

厨房小家电 - 中国 - 2022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

- 厨房小家电的拥有情况和购买意愿
- 厨房小家电的购买驱动力
- 购买厨房小家电时的重要考虑因素
- 消费者感兴趣升级的厨房小家电智慧功能
- 消费者对空气炸锅的态度
- 消费者对不同品牌的偏好

在疫情影响下，消费者的生活方式悄然变化。随着居家烹饪的时间增多，消费者期待更优质的厨房体验。他们希望烹饪过程更加便捷、健康并且充满乐趣。厨房小家电的特点正呼应这些需求。

厨房小家电拥有丰富的产品种类，吸引人的外观设计和持续迭代的多功能特性，让消费者能够尝试多样化的烹饪方式，并拥抱健康和便利的饮食方式。凭借为消费者提供健康便捷的烹饪解决方案而风靡市场的空气炸锅就是一优秀示例。

随着越来越多的厨房小家电走进消费者的厨房，该市场逐渐饱和。整体需求疲软以及疫情反复导致2022年的市场表现低迷。如何找到新的增长引擎是成熟品牌和新兴品牌面临的共同挑战。除了产品高端化升级和服务的不断优化，有孩家庭和年轻消费者等细分消费群体的特定需求也值得品牌持续关注。



“虽然厨房小家电市场整体承压，但自动烹饪炒菜机、空气炸锅等契合健康和便捷饮食方式的电器表现出较大增长潜力。家庭烹饪场景为厨房小家电开辟了新领域（如烹饪作为一项亲子活动，赋予小家电更多的教育意义）。此外，预加工食品和厨房小家电的组合或可成为吸引年轻消费者的饮食解决方案。”

— 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

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。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 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额预测，中国，2017-2027年（预测）
- 发展期品类继续增长
数据2: 厨房小家电零售销售额份额（按细分品类区分），中国，2017-2022年（预估）
- 公司与品牌
- 2022年上半年，头部企业增速放缓
- 成长中的品牌聚焦创新电器
- 推广可持续性
- 吸引孩子们参与烹饪
- 继续推动高端化发展
- 消费者
- 契合健康和便利饮食方式的电器更具市场潜力
数据3: 厨房小家电的拥有情况和购买意愿，2022年
- 高效、愉悦和健康的生活方式驱动消费
数据4: 厨房小家电的购买驱动力，2022年
- 产品功能是重中之重
数据5: 厨房小家电的购买决策因素，2022年
- 带有安全防护的智能烹饪功能最可能触发消费升级
数据6: 消费者感兴趣升级的智慧功能，2022年
- 空气炸锅反映出消费者对愉悦和潮流生活方式的追求
数据7: 对空气炸锅的态度，2022年
- 美的和苏泊尔的品牌知名度高，飞利浦和小米展现潜力
数据8: 厨房小家电品牌的拥有情况和购买意愿，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 以孩子为切入点
数据9: 小熊电器新款空气炸锅展示如何让孩子参与到烹饪中，2022年
- 降低年轻一代的烹饪门槛
数据10: 美的官网提供的预加工食品示例，2022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

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。

市场规模与预测

- 厨房小家电市场整体承压

数据11: 厨房小家电市场总零售销售额，中国，2017-2022年（预估）

数据12: 厨房小家电零售销售额预测，中国，2017-2027年（预测）

市场细分

- 发展期品类继续增长

数据13: 厨房小家电零售销售额份额（按细分品类区分），中国，2017-2022年（预估）

市场因素

- 在家做饭依然是主要的饮食解决方案
- 烹饪被纳入学校课程
- 对健康饮食的追求驱动创新
- 用户在社交媒体上的分享有助于提升厨房小家电的人气
- 烹制简便的方便食品促进厨房小家电的使用

