

中国小家电行业现状深度分析与发展前景研究报告 (2025-2032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《中国小家电行业现状深度分析与发展前景研究报告（2025-2032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/202501/739775.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

前言：在“以旧换新”“渠道拓宽”“国补”等行动推进，我国小家电市场增量可期，2027年市场规模将达到5392亿元。同时，截止2022年，我国每个家庭平均拥有的小家电数量达到9.5个，对比欧美家庭超过30个的数量，差距仍较大，国内市场需求尚未饱和，而这主要是由消费环境、厂商以及小家电产品本身等多方面因素共同促成的。因此，各大小家电品牌积极补救，出海、以价换量策略成为选择。

1、小家电种类丰富

小家电是指具备体积较小、使用方便、低耗、价廉等特点的小型家用电器。根据产品的功能和用途，小家电分为厨房小家电、家居小家电、个人护理小家电三类。小家电产品丰富多样，新兴品类不断涌现，如料理机、咖啡机、早餐机、空气炸锅、酸奶机等厨房小家电，洗地机、内衣清洗机、除螨仪、干衣机等家居小家电，离子梳/电动梳/造型梳、护发仪、电动牙刷、水牙线/家用冲牙器、电子喷雾器、电子美牙产品等个人护理小家电，成为品牌商进入小家电市场的良好切入点。

小家电分类

品类

成熟品类

新兴品类

厨房小家电

煮蛋器、豆浆机、电热水壶、电磁炉、电饭煲、电饼铛、烤饼机消毒碗柜、榨汁机、电火锅、微波炉等

料理机、咖啡机、早餐机、空气炸锅、酸奶机

家居小家电

扫地机、电风扇、音响、吸尘器、电暖器加湿器、空气清新器、饮水机净水器等

洗地机、内衣清洗机、除螨仪、干衣机

个人护理小家电

电吹风、电动剃须刀电熨斗、电子美容仪、电子按摩器等

离子梳/电动梳/造型梳、护发仪、电动牙刷、水牙线/家用冲牙器、电子喷雾器、电子美牙产品

资料来源：观研天下整理

2、我国厨房小家电市场增长回归理性

其中，在疫情居家隔离的影响后，随着社会生活逐渐恢复正常，厨房小家电市场增长回归理性。根据数据显示，2019-2023年我国厨房小家电全品类零售额由672.8亿元下降至549.3亿元，预计2024年我国厨房小家电全品类零售额为560.5亿元。

数据来源：观研天下整理

3、“以旧换新”“渠道拓宽”“国补”等行动推进，小家电市场增量可期

小家电作为我国家电行业重要分支和智慧家居产业的重要组成部分，支持政策贯穿“十一五”规划至“十四五”规划。国务院、国家发改委、工信部等多部门陆续出台政策文件，支持、规范小家电行业高质量发展，内容涉及释放家电消费潜力、支持家电“以旧换新”、推进绿色智能家电下乡等方面。2024年3月，国务院印发《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》（国发〔2024〕7号），提出实施汽车、家电、家装等消费品以旧换新行动，有望有效拉动国内存量家电市场更新需求释放。同时，目前家电“国补”多个省份涉及厨房小家电产品，如蒸烤箱、微波炉、电饭煲、咖啡机、电磁炉等品类纷纷迎来红利补贴。

而渠道层面，社交电商平台的崛起拓宽小家电销售渠道。家电线上销售渠道逐渐向细分化、碎片化以及多元化发展，其中以抖音为代表的社交电商平台以直播电商和内容/社交电商为代表的新兴电商平台正高速增长，其通过短视频和直播等内容方式链接用户和商品，更好地将小家电的外观、功能、应用场景、使用体验等更直观地传递给消费者，目前已逐渐成为小家电销售的重要增量渠道。根据数据，2015-2023年我国小家电线上市场占比由29.6%增长至76.9%，线下市场占比由70.4%下降至23.1%。

