

The background of the slide is a photograph of two young women sitting together. The woman on the left has long, straight brown hair and is wearing a bright yellow sweater. She is smiling and looking at a smartphone held in her hands. The woman on the right has dark, curly hair and is wearing a grey cardigan over a white collared shirt. She is looking down at a document or tablet she is holding. The overall scene suggests a collaborative and engaged user experience.

深耕用户需求，提升用户体验 ——耳机耳麦市场的消费升级

2017年10月

2017年耳机市场简述

2017年耳机耳麦发展速度高于整体技术消费品，京东耳机耳麦领先于整体

中国技术消费品零售市场

2017E VS 2016, Value

+11%

2017年中国技术消费品零售总额预计将达到**2.16万亿元**，同比增长11%

通讯类产品的零售额增长速度为16%，领先于其他产品

IT类产品零售额增长1%，保持平稳

中国耳机耳麦零售市场

2017E VS 2016, Value

+35%

耳机耳麦2017年零售额将达到**87.4亿元**，同比增长35%

增长速度最快的是与手机搭配使用的部分，蓝牙耳机随着手机逐渐取消3.5mm接口而大幅爆发

京东耳机耳麦产品

2017.01-08 VS 2016.01-08, Value

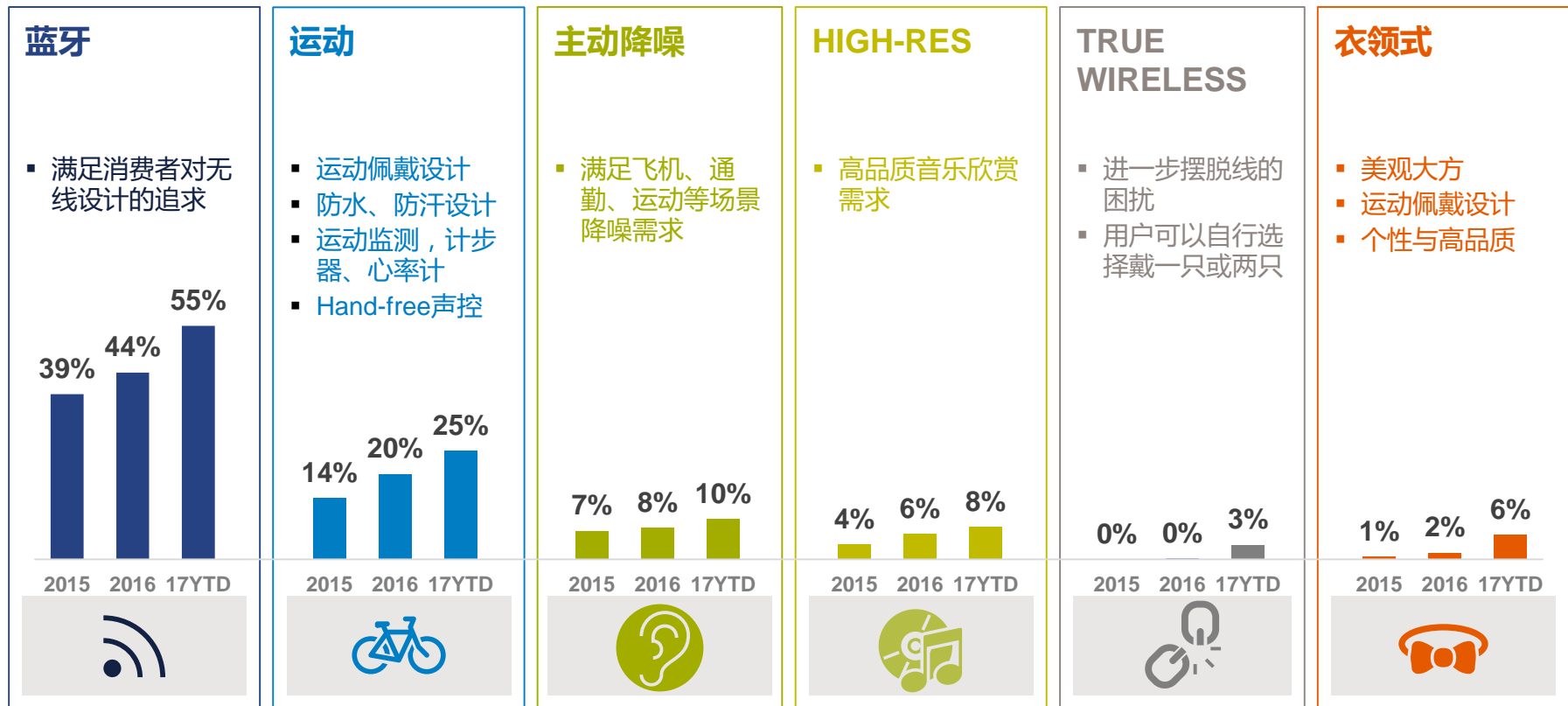
+61%

京东耳机耳麦1-8月零售额以61%增长领先于市场

销售在“618”与“双11”促销旺季的比例越来越高



耳机耳麦往时尚、运动与个性化发展

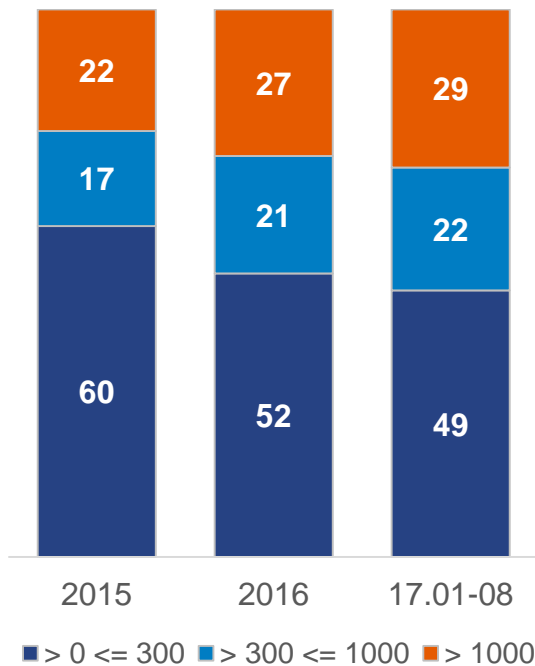


数据来源: 捷孚凯 (GfK中国) 全国市场零售推算数据和监测数据

© GfK October 20, 2017 | 耳机耳麦市场的消费升级

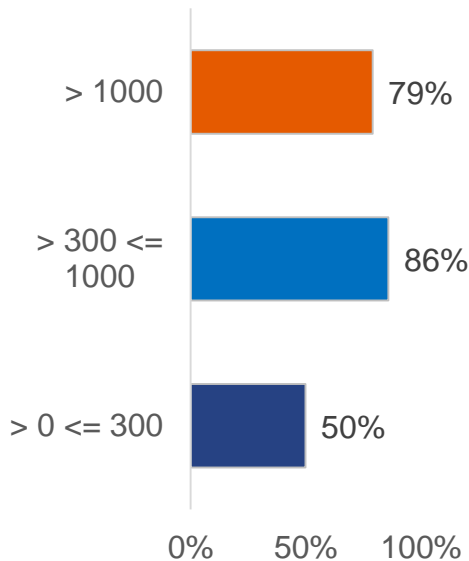
耳机耳麦产品趋优消费愈演愈烈，网购已不是廉价的代名词

在线市场零售额占比



同比零售额增长率

2017.01-08



在线市场的趋优消费

- 在线市场300-1000元的中端价格段增长最快，0-300元增速相对较低
- 蓝牙耳机的比例不断扩张是均价上涨的主要推动力
- 网购透支消费的普及，推动高端耳机市场发展
- 多个中高端品牌的推动

