

大家电 - 中国 - 2021

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

- 大家电的拥有率和购买意愿
- 大家电的主要购买渠道
- 购买大家电的关键因素
- 购买冰箱时优先考虑的因素
- 购买洗衣机时优先考虑的因素
- 消费者对大家电的态度

大家电市场因新冠疫情的爆发而受挫，其销售额自2018年以来进一步下滑，预计从2021年开始缓慢地步入复苏轨道。“健康”是市场增长的关键驱动力。消费者愿意升级到拥有更多健康功效的大家电，例如有先进保鲜技术的冰箱及有消毒和除菌功能的洗衣机。英敏特预测，从长远来看，健康化将继续成为消费者升级产品的关键驱动力。

作为生活必需品，大家电在中国城镇享有高渗透率。在如此成熟的市场中，刺激新需求是大家电品牌面临的主要挑战。除了更留意置换型购买（特别是冰箱和洗衣机）和小众产品（如独立滚筒烘干机和冷柜），深度探索不同细分群体的健康需求是赢得竞争力的方式之一。

消费者（尤其是高收入者）乐于升级至带有更多智能化功能的产品，这为大家电开辟未来更多商机。推进智能化升级之余，品牌应意识到，消费者对陌生的新科技或创新产品仍保持谨慎态度。品牌需在市场教育中侧重于清晰且真诚的沟通，以帮助消费者建立对新科技的信心。



“健康化已成为大家电日趋重要的升级方向。在日益激烈的市场竞争中，提供差异化解决方案以满足不同细分群体的健康需求将为品牌带来新的增长机遇。长远来看，智能化产品将成为品牌的必争之地。品牌需投资于消费者教育以提升他们对新科技的认知和信心。”

— 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
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 整体市场缓慢地步入复苏轨道
数据1: 中国大家电零售销售额预测，2016-2026年（预测）
- 冰箱与洗衣机推动增长，但空调与电视机面临挑战
数据2: 中国大家电零售销售额（按细分品类区分），2016-2021年（预估）
- 面向小家庭与农村居民的解决方案是其中关键
- 公司与品牌
- 美的增长强劲，格力承压
- 高端品牌驱动高端化发展
- 场景式购物体验驱动增长
- 开放物联网生态与跨界合作
- 消费者
- 高拥有率意味着增长来源于置换型购买与小众产品
数据3: 大家电的拥有率和购买意愿，2021年
- 直面消费者（DTC）渠道在全渠道策略中更加重要
数据4: 大家电的购买渠道，2021年
- 消费者对于售后服务与节能的关注高于价格
数据5: 大家电的购买决策因子，2021年
- 保鲜技术与储藏空间是购买冰箱的主要考量因素
数据6: 购买冰箱时优先考虑的因素，2021年
- 健康与特殊衣物洗护激发兴趣
数据7: 购买洗衣机/烘干机时优先考虑的因素，2021年
- 紧跟不断变化的消费态度
数据8: 对大家电的态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 提供差异化解决方案以满足不同群体的健康需求
数据9: 格力推出专属银发族的空调，2021年
- 刷新消费者对新科技的认知
数据10: 西门子广告“与时俱净”，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。

市场规模与预测

- 缓慢的复苏轨道
数据11: 中国大家电零售销售额，2016-2021年（预估）
- 在**2024**年左右回升至**2017**年销售额水平
数据12: 中国大家电零售销售额预测，2016-2026年（预测）

市场细分

- 冰箱与洗衣机推动增长，但空调与电视机面临挑战
数据13: 中国大家电零售销售额（按细分品类区分），2016-2021年（预估）
数据14: 中国大家电细分市场份和零售销售额增长率，2016-2021（预估）

市场因素

- 置换兴趣与小众产品推动增长
数据15: 对于在未来3个月改善自己财务状况的信心，中国，2020-2021年
- 健康意识的增强驱动产品升级
- 家庭构成的改变也为需求带来变化
- 城镇化持续推动农村地区的需求
数据16: 城镇居民平均每百户大家电拥有量，2016-2020年
数据17: 农村居民平均每百户大家电拥有量，2016-2020年

