

经济日报携手京东发布数据——

厨房消费新趋势

做好小家电要花大心思

郎竞宁

三明治轻食机、可视化空气炸锅、酸奶机……近来，个性化、功能新的厨房小家电成为不少家庭的必备品。但是，市场上产品质量参差不齐、同质化模仿等问题也较为突出，做好做强小家电市场要花大心思。

相比于冰箱等大型厨房电器，厨房小家电体积小，可市场需求并不小。特别是在新冠肺炎疫情常态化的当下，消费者居家时间不断延长，这也激发了市场对厨房小家电的需求。同时，随着单身经济、“宅经济”的兴起，小家电很好地迎合了年轻群体的烹饪习惯与饮食喜好，颇受年轻群体追捧。

厨房小家电的技术门槛较

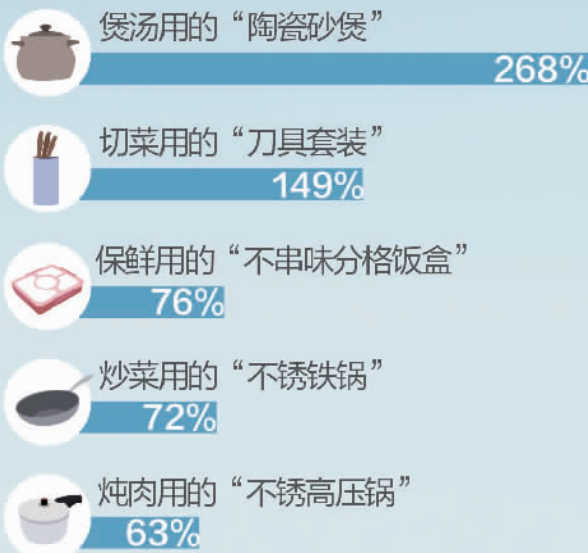
低，生产流程较为简单，容易被模仿复制的特征，也让市场竞争变得更为激烈。在这一情况下，厨房小家电生产企业要用好创新指挥棒，基于生活场景持续加强品类创新，不断挖掘潜在需求，开发出功能更加多元的新产品，以满足细分消费群体的烹饪需求。

企业还要进一步满足年轻消费群体对“颜值”的需求偏好。数据显示，高颜值厨房小家电销量同比增长达270%。这说明小家电产品不仅质量要过关，颜值也要跟得上，如何提高产品颜值也成为企业面临的必答题。

说数

“国潮热”在厨房也有所体现

中式美味还是要靠仪式感满满的中式厨具来烹饪



*销量同比增长

八角不粘锅
287%

带滤水汤面碗
551%

焖烧杯
98%

迷你砂锅
95%

“悦己型”下厨成潮流

下厨不光是为了饱腹，更是为了提高自身幸福感，是热爱生活的表现



*销量同比增长

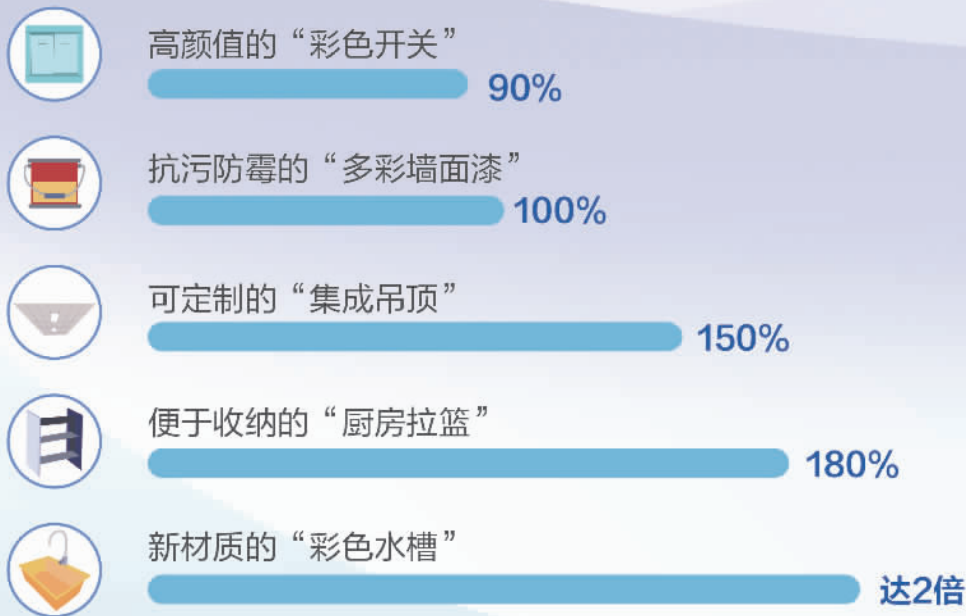
双耳陶瓷烤盘
121%

新潮厨房用品广受欢迎

造型奇特、风格各异的新潮厨房用品让下厨充满乐趣

*销量同比增长

厨房装修“颜值”提升上日程



数据周期：2021年1月至9月

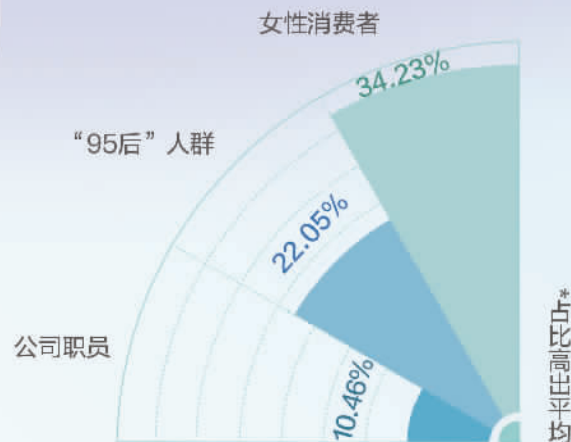
*销量同比增长

开始走进厨房 越来越多的年轻人

70%
18岁至35岁的中青年消费者占比

26岁至35岁的中青年男性企业白领更关注厨房功能属性

女性消费者是新潮厨房用品的消费主力军



*占比均为平均

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 李 苑