

个人护理小家电 - 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

- 个人护理小家电主要品类的渗透率、更换和购买意愿的变化
- 洞察后疫情时代个人护理小家电购买行为和态度变化的驱动因素
- 主要信息渠道（尤其是抖音和小红书等新兴信息渠道）从认知到购买的转化率
- 开展营销宣传时需要强调的关键产品宣称
- 探究选购个人小家电作为礼物的重要细分场景

国家统计局2022年的数据显示，相比2021年，家用电器和音像器材类的零售额下降3.9%。经济形势的不确定性以及财务信心下滑，导致消费者倾向于降低家用电器的消费优先级，作为非必需品的个人护理小家电也属于此列。因此，预计个人护理小家电市场会从2021年的两位数增长下降到2022年的3.6%，这与英敏特报告《个人护理小家电——中国，2022年》的预测相符。

尽管2022年个人护理小家电市场整体放缓，但仍显示出一定的潜力。根据英敏特《中国消费者月度追踪数据》，2022年全年以及2023年初，消费者对个人护理小家电的短期购买意愿保持稳定。英敏特的追踪数据显示，消费者的长期更换兴趣和购买意愿与过去一年一样强劲。

市场的挑战在于如何将消费者强烈的更换兴趣和购买意愿转化为实际购买行为，尤其是在后疫情时代审慎消费趋势渐长的情况下。品牌可通过迎合差异化需求和拥抱包容性，从竞争中脱颖而出，发掘增长机会。



“相比前一年，2022年个人护理小家电市场的增速明显放缓。不过，消费者对更换现有产品和购买新兴产品均表现出强烈兴趣，体现出该市场的未来增长潜力。有助于消费者改善个人健康状况、提升自我形象管理的个人护理小家电将具有很大的吸引力。此外，品牌需要拓展个人护理小家电的使用场景，突破日常场景的局限，更多地关注小众消费群体，发掘新的增长机会。”

—— 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
- 个人护理小家电市场增速放缓至个位数
数据1: 个人护理小家电零售销售总额，中国，2017-2022年（预估）
数据2: 个人护理小家电零售销售额预测，中国，2017-2027年（预测）
- 细分市场增速放缓
数据3: 个人护理小家电细分零售销售额，中国，2017-2022年（预估）
数据4: 个人护理小家电细分增长率，2018-2022年（预估）
- 消费者的财务信心缓慢回升
- 短期购买意愿保持稳定
- 短视频平台快速崛起成为重要的购买渠道
- 公司与品牌
- 成熟品牌不断升级产品和服务
- 发展中品牌在细分市场中取得一席之地
- 线下体验店融入消费者生活方式
- 通过创新服务提升消费者忠诚度
- 探索细分场景下的解决方案
- 开展基于科学的市场教育
- 高端化升级带来更多便利
- 成套产品将推动进一步增长
- 让产品契合细分需求
- 消费者
- 消费者的更换和购买意愿依然强烈
数据5: 个人护理小家电的拥有情况和购买意愿，2022 vs 2023年
- 内部因素（尤其是为了改善个人健康状况）是主要购买驱动力
数据6: 个人护理小家电的购买驱动力，2023年
- 新兴渠道迎头赶上
数据7: 个人护理小家电的信息和购买渠道，2023年
数据8: 各大信息渠道“从认知到购买”的转化率，2023年
- 在宣称中突出吸引人的产品特性对消费者更有吸引力
数据9: 吸引人的个人护理小家电的产品标签/宣称，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

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10: TURF (累积无重复到达率和频次) 分析——吸引人的个人护理小家电的产品标签/宣称, 2023年

- 实用和高价值的个人护理小家电或为理想的赠礼之选

数据11: 选购个人护理小家电作为礼物时的考虑因素, 2023年

- 专注品质的审慎消费呈现增势

数据12: 对个人护理小家电的态度, 2023年

- 我们的观点

议题与洞察

- 通过强调“价值”来应对日益增长的审慎消费

数据13: 高颜值的徕芬高速吹风机LF03 SE, 2022年

- 帮助男性更好地管理自我形象

数据14: 戴森造型灵感库, 2022年

- 巧用礼物场景来传递更温暖的品牌形象

数据15: usmile情人节营销活动, 2023年

市场规模与预测

- 个人护理小家电市场增速放缓至个位数

数据16: 个人护理小家电零售销售总额, 中国, 2017-2022年 (预估)

数据17: 个人护理小家电零售销售额预测, 中国, 2017-2027年 (预测)

市场细分

- 细分市场增速放缓

数据18: 个人护理小家电细分零售销售额, 中国, 2017-2022年 (预估)

数据19: 个人护理小家电细分增长率, 2018-2022年 (预估)

