

在这里读懂中国消费

厨房产品消费趋向便捷化多功能



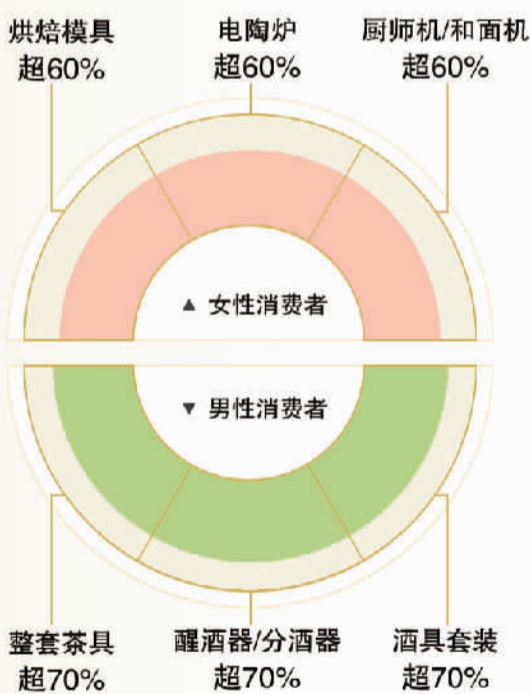
1 总体消费情况



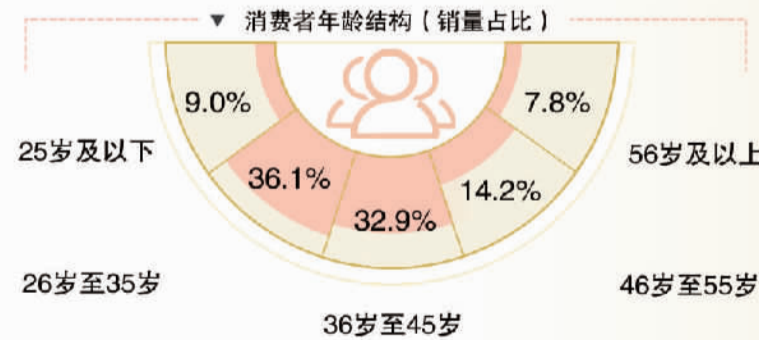
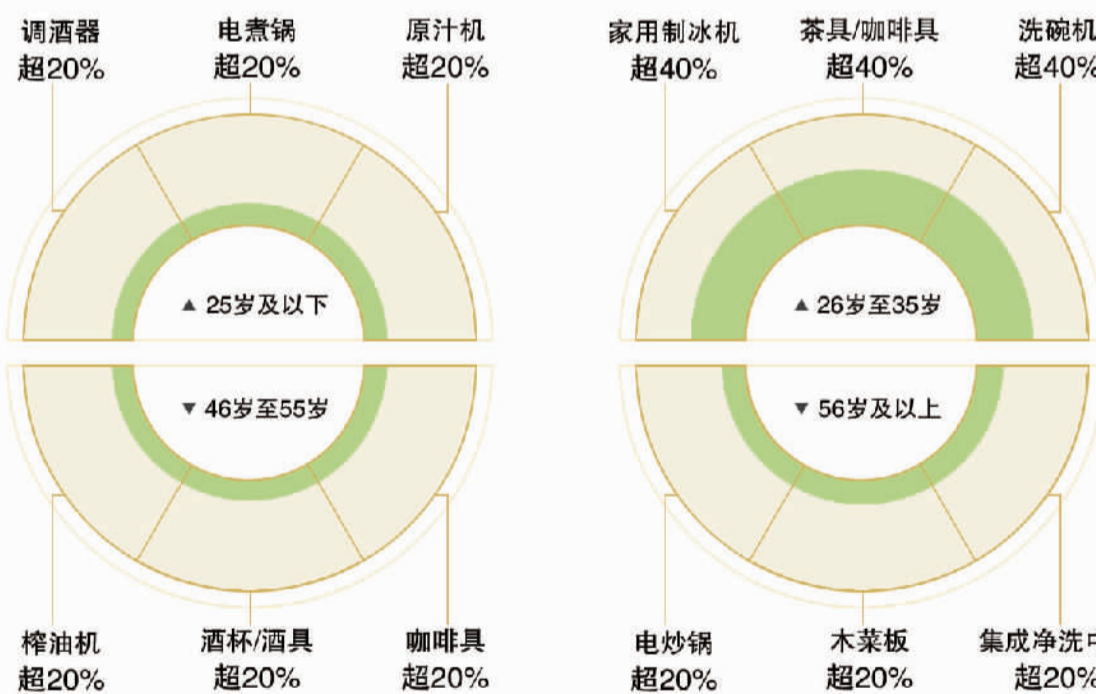
年轻消费群体在选择厨房产品时，充分展现了其对新奇事物和独特创意的强烈偏好。例如，25岁以下消费群体对自制饮品和轻食料理展现出浓厚兴趣，调酒器、电煮锅、原汁机等创新厨房电器备受青睐。

