

中国小家电行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国小家电行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/670629.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、行业基本概述

小家电也可以被称为软家电，一般是指除了大功率输出的电器以外的家电，一般这些小家电都占用比较小的电力资源，或者机身体积也比较小。按照小家电的使用功能，可以将其分为厨房小家电产品、家居家电产品、个人生活小家电产品、个人使用数码产品四类。

二、行业市场发展情况

1、从爆红到爆冷，小家电的“寒风”来袭显然已成定势

我国小家电开始发展于20世纪初，近年经历了从无到有、从有到优的历程，从简单的电动牙刷到高端的智能音箱，小家电在我们的生活中扮演着越来越重要的角色。目前小家电已经成为我们日常生活中不可或缺的一部分，且进入多品类、高质量、智能化的全新阶段。

资料来源：观研天下整理

近年在新经济、新消费习惯的共同催化下，兼具高颜值、智能化、个性化等特点的小家电正逐渐成长为家电市场增长的重要动力。尤其是过去三年间，宅经济的爆发带火了酸奶机、煮蛋器、豆浆机、空气炸锅、养生壶等一众外观小巧、功能丰富、价格相对便宜的小家电。根据相关资料显示，00后可以被称为“全能懒人”。90%的00后都选择不做饭，而79.5%的95后则是“家务指挥专家”。于是这些构造轻巧、外表精致、功能直观、操作简单的小家电在精准营销下被迅速种草出圈。例如2022年突然爆火的洗鞋机，其高峰时期的同比销量涨幅超过700%。

数据显示，2017-2021年我国小家电行业市场规模整体上涨趋势明显，五年间复合增长率达到8.72%。数据显示，2021年我国小家电行业市场规模为1719亿元，同比增长11.3%。

数据来源：观研天下整理

但进入2022年，随着年轻人走出家门回归工作岗位，小家电们却步入了艰难时刻，曾经在小红书上代表精致美好生活，几乎人手一台的“网红小家电”，成为了闲鱼平台上的“闲置*”，小家电行业也正经历从爆红到爆冷的“变脸剧情”。在2022年年初，闲鱼公布过一份“十大无用商品”的扫雷名单，破壁机便是其中之一。而在近一年的时间内，若是以“用不上”“积灰了”为转卖理由的商品种类进行数量统计，空气炸锅更是久居榜首。

以厨房小家电为例，2022年我国厨房小家电零售额520.3亿元，同比下降6.7%；零售量22049万台，同比下降12.7%。该数据已经是小家电品类在2021年高歌猛进后，连续第二年出现下降的趋势。2023年1-9月我国厨房小家电整体零售额388.6亿元，同比下降9.6%，零售量18860万台，同比下降0.5%。其中空气炸锅品类的“拦腰斩”零售额规模大幅下降44.2%，对整个行业的走势产生较大的影响。

数据来源：奥维云网，观研天下整理

数据来源：奥维云网，观研天下整理

并且进入2023年后，清洁电器行业也出现增长乏力的现象。根据行业数据显示，2023年上半年，清洁电器行业国内市场全渠道零售额达150亿元，同比增长仅为3%。这些数据与微观层面企业的经营情况一致，从目前已公布业绩的三家小家电来看：2023年上半年苏泊尔实现营业收入99.83亿元，同比下降3.31%，归母净利润为8.81亿元，同比下降5.6%；九阳股份营业收入43.18亿元，同比减少8.34%，归属于上市公司股东的净利润2.47亿元，同比减少28.66%。

针对小家电市场遇冷的问题，有分析认为一是年轻人变“懒”了，二是行业过度透支消费者潜力的后遗症；三是从产品端看，小家电频繁遭遇闲置，其背后的根本问题在于产品功能属性过于单一，例如凭借“一键烹饪”在社交媒体上独树一帜，正处于手艺不够、外卖难凑的年轻人，空气炸锅成为了彼时的救命神器。但是，在实际调研中，更多的人在初始体验过炸鸡、炸薯条后，之后的用处也仅仅是炸烤肠了。而在2023年初彻底放开后，外卖以及外出就餐需求的回升，空气炸锅更是被遗忘在了角落。

