

家电数码

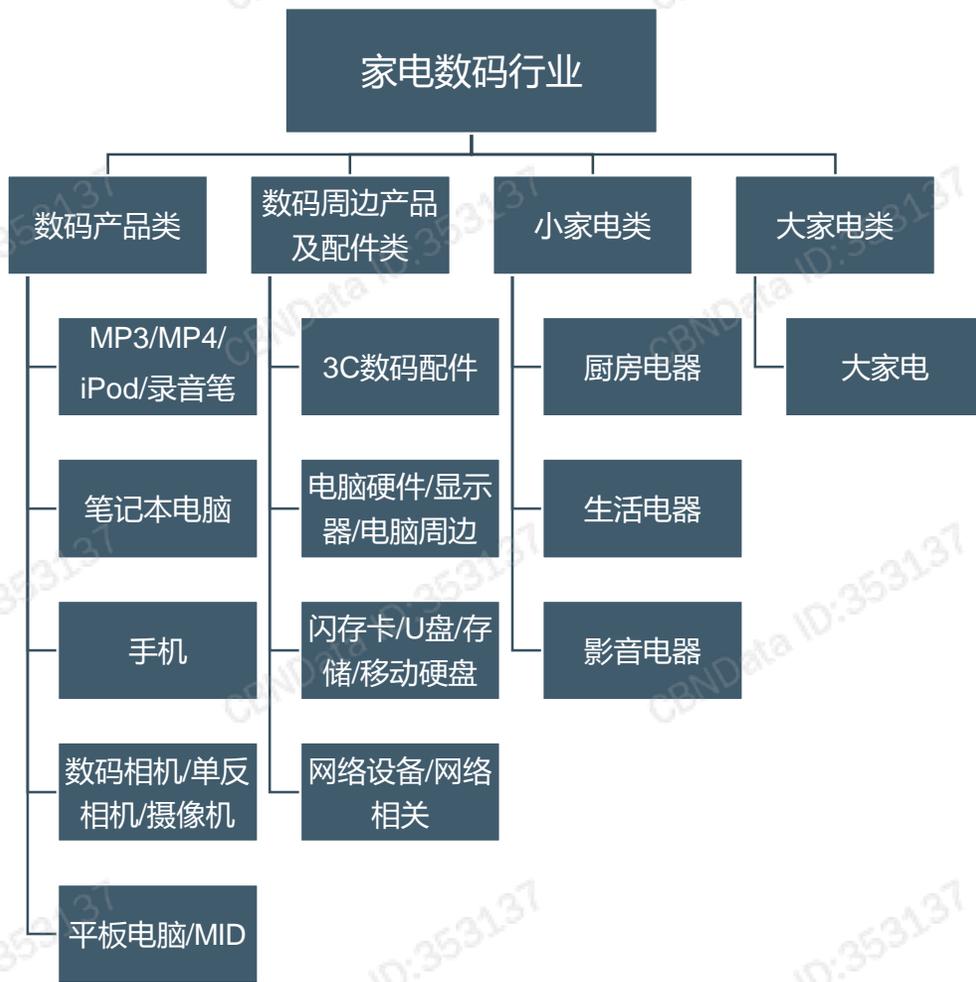
行业研究报告



CBNData

第一财经商业数据中心

家电数码行业定义及研究范围



- 家电数码行业指家电行业和数码行业的总和。其中，家用电器主要指在家庭及类似场所中使用的各种电气和电子器具；数码产品及其周边产品指含有“数码技术”的数码产品及其周边产品。本报告定义的家电数码行业包含数码产品、数码周边产品及配件、小家电和大家电四大类别。
- 与此同时，近年来智能化成为趋势，智能产品层出不穷。

