

厨房大家电 - 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

- 厨房大家电的拥有情况和购买意愿
- 厨房大家电的重要信息渠道
- 厨房大家电的主要购买渠道
- 厨房大家电的重要购买决策因素
- 厨房生活的主要困扰
- 消费者对集成灶的期待

作为必不可少的烹饪用具，大多数消费者拥有3种或以上厨房大家电。油烟机和燃气灶等传统家电在城镇地区已经饱和，而农村地区需求将成为拉动消费的主要动力。品牌在产品高端化升级（如智能化、集成空调系统）和营销方式方面的创新（如提供家电套装）也会推动市场的进一步增长。集成灶和洗碗机等新兴品类厨房家电迎来增长势头，越来越受到消费者的认可。

尽管新冠疫情反弹，但消费者升级厨房从而追求高品质健康生活方式的需求有所增加。因此，厨房大家电的市场需求在2022年预计会以10%的速度增长。随着成熟品牌和专业品牌丰富其产品选择，市场会日益拥挤，竞争也将日趋激烈。



“消费者乐于升级厨房，尤其是通过那些可以提升他们生活品质的产品（如净水设备、集成灶和洗碗机）。通过智能化和多功能集成实现高端化，是刺激消费需求和市场发展的主要动力。不过，品牌也应该关注中老年消费者的消费潜力，并重视厨房清洁难题的综合性解决方案所蕴藏的机遇。”

— 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

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
- 厨房大家电的市场需求依然强劲
数据1: 厨房大家电的市场需求，中国，2016-2022年
- 成熟品类增速放缓，新兴品类呈上升趋势
数据2: 厨房大家电的市场需求（按细分市场区分），中国，2016-2022年
- 公司与品牌
- 成熟品牌探索新的增长引擎，新兴品牌凭借明星产品在特定品类中展开角逐
- 通过真实使用场景展示产品
- 突出厨房的健康元素
- 提供高端解决方案以便优化烹饪体验
- 消费者
- 成熟品类的使用频率较高，新兴品类的购买意愿强烈
数据3: 厨房大家电的拥有情况和购买意愿，2022年
- 帮助消费者在海量信息中做出决策
数据4: 厨房大家电的信息渠道，2022年
- 利用DTC渠道提高品牌忠诚度
数据5: 厨房大家电的购买渠道，2022年
- 产品性能最为关键
数据6: 厨房大家电的购买决策因素，2022年
- 解决厨房清洁整理阶段的痛点
数据7: 厨房生活的困扰，2022年
- 安全性能高、清洁方便和智能化的集成灶备受期待
数据8: 对集成灶的期待，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 厨电适老化
数据9: 美的适老化家电套系，2021年
- 中老年人专属全渠道服务
数据10: 京东适老化服务，2021年
- 解决厨房清洁问题的综合性方案
数据11: 老板电器清洗服务，2021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

市场概述

- 厨房大家电的市场需求保持强劲

数据12: 厨房大家电的市场需求，中国，2016-2022年

市场细分

- 成熟品类增速放缓，新兴品类呈上升趋势

数据13: 厨房大家电的市场需求（按细分市场区分），中国，2016-2022年

数据14: 厨房大家电的市场需求增长率（按细分市场区分），中国，2017-2022年

市场因素

- 传统厨房家电在农村地区蕴藏增长潜力

数据15: 城镇居民和农村居民油烟机拥有情况，中国，2016-2020年

- 厨房升级需求与日俱增

数据16: 厨房大家电的短期购买计划，2022年5月 vs 8月

- 行业标准推动新兴产品创新和购置

- 开放式厨房蕴藏机遇，助力品牌打入高端市场

数据17: 对厨房生活的态度（按性别和年龄区分），2022年

- 关注做饭责任和烹饪方式的改变

数据18: 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19: 烹饪方式（按性别和年龄区分），2022年

