

家用电器 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国家用电器市场平稳增长，反映了中国稳定的经济环境及增长的住房市场。消费者财务状况可观，从而有条件创造更轻松温馨的家居环境。提高生活质量是促使消费者使用更先进的家用电器的首要因素。例如，空气净化器和电烤箱在受访的城镇消费者中非常普及，渗透率接近50%。”

— 金乔颖，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 消费者对小众家电的接受情况
- 家用电器的线上购买
- 新零售对厨房家用电器选择的影响

中国家用电器市场稳健发展。本报告的调查范围不仅局限于常见的家用电器，也包括小众家用电器（如扫地机器人和洗碗机）的接受度。有趣的发现是，一些新型的先进产品虽然面市时间不长，但已经培养了一定规模客群。

而且，鉴于电子商务的流行，本报告还勾勒了消费者的线上和线下购物的习惯，以及他们网购家用电器的选择标准。本报告还分析了新零售对消费者选择电器的影响。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

家用电器 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

不包括

人群细分定义（按家庭月收入区分）

综述

市场

数据1: 中国家用电器市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

公司与品牌

数据2: 中国前十大家用电器品牌的市场份额，2016和2017年

消费者

空气净化器的渗透率与壁挂/立式空调不相上下

数据3: 家用电器拥有率，2018年4月

近半数消费者家中有电烤箱

数据4: 厨房家用电器拥有率，2018年4月

不可小看“提高生活质量”这一动因

数据5: 使用小众家用电器的前两大原因，2018年4月

线上和线下的争夺

数据6: 线上对比线下，2018年4月

网上购买家用电器时，售后服务最重要

数据7: 网购选择标准，2018年4月

50%的被访者表示超市是其购买食材的主要渠道

数据8: 烹饪和饮食习惯——购买食材的主要渠道，2018年4月

我们的观点

议题与洞察

消费者对小众家电的接受情况

现状

启示

数据9: 京东空气餐厅，中国，2018年6月

家用电器的线上购买

现状

启示

新零售对厨房家用电器选择的影响

现状

数据10: 厨房家用电器拥有率（按购买食材的主要渠道区分），2018年4月

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

家用电器 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据11: 快递机器人，中国，2018年

市场——您所需要了解的

一个增长平缓的市场

较低线级城市的需求

可观的财务状况和住房市场是主要推动力

市场规模与预测

家用电器市场保持稳健增长

数据12: 中国家用电器市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

城镇和农村各有侧重

数据13: 家用电器的拥有率（按城乡区分），中国，2013-2016年

市场增长动力

可支配收入增加

数据14: 人均可支配收入（按城乡区分），中国，2013-2016年

住房市场平稳增长

极端天气推动消费

数据15: 7月5日-24日全国最高气温实况图，中国，2017年

追求更环保的家用电器

线上渠道兴起

饮食习惯不断变化

重点企业——您所需要了解的

市场分化程度降低

智能家居是未来趋势

市场份额

大品牌进一步抢食市场份额

数据16: 中国前十大家用电器品牌的市场份额，2016和2017年

美的

数据17: 美的M-BOX机器人智慧电饭煲，中国，2017年

格力

数据18: 格力“节能革命”高峰论坛，中国，2018年

海尔

数据19: 卡萨帝C6洗衣机，中国，2018年

小米

数据20: 小米创业8年内部纪录片，中国，2018年

数据21: 小米新推出的米家互联网空调，中国，2018年

竞争策略

智能家居

数据22: 方太FIKS智能生活家系统，中国，2018年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

家用电器 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

针对电商大平台，推出电商定制版电器

数据23: 格力晶弘286冰箱，中国，2018年

搭乘热点

数据24: 华帝“法国队夺冠，华帝退全款”活动海报，中国，2018年

与家用电器的情感联系

数据25: 海尔宣传片《恋爱家电》第一集，日本，2018年

消费者——您所需了解的

空气净化器很重要，尤其是对有孩子的家庭而言

44%的被访者有开放式厨房

“提高生活质量”的重要性

线上比价，线下购买

除了售后服务外，一线城市的消费者还希望了解用户评论

丰富冰箱功能，吸引饮食习惯不同的高收入群体

家用电器拥有率

半数以上家庭有空气净化器.....