目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势



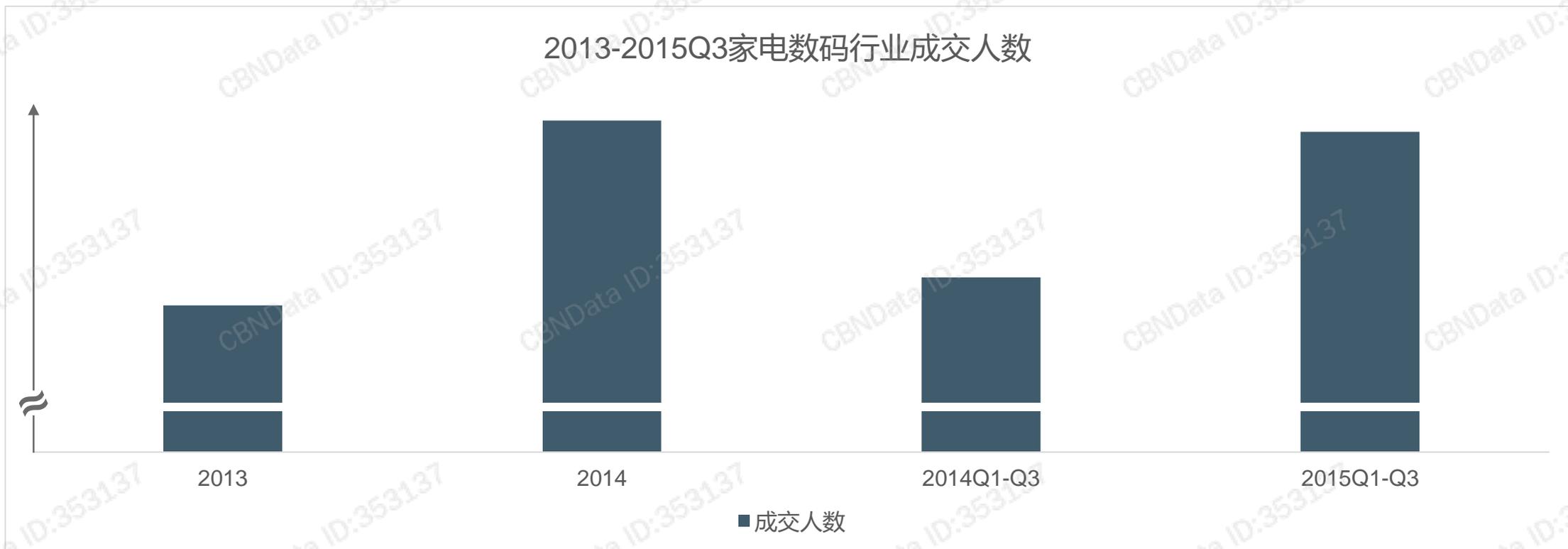
经营建议



附录

行业概况

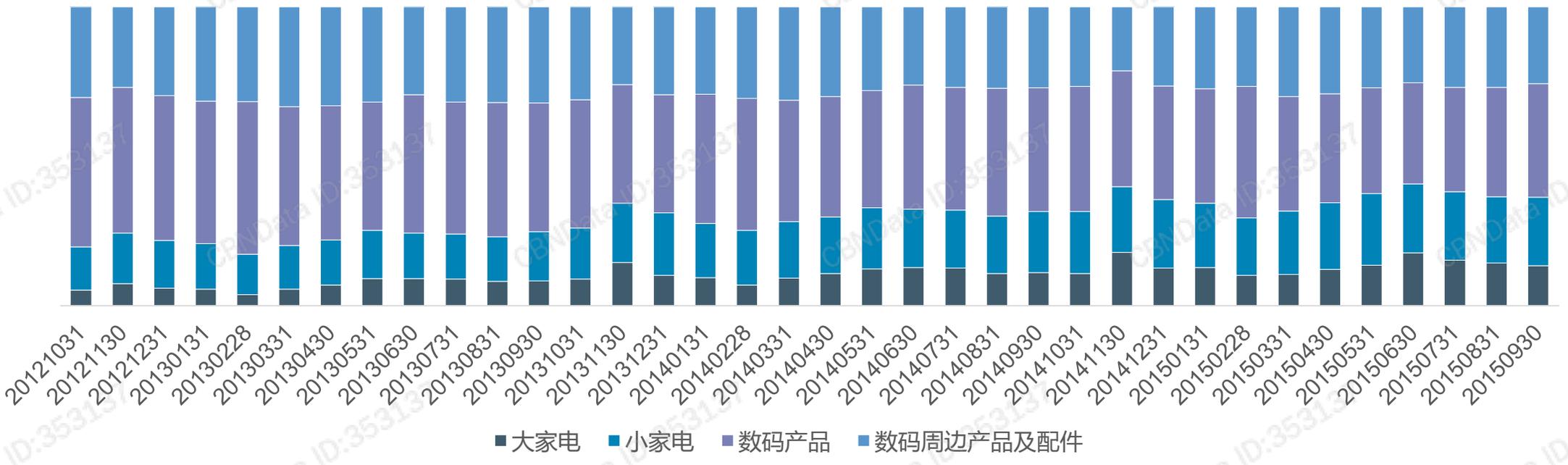
- 家电数码产品与电商匹配度高，上线时间较早，线上发展较为成熟，目前**已经迈入成熟期**。
- 成交人数仍然在稳步上升，是推动该行业发展的驱动力。
- 每年第四季度是销售旺季，双11对行业的拉动效果越来越明显。



