

厨房小家电 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 厨房小家电关键品类的渗透率和购买意愿的变化。
- 厨房小家电的主要使用场景。
- 主要信息渠道“从认知到购买”的转化率。
- 有吸引力的内容营销关键词。
- 购买不同类型咖啡机时的主要考虑因素。
- 对厨房小家电品牌所提供服务的期待。

国家统计局数据显示，2023年1-8月家用电器和音像器材类的零售额较2022年同期下降0.4%，家电市场复苏速度低于预期。在整体行业低迷的背景下，厨房小家电市场也面临着增长压力。英敏特预计，2023年厨房小家电的零售销售额将下降5.6%。

英敏特的最新调研显示，中国城市居民的厨房小家电拥有率与往年基本一致。在新冠疫情催生的“宅经济”的推动下，消费者已经为自己的厨房配备了各种小家电。在持续的不确定性和更加理性的消费心理的影响叠加下，行业参与者在激烈的市场竞争中维持增长愈发艰难。

尽管面临挑战，但机遇依然存在，尤其是在提供便利和提高生活质量的小家电方面。自动烹饪炒菜机等新兴高端家电有望获得更多消费者的青睐。品牌可利用配套服务，拓宽产品使用场景，并关注低线城市的消费需求，从而推动业务发展。



"随着过去几年疫情带来的需求大规模释放，以及人们对非必需品更趋理性的消费心理，进一步提升厨房小家电的渗透率将愈发困难。尽管如此，消费者仍然对能够提供便利和改善生活质量的厨房电器抱有很高的期待。"

—— 姚滨妍，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 厨房小家电市场整体承压
 - 数据1: 厨房小家电零售销售总额，中国，2018-2023年
 - 数据2: 厨房小家电零售销售额预测，中国，2018-2028年
- 消费者的财务信心恢复到疫情前尚需时日
- 厨房小家电的短期购买意愿有所增加
- 厨房小家电亟需通过创新来满足消费者对健康饮食的追求
- 厨房的拥有情况催生不同需求
- 公司与品牌
 - 头部品牌面临增长压力，而小熊电器在中小品牌中展现出竞争力
 - 跨行业合作为厨房增添乐趣
 - 通过增值服务与消费者建立更紧密的联系
 - 通过热门话题与消费者产生共鸣
- 好事“成双”
- 拓展厨房以外的使用场景
- 外观设计创新刷新传统认知
- 消费者
 - 消费者期待可以提升便利性和生活品质的小厨电
 - 数据3: 厨房小家电的拥有情况和购买意愿，2023年
 - 探索厨房以外的广泛使用场景
 - 数据4: 厨房小家电的使用场景，2023年
 - 线下渠道仍是重要的消费者触点
 - 数据5: 厨房小家电的信息和购买渠道，2023年
 - 实用性最能引起消费者共鸣
 - 数据6: 搜索厨房小家电时对消费者有吸引力的关键词，2023年
 - 咖啡出品质量和易清洁是购买咖啡机时的主要考虑因素
 - 数据7: 咖啡机的购买考虑因素，2023年
 - 借力服务提高小家电的使用效率，加深与消费者的互动和联结
 - 数据8: 对品牌服务的期待，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 通过新兴高端厨电的配套服务赢得消费者
 - 数据9: 美善品以旧换新活动，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

