

市场成长长期向好 行业进化值得期待

2025年全球清洁电器发展报告

马佳

NIQ GfK 大中华区家电市场研究总监



2025年

全球市场空前繁荣，
中国自主品牌影响力
持续升级

NielsenIQ

powered by GfK intelligence



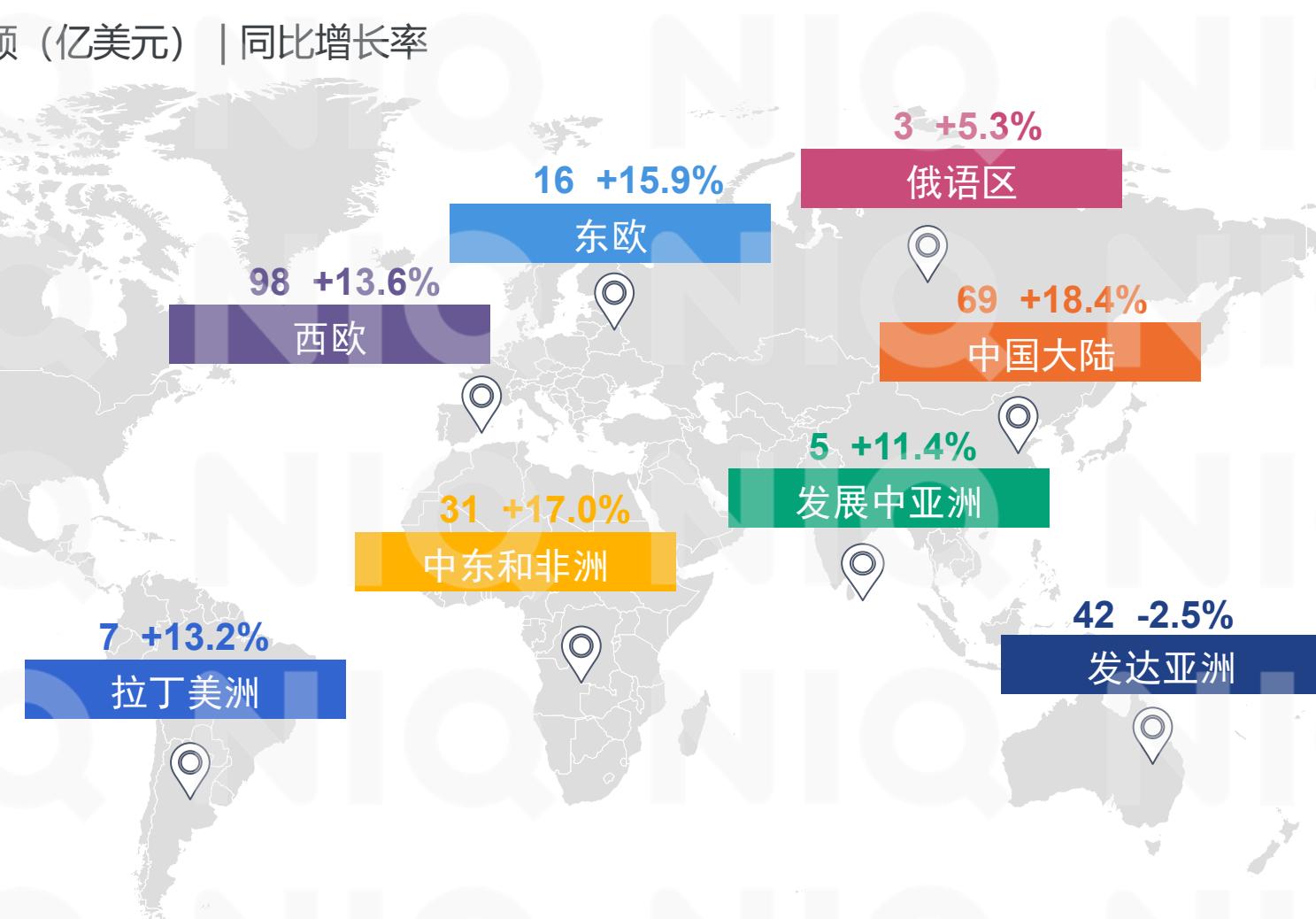
2025年全球限定市场清洁电器市场规模保持强劲增长

