

艾瑞观潮系列：

# 科技消费行业季度观察

©2022.8 iResearch Inc.





消费意愿缓慢回升，**健康、智能**仍是消费关注重点  
品质升级推动智能化产品购买，但**理性消费**特征明显  
绿色消费理念不断提升，可持续生活方式转变**仍需时日**



跨界已属常规操作，**芯片、医疗、能源**仍属热点  
战略化布局促使科技消费企业跨界大医疗、大健康、大冷链  
新能源跨界已上升至**原料端**，全产业链多点布局



数智化健身需求仍在，但健身镜已不是主角  
规范动作、新手指导及训练计划是智能健身的利益点  
科技品牌已在智能戒指领域布局



**智能养宠**理念兴起，前期市场标准有待打造  
宠物行业持续增长，“家人式养宠”理念兴起。家电及消费电子品牌积极布局，有待**技术创新及标准建立**



智能睡眠仍处**发展阶段**，**基础硬件与技术创新**同样重要  
国人睡眠质量不佳，手机诱惑、惯性晚睡、压力大是影响睡眠的三大因素  
智能床垫及智能枕是两大切入点。呈现功能同质化特征

01

# 消费意愿缓慢回升， 健康、智能仍是消费关注重点

# 消费意愿缓慢提升带动商品零售回升

## 提振消费成为关键词，科技消费行业跨界寻找商机

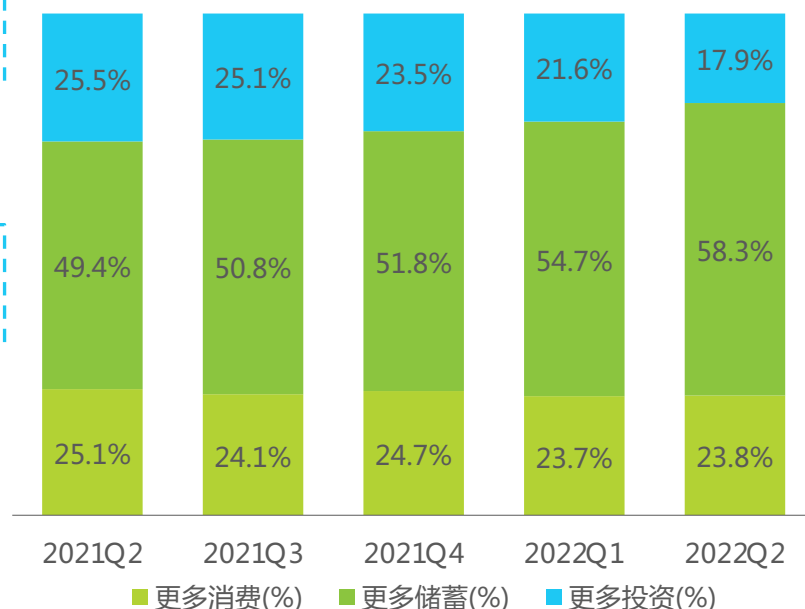
家用电器和音像器材（+7.1%）和通讯器材类（+4.9%）已呈现增长趋势。  
政府通过消费券形式短时间内激发消费规模增长，希望带动整个经济链条复苏。  
科技消费行业通过品质升级、跨界试水等方式发掘长期的韧性增长机会。

### 2022年1-7月商品零售主要数据

|            | 1-7月绝对量<br>(亿元) | 1-7月同比增长<br>(%) | 7月同比增长<br>(%) |
|------------|-----------------|-----------------|---------------|
| 家用电器和音像器材类 | 5278            | +1.4%           | +7.1%         |
| 日用品类       | 4224            | +1.3%           | +0.7%         |
| 通讯器材类      | 3448            | +0.0%           | +4.9%         |
| 建筑及装潢材料类   | 1026            | -3.6%           | -7.8%         |
| 家具类        | 864             | -8.6%           | -6.3%         |

### 2021年Q2-2022年Q2 城镇储户消费投资意愿

储蓄意愿上升明显，消费意愿缓慢提升



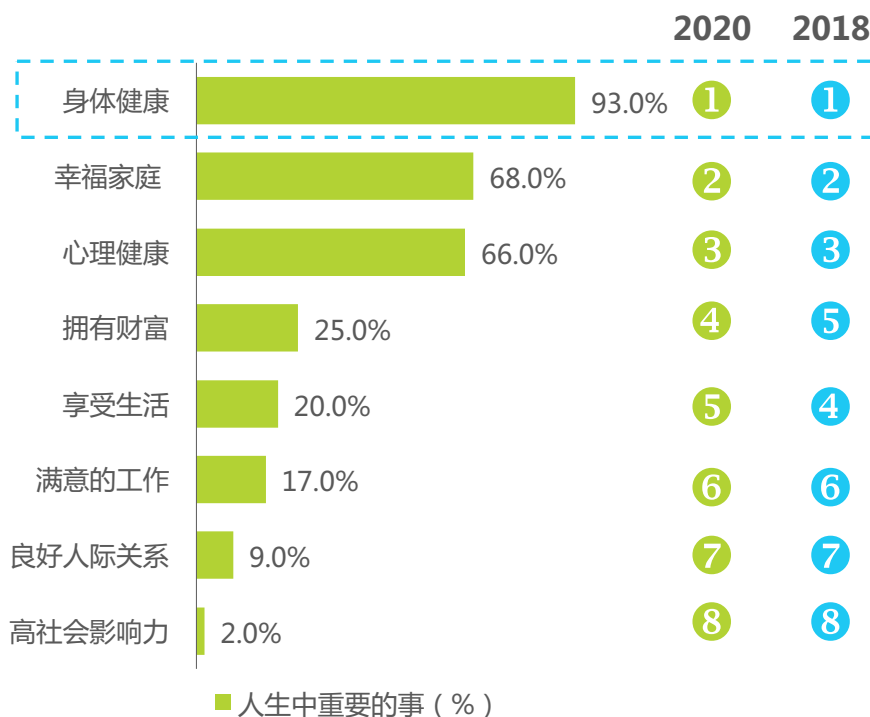
来源：国家统计局。此表速度为未扣除价格因素的名义增速。艾瑞消费研究院自主研究绘制。