数据26: 家用电器拥有率，2018年4月

.....收入水平是重要区分因素

数据27: 家用电器拥有率（按家庭月收入区分），2018年4月

扫地机器人多出现在收入较高的家庭

为孩子创造更好的环境

数据28: 家用电器拥有率（按家中是否有小孩区分），2018年4月

较低线级城市的渗透机遇

数据29: 家用电器拥有率（按城市线级区分），2018年4月

家中厨房环境

中国城镇消费者家中厨房概况

数据30: 烹饪和饮食习惯——家中厨房环境，2018年4月

开放式厨房是现代厨房风格的代表

数据31: 烹饪和饮食习惯——家中厨房环境（按下列人口统计特征区分），2018年4月

厨房家用电器拥有率

常见厨房家用电器仍有市场机遇

数据32: 厨房家用电器拥有率，2018年4月

电烤箱是否小众？

开放/封闭式厨房对洗碗机和咖啡机的影响最大，而非电烤箱

数据33: 厨房家用电器拥有率（按家中厨房环境区分），2018年4月

对于富裕家庭而言，微波炉和电饭煲同等必要

数据34: 厨房家用电器拥有率（按家庭月收入区分），2018年4月

微波炉的多功能性不会影响电烤箱的普及

数据35: 电烤箱和电蒸箱的拥有率（按所有被访者和拥有微波炉的被访者区分），2018年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

家用电器 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

有孩子的消费者更倾向于添置厨房家用电器，尤其是榨汁机/手持搅拌棒

数据36: 厨房家用电器拥有率（按家中是否有小孩区分），2018年4月

不同城市线级的厨房家用电器配置相似

数据37: 厨房家用电器拥有率（按城市线级区分），2018年4月

购买小众家用电器的原因

提高生活质量是首要动因

数据38: 使用小众家用电器的前两大原因，2018年4月

哪种家用电器让富裕家庭感觉最有助于提高生活质量？

数据39: 购买小众家用电器来提高生活质量（按家庭月收入区分），2018年4月

不同线级城市的消费者会购买那些家用电器提高生活质量？

数据40: 购买小众家用电器来提高生活质量（按城市线级区分），2018年4月

购买清扫机器人和洗碗机时，省力和省时间更重要

数据41: 购买扫地机器人和洗碗机的原因，2018年4月

电烤箱、破壁机和洗衣烘衣一体机可以定位期待更多功能的消费者

数据42: 购买电烤箱、破壁机和洗衣烘衣一体机的原因，2018年4月

线上对比线下

仍习惯从实体店购物

数据43: 线上对比线下，2018年4月

谁更有可能在网上购物？

数据44: 首选线上网店购买家用电器——系数和总体的比较（按下列人口统计特征区分），2018年4月

网购选择标准

网上购物时最看重售后服务

数据45: 网购选择标准，2018年4月

不需价格战仍可吸引更多消费者

数据46: 网购选择标准——TURF分析，2018年4月

一线城市的消费者更看重用户评论

数据47: 网购选择标准（按城市线级区分），2018年4月

烹饪和饮食习惯

年龄越长，越多地承担烧饭责任

数据48: 烹饪和饮食习惯——烧饭负责人（按年龄和城市级别区分），2018年4月

超市/大卖场是购买食材的首要渠道，而非菜场

数据49: 烹饪和饮食习惯——购买食材的主要渠道，2018年4月

护肤品也存放于冰箱

数据50: 烹饪和饮食习惯——冰箱中存储的物品，2018年4月

根据不同地域设计不同的冰箱分区

数据51: 烹饪和饮食习惯——冰箱中存储的物品（按地域区分），2018年4月

高收入家庭希望冰箱里有更多细分区块

数据52: 烹饪和饮食习惯——冰箱中存储的物品（按家庭月收入区分），2018年4月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com
 电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |
 邮件: reports@mintel.com

家用电器 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

认识英敏特城市精英人群

空气净化器成为英敏特城市精英人群的必需品

数据53: 家用电器拥有情况（按消费者分类区分），2018年4月

英敏特城市精英人群偏爱西式厨房风格

数据54: 烹饪和饮食习惯——家中厨房环境（按消费者分类区分），2018年4月

数据55: 厨房家用电器拥有情况（按消费者分类区分），2018年4月

英敏特城市精英人群热衷于网上比较价格，但购买环节的渠道偏好无异于其他群体

数据56: 线上对比线下（按消费者分类区分），2018年4月

附录——市场规模与预测

数据57: 家用电器市场总销售额，中国，2013-2023年

附录——研究方法与缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com