商品画像 - 品类成交结构

- 分品类来看，**数码产品**和**数码周边产品及配件**的销售额占比占绝对优势，但是近年来受到其他品类挤压。
- 小家电**和**大家电**占比逐渐增加，这些产品主要供人娱乐或者减轻劳动负担，“享乐型”和“减轻劳务负担型”产品受欢迎。
- 每年双十一，大家电销售额占比会明显上升，消费者在双十一会倾向购买优惠力度大的产品。
- 智能化成为趋势，四个品类中出现众多智能电器，并受到消费者追捧，比如扫地机器人，智能排插，智能手环，智能手表等等。

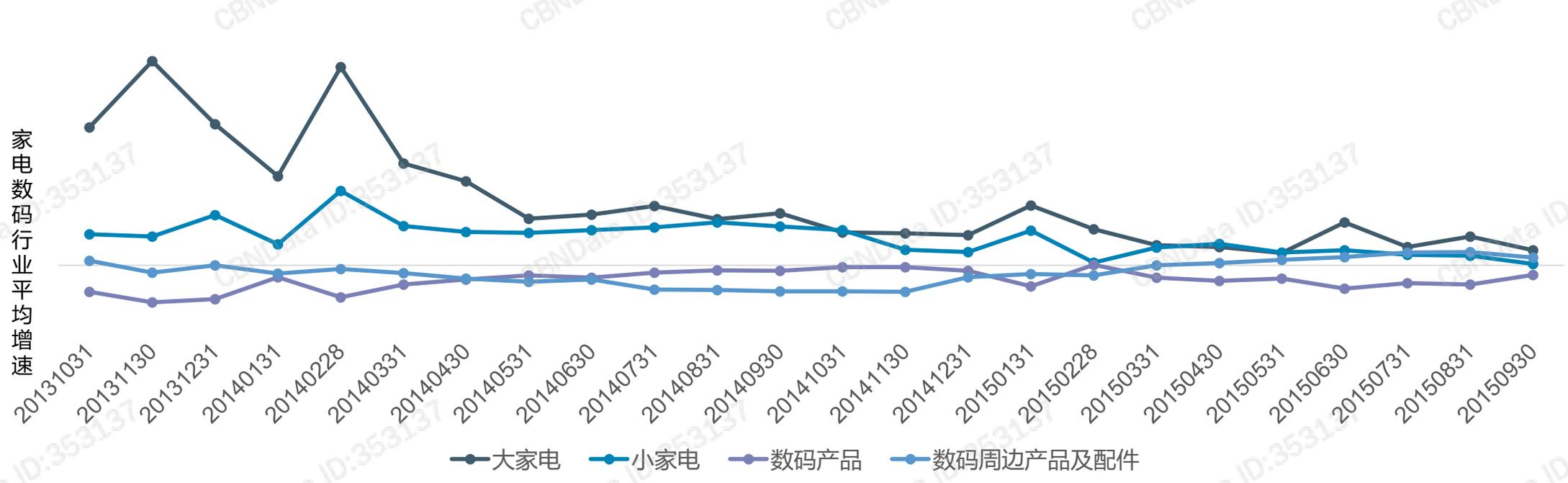
2012Q4-2015Q3家电数码行业分品类销售额占比



商品画像 - 行业各品类成交增速

- 增速方面，**大家电**是表现最强劲的品类，引领行业增长，**小家电**紧随其后。
- **数码产品**和**数码周边产品及配件**线上起步早，发展日趋成熟，其增速略低于家电数码行业平均水平。