市场因素

- 消费者的财务信心缓慢回升

数据20: 人均可支配收入, 中国, 2017-2022年

数据21: 对于在未来3个月改善自己财务状况的信心, 2022-2023年

- 短期购买意愿保持稳定

数据22: 未来3个月对个人护理小家电的购买意愿, 2022-2023年

- 短视频平台快速崛起成为重要的购买渠道

数据23: 短视频用户数量及在整体网民中的渗透率, 2018-2022年

重点企业的表现

- 成熟品牌不断升级产品和服务

- 发展中品牌在细分市场中取得一席之地

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。

营销活动

- 线下体验店融入消费者生活方式
数据24: 飞利浦位于上海的线下体验店，2022年
数据25: 倍轻松新开的线下体验店，2022年
- 通过创新服务提升消费者忠诚度
数据26: 戴森升级后的售后服务，2023年
数据27: usmile以旧换新活动，2022年
- 探索细分场景下的解决方案
数据28: 品牌针对选购礼物场景的专属服务，2022年
数据29: 飞利浦露营指南及产品，2023年
- 开展基于科学的市场教育
数据30: usmile对口腔问题的解读及相应解决方案，2023年
数据31: Ulike推荐的脱毛周期，2022年

新产品趋势

- 高端化升级带来更多便利
数据32: 戴森多功能风嘴电吹风，2022年
数据33: usmile智能牙刷，2023年
- 成套产品将推动进一步增长
数据34: 倍轻松新产品套装，2022年
数据35: 包含个人护理小家电和配套产品的套餐/解决方案，2022年
- 让产品契合细分需求
数据36: 倍轻松头部按摩仪，2021年
数据37: usmile针对不同年龄段儿童的口腔护理解决方案，2022年

拥有情况与购买意愿

- 消费者的更换和购买意愿依然强烈
数据38: 个人护理小家电的拥有情况和购买意愿，2022 vs 2023年
- 年轻男性对口腔护理小家电表现出更大的兴趣
数据39: 没有但计划购买电动牙刷或水牙线/电动冲牙器（按性别和年龄区分），2023年
- 挖掘新手妈妈的需求
数据40: 没有但计划购买下列个人护理小家电（按家庭构成区分），2023年

购买驱动力

- 内部因素（尤其是为了改善个人健康状况）是主要购买驱动力
数据41: 个人护理小家电的购买驱动力，2023年
- 年轻男性希望更好地管理形象，年轻女性则更倾向于社交元素
数据42: 个人护理小家电的购买驱动力——18-24岁的女性 vs 18-24岁的男性，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。

- 外观设计/颜值或能带动消费升级
数据43: 个人护理小家电的购买驱动力——愿意为高颜值的个人护理小家电支付更高价格的用户 vs 不愿意的用户，2023年

信息与购买渠道

- 新兴渠道迎头赶上
数据44: 个人护理小家电的信息和购买渠道，2023年
数据45: 各大信息渠道“从认知到购买”的转化率，2023年
- 更多关注小红书的男性受众
数据46: 从小红书获取个人护理小家电相关的信息并购买（按性别和年龄区分），2023年
- 品牌线下门店对三世同堂家庭特别有吸引力
数据47: 从品牌线下门店获取个人护理小家电相关的信息并购买（按居住成员区分），2023年

吸引人的产品标签/宣称

- 在宣称中突出吸引人的产品特性对消费者更有吸引力
数据48: 吸引人的个人护理小家电的产品标签/宣称，2023年
- 名人/博主推荐有助于触及更多消费者
数据49: TURF分析——吸引人的个人护理小家电的产品标签/宣称，2023年
- 创新科技对高收入者最具吸引力
数据50: 吸引人的个人护理小家电的产品标签/宣称（按家庭月收入区分），2023年
- 高颜值尤其对25-29岁的消费者有吸引力
数据51: 吸引人的个人护理小家电的产品标签/宣称——高颜值（按性别和年龄区分），2023年

赠礼场景下的考虑因素

- 实用和高颜值的个人护理小家电或为理想的赠礼之选
数据52: 选购个人护理小家电作为礼物时的考虑因素，2023年
- 将25-29岁的消费者作为关键群体
数据53: 选购个人护理小家电作为礼物时的考虑因素（按年龄区分），2023年
数据54: 选购个人护理小家电作为礼物时的考虑因素——25-29岁的男性被访者 vs 25-29岁的女性被访者，2023年
- 提供高端解决方案以吸引高收入者
数据55: 选购个人护理小家电作为礼物时的考虑因素（按家庭月收入区分），2023年

对个人护理小家电的态度

- 专注品质的审慎消费呈现增势

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56: 对个人护理小家电的部分态度，2023年

- 功能始终是首要考虑因素，但高颜值可以提供附加值

数据57: 对个人护理小家电的部分态度，2023年

- 展示道德进展

数据58: 对个人护理小家电的部分态度，2023年

附录——市场规模与预测

数据59: 个人护理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, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble 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)。