

小家电 - 中国 - 2019年11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



“智能家电仅仅是开始。未来5年，健康和好看的产品外观设计是品牌和公司需要投入的战略性考虑因素。为了保持快速增长，这一行业的每位决策者都应考虑如何让年轻男性认识到他们未得到满足的需求。

— 施洋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 智能是消费升级的起点
- 兼具便利性的健康元素更受重视
- 年轻男性未获满足的需求已被唤醒

过去几年小家电市场经历了迅速增长，赶超大家电市场，成为决定家电市场在未来5年发展走势的基准。目前，这一市场正处于从传统小家电升级到智能家电的过程。海尔等许多传统品牌因成功渗透到智能家居市场而经历了合理增长。

但智能仅仅是开始。就小家电品类的特定需求对年轻男性进行科普教育应该是今后5年决策层讨论的议题。健康和便利也是消费者小家电需求的两个主要议题。

年轻男性渴望寻求符合他们需求又超值的智能产品，例如设计好或健康。这为小家电公司制造了有待填补的消费真空。新入行或现有的公司和品牌应该相应地规划产品研发过程，以创造先发优势。

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

小家电 - 中国 - 2019年11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

您所需要了解的

报告定义

综述

市场

数据1: 小家电市场零售额，中国，2014-2019年

数据2: 小家电市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

公司与品牌

数据3: 小家电行业十大品牌的市场份额，中国，2014-2019年

消费者

便利与健康是厨房电器行业当前和未来的两大主题

数据4: 淘宝网的防油烟产品

数据5: 厨房小家电的持有和使用情况

智能音箱、扫地机器人、智能马桶/马桶盖和无线吸尘器是最成功的创新产品

数据6: 生活小家电的持有和使用情况

消费者懒散且不会赶潮流

数据7: 使用小家电的目的

数据8: 天猫售卖的戴森超声吹风机

在不久的将来线上与线下销售共存

数据9: 购买小家电的态度

容易使用、智能化和多功能是选购小家电最重要的三个因素

数据10: 购买小家电的考虑因素

所有人口统计特征群体都在寻求更轻松的生活

数据11: 壁挂式儿童衣物洗衣机

数据12: 消费者对小家电的态度

我们的观点

议题与洞察

智能是消费升级的起点

现状

启示

数据13: 小家电行业十大品牌的市场份额，中国，2014-2019年

数据14: 选购考虑因素，CHAID分析，2019年6月

兼具便利性的健康元素更受重视

现状

启示

数据15: 松下和Layer的智能家电系列，“存在的平衡”（Balance of Being）

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

小家电 - 中国 - 2019年11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16: Airpool智能空气净化器（便携式）

数据17: 诗杭手包大小的暖风机

年轻男性未获满足的需求已被唤醒

现状

启示

数据18: 二爷博客图片1

数据19: 二爷博客图片2

数据20: 二爷博客图片3

数据21: 飞利浦洁肤仪

市场——您所需要了解的

小家电市场已到达行业生命周期的成熟阶段

消费升级带动了小家电市场增长

市场规模与预测

小家电行业更加发达

数据22: 小家电零售额，中国，2014-2019年

小家电从消费升级中获益更多

数据23: 大家电零售额vs小家电零售额，中国，2014-2019年

小家电行业增长率将于2021年触顶，随后将趋于平稳

数据24: 小家电市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

市场因素

电商的兴起推动创新

消费升级带动家电业增长

重点企业——您所需要了解的

小家电行业是年轻品牌的成功试验田

数据25: 小家电行业十大品牌的市场份额，中国，2014-2019年

便利型的健康产品是最新潮流

用年轻消费者想要的方式与其对话颇具成效

市场份额

小米是增长率最高的领先品牌

数据26: 小米的家电用品

数据27: 小家电行业十大品牌的市场份额，中国，2014-2019年

竞争策略

研发重返校园成为新趋势

数据28: 老板电器Cooking 2025创新设计营

高端产品不仅仅是最先进的产品

数据29: “幸福公约”1-3

数据30: “幸福公约”2-3

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

小家电 - 中国 - 2019年11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31: “幸福公约”3-3