数据来源：观研天下整理

在上述背景下，我国小家电行业市场规模持续上升，未来增量可期。根据数据显示，2022年，我国小家电市场规模达到4750亿元，2027年市场规模将达到5392亿元。

数据来源：观研天下整理

4、我国小家电行业需求尚未饱和，诸多因素导致国产产品与海外差距较大

此外，截止2022年，我国每个家庭平均拥有的小家电数量达到9.5个，对比欧美家庭超过30个的数量，差距较大，这意味着我国小家电市场需求尚未饱和。然而，这种差距是由消费环境、厂商以及小家电产品本身等多方面因素共同促成的。

第一，小家电技术壁垒低，商品同质化严重。小家电研发投入占比整体偏低，基本上在3%~4%之间，甚至不足3%，就连技术含量相对较高的扫地机器人，以市占率最高的科沃斯为例，其研发占比投入也仅为6.43%。

第二，小家电进入门槛低，根据某报道，做一款小家电，从找人设计，到模具开发，再到商品出品，可能30万到50万元就能搞定，相对其他创业投资，成本极低。低成本的原因，和产业链集中有关。

第三，小家电耐用期较长，其换新周期一般为3至5年。在2020年左右，小家电需求迎来集中爆发，而当前产品仍处于使用周期内，尚未到换新时机。同时，近年来房地产市场低迷，对小家电销售造成一定影响。国家统计局数据显示，2024年前11个月，全国房地产开发投资同比下降10.4%，住宅投资同比下降10.5%。

数据来源：观研天下整理

5、各大小家电品牌积极补救，出海、以价换量策略成为选择

因此，各大品牌纷纷探索新的出路。一是，以价换量。部分头部玩家为止住销量下滑势头，打响“价格战”。数据显示，厨房小家电均价196元，同比下降4.8%。同时，根据相关资料中对7家上市公司的产品均价进行统计，发现仅有小熊电器、新宝股份、德尔玛的产品均价呈现上涨趋势，其余品牌的价格均有所下调。

2020-2023年7家小家电企业产品均价变化

企业名称

2020年

2021年

2022年

2023年

美的

/

289.00

316.00

306.00

苏泊尔

142.64

152.12

166.93

165.32

九阳

167.79

161.07

161.15

157.79

小熊电器

81.08

92.58

102.35

105.18

北鼎股份

482.58

477.08

653.80

637.95

新宝股份

97.49

103.28

112.16

115.49

德尔玛

/

/

154.29

167.09

资料来源：观研天下整理

二是出海，欧美市场成熟，消费者有钱有时间，再加上国家产业空心化严重，小家电产品长期依赖中国代工制造；而东南亚市场处于新兴阶段，有着充分的市场想象空间。从企业表现看，出海小家电品牌营收表现均不错：2023年，Vesync业绩创下新高，营收达到5.85亿美元，净利润达0.87亿美元，业务覆盖美欧亚三大市场；2024年上半年，新宝电器收购海外知名小家电品牌，外销营收占比70%以上，同比增长27.05%；2024年上半年，小熊电器外销收入同比增长26.66%。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国小家电行业现状深度分析与发展前景研究报告（2025-2032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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 中国小家电行业监管分析

第一节 中国小家电行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国小家电行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对小家电行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国小家电行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对小家电行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

一、中国宏观经济环境对小家电行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对小家电行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对小家电行业的影响分析

第四节 中国小家电行业投资环境分析

第五节 中国小家电行业技术环境分析

第六节 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

第七节 中国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

第四章 2020-2024年全球小家电行业发展现状分析

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 2025-2032年全球小家电行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球小家电行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 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

第六节 中国小家电行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国小家电行业产业链及细分市场分析

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 中国小家电行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第七章 2020-2024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

第八章 2020-2024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、SWOT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

第九章 2020-2024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 2025-2032年中国小家电行业价格影响因素与走势预测

第十章 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

第十一章 2020-2024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

第九节 2025-2032年中国小家电行业市场规模区域分布预测

第十二章 小家电行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

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 企业二

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

第三节 企业三

- 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

第四节 企业四

- 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

第五节 企业五

- 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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

- 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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国小家电行业市场机会分析
- 二、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

第十四章 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、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 小家电行业品牌营销策略分析

- 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、小家电行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202501/739775.html>