

经济日报携手京东发布数据——

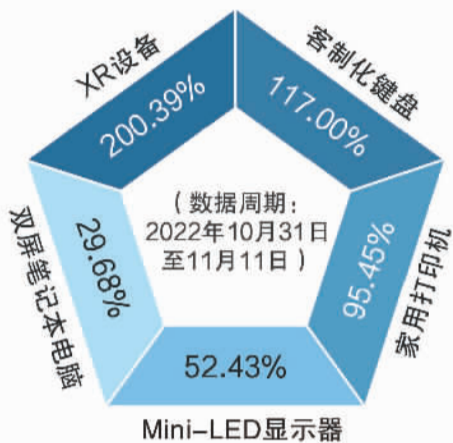
# 数码消费站上新风口

## 产品和模式创新需更精益

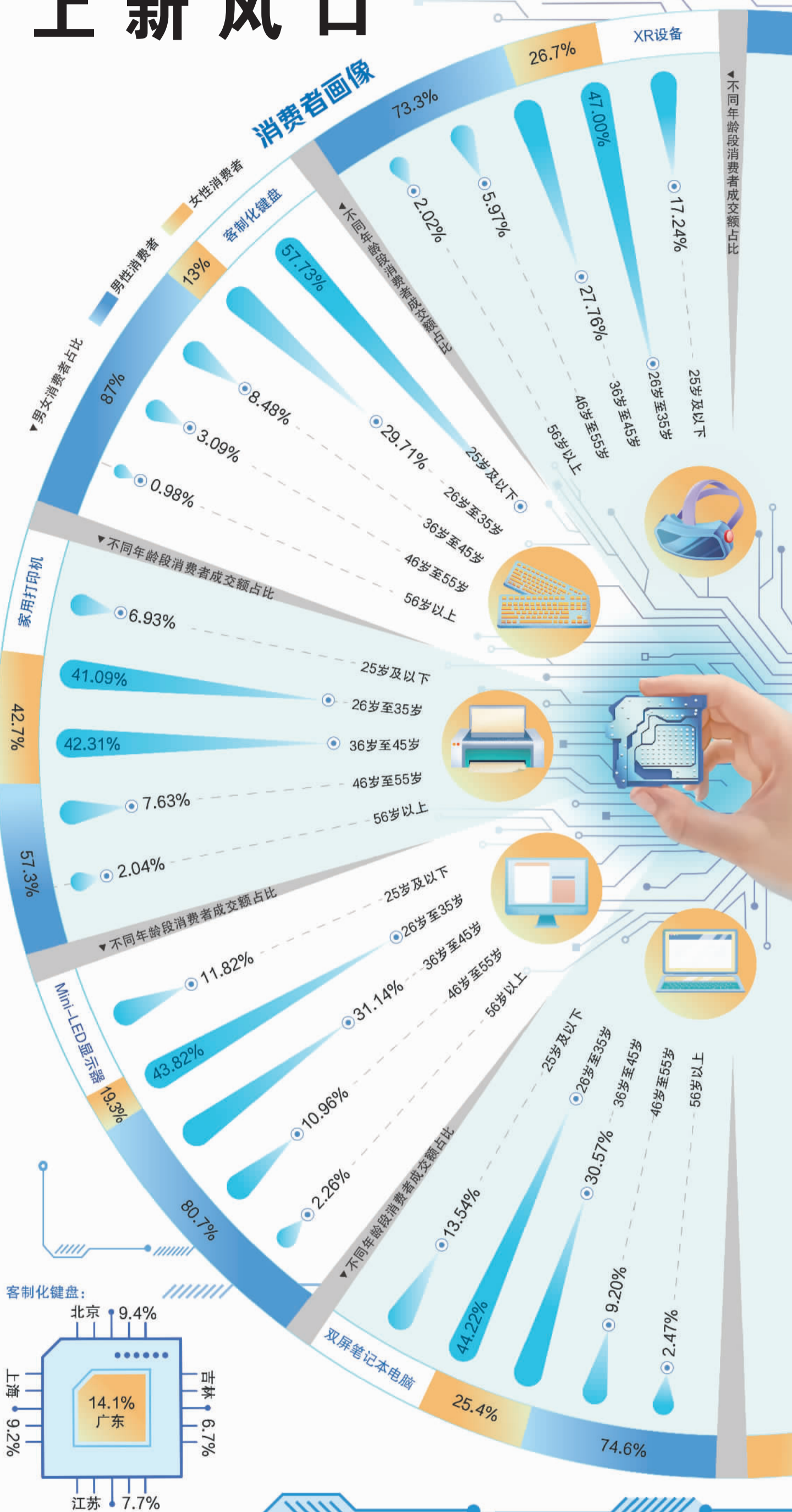
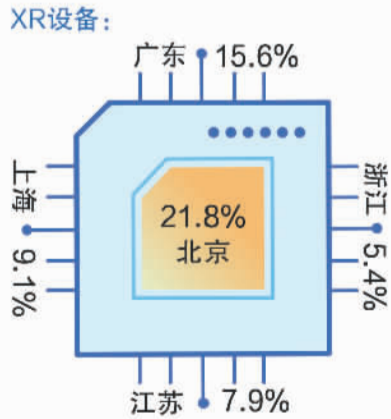
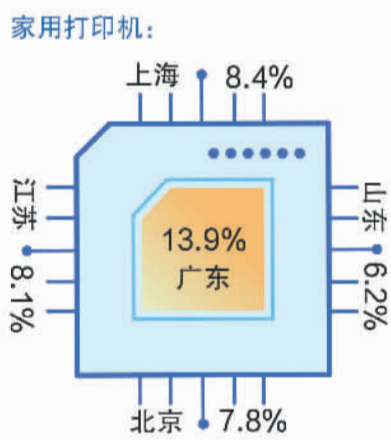
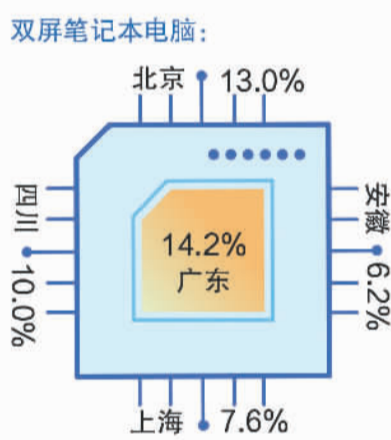
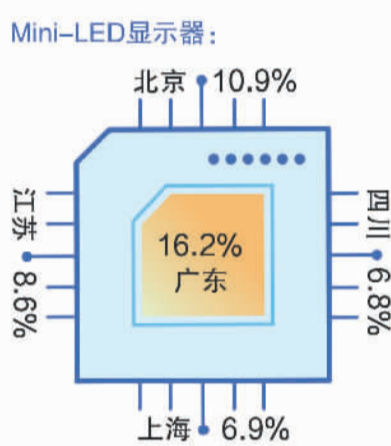
随着人们生活水平持续提高、消费能力不断增强，消费者对生活品质提出了更高要求。在细分品类的数码产品消费中，整体呈现出个性化、颜值化、技术化、服务化的特点