2、为了挽回颓势，扩充品类+拓展新的流量红利成为厂家们转型探索之一

在这种情况下，小家电厂商们为了重焕生机，其实也做了不少尝试，但暂时小家电厂商们在国内暂时还没能寻找到新出路。目前为了挽回颓势，有些厂商选择扩充品类，发力多元化转型，并试图通过提高售价和毛利率拉动市场增长。比如2021年底，小熊电器宣布撤销电动电器事业部和锅煲事业部，并在此基础上成立婴童用品事业部，原个护产品部升级为个护健康事业部。重组后，增加母婴类产品数量的投入产出。此外还先后切入电饭煲、电热水壶等“大家电”赛道。但不过多元转型道阻且长，在小熊电器发布的2022年财报中显示，厨房小家电仍是小熊电器主要收入来源，全年营收占比超过80%。而小熊电器过去两年努力研发的加湿器、按摩器等生活类电器营收占比尚不足10%。

除了发力多元化转型外，拓展新的流量红利也是厂家们转型探索之一。近年来伴随着互联网基础设施与物流基础设施的完善、移动终端购物的普及和80、90后成为新兴消费主力军，电商平台已经成为小家电最为重要的销售渠道之一。使得我国小家电网购市场规模逐渐扩大，销售量和销售额都实现了较快增长。有相关数据显示，2017-2022年我国小家电线上销售量比重从61%增长到91%。

数据来源：观研天下整理

在此环境下苏泊尔加大了电商“一盘货”模式建设，并积极布局抖音、快手等新兴社交电商平台；九阳也积极拥抱内容电商，加大了在抖音、小红书、微博等内容平台的投入力度，并根据品类、客群、渠道的不同，对相应的线上品牌旗舰店和直播间进行拓展；小熊电器在深化天猫、京东等主流电商平台时，也积极拓展新兴社交电商渠道，以确保全方位触达消费者。

而虽然扩充品类与销售渠道是提升业绩的重要手段，但是目前小家电市场面临的则是护城河之争。因为不容忽视的事实是，小家电产品的更新迭代快，生命周期短，细节创新，使用体验才是竞争的关键，这也必然要求小家电企业加大技术研发投入力度来提升产品竞争力与附加值，增加小家电产品的智能化水平。因此比起抛开品牌号召力、产品定位和销售渠道这些因素不谈，产品质量和技术含量，永远是家电厂商最坚实的护城河。在产品研发和供应链升级上的竞争则是决定厂商未来在市场中角色，这不仅关系到产品的产能和良率，也是压缩成本和提高毛利率的必要前提。（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国小家电行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国小家电行业发展概述

第一节 小家电行业发展情况概述

一、小家电行业相关定义

二、小家电特点分析

三、小家电行业基本情况介绍

四、小家电行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、小家电行业需求主体分析

第二节中国小家电行业生命周期分析

- 一、小家电行业生命周期理论概述
- 二、小家电行业所属的生命周期分析

第三节小家电行业经济指标分析

- 一、小家电行业的赢利性分析
- 二、小家电行业的经济周期分析
- 三、小家电行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球小家电行业市场发展现状分析

第一节全球小家电行业发展历程回顾

第二节全球小家电行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲小家电行业地区市场分析

- 一、亚洲小家电行业市场现状分析
- 二、亚洲小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲小家电行业市场前景分析

第四节北美小家电行业地区市场分析

- 一、北美小家电行业市场现状分析
- 二、北美小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美小家电行业市场前景分析

第五节欧洲小家电行业地区市场分析

- 一、欧洲小家电行业市场现状分析
- 二、欧洲小家电行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲小家电行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界小家电行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球小家电行业市场规模预测