重点企业的表现

- 成熟品牌探索新的增长引擎

数据20: 厨房大家电领先品牌年营收，2019-2021年

- 新兴品牌凭借特定品类中的明星产品展开角逐

数据21: 厨房大家电新兴品牌年营收（按品类区分），2021年

营销活动

- 通过真实使用场景展示产品

数据22: 火星集成灶亮相综艺节目《向往的生活》，2022年

- 突出厨房的健康元素

数据23: 方太健康厨房家电，2021年

数据24: 方太与运动员韩天宇联合发起厨房健身活动，2022年

- 激发烹饪兴趣

数据25: 老板烹饪创作工厂，2022年

新产品趋势

- 多功能集成

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

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26: 火星人全新集成灶，2022年

- 厨房家电套装

数据27: 老板“4件套”，2021年

数据28: 方太全新集成烹饪中心，2021年

- 智能化升级

数据29: 老板全新“4件套”智能功能，2021年

数据30: 亿田智能集成灶，2021年

- 通过改善空气质量提升厨房体验

数据31: 方太将空调系统融入油烟机，2021年

数据32: 老板电器智能空气净化油烟机，2022年

- 创新设计让厨房氛围焕然一新

数据33: 可升起隐于吊柜中的方太油烟机，2022年

数据34: 老板电器彩色复古设计的新款油烟机，2022年

拥有情况和购买意愿

- 大多数受访者拥有3种或以上厨房大家电

数据35: 厨房大家电拥有情况的频度分析，2022年

- 成熟品类的渗透率和使用频率较高

数据36: 厨房大家电的拥有情况和购买意愿，2022年

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

- 新兴品类的购买意愿强烈

数据38: 非拥有者对厨房大家电的购买意愿，2022年

数据39: 非拥有者对洗碗机的购买意愿（按年龄区分），2022年

数据40: 集成灶的拥有情况和购买意愿（按个人月收入区分），2022年

信息渠道

- 帮助消费者在海量信息中做出决策

数据41: 厨房大家电的信息渠道，2022年

数据42: 京东部分厨房家电金榜，2022年

数据43: 各大信息渠道“从认知到购买”的转化率，2022年

- 线下购物体验必不可少，对年轻消费者尤其如此

数据44: 购买厨房大家电前参考实体店的信息（按年龄区分），2022年

- 助力中老年人做出购买决策

数据45: 厨房大家电的部分信息渠道（按年龄区分），2022年

购买渠道

- 利用DTC渠道提高品牌忠诚度

数据46: 厨房大家电的购买渠道，2022年

- 中老年人适应在综合性购物平台上购买家电

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47: 优先从综合性购物平台上购买厨房大家电（按年龄区分），2022年

数据48: 综合性购物平台“长辈模式”，2021年

购买因素

- 产品性能最为关键

数据49: 厨房大家电的购买决策因素，2022年

数据50: 厨房大家电的购买决策因素（按油烟机和嵌入式微蒸烤的高频用户区分），2022年

- 烟灶套装吸引潜在购买者

数据51: 厨房大家电的购买决策因素——有同品牌成套设备（按下列电器的潜在购买者区分），2022年

- 中老年人看重低噪音

数据52: 厨房大家电的购买决策因素——低噪音（按年龄区分），2022年

厨房生活的困扰

- 解决清洁整理阶段的痛点

数据53: 厨房生活的困扰，2022年

- 不同烹饪方式的痛点略有差异

数据54: 厨房生活的部分困扰（按烹饪方式区分），2021年

对集成灶的期待

- 安全性能高、清洁方便和智能化备受期待

数据55: 对集成灶的期待，2022年

数据56: 火星集成灶安全保护功能，2021年

数据57: 老板集成灶清洁功能，2021年

- 潜在购买者往往要求更苛刻

数据58: 对集成灶的期待（潜在购买者vs拥有者），2022年

- 打造满足不同消费群体需求的产品组合

数据59: 对集成灶的部分期待（按居住成员区分），2022年

附录——市场需求

数据60: 厨房大家电的市场需求，中国，2016-2022年

附录——研究方法缩写

- 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)。