

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，厨房小家电体积虽小，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

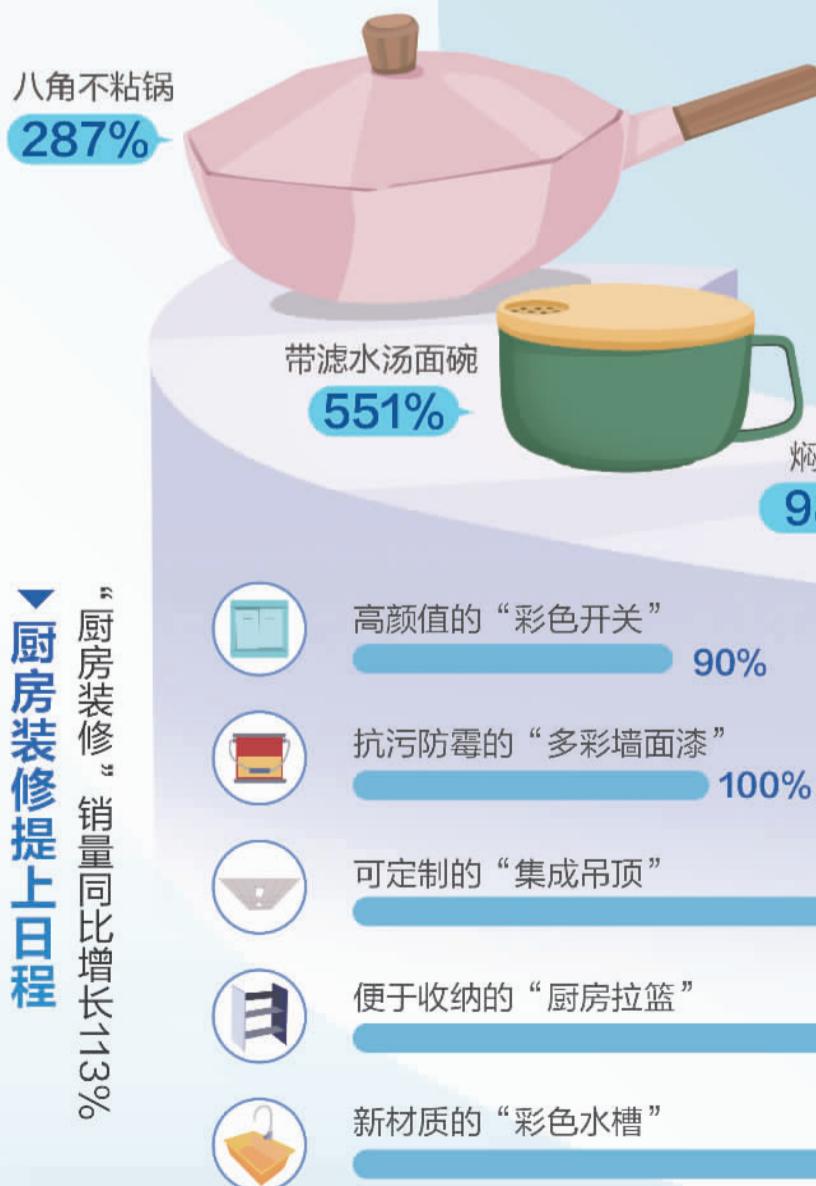
低，生产流程较为简单，容易被模仿复制的特征，也让市场竞争变得更为激烈。在这一情况下，厨房小家电生产企业要用好创新指挥棒，基于生活场景持续加强品类创新，不断挖掘潜在需求，开发出功能更加多元的新产品，以满足细分消费群体的烹饪需求。

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



厨房装修提上日程

数据周期：2021年1月至9月

厨房小电器类颜值商品销量同比增长270%

厨具类颜值商品销量同比增长486%

颜值厨房相关搜索量是去年同期的10.4倍

▶ 科技型厨房用品关注度高

用具有更高端科技和便利功能的厨房用品满足下厨的各种需求



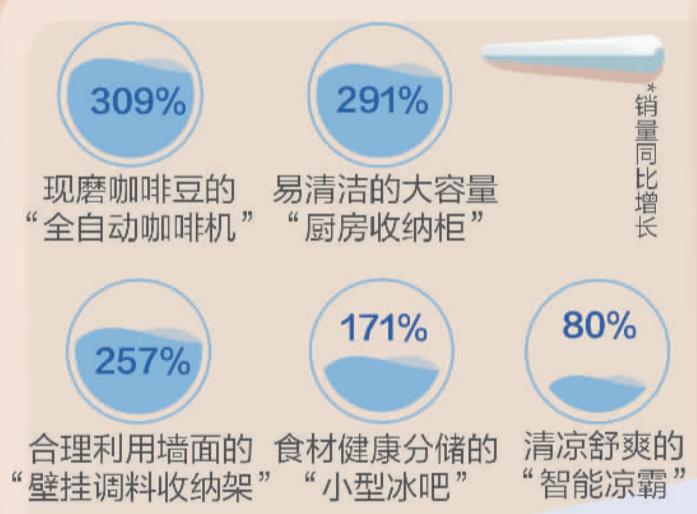
▶ 新潮厨房用品广受欢迎

造型奇特、风格各异的新潮厨房用品让下厨充满乐趣



▶ “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



越来越多的年轻人
开始走进厨房



女性消费者是新潮厨房用品的消费主力军