消费者年轻化

收入水平高的消费者购买耳机的价格也比较高

耳机现有消费者主要月收入在20000元以下，中高端耳机的消费者收入相对集中在6000-20000元，收入水平与消费水平正相关

月收入水平

不方便透露

2000元以下

2000-4000元

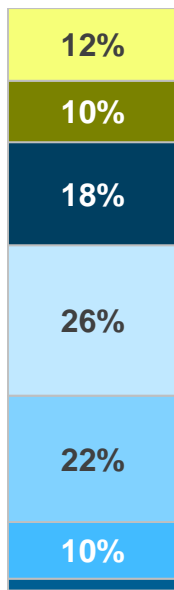
4000-6000元

6000-10000元

10000-20000元

20000-50000元

50000元及以上



收入水平

0-300元与整体的差值

不方便透露

2000元以下

2000-4000元

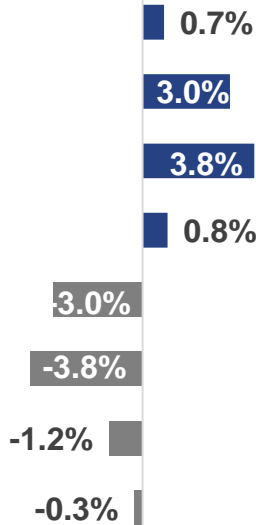
4000-6000元

6000-10000元

10000-20000元

20000-50000元

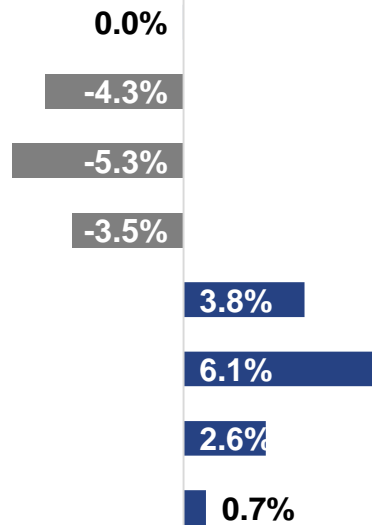
50000元及以上



300-1000元差值

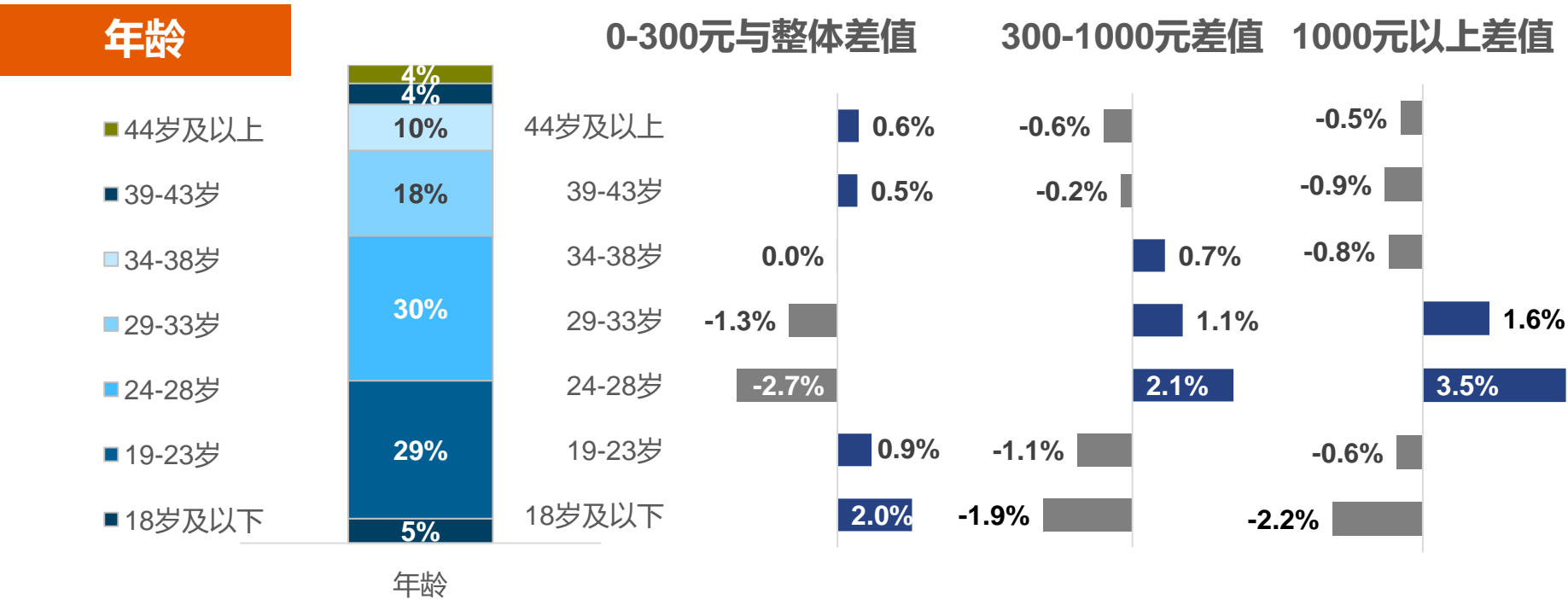


1000元以上差值



19-33岁是中高端耳机的主力消费人群

0-300元低端耳机消费者年龄段偏向于23岁以下的青年和39岁以上的中老年



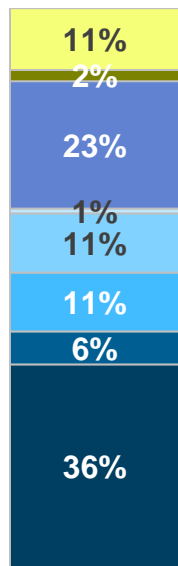
数据来源：京东耳机用户调研问卷，样本量26966

耳机的主要消费群体为受过良好教育的学生与白领

工人/服务人员与学生/教师群体购买低端产品较多，公务员/事业单位与白领/一般职员消费中高端产品较多

