



“消费者选择不同数码产品进行网络活动，而非仅仅依赖单一的产品。即使移动平台的地位愈加重要，在线服务商也需要认清台式电脑和笔记本与消费者生活息息相关。”

— 姜雨微，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 不同科技数码产品的使用模式是什么？
- 在瞬息万变的数码科技市场中，赢家和输家分别花落谁家？
- 在中国，线上到线下服务的渗透率如何？在线上门服务发展的壁垒又是什么？
- 消费者搜集不同产品的在线信息渠道是什么？

中国消费者在科技数码产品上的支出高出英国、加拿大、美国或巴西消费者。

购买 这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

数码趋势 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

定义

电脑

手机

电视

相机

游戏机

可穿戴数码产品

研究方法

缩写词

综述

市场趋势

消费者

数码产品的拥有情况

数据1: 消费者数码产品拥有情况, 2013-2015年

不同设备上的网络活动

数据2: 不同设备上的网络活动, 2015年4月

新兴的网络活动

数据3: 新兴的网络活动——购物和投资, 2015年4月

数据4: 新兴的网络活动——O2O活动, 2015年4月

网络信息搜索

数据5: 不同品类的网络信息搜索渠道, 2015年4月

对数码产品和网络活动相关的消费者态度

认识英敏特城市精英人群

关键议题

消费者真的抛弃电脑, 在移动端做一切了吗?

消费者对网络上门服务的接受度如何?

如何根据消费者信息搜索习惯, 提升品牌的覆盖率?

我们的观点

关键议题与洞察

消费者真的抛弃电脑, 在移动端做一切了吗?

现状

启示

消费者对网络上门服务的接受度如何?

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

数码趋势 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

如何根据消费者信息搜索习惯，提升品牌的覆盖率？

现状

启示

市场趋势

要点

中国消费者在数码科技产品上花费更多

数据6: 科技和通讯产品占总消费支出的份额，中国、美国、加拿大、英国和巴西，2015年

86%的互联网用户使用移动终端上网

数据7: 互联网用户和手机互联网用户的总数，2010-2014年

移动设备引领数码产品销量

数据8: 台式电脑、笔记本电脑、平板电脑、智能手机的销量（按销量和增长率区分），中国，2010-2014年

中国消费者对数字营销接受度较高

消费支出更多，但使用产品数目却更少

数据9: 消费者数码产品拥有情况——产品的数量，2013年3月、2014年3月和2015年4月

消费者——电脑的拥有情况

要点

电脑逐渐失势

数据10: 电脑的拥有情况，2013年3月、2014年3月和2015年4月

随着收入水平的攀升，平板电脑和电子书阅读器发展空间扩大

数据11: 拥有电脑的情况（按家庭月收入和城市级别区分），2015年4月

单身消费者青睐笔记本电脑；有小孩的家庭钟爱电子书阅读器

数据12: 电脑的拥有情况（按婚姻状况和是否有小孩区分），2014年4月

消费者——手机的拥有情况

要点

拥有趋势

数据13: 手机的拥有情况，2013年3月、2014年3月和2015年4月

五分之一的低收入家庭仍使用非智能手机

数据14: 手机的拥有情况（按家庭月收入和城市级别区分），2015年4月

消费者——电视的拥有情况

要点

半数受访家庭现已拥有智能电视

数据15: 电视的拥有情况，2013年3月、2014年3月和2015年4月

二、三线城市在智能电视普及率上毫不逊色一线城市

数据16: 电视的拥有情况（按人口特征区分）。2015年4月

消费者——其他数码产品的拥有情况

要点

可穿戴数码产品的拥有人数不断攀升

数据17: 其他类型数码产品的拥有情况，2014年3月和2015年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

政府销售禁令解除后，游戏机行业有望复苏

数据18: 其他数码产品的拥有情况——中国和英国，2015年4月(中国)和2014年11月(英国)

高收入家庭拥有更多小众数码产品

数据19: 其他数码产品的拥有情况(按家庭月收入和城市级别区分)，2015年4月

消费者——不同设备上的网络活动

要点

台式电脑/笔记本电脑仍不容忽视，移动设备更常用于“微”网络活动

数据20: 不同设备上的网络活动，2014年3月和2015年4月

男性和年长消费者更青睐台式电脑

数据21: 台式电脑上的部分网络活动(按人口特征区分)，2015年4月

年轻消费者更青睐使用笔记本电脑进行各种网络活动

数据22: 笔记本电脑上的部分网络活动(按人口特征区分)，2015年4月

一线城市消费者倾向于使用平板电脑办公

数据23: 平板电脑上的部分网络活动(按家庭月收入和城市级别区分)，2015年4月

20-24岁的年轻消费者在移动社交网络上更为活跃

数据24: 智能手机上的部分网络活动(按人口特征区分)，2015年4月

消费者——新兴的网络活动——购物和投资

要点

近半数受访者过去曾从国外网站购物

数据25: 新兴的网络活动——购物和投资，2015年4月

25-39岁的消费者是探索型网购者

数据26: 新兴的网络活动——购物和投资(按年龄区分)，2015年4月

消费者——新兴的网络活动——O2O活动

要点

尝试后会养成习惯

数据27: 新兴的网络活动——O2O活动，2015年4月

数据28: 新兴的网络活动——O2O活动(按忠实度和使用率区分)，2015年4月

谁是核心用户？

数据29: 部分新兴的网络活动——O2O服务(按性别和年龄区分)，2015年4月

数据30: 新兴的网络活动——O2O活动(按家庭月收入和城市级别区分)，2015年4月

如果取消激励方式，低收入者更有可能“中途退出”

数据31: 网上预订上门服务和在线打车的重复使用率(按家庭月收入区分)，2015年4月

消费者——网上预约上门服务的壁垒

要点

消费者对网上预约上门服务的主要顾虑为质量和安全

数据32: 不使用网上预约上门服务的原因，2015年4月

年轻消费者往往更担忧隐性消费

数据33: 不使用网上预约上门服务的原因(按年龄和收入区分)，2015年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

数码趋势 - 中国 - 2015年7月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者——网络信息搜索

要点

在线购物网站是信息搜索的第一站

数据34: 不同品类的网络信息搜索渠道, 2015年4月

葡萄酒

护肤品

手机

保健品

消费者——对数码产品和网络活动相关的消费者态度

要点

多屏生活方式

数据35: 数码产品使用习惯, 2015年4月

对最新数码趋势的兴趣并不一定会引发购买

数据36: 对关注数码趋势的态度, 2015年4月

半数消费者在购买前会上网搜索优惠活动

数据37: 在线搜索对购买的重要性, 2015年4月

对应用程序和支付安全仍心存疑虑, 但拒绝此类服务的用户占少数

数据38: 对网上信息安全的态度, 2015年4月

消费者——认识英敏特城市精英人群

要点

为什么要定义“英敏特城市精英人群”？

他们是谁？

数据39: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按性别、年龄和个人收入区分）

数据40: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按婚姻状况、城市级别和教育水平区分）

多种数码产品持有率反映出休闲生活方式

数据41: 部分数码产品拥有情况（按消费者分类区分），2015年4月

在尝试O2O服务上一马当先

数据42: 部分新兴网络活动参与经验（按消费者分类区分），2015年4月

关注专业购物渠道和品牌官方网站

数据43: 不同品类的网络信息搜索渠道（按消费者分类区分），2015年4月

愿意关注最新数码趋势

数据44: 对数码产品和网络活动的态度, 2015年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com