2 消费者特征

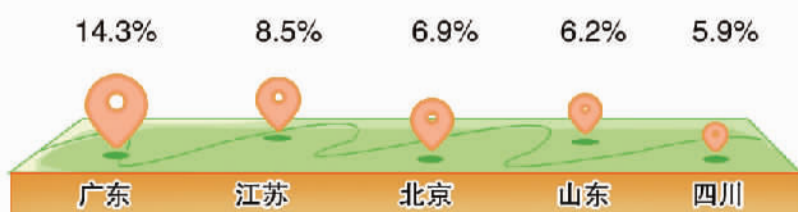
不同性别消费者偏好 (销量占比)



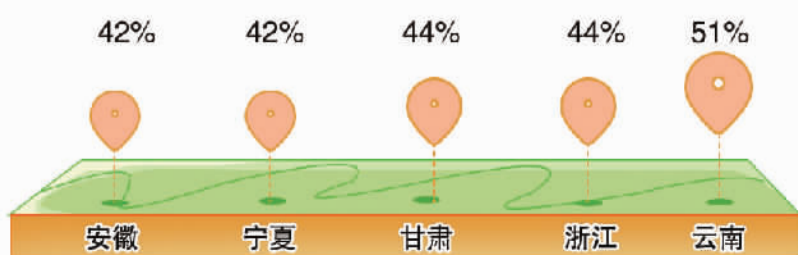
各年龄段消费者偏好 (销量占比)



厨房产品销量占比TOP5省份



厨房产品销量同比增长TOP5省份



说数

当前，消费者烹饪需求不断向多样化、精细化方向升级，厨房不再只是烹饪食物的场所，而是成为展现生活品质的空间。随着厨房产品迭代升级路径愈发清晰，具有便捷烹饪、健康饮食、多功能集成的优质产品持续涌现，相关行业正迎来新一轮发展高峰。

从厨房产品的功能性看，便捷烹饪是许多消费者关注的重点。数据显示，厨房小家电品类中的电炒锅、电煮锅销量同比增长均超10倍，三明治机/早餐机的销量同比增长3.5倍。这些产品之所以成为爆款，主要是其极大地节省了使用者的时间和精力，让消费者在短时间内享受到美味佳肴。

消费者对厨房产品的功能需求也日益多样化，打蛋工具、多功能刀等厨具产品销量增长均超2倍。嵌入式微蒸烤一体机、洗碗机等厨房电器产品持续热销，展现出消费者在追求厨房功能多样性的

本期点评 曹凤娟

同时，更加注重节省空间与高效利用。

同时，消费者愈发注重生活细节，努力从细微处提升生活品质。在厨房电器中，电热水壶以12.1%的销量占比稳居榜首，养生壶和电热水器分别实现7.2%和6.6%的销量增长，反映出消费者对于能够快速提供温暖饮品和生活热水设备的强烈需求。空气炸锅销量占比位居前10名，凸显出消费者更加注重低脂健康的烹饪方式以及健康的饮食习惯。

未来厨房品牌间的竞争将愈发激烈。各品牌需要深入挖掘真实需求，紧跟消费潮流。一方面，相关企业要以提升体验感为根本，研发更多能够提升烹饪效率、集多种功能于一体的产品，满足消费者对厨房产品便捷性和多样性的需求；另一方面，要针对不同群体、不同地域的饮食特色，不断创新产品与服务，打造个性化、差异化解决方案，以回应消费者日益多样化、个性化的饮食特点。



数据周期：2024年11月26日至12月10日