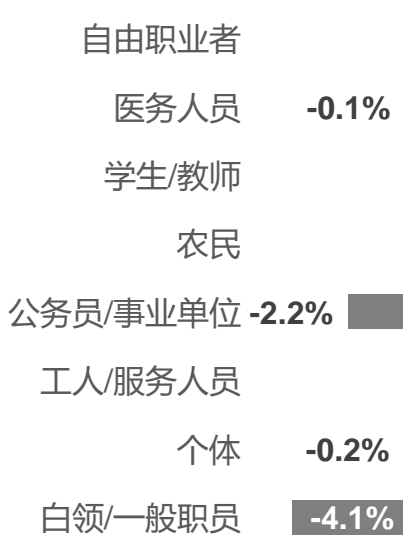
职业

- 自由职业者
- 医务人员
- 学生/教师
- 农民
- 公务员/事业单
- 位人/服务人员
- 个体
- 白领/一般职员

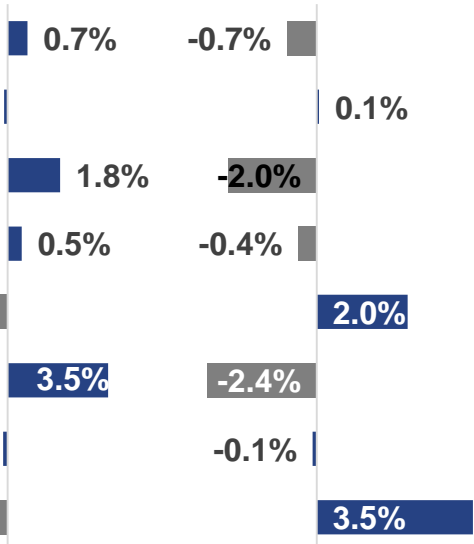


职业

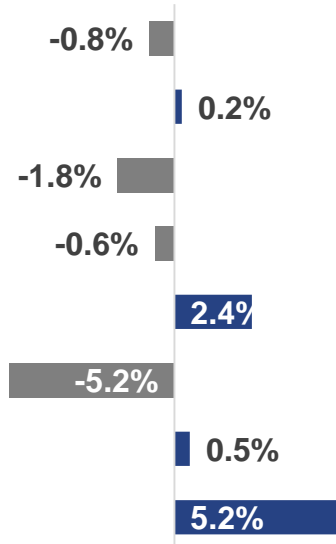
0-300元与整体的差值



300-1000元差值



1000元以上差值

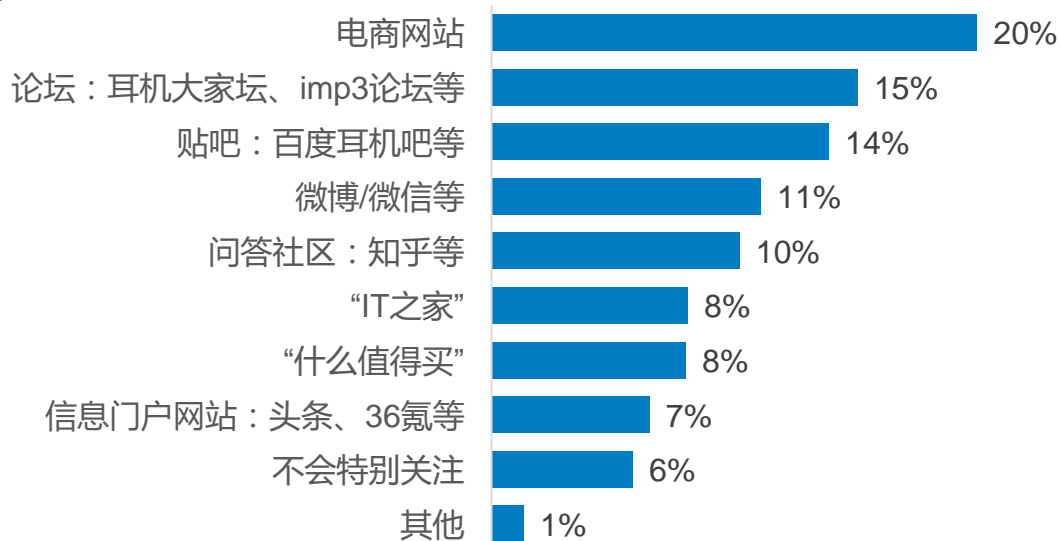


电商网站在消费者咨询获取平台占比中处于领先地位

消费者从意向到购买的决策路径中，信息收集占有很大的比重，而电商网站是网购耳机获取信息的最重要的渠道



网购耳机获取产品信息的渠道



数据来源：京东耳机用户调研问卷，样本量26966

© GfK October 20, 2017 | 耳机耳麦市场的消费升级

深耕用户需求，提升用户体验

众口难调，消费者获取信息的途径还需完善

耳机消费特征



买家是谁？

年轻化，趋优消费

- 19-38岁
- 学生与白领群体
- 月收入2000-20000



买什么样产品？

时尚、运动、便携、个性化

- 蓝牙
- 运动
- 主动降噪
- HIGH-RES
- TRUE-WIRELESS
- 衣领式
-



如何获取信息？

购物娱乐化，社交化，注重口碑

- 电商网站
- 论坛：耳机大家坛，IMP3等
- 贴吧
- 微博，微信
- 问答社区：知乎等
-

用户核心需求



京东音悦圈-解决用户核心需求



京东音悦圈简介