重点企业的表现

- 2022上半年，头部企业增速放缓
- 成长中的品牌聚焦创新电器

营销活动

- 倡导可持续性

数据14: 美的以旧换新活动，2022年

数据15: 北鼎以旧换新活动，2022年

- 让孩子们参与烹饪实践

数据16: 九阳与学校合作开展食育工坊项目，2022年

数据17: 小熊电器开展吸引孩子参与的烹饪活动，2022年

- 线上品牌进军线下

数据18: 小熊电器与万科联名打造展示空间，2021年

数据19: 北鼎位于济南的线下体验店，2022年

- 利用丰富的食谱不断吸引消费者兴趣

数据20: 九阳微信小程序上提供的食谱，2022年

新产品趋势

- 提供额外的健康益处

数据21: 美的减盐压力锅，2022年

数据22: 摩飞第三代刀筷砧板消毒机，2022年

- 利用各种配件实现多功能

数据23: 美的MiniMore多功能电饭煲，2021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

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。

数据24: 九阳多功能破壁机Y951, 2022年

- 增加智慧功能，提升烹饪体验

数据25: 美的智能电饭煲, 2022年

数据26: 添可自动烹饪料理机食万3.0, 2022年

- 解决清洁顾虑

数据27: 苏泊尔可拆洗空气炸锅, 2021年

数据28: 带有自清洁功能的九阳破壁机Y951, 2022年

- 配套产品加强用户粘性

数据29: 九阳豆料包, 2022年

数据30: 北鼎电热咖啡手冲壶和配套产品, 2022年

- 提升外观设计颜值

数据31: 小熊电器和儿童绘本设计师联名推出的厨房小家电系列, 2021年

数据32: 九阳国潮风格的厨房小家电, 2022年

拥有情况和购买意愿

- 25-39岁的女性消费者尤其青睐厨房小家电

数据33: 频度分析——厨房小家电的拥有情况, 2022年

数据34: 频度分析——厨房小家电的拥有情况(按性别和年龄区分), 2022年

- 契合健康和便利饮食方式的电器更具市场潜力

数据35: 厨房小家电的拥有情况和购买意愿, 2022年

数据36: 厨房小家电的市场潜力(按品类区分), 2022年

- 自动烹饪炒菜机的使用频率较高

数据37: 过去6个月每周至少用1次下列电器的消费者, 2022年

- 有孩家庭是高频用户

数据38: 拥有且过去6个月每周至少用1次下列电器的消费者(按居住情况区分), 2022年

- 释放年轻男性的消费潜力

数据39: 在家里主要负责做饭的消费者(按性别和年龄区分), 2022年

数据40: 没有以下厨房小家电但有兴趣购买的消费者(按性别和年龄区分), 2022年

购买驱动力

- 高效、愉悦和健康的生活方式驱动消费

数据41: 厨房小家电的购买驱动力, 2022年

- 对烹饪的兴趣促使年轻消费者购买

数据42: 厨房小家电的前四名购买驱动力(按年龄区分), 2022年

- 将多子女家庭定位为核心群体

数据43: 厨房小家电的部分购买驱动力(按家庭构成区分), 2022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

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。

购买决策因素

- 产品功能是重中之重
数据44: 厨房小家电的购买决策因素，2022年
- 购买决策因素因年龄而异
数据45: 厨房小家电的部分购买决策因素（按年龄区分），2022年

感兴趣升级的智慧功能

- 带有安全防护的智能烹饪功能最可能驱动消费升级
数据46: 消费者感兴趣升级的智慧功能，2022年
数据47: TURF分析——消费者感兴趣升级的智慧功能，2022年
- 提高效率是吸引多子女家庭的关键
数据48: 消费者感兴趣升级的部分智慧功能（按家庭构成区分），2022年
- 自动烹饪炒菜机的潜在购买者的要求更高
数据49: 感兴趣升级的智慧功能——自动烹饪炒菜机，所有者vs潜在购买者，2022年

对空气炸锅的态度

- 空气炸锅反映出消费者对愉悦和潮流生活方式的追求
数据50: 对空气炸锅的部分态度，2022年
- 高阶功能促进消费
数据51: 对空气炸锅的部分态度，2022年
数据52: 认同以下关于空气炸锅的描述（按高频用户、非高频用户和潜在购买者区分），2022年
- 年轻消费者对空气炸锅是健康的烹饪方式的认可度相对较低
数据53: 认同“空气炸锅是一种健康的烹饪方式”（按年龄区分），2022年

品牌偏好

- 美的和苏泊尔的品牌知名度高，而飞利浦和小米展现出潜力
数据54: 厨房小家电的品牌拥有情况和购买意愿，2022年
数据55: 厨房小家电品牌现有用户的存留率，2022年
- 增加包容性以扩大目标消费者
数据56: 未来感兴趣购买的厨房小家电品牌（按年龄区分），2022年
- 喜欢多元化烹饪方式的消费者往往对品牌选择更开放
数据57: 未来感兴趣购买的厨房小家电品牌（按烹饪方式区分），2022年
数据58: 烹饪方式（按性别和年龄区分），2022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

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。

附录——市场规模与预测

数据59: 厨房小家电市场规模与预测，中国，2017-2027年（预测）

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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

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)。