中国和西欧两大主要市场放量增长，拉美，东欧，中东及非洲构成第二增长引擎

全球(不含北美、俄罗斯) 清洁电器 | 销额(亿美元) | 同比增长率
2025年1-12月

271 亿美元
清洁电器年累销售额

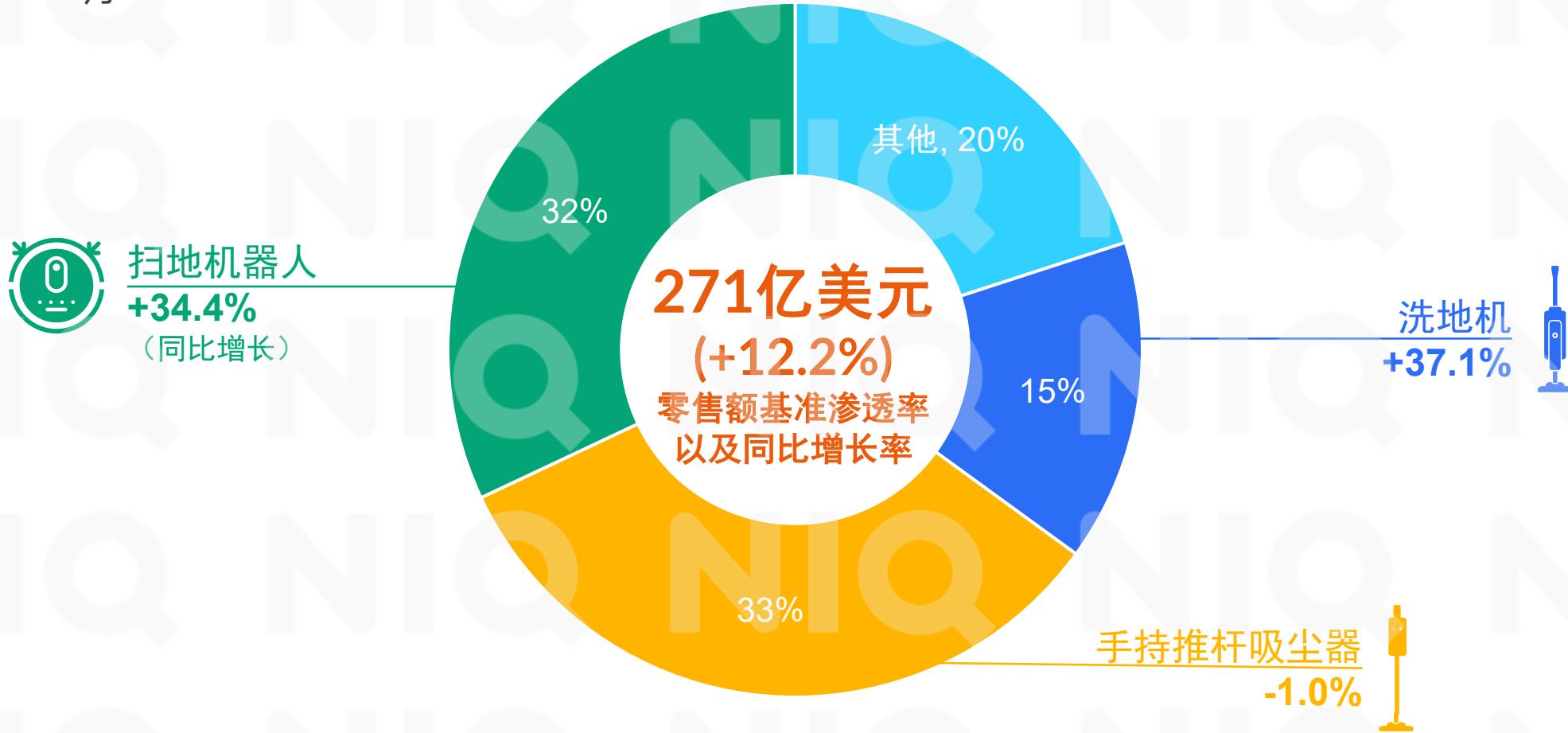
清洁电器 销额 同比增长率	
2023年	+0.8%
2024年	+9.2%
2025年	+12.2%



