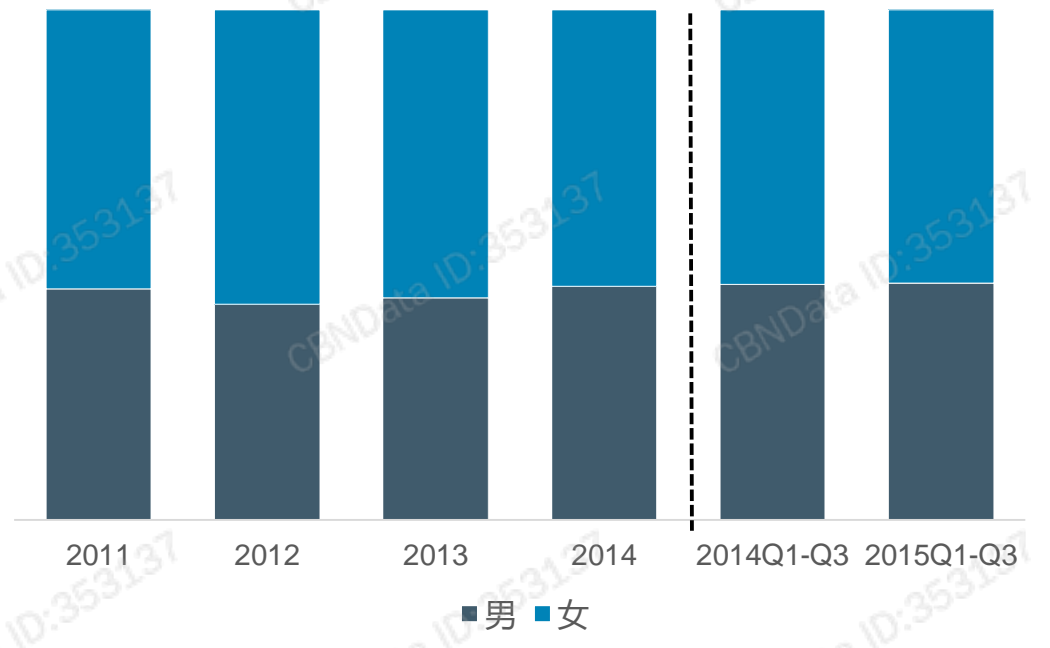
- 近几年生活电器线上市场发展强劲，**行业目前仍在调整增长。**
- 成交人数的大幅上升是推动该行业发展的主要驱动力。
- 每年第四季度是销售旺季，受“双十一”促销影响，成交人数迅速上升，并伴随一定程度的甩尾，每年春节后后是销售淡季。



