

数码趋势——四季度更新 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“2020年4个季度中，智能音箱的渗透率保持增势，这得益于英敏特城市精英人群对该品类的接受度提升。听觉体验是品牌把握未来增长机遇的关键。年轻消费者（如Z世代）并非带动市场增长的灵丹妙药。VR设备等高端数码设备或许要重新审视目标人群和定位策略。”

— 赵凌波，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 提高音效品质和互联性，提升智能电视渗透率
- VR设备重新调整客群和产品定位
- 新冠疫情对科技产品市场的影响

智能音箱的用户比例从第一季度的47%增至第四季度的57%。这主要得益于英敏特城市精英人群对智能音箱的接受度提高、新品牌入局和新一代产品发布。定位鲜明主题或亚文化的app日常使用率更高。

英敏特认为，消费者数码产品未来可关注4大机遇。

多数消费者希望拥有高端数码设备。高端数码设备的关键客群是30-49岁的成熟消费者，而非Z世代。

音效体验将融入数码产品的主流趋势中。

目前智能电视的拥有率还不高，渗透率仍有待提升。音效品质更高和互联性更强的智能电视将推动电视升级。

在app上参与知识内容付费仍属小众。考虑到休闲开支多用于学习活动和自我提升，app可更加专注于知识内容变现。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

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——四季度更新 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

概述

您所需要了解的

报告定义

综述

市场

科技和通讯品类的消费保持稳定

高端数码产品仍受追捧

数据1: 对高端高配置数码产品 (a) 的兴趣, 2020年11月4日

电竞总决赛和营销活动提高了电竞认知度

休闲时间最多用于学习相关的活动

新冠疫情对科技产品市场的影响

数据2: 新冠疫情对科技产品市场的影响, 2020年

公司与品牌

智能音响品类动态

VR和AR设备的辨识度不足

可穿戴设备更专注于健康

数码生活创新亮点

消费者

智能音箱渗透率不断提升

数据3: 数码设备的拥有率, 2019年12月-2020年10月

智能电视成为新兴游戏平台

数据4: 在4种数码设备上的网上活动——第四季度更新, 2020年10月

定位亚文化群体的app日常使用率提升

数据5: 热门app的日常使用情况(每天使用), 2019年12月-2020年10月

参与知识内容付费仍属小众

数据6: 付费内容的使用情况, 2020年10月

提高职场技能和发展个人爱好是主要动因

数据7: 参与知识付费的原因, 2020年10月

我们的观点

议题与洞察

提高音效品质和互联性, 提升智能电视渗透率

现状

启示

数据8: 控制大家电开销的方式, 2020年6月3日

VR设备重新调整客群和产品定位

现状

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

数码趋势——四季度更新 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

启示

数据9: Z世代拥有和使用的数码设备, 2019年12月

数据10: 使用最多的网络游戏设备, 2019年和2020年

市场——您所需要了解的

科技和通讯产品的消费保持稳定

高端产品仍受追捧

多种营销活动增进了消费者对电子竞技的了解

休闲时间偏向于学习活动

市场因素

科技和通讯消费保持稳定

数据11: 对科技和通讯产品 (a) 的月消费变化, 2020年3月-11月

对高端产品感兴趣

数据12: 对高端高配置数码产品 (a) 的兴趣, 2020年11月4日

数据13: 对高端高配置 (a) 数码产品的兴趣 (按年龄和性别区分), 2020年11月4日

休闲开支更爱用于学习

数据14: 休闲开支安排, 2020年11月4日

电子竞技的认知度提升

数据15: 采用电竞主题的营销活动, 2019-2020年

公司与品牌——您所需要了解的

智能音箱的竞争格局改变

VR/AR产品的竞争空间有待拓展

在游戏设备上观看影视节目

可穿戴设备推出与健康生活方式相关的新功能

科技品牌跨界教育

公司与品牌

智能音箱市场上的新品牌

数据16: 中国市场领先智能音箱品牌的特点汇总, 2020年

VR和AR设备的竞争范围较窄

数据17: 电商平台出售的VR和AR设备价格区间, 2020年11月

数据18: 市场上的入门级VR设备, 2020年11月

谁在创新?