来源：中国人民银行调查统计司。艾瑞消费研究院自主研究绘制。

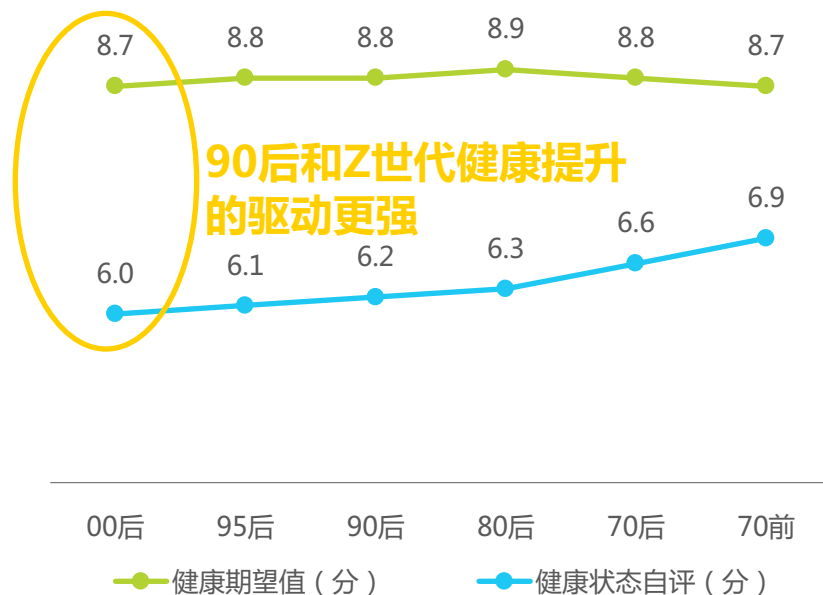
# 对健康的追求一直在线，年轻人群对健康提升的驱动更强

## 健康理念强化或释放新的市场机会

### 2020年-你认为哪些是人生中重要的事？



### 2022年不同年龄人群健康自评得分



来源：丁香医生《2021国民健康报告》。艾瑞消费研究院自主研究绘制。

来源：《艾瑞-2022年中国健康管理白皮书》。

# 品质升级推动智能化产品购买，但理性消费特征明显

## 智能家电的购买及使用提升，月光族及“满足式购买”减少

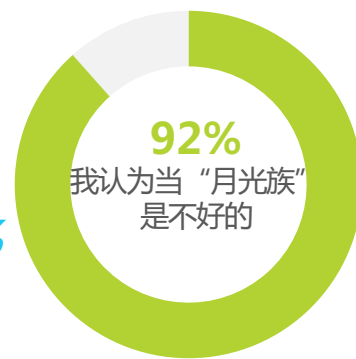
### 品质升级

### 理性消费

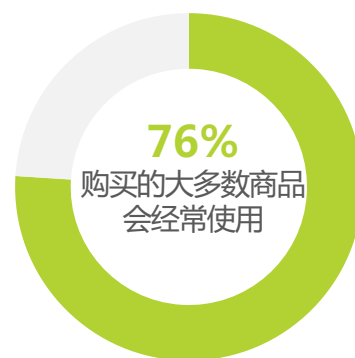
2021年



2021年



2021年



2021年 智能家电的购买及使用 相比2017年 +21%

|       | 买过，经常使用 | 买过，偶尔用 | 买过，但现已不用 | 没买过，但感兴趣 | 没买过，也不感兴趣 |
|-------|---------|--------|----------|----------|-----------|
| 2021年 | 32%     | 26%    | 6%       | 27%      | 10%       |
| 2017年 | 24%     | 13%    | 1%       | 29%      | 33%       |

相比2017年， +30%

相比2013年， +23%

# 绿色消费理念不断提升，可持续生活方式转变仍需时日

## 政策引导及消费理念提升，迈向绿色消费生活

### 家电是居民能源消耗的第二大来源



家用电器能源消耗占住宅总能耗的**20%**以上(供暖后)

国际能源署(IEA)

联合国环境规划署《2020排放差距报告》指出

当前家庭消费温室气体排放量约占全球排放总量的**2/3**

### 消费者选购绿色产品最看重的特征

01 产品材料对人体无害

02 产品使用过程节能节水，无污染

03 产品垃圾对环境污染小

04 产品生产过程中，企业节能节水，无污染

针对绿色产品，近一半的中国消费者愿意付出**不高于5%**的价格溢价

02

# 跨界已属常规操作， 芯片、医疗、能源仍属热点

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\\_45212](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_45212)

