

成小家电消费主力



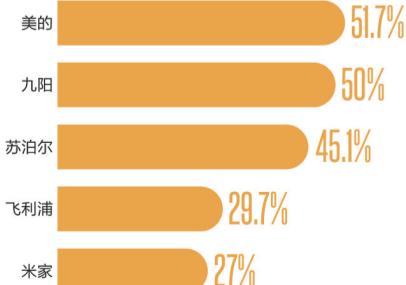
03

低油易操作,空气炸锅晋升主流

小家电潮流在近两年迅速崛起,以空气炸锅为代表的厨房类小家电,更是成为了无数想“躺平”宅家群体的福音。把吸油纸或者锡纸垫在底部,将食物加上简单的调味放进去10-20分钟即可享受美味,也是当代单身独居人士最喜欢的小家电单品。

与此同时,因为疫情影响,促使

哪个品牌的小家电购买率更高?

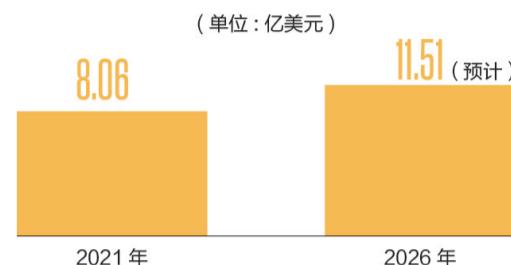


消费者对健康概念更为重视,这为具有健康属性的小家电带来了更多新机会。在小家电界,作为“提升家庭幸福感及品质”代表产品的空气炸锅,则越来越受到人们欢迎。消费升级驱动下,我国的空气炸锅价格变得“平民化”,同时民众接受程度更高,再加上00后逐渐成为市场消费主力,毕竟他们家庭烹饪技能还不是研究得非常透彻,加上更多是想“偷懒”也能吃到美味饭菜的想法,他们对于厨房小家电的需求也越来越高,因此,未来市场消费潜力仍较大。根据中研普华产业研究院《2022-2027年中国小家电行业市场全景调研与发展前景预测报告》显示,空气炸锅在国外市场先发售,国内市场起步较晚,2021年线上销售额为46.29亿元,同比增长32.87%。但在全球,2021年空气炸锅市场规模

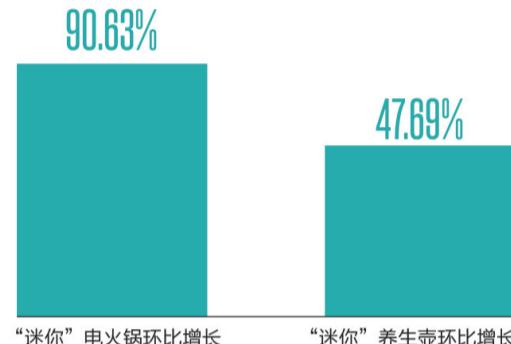
达到8.06亿美元,而随着空气炸锅的进一步普及,未来市场规模有望持续增长,预计2026年全球市场规模达到11.51亿美元。

而根据智研咨询《2022-2028年中国空气炸锅行业市场全景调研及投资规模预测报告》显示,2021年中国空气炸锅成交额约为20.61亿元,同比下降2%。同时在抖音和快手两个平台,2021年空气炸锅是厨房小家电行业销售额第一的品类,合计销售额15.7亿元,在厨房小家电品类中占比20.7%。2022年1月至2月,空气炸锅占线上销售额的11.1%。国内居民饮食消费逐步向健康饮食发展,空气炸锅相对于传统油炸食品,减少了油脂的摄入,满足了大家对于油炸食品的饮食需求,同时也促使国内空气炸锅需求量迅速上升,因而晋升成为了小家电的主流。

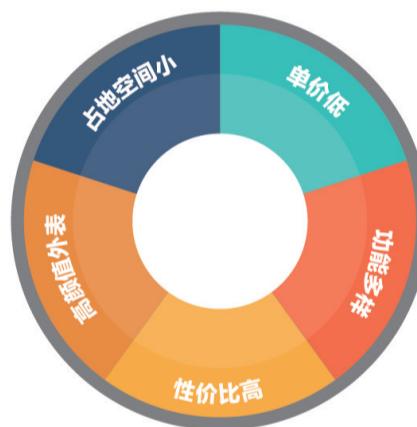
追求少油饮食,全球空气炸锅规模增大



双十一的小家电也是抢购单品



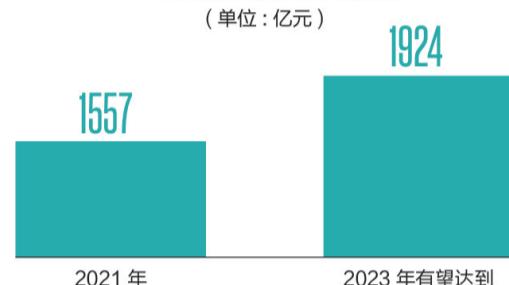
小家电受欢迎的因素



智能小家电近年更受热捧



中国智能小家电市场规模



98.1%

受访消费者购买智能小家电

64.7%

受访消费者觉得智能小家电满足预期

谁在购买中国智能小家电?



收入和教育水平较高,消费理念年轻化,对家居质量提出了新要求:消费者大多具有中等及以上收入水平,多分布于一二线和新一线等高线级城市

75.5%

数据来源

艾媒咨询《2022-2023年中国智能小家电行业消费趋势监测与案例研究报告》、《2022年中国消费者购买过的十大智能小家电品牌》、中研普华产业研究院《2022-2027年中国小家电行业市场全景调研与发展前景预测报告》、JungleScout《2021年全球小家电行业发展报告》、智研咨询《2022-2028年中国空气炸锅行业市场全景调研及投资规模预测报告》、苏宁易购、抖音、快手。