2013Q4-2015Q3家电数码行业分品类销售额相对增速

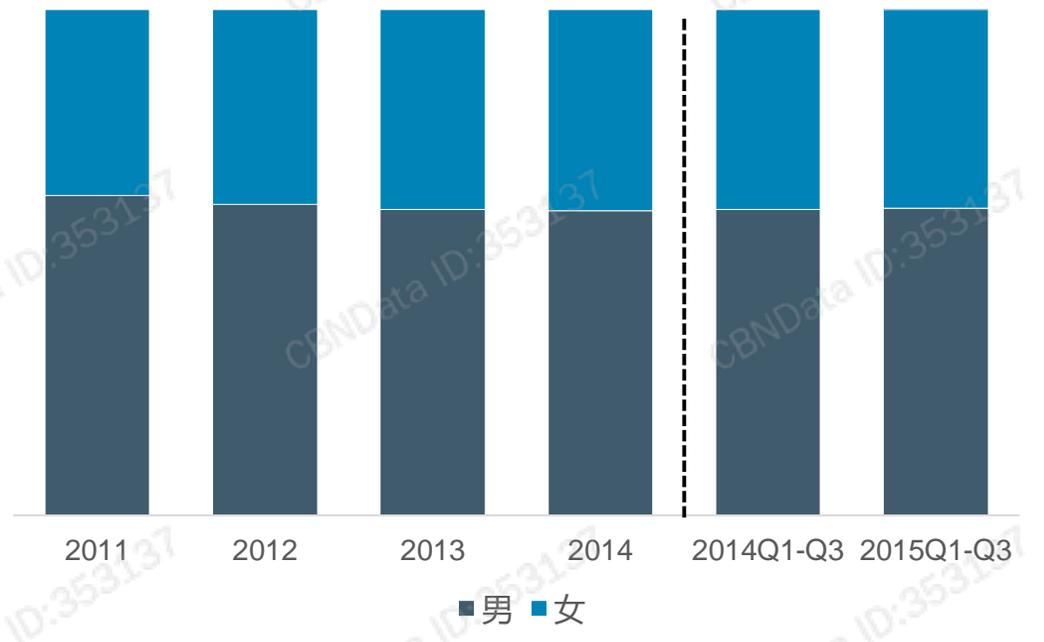


注：相对增速=品类增速-行业增速

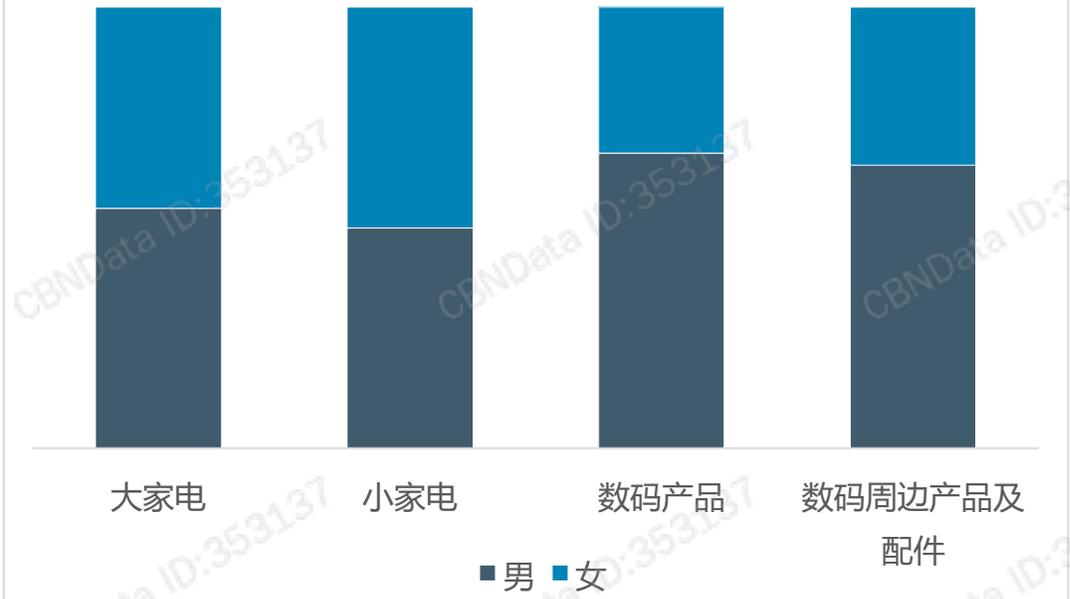
消费者画像 - 性别分布

- 消费者方面，**男性**是数码家电行业的消费主力，占比超过60%。
- 其中，**数码产品**和**数码周边产品及配件**男性比例最高，均超过64%。
- 而**大小家电**作为家用设备，女性在消费中的话语权依然很强，均有近半的市场份额。

2011-2015Q3家电数码行业消费者性别分布



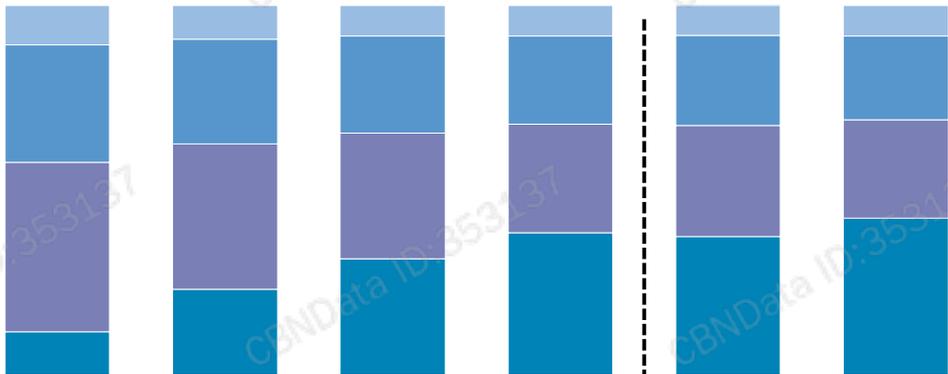