数据来源：GfK海外监测及推总数据（不含北美、俄罗斯）；GfK中怡康中国市场推总数据（特指中国大陆）

扫地机器人与洗地机快速增长为支柱品类导致吸尘器增长承压

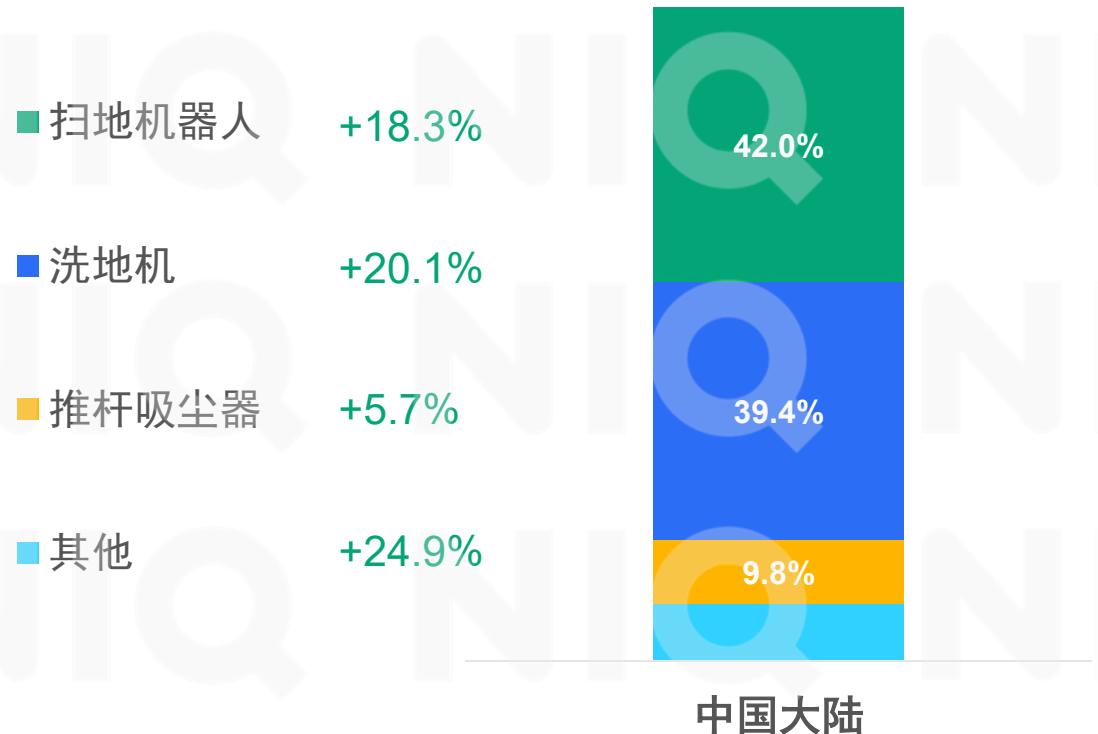
全球(不含北美、俄罗斯)清洁电器细分品类 | 销额(亿美元) | 同比增长率
2025年1-12月