玩法丰富、机制成熟、功能完善的社区，聚合社区玩法、用户内容、分享互动等全部社区功能



圈子简介

含圈子氛围图、头像、昵称、粉丝数、帖子数、加关按钮

社区置顶公告、活动

社区活动模块

可拓展型的，包括话题、问答、试用等

异形通栏能力预留

Feeds流内容展示

包括用户UGC晒单，达人媒体咨询文章、视频、搭配、清单，编辑团队自产视频、文章等

让用户在同好圈子里逛起来，包

括：

- 1、信息获取：**用户可浏览阅读感兴趣的晒单、资讯、视频等；
- 2、社交互动：**和同好用户进行画的讨论，包括点赞评论、投稿、加圈、打赏等；
- 3、活动参与：**参与圈子活动，包括话题、试用、问答、KOL互动等；
- 4、参与管理：**担任圈主、小组长等职责，负责整个圈子管理、运转，为用户提供深度参与感及荣誉感。

Thank you !

GfK Retail and Technology China Co., Ltd.

Beijing Office

18F China Life Tower | 16 Chaowai Street | Beijing | China

Post code: 100020

TEL : (86) 10 8562 3838, 5905 3333

FAX : (86) 10 8525 2148, 8525 2248

Shanghai Office

Suite 2509 CITIC Square | 1168 Nanjing West Road | Shanghai | China

Post code: 200041

TEL: (86) 21 5298 4481

FAX: (86) 21 5298 4480