数据10: 美善品一对一专属顾问服务，2022年

- 探索小厨电的不同使用场景，以拓宽目标客群

数据11: 北鼎迷你养生壶，2022年

- 利用潮流厨房小家电释放低线城市的市场潜力

数据12: 小熊电器的“大地食装秀”活动，2022年

市场规模与预测

- 厨房小家电市场整体承压

数据13: 厨房小家电零售销售总额，中国，2018-2023年

数据14: 厨房小家电零售销售额预测，中国，2018-2028年

市场因素

- 消费者的财务信心恢复到疫情前尚需时日

数据15: 对于在未来3个月改善自己财务状况的信心，2022-2023年

- 厨房小家电的短期购买意愿有所增加

数据16: 未来3个月对厨房小家电的购买意愿，2022-2023年

- 厨房小家电亟需通过创新来满足消费者对健康饮食的追求

数据17: “厨房小家电”在社交媒体上的关键词搜索词云，中国，2023年

- 厨房拥有情况催生不同需求

数据18: 住房和厨房的拥有情况，2023年

重点企业的表现

- 头部企业面临增长压力
- 小熊电器在中小品牌中展现出竞争力

营销活动

- 跨行业合作为厨房增添乐趣

数据19: TOKIT厨几推出的AI多功能料理机“百事定制版”，2022年

数据20: 九阳和溜溜梅共同开发的夏日食谱，2023年

- 通过强化服务与消费者建立更紧密的联系

数据21: 北鼎的增值服务，2023年

- 通过热门话题与消费者产生共鸣

数据22: 小熊电器推出世界杯相关营销，2022年

数据23: 美善品自动烹饪料理机可为消费者打造居家溜博烧烤体验，2023年

新产品趋势

- 好事“成双”

数据24: 美的双子座电饭煲，2023年

数据25: 摩飞双仓空气炸锅，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 拓展厨房以外的使用场景
数据26: 便携式厨房小家电示例，2023年
- 外观设计创新刷新传统认知
数据27: 小米推出的透明蒸汽电饭煲，2022年
数据28: 摩飞与大英博物馆联名推出的艺术设计款厨房小家电，2022年

拥有情况与购买意愿

- 厨房小家电的拥有率进入平台期
数据29: 厨房小家电的渗透率，2022 vs 2023年
- 消费者期待可以提升便利性和生活品质的小厨电
数据30: 厨房小家电的拥有情况和购买意愿，2023年
数据31: 厨房小家电的更换/购买意愿，2023年
- 有孩家庭是关键目标受众
数据32: 厨房小家电的更换/购买意愿（按居住成员区分），2023年
- 开放式厨房带来外观创新的机会
数据33: 部分厨房小家电的更换/购买意愿（按住房和厨房拥有情况区分），2023年
- 释放低线级城市的潜力
数据34: 部分厨房小家电的更换/购买意愿（按城市线级区分），2023年

厨房小家电的使用场景

- 居家烹饪探索是最典型的使用场景
数据35: 厨房小家电的使用场景，2023年
- 利用面向家庭的场景，触达关键受众
数据36: 使用厨房小家电给孩子制作食物/饮品以及与孩子一起烹饪（按家中孩子的年龄区分），2023年
- 探索居家以外的小众使用场景
数据37: 在户外活动中使用厨房小家电（按性别和年龄以及家中孩子的年龄区分），2023年

信息与购买渠道

- 线下渠道仍是重要的消费者触点
数据38: 厨房小家电的信息和购买渠道，2023年
数据39: 不同信息渠道“从认知到购买”的转化率，2023年
- 通过抖音和小红书获取信息的受众不同
数据40: 社交媒体上“厨房小家电”的提及率，2022-2023年
数据41: 从抖音和小红书获取厨房小家电相关信息（按年龄和居住成员区分），2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 数据42: 在抖音上发布使用厨房小家电为宠物制作零食的技巧视频或图片，2023年
- 吸引三世同堂家庭的多元化触点
- 数据43: 厨房小家电的信息渠道（按居住成员区分），2023年
- 数据44: 厨房小家电的购买渠道（按居住成员区分），2023年

内容营销的关键词

- 实用性最能引起消费者共鸣
- 数据45: 搜索厨房小家电时对消费者有吸引力的关键词，2023年
- 差异化的内容营销，触达不同的目标受众
- 数据46: 搜索厨房小家电时对消费者有吸引力的关键词（按年龄区分），2023年

咖啡机的购买考虑因素

- 咖啡出品质量是首要考虑因素，易清洁紧随其后
- 数据47: 咖啡机的购买考虑因素，2023年
- 选购咖啡机时的考虑因素因年龄而异
- 数据48: 咖啡机的部分购买考虑因素（按年龄区分），2023年
- 低线城市消费者将咖啡出品质量视为更具决定性的因素
- 数据49: 购买考虑因素——咖啡出品质量（按城市线级区分），2023年

对品牌服务的期待

- 借力服务提高小家电的使用效率，加深与消费者的互动和联结
- 数据50: 对品牌服务的期待，2023年
- 增强服务以提升自动烹饪炒菜机的吸引力
- 数据51: 对品牌服务的期待，自动烹饪炒菜机的所有者vs自动烹饪炒菜机的潜在购买者，2023年

附录——市场规模与预测

数据52: 厨房小家电市场规模与预测，中国，2018-2028年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。