数据来源：GfK海外监测及推总数据（不含北美、俄罗斯）；GfK中怡康中国市场推总数据（特指中国大陆）

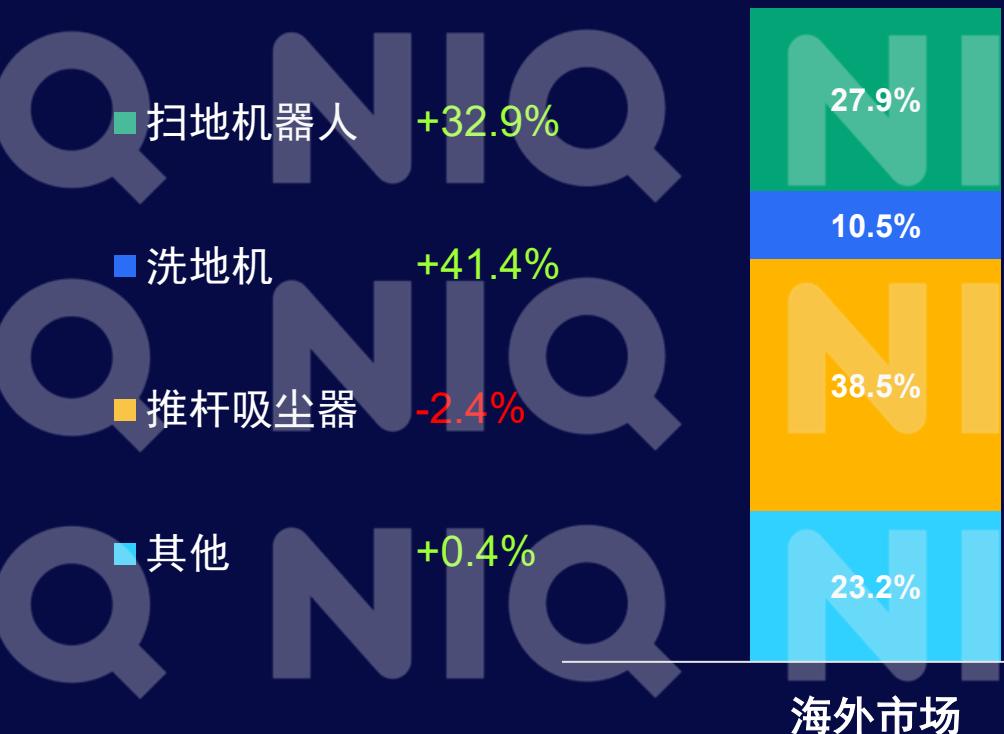
扫地机器人和洗地机是中国市场的主导品类，对比前几年增速从狂飙走向平稳

中国大陆 | 清洁电器细分品类销售额渗透率 | 增长率



海外市场扫地机器人和洗地机正处于上升期，推杆吸尘器明显承压

海外市场 | 清洁电器细分品类销售额渗透率 | 增长率

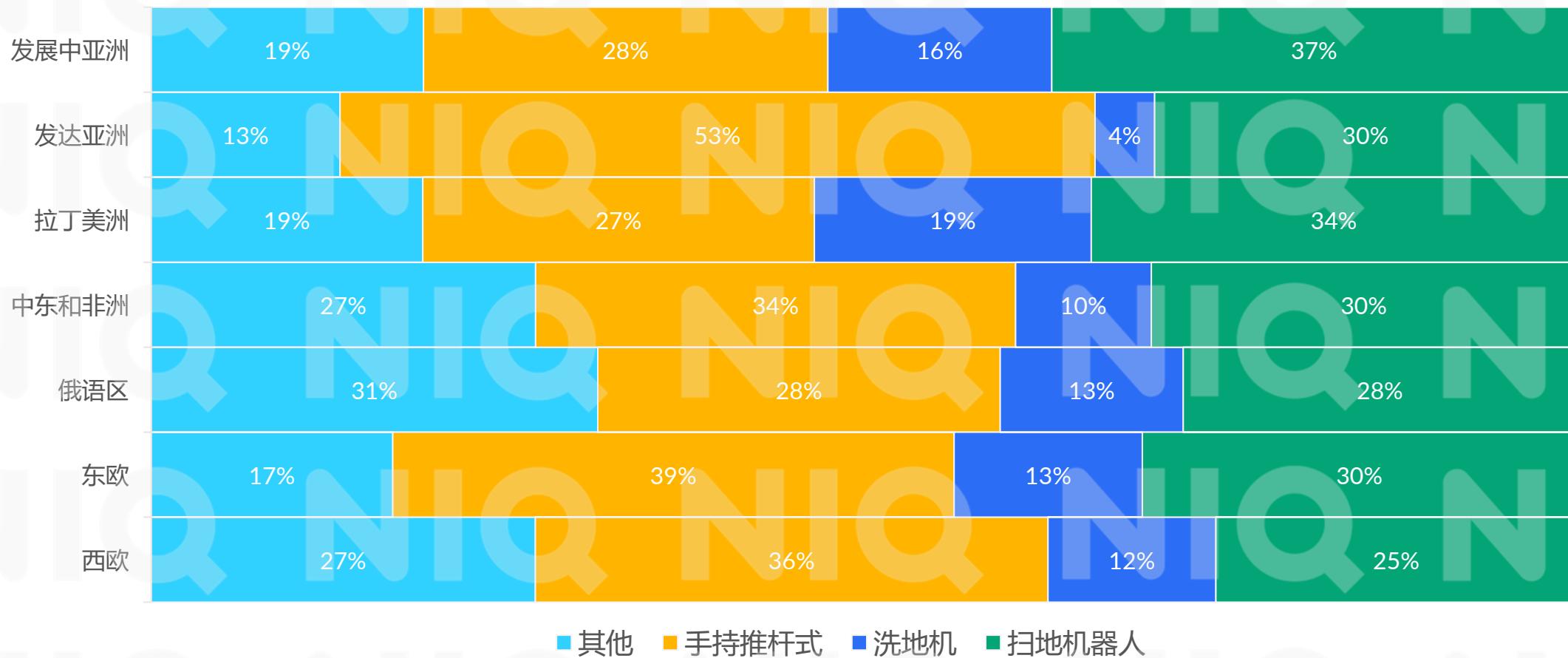


数据来源：GfK海外监测及推总数据（不含北美、俄罗斯、中国大陆）；GfK中怡康中国市场监测数据（特指中国大陆）

各地区发展不平衡会带来更多潜在机会：成熟市场未饱和，新兴市场潜力大

西欧及发达亚洲地区的扫地机器人和洗地机产品仍然有较大的上升空间

