

小家电 - 中国 - 2020年10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



“小家电将是整个家电行业未来的增长引擎，也是品牌关注的焦点。随着消费者对健康和美好生活的追求不断提升，具备新功能、新技术、新设计的创新小家电将更加受到市场的青睐。虽然消费者主要通过线上渠道购买小家电，但实体店仍然是他们挑选产品的重要渠道，也为他们提供更完善的购物体验。此外，智能化是小家电发展的必然趋势，品牌可以加大对渠道和智能家居生态系统的投入以吸引消费者。”

— 施洋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

受新冠疫情影响，目前小家电市场的零售总额略有下降；但在另一方面，疫情也加速了消费者在小家电领域进行消费升级的意愿。消费者的消费升级意愿可以分为两部分来看待。

消费者认为家居能体现自己的美学品味，并且未来也会更看重智能家居的理念。同时消费者，尤其是男性消费者在购买高端小家电时会将设计列为重点考虑因素。

消费者升级大家电的意愿也让品牌开始关注小家电的升级。随着消费者对自我身份认同的探索不断加深，品牌利用IP联名产品等方式让各类细分消费者群体与他们的产品特点产生共鸣变得愈发重要。

对于高端产品的界定，三线城市的消费者与一线城市的消费者有着不同的认知。三线城市的消费者认为多功能属于高端产品的特点之一，而一线城市的消费者则持不同观点。小家电品牌也要相应地调整渠道策略。

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@intel.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 - 2020年10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

本报告涵盖

综述

市场

新冠疫情对小家电市场的影响

数据1: 新冠疫情对小家电行业的短期、中期和长期影响，2020年10月

小家电仍是整个家电行业的增长引擎

数据2: 小家电零售额，中国，2015-2020年预估值

小家电行业经历快速增长

数据3: 中国小家电零售总额和预测（基于当前价格），2015-2025年

公司与品牌

各大品牌积极开展跨领域合作

设计与技术是核心竞争力

消费者

首要关注健康

数据4: 指定厨房小家电的持有和使用情况，2020年8月

清洁类小家电销售前景广阔

数据5: 生活小家电的持有和使用情况，2019年6月 vs 2020年8月

线上渠道流量最大

数据6: 购买小家电的渠道，2020年8月

在购买小家电时，价格并非最重要的考虑因素

数据7: 购买小家电的考虑因素，2020年8月

用户体验领域的产品创新意义重大

数据8: 创新产品特点，2020年8月

技术和设计对于高端化至关重要

数据9: 高端产品的定义，2020年8月

我们的观点

议题与洞察

健康元素广为盛行

现状

启示

消费者的生活方式对便利性和设计感提出更高要求

现状

启示

数据10: 摩飞电器自动清洁刀具盒，2020年5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

小家电 - 中国 - 2020年10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

市场——您所需要了解的

小家电仍是整个家电行业的增长引擎

消费升级的不同表现

市场规模与预测

小家电仍是整个家电行业的增长引擎

数据11: 小家电零售额，中国，2015-2020年预估值

消费升级推动满足个性化需求的优质产品

数据12: 中国小家电零售总额和预测（基于当前价格），2015-2025年

市场增长动力

消费者因疫情期间的居家生活对小家电愈发关注

健康意识推动市场增长

智能家电系统为消费者提供便利

结合中国文化进行营销

重点企业——您所需要了解的

本土品牌之间的竞赛

IP联名产品是有效途径

关注单身经济

领先品牌的市场表现

美的

数据13: 小米触屏显示器，2020年10月

九阳

苏泊尔

数据14: 哆啦A梦和苏泊尔联名

戴森

小米

竞争策略

满足细分群体的个性化需求

设计与技术是核心竞争力

IP联名产品是有效途径

数据15: Line friends和九阳联名，2020年10月

数据16: 哆啦A梦和苏泊尔联名，2020年10月

以渠道为导向的产品开发

谁在创新？

乐扣乐扣进军小家电领域

数据17: 乐扣乐扣厨房小家电，2020年7月

单身经济

数据18: 小熊电器，2020年10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

小家电 - 中国 - 2020年10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

高科技巨头进入小家电市场

数据19: 力博得 (Lebooo) 电动牙刷携手华为HiLink, 2020年1月

消费者——您所需要了解的

健康与便利性

家用清洁电器广受欢迎

线上渠道占据主导地位

多功能是刺激购买最重要的因素

产品需要方便清洁

厨房小家电的持有和使用情况

健康理念对于厨房小家电至关重要

数据20: 指定厨房小家电的持有和使用情况, 2020年8月

购买减少, 但使用更频繁

数据21: 持有比例和高频用户的比例, 2020年8月

针对早餐机显现的性别差异

数据22: 早餐机的持有和使用情况, (按年龄层、个人月收入 and 婚姻状况区分), 2020年8月

电压力锅在年轻消费者群体中具有潜在吸引力

数据23: 电压力锅和电炖锅的持有量, 2019年6月对比2020年8月

数据24: 电炖锅的持有量 (按就业企业类型和教育程度区分), 2020年8月

生活小家电的持有和使用情况

个人护理小家电大受欢迎, 地板清洁产品销售也一路走高

数据25: 生活小家电的持有和使用情况, 2019年6月 vs 2020年8月

扫地机器人和无绳吸尘器不难抉择

数据26: 每周至少使用一次扫地机器人或无绳吸尘器的消费者 (按年龄层、婚姻状况和城市线级区分), 2020年8月

个人护理小家电更受女性青睐

数据27: 每周至少使用一次指定家电的消费者 (按性别区分), 2020年8月

渴望健康的空气质量

数据28: 拥有一台空气净化器, 且过去6个月每周至少用1次 (按城市线级和婚姻状况区分), 2020年8月

购买渠道

线上渠道是购买小家电的主要途径

数据29: 购买小家电的渠道, 2020年8月

男性消费者热衷于通过网购探索信息

数据30: 购买小家电的渠道 (按性别区分), 2020年8月

家庭购物

数据31: 购买小家电的渠道 (按婚姻状况区分), 2020年8月

选购考虑因素

多功能和智能化是两个最重要的因素

数据32: 购买小家电的考虑因素, 2020年8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

小家电 - 中国 - 2020年10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

两性的关注重点不同

数据33: 购买小家电的考虑因素（按性别和年龄区分），2020年8月

家用电器在家居环境中的作用不仅体现在功能方面

数据34: 指定选购考虑因素（按住房面积区分），2020年8月

创新产品特点

节省在清洁上花费的时间

数据35: 创新产品特点，2020年8月

数据36: 九阳无需手动清洗的豆浆机系列，2020年8月

看待创新产品特点方面的性别差异

数据37: 创新产品特点（按性别区分），2020年8月

高端特点不仅能吸引月收入高的消费者

数据38: 创新产品特点（按家庭月收入区分），2020年8月

高端产品的定义

产品功能仍然是高端化的首要考虑因素

数据39: 高端小家电的主要特点，2020年8月

年轻消费者更倾向于将智能化归类为高端特点

数据40: 高端产品的定义（按年龄区分），2020年8月

高收入人群对高端产品的定义

数据41: 高端产品的定义（按家庭月收入区分），2020年8月

三线及以下城市仍需要品牌营销

数据42: 高端产品的定义（按城市线级区分），2020年8月

认识英敏特城市精英人群

品牌独立专卖店是增长途径

数据43: 购买小家电的渠道（按消费者分类区分），2020年8月

轻便不被视为高端产品的特点

数据44: 消费者愿意支付更高价格的产品特点，2020年8月

附录——研究方法和缩写

研究方法

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