

2018

全国小家电线上市场发展报告



CONTENTS

- 01 全国小家电市场综述
- 02 全国小家电线上市场概况
- 03 全国各类型小家电线上市场发展概况
- 04 全国各类型小家电线上市场消费者分析
- 05 慈溪小家电线上市场发展现状和趋势
- 06 慈溪小家电线上市场地位和发展机会



第一章：

全国小家电市场综述

小家电是指除彩电、空调、冰箱、洗衣机之外体积比较小的家电产品，应用于人们家居生活的各个方面。

小家电概念及定义

- 小家电是指除彩电、空调、冰箱、洗衣机之外体积比较小的家电产品，应用于人们家居生活的各个方面。根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》，把小家电归入家用电力器具制造（国家统计局代码385）。行业下有以下子行业，分别是家用通风电器具制造（C3853），家用厨房电器具制造（C3854），家用美容、保健护理电器具制造（C3856），其他家用电力器具制造（C3859）。

小家电分类/产品

厨卫小家电



主要包括电磁炉，净水器，搅拌机，净水器，微波炉，电饭煲，电热水壶，榨汁机，料理机，豆浆机，面包机，智能厨房电器等。

家居小家电



主要包括电风扇，吸尘器，扫地机器人，除湿器，空气净化器，挂烫机，加湿器等。

个人护理小家电



主要包括电动牙刷，剃须刀，电吹风，牙齿美白仪，头部按摩仪，眼部按摩仪等。

小家电市场发展环境分析

• 政策因素

- 在《轻工业发展规划2016-2020》中对家电行业（特包含小家电）有三个重点任务：一，大力实施“三品”（增品种，提品质，创品牌）；二，增强自主创新能力；三，积极推动智能化发展。“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段，是深入贯彻党的十八大和十八届三中、四中和五中全会精神，全面落实《中国制造2025》和推进供给侧结构性改革部署的重要阶段。同时加大市场环境治理力度，加大财税政策支持力度，加大金融政策支持力度，加强产业政策引导。

• 经济因素

- 随着可支配收入以及生活水平的提高，国内消费的主力军逐步由新一代的年轻中产阶层组成。这一群体主要是80后，他们受教育程度与上一代有着量与质的飞跃，在消费观念上受广告影响较大，注重科技、时尚与生活方式的结合。与此同时，国家大力开展新农村建设，努力促进农村居民收入的增长，提高广大农民的生活水平，未来中国县、乡、镇以及农村市场的消费能力将会迅速增长。

• 社会因素

- 国内市场庞大的人口基数、目前较低的户均小家电拥有量、小家电产品更新换代频率加快的趋势，以及居民可支配收入的增长，将给小家电行业在未来较长时期的稳定发展提供充沛的动力。

• 科技因素

- 技术创新使得小家电企业能够持续、快速推出新产品，国内消费需求升级使得小家电行业趋于个性化、多样化和智能化发展；但国内小家电企业在核心技术水平上差异较大，有创新能力、研发投入较大的企业相对较少。

小家电产业链介绍

上游行业

小家电行业

下游行业

钢材、塑料等
大宗原材料

直接材料和
零配件供应

生产制造
工艺设计

市场营销
品牌维护

渠道商

消费者

- 由于原材料成本在小家电总成本中占比较高，上游行业对小家电行业的影响主要表现在价格变化直接影响到小家电行业的采购成本，从而影响行业的盈利能力。上游行业成本的变动迫使小家电行业在未来几年更加注重品质和创新。
- 小家电的下游行业主要是销售渠道，包括专业经销商、零售卖场、购物网站等；《2018年上半年家电网购分析报告》显示，2018年上半年，我国B2C家电网购市场（含移动端）规模达2641亿，同比增长22%，规模是2013年上半年的5倍。线上线下融合，场景化消费成为了行业未来发展趋势。



国内小家电市场上升空间明显，已经步入消费升级新阶段

- 从小家电行业整体保有量来看，欧美发达市场小家电品类约为 200 种，而我国不到 100 种。中国家庭平均小家电拥有量不到 10 件，低于欧美国家每户 20-30 件的水平。从个人护理小家电普及率的角度，2016 年中国大陆每100户家庭拥有 30 台个人护理小家电，相较美国（354 台/百户）、日本（126 台/百户）、中国香港（164 台/百户）、中国台湾（128 台/百户）等成熟市场上升空间较大，中国大陆小家电保有量差距明显。

- 我国小家电行业已步入消费升级新阶段，原因如下：**

1. 整体经济层面：我国整体的经济和收入水平已经达到足以支持小家电消费升级的程度；
2. 消费者层面：当下我国家电行业面对的主要消费者群体的消费特征有所改变，以80/90后为主，有助于小家电的消费升级；
3. 行业层面：主要品类如厨卫市场普及程度较高，为小家电创造了足够的升级空间。

注：数据来源：公开资料



线上线下小家电市场继续向智能化创新的方向延续

- 在小家电方面，品牌厂商们借IFA博览会的平台推出了不少新品：来自韩国的品牌OZEN推出了真空料理机的概念；博朗在电熨斗上安装了能够自动识别衣料材质并自动调节温度的“iCareTec5”智能控制系统；三星针对高端市场，推出了新款具有超高吸力的手推式吸尘器POWERstick PRO；带智能导航功能的扫地机器人成为科沃斯、iRobot等品牌的主推产品；可以看到未来小家电产品将继续向智能化创新的方向延续。
- 捷孚凯(GfK)最新零售数据显示，全球线下及线上市场超过一半的增长源自于中国市场，中国消费者的消费实力不容小觑。全球小家电市场的需求也持续攀升，2017年上半年，除北美地区外的全球市场仍然保持着8.4%的同比增长，零售额达215亿欧元。《2018年中国小家电行业市场前景研究报告》显示，2017年中国小家电行业市场规模达到了3155亿元，同比增长12.52%；2012-2017年中国小家电行业市场规模年均复合增长率为13.5%，预计2018年小家电行业市场规模将突破3500亿元。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17178