2015Q1-Q3家电数码行业分品类消费者性别分布



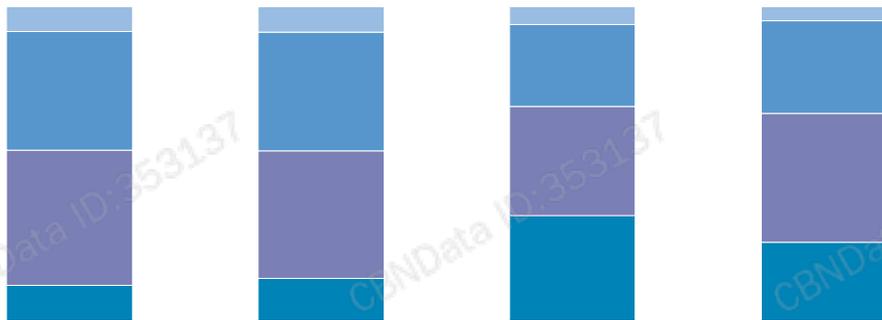
消费者画像 - 年龄分布

- 家电数码行业以**23-35岁**消费人群为主，并且**19-28岁**占比逐年增多，呈现年轻化趋势。
- 其中，**数码产品**和**数码周边产品及配件**消费人群更年轻，数码产品19-28岁人群占比高达50%左右。由于这些产品兼具时尚感与实用性，而年轻人对时尚的诉求更强烈。

2011-2015Q3家电数码行业消费者年龄分布



2015Q1-Q3家电数码行业分品类消费者
年龄分布



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_17358