第三章 中国小家电行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对小家电行业的影响分析

第三节中国小家电行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对小家电行业的影响分析

第五节中国小家电行业产业社会环境分析

第四章 中国小家电行业运行情况

第一节中国小家电行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国小家电行业市场规模分析

一、影响中国小家电行业市场规模的因素

二、中国小家电行业市场规模

三、中国小家电行业市场规模解析

第三节中国小家电行业供应情况分析

一、中国小家电行业供应规模

二、中国小家电行业供应特点

第四节中国小家电行业需求情况分析

一、中国小家电行业需求规模

二、中国小家电行业需求特点

第五节中国小家电行业供需平衡分析

第五章 中国小家电行业产业链和细分市场分析

第一节中国小家电行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、小家电行业产业链图解

第二节中国小家电行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对小家电行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对小家电行业的影响分析

第三节我国小家电行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国小家电行业市场竞争分析

第一节中国小家电行业竞争现状分析

一、中国小家电行业竞争格局分析

二、中国小家电行业主要品牌分析

第二节中国小家电行业集中度分析

一、中国小家电行业市场集中度影响因素分析

二、中国小家电行业市场集中度分析

第三节中国小家电行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国小家电行业模型分析

第一节中国小家电行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国小家电行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国小家电行业SWOT分析结论

第三节中国小家电行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国小家电行业需求特点与动态分析

第一节中国小家电行业市场动态情况

第二节中国小家电行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节小家电行业成本结构分析

第四节小家电行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国小家电行业价格现状分析

第六节中国小家电行业平均价格走势预测

- 一、中国小家电行业平均价格趋势分析
- 二、中国小家电行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国小家电行业所属行业运行数据监测

第一节中国小家电行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国小家电行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国小家电行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国小家电行业区域市场现状分析

第一节中国小家电行业区域市场规模分析

- 一、影响小家电行业区域市场分布的因素
- 二、中国小家电行业区域市场分布

第二节中国华东地区小家电行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区小家电行业市场分析

(1) 华东地区小家电行业市场规模

(2) 华东地区小家电行业市场现状

(3) 华东地区小家电行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区小家电行业市场分析

(1) 华中地区小家电行业市场规模

(2) 华中地区小家电行业市场现状

(3) 华中地区小家电行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区小家电行业市场分析

(1) 华南地区小家电行业市场规模

(2) 华南地区小家电行业市场现状

(3) 华南地区小家电行业市场规模预测

第五节华北地区小家电行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区小家电行业市场分析

(1) 华北地区小家电行业市场规模

(2) 华北地区小家电行业市场现状

(3) 华北地区小家电行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区小家电行业市场分析

(1) 东北地区小家电行业市场规模

(2) 东北地区小家电行业市场现状

(3) 东北地区小家电行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区小家电行业市场分析
 - (1) 西南地区小家电行业市场规模
 - (2) 西南地区小家电行业市场现状
 - (3) 西南地区小家电行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区小家电行业市场分析
 - (1) 西北地区小家电行业市场规模
 - (2) 西北地区小家电行业市场现状
 - (3) 西北地区小家电行业市场规模预测

第十一章 小家电行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国小家电行业发展前景分析与预测

第一节中国小家电行业未来发展前景分析

一、小家电行业国内投资环境分析

二、中国小家电行业市场机会分析

三、中国小家电行业投资增速预测

第二节中国小家电行业未来发展趋势预测

第三节中国小家电行业规模发展预测

一、中国小家电行业市场规模预测

二、中国小家电行业市场规模增速预测

三、中国小家电行业产值规模预测

四、中国小家电行业产值增速预测

五、中国小家电行业供需情况预测

第四节中国小家电行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国小家电行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国小家电行业进入壁垒分析

一、小家电行业资金壁垒分析

二、小家电行业技术壁垒分析

三、小家电行业人才壁垒分析

四、小家电行业品牌壁垒分析

五、小家电行业其他壁垒分析

第二节小家电行业风险分析

一、小家电行业宏观环境风险

二、小家电行业技术风险

三、小家电行业竞争风险

四、小家电行业其他风险

第三节中国小家电行业存在的问题

第四节中国小家电行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国小家电行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国小家电行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国小家电行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 小家电行业营销策略分析

一、小家电行业产品策略

二、小家电行业定价策略

三、小家电行业渠道策略

四、小家电行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202310/670629.html>