重点企业的表现

- 格力
- 海尔
- 美的
- 三星
- TCL电子
- 小米

竞争策略

- 高端品牌驱动高端化发展
数据18: 卡萨帝与罗振宇携手举办“时间的朋友”跨年演讲，2021年
数据19: COLMO品牌理念，2021年
- 场景式购物体验驱动增长
数据20: 三翼鸟全场景解决方案，2021年
数据21: 海尔智家体验馆，2021年
- 聚焦用户体验的开放式物联网生态合作
数据22: 搭载华为鸿蒙系统的美的家电产品，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。

谁在创新？

- 模拟自然阳光周期为食品保鲜的冰箱
数据23: 倍科HarvestFresh冰箱，2021年
- 子母分舱洗衣机
数据24: COLMO双舱洗衣机，2021年
- 鞋子清洗方案
数据25: 海尔洗鞋机，2021年
- 匹配家居风格的冰箱
数据26: 匹配家居风格的卡萨帝冰箱，2021年
- 卷曲屏激光电视
数据27: 海信卷曲屏激光电视，2021年
- 游戏电视
数据28: 索尼游戏电视，2021年

拥有率和购买意愿

- 高拥有率意味着增长来源于置换型购买与小众产品
数据29: 大家电的拥有率和购买意愿，2021年
数据30: 大家电拥有率和拥有者的置换兴趣以及非拥有者的购买兴趣，2021年
- 年轻家庭是对开门冰箱的关键潜在客群
数据31: 没有对开门冰箱的消费者的购买兴趣（按家庭构成区分），2021年
数据32: 带有母婴模式的海尔对开门冰箱，2021年

购买渠道

- 全渠道模式正在推进
数据33: 大家电的购买渠道，2021年
- 留意新渠道
数据34: 卡萨帝在小红书的冰箱推介短视频，2021年
数据35: 大家电的部分购买渠道，2021年

购买因素

- 消费者对于售后服务与节能的关注高于价格
数据36: 大家电的购买决策因子，2021年
- 智能化升级以满足高收入者的需求
数据37: 大家电购买驱动因素——智能化程度（按个人月收入以及现有用户打算置换的大家电品类），2021年
- 外观造型仍有创新空间
数据38: 大家电购买驱动因素——外观造型（按性别和个人月收入区分），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。

购买冰箱时优先考虑的因素

- 保鲜技术与储藏空间是购买冰箱的首要考虑因素
数据39: 购买冰箱时优先考虑的因素，2021年
- 分区分层的温度控制可驱动不同产品的专用储藏区域的需求
数据40: 购买冰箱时优先考虑的部分因素（按性别区分），2021年
数据41: 小吉美妆冰箱，2020年
- 关注多门冰箱的外观创新
数据42: 购买冰箱时优先考虑的部分因素（按拥有并打算置换特定种类冰箱的消费者区分），2021年
数据43: daogrs嵌入式四门冰箱，2021年

购买洗衣机时优先考虑的因素

- 健康与特殊衣物洗护激发购买兴趣
数据44: 购买洗衣机时优先考虑的因素，2021年
- 独立滚筒烘干机可结合智能化功能
数据45: 购买洗衣机/烘干机时优先考虑的部分因素（按拥有并打算置换特定种类洗衣机和烘干机的消费者区分），2021年
- 通过消毒/除菌功能触达宠物主人
数据46: 洗衣机/烘干机的重要购买因素——消毒/除菌功能（按居住成员区分），2021年
数据47: 美的可移除宠物毛发的滚筒烘干机，2021年
- 提供便利日常使用的功能，以瞄准年轻消费者
数据48: 购买洗衣机/烘干机时优先考虑的部分因素（按年龄区分），2021年

对大家电的态度

- 对生活品质的追求推动大家电升级
数据49: 对大家电的部分态度，2021年
- 本土品牌拥抱更多商机
数据50: 对大家电的部分态度，2021年

附录——市场规模与预测

数据51: 大家电市场规模与预测，中国，2016-2026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 consists of the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of decreasing size, suggesting a trail or a thought process.

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)。