海外市场清洁电器分区域细分品类销售额渗透率 (额基准)



数据来源：GfK海外监测及推总数据（不含北美、俄罗斯，中国大陆）

2025年中国品牌在海外市场的扩张进入快车道市占率提升7%

除拉丁美洲市场以外，主要市场的市占率均已突破20%+

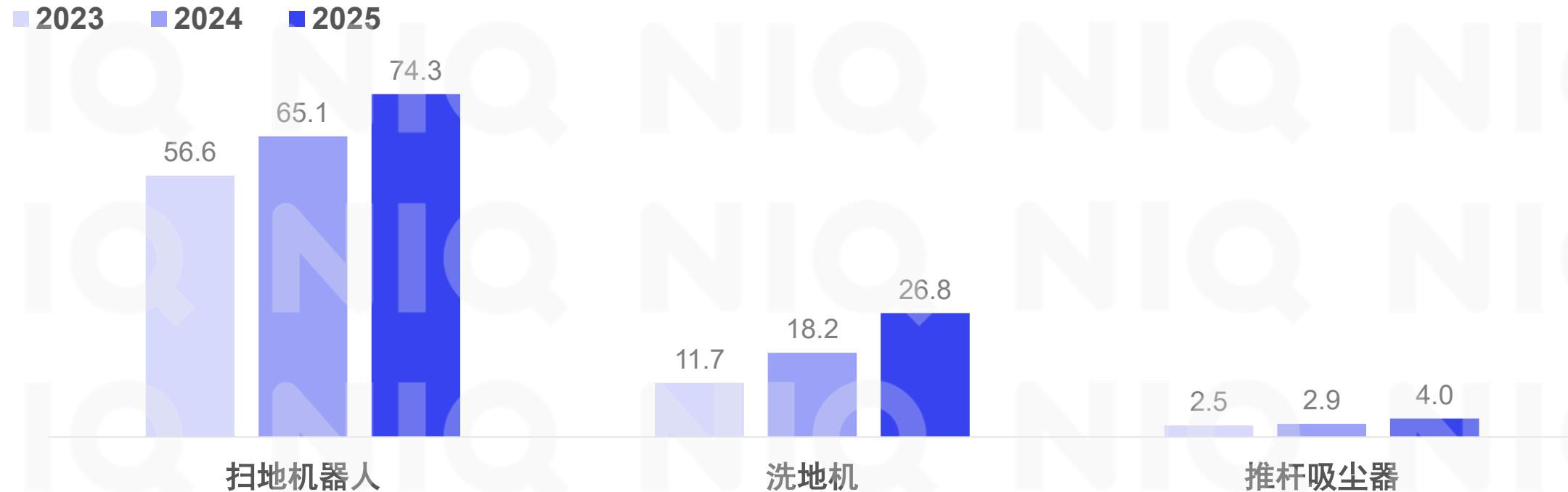
海外市场 (不含北美、俄罗斯) 清洁电器 | 中国品牌市占率 (额基准)

中国品牌市占率 (额)	
2023年	14%
2024年	18%
2025年	25%

数据来源：GfK海外监测及推总数据（不含北美、俄罗斯、中国大陆）

中国品牌统治扫地机器人市场，洗地机及推杆吸尘器市占率也保持增长

海外市场 (不含北美、俄罗斯) 清洁电器细分品类 | 中国品牌市占率 (额基准)