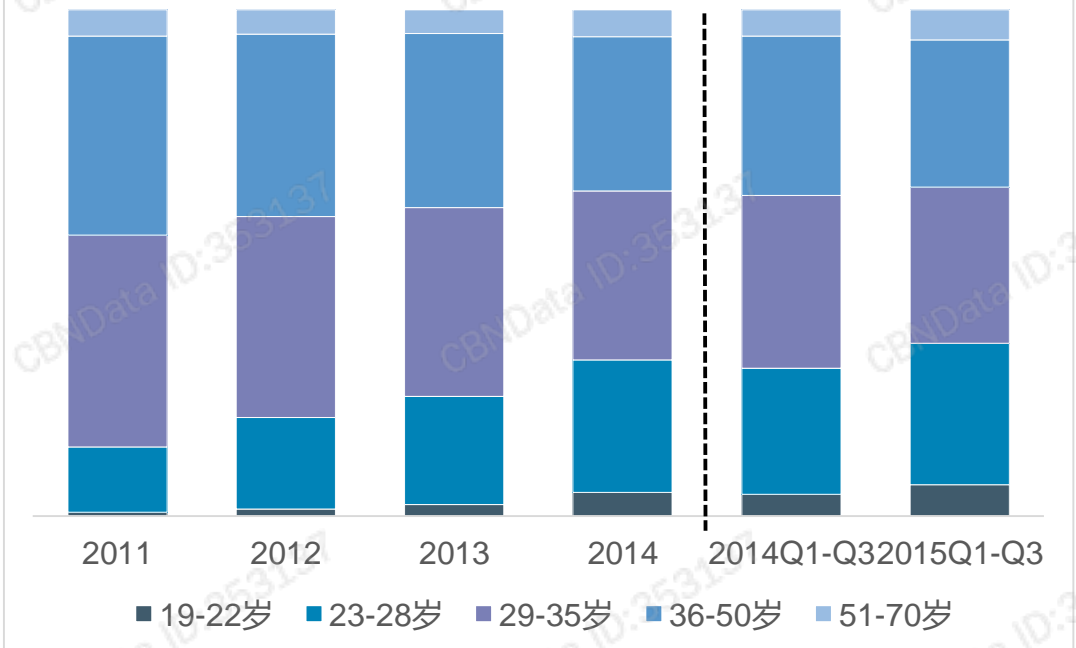
消费者画像 - 性别和年龄分布

- 消费者方面，生活电器行业**女性**消费占比高于男性，目前达到53.4%。
- 消费人群以**29-50岁**为主，但是23-28岁人群占比逐年上升，呈现年轻化趋势。
- 与此同时，**51-70岁**消费占比呈现小幅上升。这部分人群对健康和减轻劳务负担的需求也逐渐增强。

2011-2015Q3生活电器行业消费者性别分布

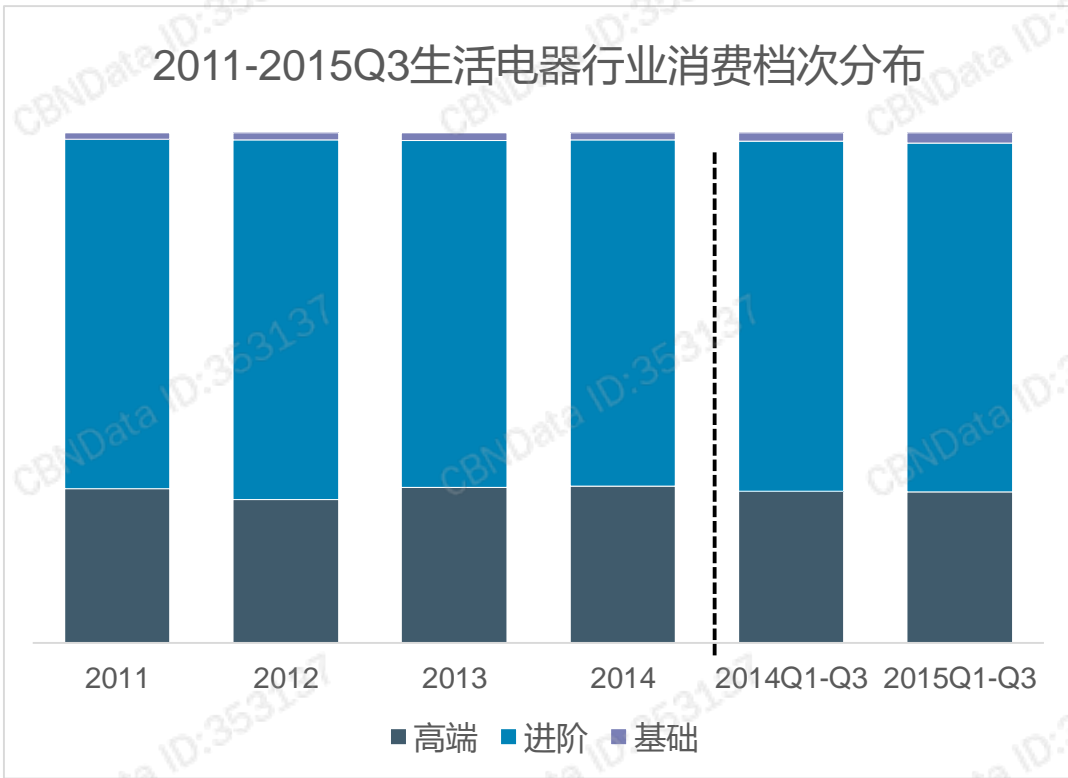
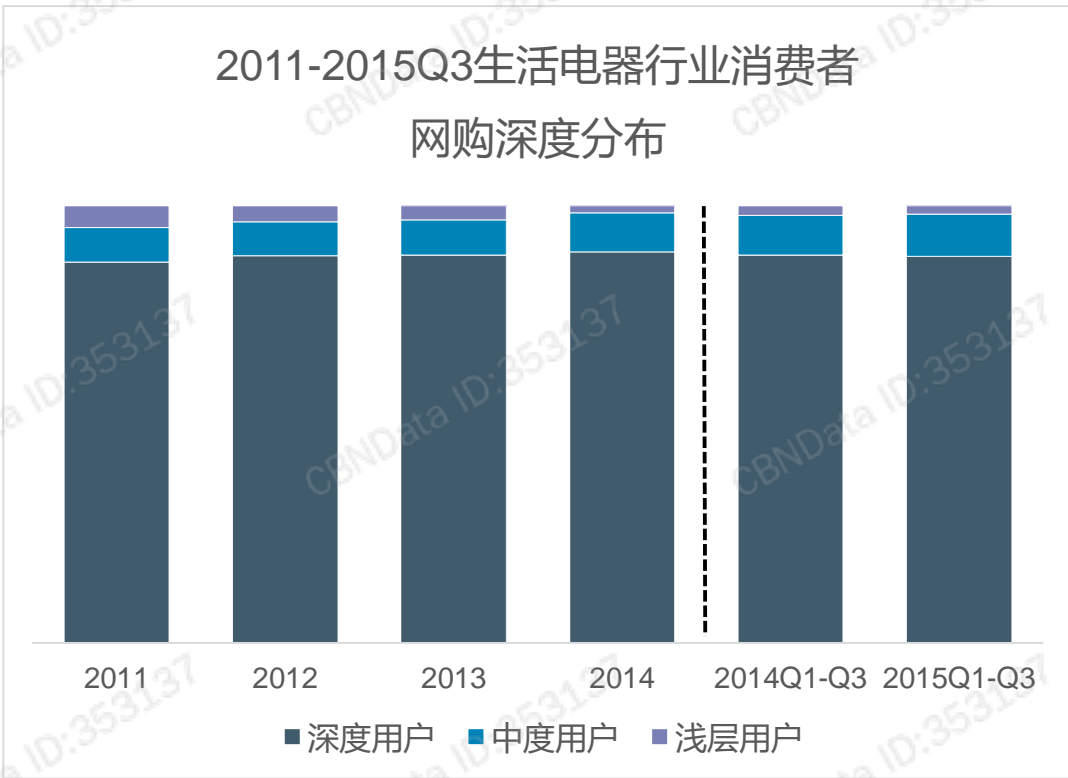