数据32: 海尔快闪店

数据33: 海尔快闪店内部设计

数据34: 海尔快闪店展示间

自动化使烹饪更快更好

数据35: Mellow烹饪机

数据36: 福维克烹饪机的12种烹饪模式

数据37: 福维克料理机

用年轻消费者的语言与之对话是关键

数据38: 小熊电器的直播秀

数据39: 小熊电器的明星代言张艺兴

谁在创新？

我要便携

数据40: Airpool SMART Reindeer智能空气净化器（便携式）

数据41: 诗杭手包大小的暖风机

数据42: 九阳便携式破壁机

数据43: 京东售卖的美的便携式洗碗机

数据44: 极米便携式投影仪H2

数据45: 极米皓Lune 4K投影仪

传递健康的生活方式

数据46: 松下和Layer的智能家电系列，“存在的平衡”（Balance of Being）

数据47: 三星衣物护理机

数据48: LG智能衣橱

数据49: 飞利浦空气炸锅

数据50: 九阳空气炸锅

数据51: 美的空气炸锅

数据52: 奥克斯烘鞋器

消费者——您所需要了解的

持有和使用情况

数据53: 厨房小家电的持有和使用情况

数据54: 生活小家电的持有和使用情况

购买因素

数据55: 购买小家电的考虑因素

消费者态度

数据56: 壁挂式儿童衣物洗衣机

数据57: 消费者对小家电的态度

持有和使用情况：厨房小家电

便利与健康是厨房电器行业当前和未来的两大主题

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

小家电 - 中国 - 2019年11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58: 淘宝网的防油烟产品

数据59: 厨房小家电的持有和使用情况

面包机受到年轻消费者关注

数据60: 巴慕达烤面包机的5种烘烤模式

数据61: 有兴趣购买面包机的消费者 (按年龄区分)

男性和女性的健康意识决定了他们对相关产品的接受度

数据62: 榨汁机和豆浆机高频用户的性别构成

持有和使用情况: 生活小家电

智能音箱、扫地机器人、智能马桶/马桶盖和无线吸尘器是最成功的创新产品

数据63: 生活小家电的持有和使用情况

有兴趣使用智能家电清扫居室的消费者群体有限

数据64: 小家电持有情况变化, 2018年vs 2019年

城市线级不是影响消费者持有和使用生活小电器频率的要素

数据65: 高频使用的生活小家电的持有和使用情况 (按城市线级区分)

厨房小家电的使用情况不如生活小家电

数据66: 使用率高的小家电

消费目的

消费者懒散且不会赶潮流

数据67: 购买小家电的目的

数据68: 天猫售卖的戴森超声吹风机

数据69: 戴森使用的创新材料, 天猫

性别不是购买小家电的影响要素

数据70: 购买小家电的目的 (按性别区分)

数据71: 斐洛尔男士洁面刷

购买态度

在不久的将来线上与线下销售共存

数据72: 购买小家电的态度

年轻男性可能成为战略客户群

数据73: 购买态度 (按性别和年龄区分)

数据74: 购买态度 (按性别区分)

品牌和公司可以瞄准家居饰品爱好者来加强产品渗透

数据75: 购买小家电的态度 (按留意家居饰品的消费者区分)

购物渠道便利能刺激大家电和小家电捆绑销售

数据76: 大家电购买渠道 (按同时购买大家电和小家电的消费者区分)

数据77: 苏宁家电节海报

数据78: 海尔智能家电节

购买因素

容易使用、智能化和多功能是3个最重要因素

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

小家电 - 中国 - 2019年11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79: 购买小家电的考虑因素

建立品牌忠诚度不易；男性欣赏设计的能力已觉醒

数据80: 购买小家电的考虑因素（按性别和年龄区分）

智能科技带来便利轻松的家居生活

数据81: 选购考虑因素的关键动因，2019年6月

瞄准科技控能加强设计好的产品的市场渗透

数据82: 选购考虑因素，CHAID分析，2019年6月

数据83: 选购考虑因素，2019年6月

消费者态度

所有人口统计特征群体都在寻求更轻松的生活

数据84: 壁挂式儿童衣物洗衣机

数据85: 消费者对小家电的态度

小家电更能彰显品位

数据86: 消费者对小家电的态度

小家电应该尝试为有孩子的家庭提供乐趣

数据87: 认为小家电应该让生活更好玩的消费者（按家庭构成区分）

男性开始认识到他们未获满足的需求

数据88: 认为市面上应该有更多针对特定人群的小家电产品的消费者（按年龄和性别区分）

数据89: 二爷博客图片1

数据90: 二爷博客图片2

数据91: 二爷博客图片3

数据92: 飞利浦洁肤仪

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更有可能为智能和创新花钱

数据93: 购买小家电的考虑因素（按消费者分类区分）

年轻的英敏特城市精英人群经验少、有主见

数据94: 购买小家电的考虑因素（按消费者分类和年龄区分）

数据95: 使用小家电的目的（按消费者分类和年龄区分）

附录——市场规模与预测

数据96: 小家电市场预测，2014-2019年

数据97: 小家电市场预测，2014-2019年

附录——研究方法缩写

研究方法

扇形图预测

附录——关键动因分析

研究方法

分析数据说明

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

小家电 - 中国 - 2019年11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98: 选购考虑因素的关键动因，2019年6月

附录——CHAID分析

研究方法

分析数据说明

数据99: 选购考虑因素，2019年6月

附录——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