随着人们生活水平持续提高、消费能力不断增强，消费者对生活品质提出了更高要求。在细分品类的数码产品消费中，整体呈现出个性化、颜值化、技术化、服务化的特点

▼细分品类成交额环比增长情况



▼细分品类成交额占比情况



察使用场景和消费需求的变化，在产品创新和模式创新上下功夫，在更好满足消费需求上做文章，走可持续的、高质量的发展道路。

实践证明，在行业发展过程中，只有顺应潮流，以满足消费需求为主线不断改良发展，才能及时破局避免后继乏力。在“品质生活”风潮下，各种细分数码品类的出现满足了用户消费升级的精益化要求，不仅能帮助各大品牌保持用户黏性，还能让小众品牌保有引领消费热潮的能力。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

### 说数

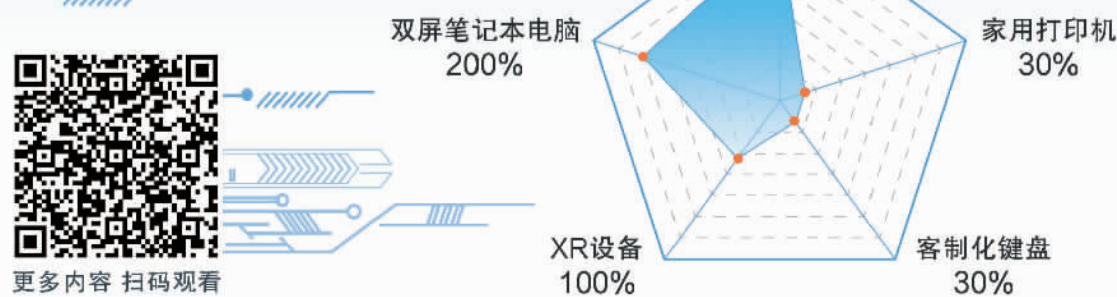


在消费者个性化、多元化需求的驱动下，整个数码行业实现快速发展，不仅在原有品类基础上更好地满足了用户需求，还不断推出各类新品。相关企业可以进一步聚焦电竞、办公、科技等消费场景，开辟新赛道，实现新突破。同时，要适应行业发展规律，加快产品迭代升级速度，实现新品类从小众极客尝鲜到大众普及的有效过渡。

随着消费场景日渐丰富，消费者除了关注数码产品性能参数和价格变动，也更加重视个人需求的满足。因此，数码电器行业呈现出日益垂直、细分的发展趋势。相关企业需要洞悉不同用户群体的多元化消费需求，打造更沉浸式的场景体验，推动行业突破增长瓶颈，实现品牌价值跃升。

### 数码消费展望

▶预计未来2年至3年消费额平均增速



更多内容 扫码观看



▼各地区消费金额占比情况

	一线	二线	三线	四线	下沉市场
Mini-LED显示器	35.85%	20.29%	13.15%	7.65%	23.06%
XR设备	34.76%	22.32%	11.00%	7.89%	24.03%
定制键盘	21.94%	24.04%	14.19%	10.27%	29.56%
双屏笔记本电脑	34.41%	24.00%	12.67%	7.71%	21.21%
家用打印机	20.76%	27.01%	13.14%	8.99%	30.10%

数据周期：除特殊标注外，均为2022年第三季度

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