2011-2015Q3生活电器行业消费者年龄分布



消费者画像 - 网购深度和消费档次分布

- 生活电器以**深度用户**为主，深度用户占比超过88%。
- 生活电器行业以**高端**和**进阶型**消费者为主。



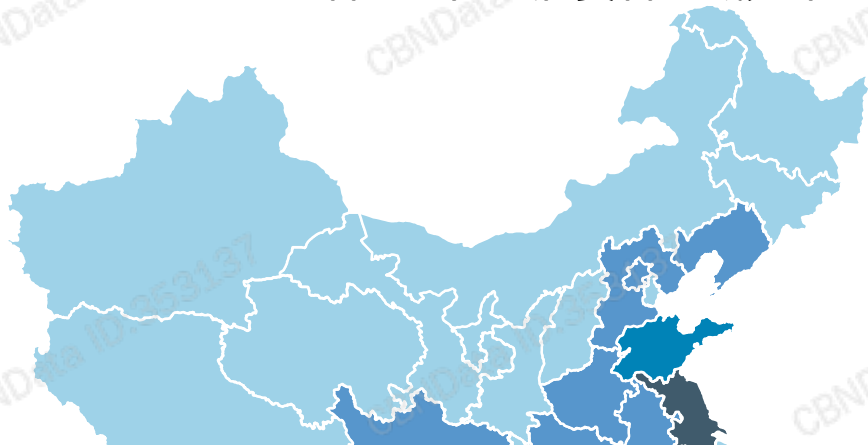
消费者画像 - 城市线级分布

- 生活电器行业以**一二级**城市消费者为主，同时呈现渠道下沉趋势明显，**三四级**城市消费比例在不断升高。
- 生活电器行业用户主要分布在**东部地区**，广东、浙江、江苏购买力最强。

2011-2015Q3生活电器行业消费者
城市线级分布



2015Q1-Q3生活电器行业消费者地域分布



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17357

