经济日报携手京东发布数据-

# 电子教育产品成开学新宠

#### 1 总体消费情况 ▼ 各年龄段消费者消费偏好(消费额同比增长) 26岁至35岁 16岁至25岁 36岁至45岁 46岁至55岁 56岁及以上 173.2% 279.5% 复读机 310.4% 复读机 150.4% 69.8% 63.5% 早教益智类 电纸书 ▼ 电子教育产品消费额同比增长 电纸书 ▼ 各省份消费者消费偏好(消费额同比增长) 39.0% 67% 100% 66% 99% 268% 1925% 学生平板 60.2% 电子词典 54.3% 广西 上海 浙江 江西 江苏 消费者偏爱 消费者偏爱 消费者偏爱 消费者偏爱 消费者偏爱 消费者偏爱 电纸书 学生平板 早教益智类产品 点读机 电子词典 复读机 188.4% 细分品类消费情况

# 家用电脑消费

81.5%

安徽

57.5%

江苏

16岁 26岁 36岁 46岁 56岁 至25岁 至35岁 至45岁 至55岁 及以上 39.8% 33.0% 38.8% 48.2%

### ▲ 分年龄看(消费额同比增长)



# ▼ 分区域看(消费额同比增长)

53.1%

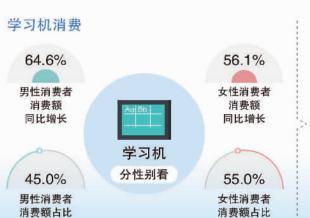
浙江

52.1%

湖南

54.4%

云南



# **→** 在这里读懂 中国消费



## 说数

开学季来临,电子教育产品销售再度火爆。数据显示, 7月份至8月份早教益智、复读机、学习机等电子教育产品 其中,早教益智消费额同比增长524%、复读机 消费额同比增长188%,学生平板、电子词典、电纸书、点读 产品销量也有不同程度的增长。

随着社会经济和科技水平的提升,家用教育智能硬件 产品类型不断丰富,并加速渗透至人们的日常学习生活场 针对幼儿早期教育的早教机产品,以其可爱的动物 或卡通人物造型受到孩子喜爱,再加上基本的语音交互能 力,在幼儿启蒙教育上发挥了较大作用

针对K12教育研发的智能学习机、学习平板等则具有 相对完备的教学教辅功能,正在成为学生和家长的好帮 这些专为学龄儿童设计的学习机主要搭载各类学习软 件,并为家长开通了联络和监控功能,可以指导儿童正确利 用电子设备进行学习和社交。

随着科技进步,一些传统的学习用具也被赋予了新 。一款智能台灯具备搜索功能,写作业时遇到不 认识的单词就可以搜一搜。部分智能台灯还拥有内置摄 像头,家长可以远程帮孩子检查作业。除了普及性的产 品外,AR地球仪、AI下棋机器人等新产品也层出不穷,主 打帮家长解决学习辅导和陪伴问题

不仅产品升级,电商平台也愈加重视开学季蕴含的消 费潜力,对于营销宣传的投入力度不断增加。商家们将大 量与校园生活相关的智能产品加入促销清单中,进一步激 发了消费者的购买欲望。

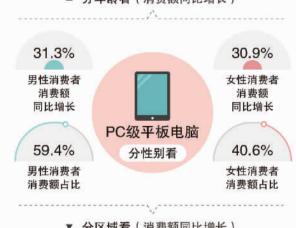
随着开学经济逐步升温,家庭教育的消费观念、消费行 为也发生了显著变化。学生家长在选购时更加理性务实, 以绿色消费、智能产品消费为代表的新消费增长点逐步形 成,助力消费新动能持续增强。

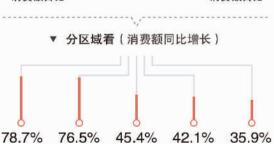
从数据看, 电子教育产品消费虽然起步较晚, 但 增长很快,表明家长越来越重视通过科技手段帮助 孩子成长。其中, 西北地区电子教育产品消费增长 较快,但学生平板电脑的主要消费群体仍集中在北 上广等大城市;南方消费者更青睐点读机、电子词 典等产品, 而北方消费者则比较重视复读机产品。

### PC级平板电脑消费



▲ 分年龄看(消费额同比增长)





广东

## ▼ 分年龄看(消费额同比增长)

6.8倍

湖北

mini主机消费

413.7%

男性消费者

消费额

同比增长

73.0%

男性消费者

消费额占比

10.1倍

北京

26岁

至35岁

36岁

至45岁

655.3% 431.8% 350.7% 414.5% 367.4%

▲ 分年龄看(消费额同比增长)

mini主机

分性别看

▼ 分区域看(消费额同比增长)

3.9倍

浙江

46岁

至55岁

56岁

及以上

399.3%

女性消费者

消费额

同比增长

27.0%

女性消费者

消费额占比

3.8倍

福建

湖北

浙江

16岁

至25岁

12.1%	44.9%	79.0%	66.4%	62.8%	
16岁至25岁	26岁至35岁	36岁至45岁	46岁至55岁	56岁及以上	
▼ 分区域看(消费额同比增长)					
99.4%	76.6%	68.1%	57.6%	55.2%	
浙江	广东	江苏	安徽	四川	

3.9倍

山东

数据周期: 2023年7月1日至 8月24日

河南

江苏



数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 朱双健

从数据看, mini主机更节省空间、拥有更好的性能, 可以满足消费者大部分需要,已成为年轻人家用电脑首 选;而PC级平板电脑同样是"多面手",可以满足办 公、影音、游戏等多种需求, 其男性需求略高于女性, 而且南方省市的增长高丁北方, 其中湖北、浙江、广东 的消费增长排名前列。

消费额同比增长