数码家居创新亮点: 跨界

百度推出高配版小度10寸智能屏音箱

数据19: 百度X10智能屏音箱, 2020年

华为推出高端智能音箱

数据20: 华为Sound智能音箱, 2020年

家居投影仪跨界智能音箱, 触及更多使用场合

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

数码趋势——四季度更新 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据21: 极米Play迷你便携家用投影仪，2020年

数码可穿戴设备创新亮点：迎合健康需求

耳塞助眠

数据22: Bose第二代睡眠耳塞，2020年

数据23: Amazfit推出的ZenBuds，2020年

专业运动心率耳塞

数据24: Amazfit推出的PowerBuds，2020年

Garmin添加孕期健康跟踪功能

数据25: Garmin的孕期健康跟踪功能，2020年

数码娱乐创新亮点：在游戏机上看视频

数据26: Switch游戏机上的腾讯视频软件，2020年11月

平板电脑创新亮点：科大讯飞推出智能学习机

数据27: 科大讯飞推出的智能学习机，2020年

消费者——您所需要了解的

智能音箱收获更多用户

智能电视

定位特定人群的app日常使用率提升

知识付费仍属小众

数码产品的拥有情况

智能音箱渗透率提升

数据28: 数码设备的拥有率，2019年12月-2020年10月

游戏机仍在兴起

数据29: 游戏机 (a) 的拥有率 (按年龄区分)，2019年12月至2020年10月

数据30: 18-24岁的消费者在过去3个月玩游戏的设备，2019和2020年

有孩子的家庭是VR设备的主要客群

数据31: VR设备拥有率，2018-2020年

数据32: VR设备*的拥有率 (按年龄区分)，2018-2020年

数据33: VR设备*的拥有率 (按家庭结构区分)，2018-2020年

数码产品上的网上活动

智能电视是消费者看影视剧时使用最多的设备

数据34: 在4种数码设备上的网上活动——第四季度更新，2020年10月

智能电视成为新兴游戏端

数据35: 在智能电视/投影仪上玩游戏，2019年12月-2020年10月

数据36: 在智能电视/投影仪上玩游戏 (按年龄和性别区分)，2019年12月-2020年10月

数据37: 在智能电视/投影仪上玩游戏——第四季度更新 (按数码设备拥有率区分)，2020年10月

消费者更多在电脑和平板电脑上看电子书

数据38: 在笔记本/台式电脑和平板电脑上的电子阅读情况，2019年12月-2020年10月

热门App的使用情况

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

数码趋势——四季度更新 - 中国 - 2020年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

短视频app成为高频使用的app

数据39: 热门app的使用情况, 2020年10月

定位特定人群的app日常使用率提升

数据40: 热门app的日常使用情况(每天使用), 2019年12月对比2020年10月

付费内容的使用情况

为app上的知识内容付费仍属小众

数据41: 付费内容的使用情况, 2020年10月

付费内容的关键消费人群

数据42: 为知识内容付费过——按人口统计特征区分, 2020年10月

潜在用户存在于阅读爱好者中

数据43: 有兴趣尝试为知识内容付费(a), 2020年10月

参与知识付费的原因

提高职场技能和发展个人爱好是主要原因

数据44: 参与知识付费的原因, 2020年10月

数据45: 参与知识付费的原因(按是否曾经付费过区分), 2020年10月

年轻消费者愿意付费学习个人理财知识

数据46: 参与知识付费的原因——培养个人理财能力(按年龄区分), 2020年10月

数据47: 年轻消费者参与知识付费的原因——培养个人理财能力(按人口统计特征区分), 2020年10月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群拉动智能音箱拥有率提升

数据48: 英敏特城市精英人群对数码设备的拥有率, 2019年12月-2020年10月

数据49: 智能音箱的拥有率(按消费者分类区分), 2019年12月-2020年10月

英敏特城市精英人群使用智能电视玩游戏

数据50: 在智能电视/投影仪上玩游戏(按消费者分类区分), 2019年12月-2020年10月

英敏特城市精英人群中, 知识付费的使用率低

数据51: 付费内容的使用情况(按消费者分类区分), 2020年10月

数据52: 在app上参与知识付费的原因(按消费者分类区分), 2020年10月

附录——研究方法 with 缩略

研究方法

在智能电视/投影仪上玩游戏(按年龄和性别区分)

数据53: 在智能电视/投影仪上玩游戏(按年龄和性别区分), 2019年12月-2020年10月

缩略

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com