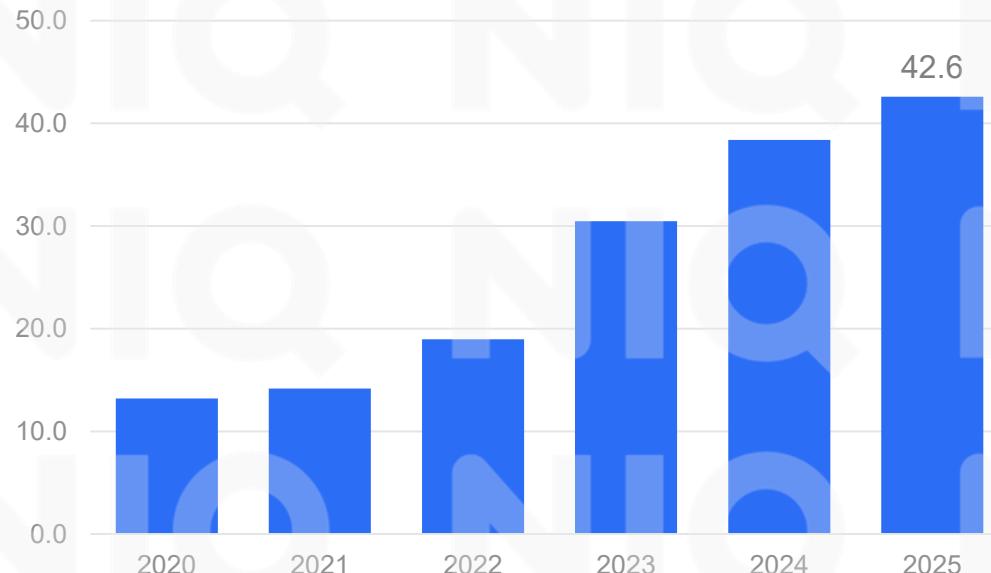


数据来源: GfK海外监测及推总数据 (不含北美、俄罗斯, 中国大陆)

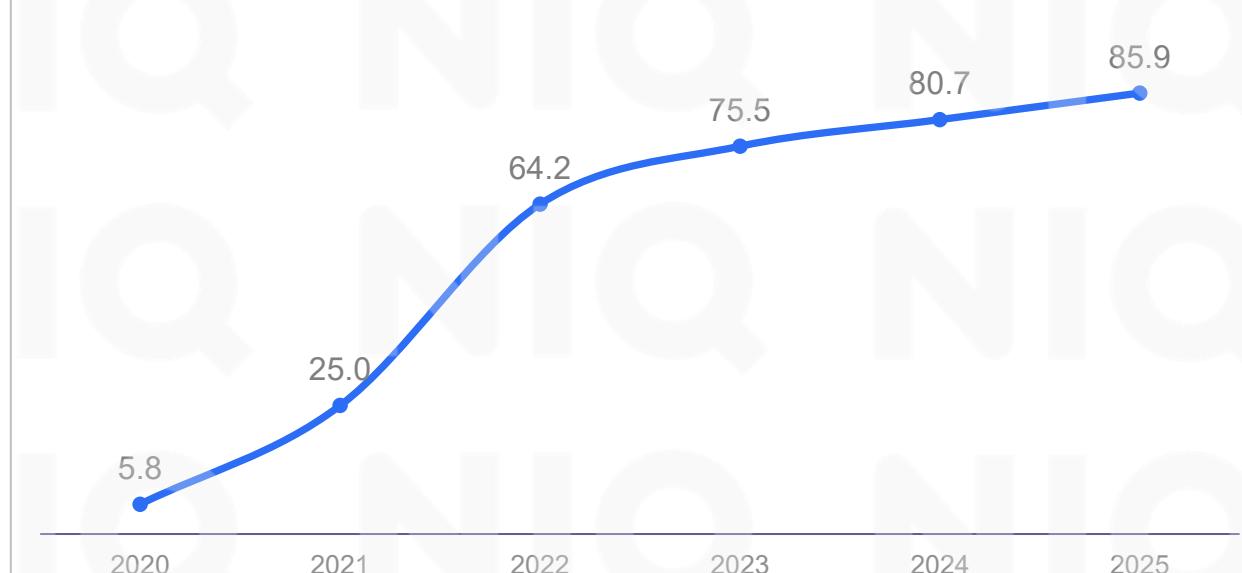
以扫地机器人为例，均价800美元以上市场已经占比43%中国品牌占据86%市场份额

海外市场清洁电器 | 不含北美、俄罗斯 | 2025年1-12月

扫地机器人800美元+市场比重%
(销额 美元)



扫地机器人800美元+市场中国品牌销额份额%趋势
(销额 美元)

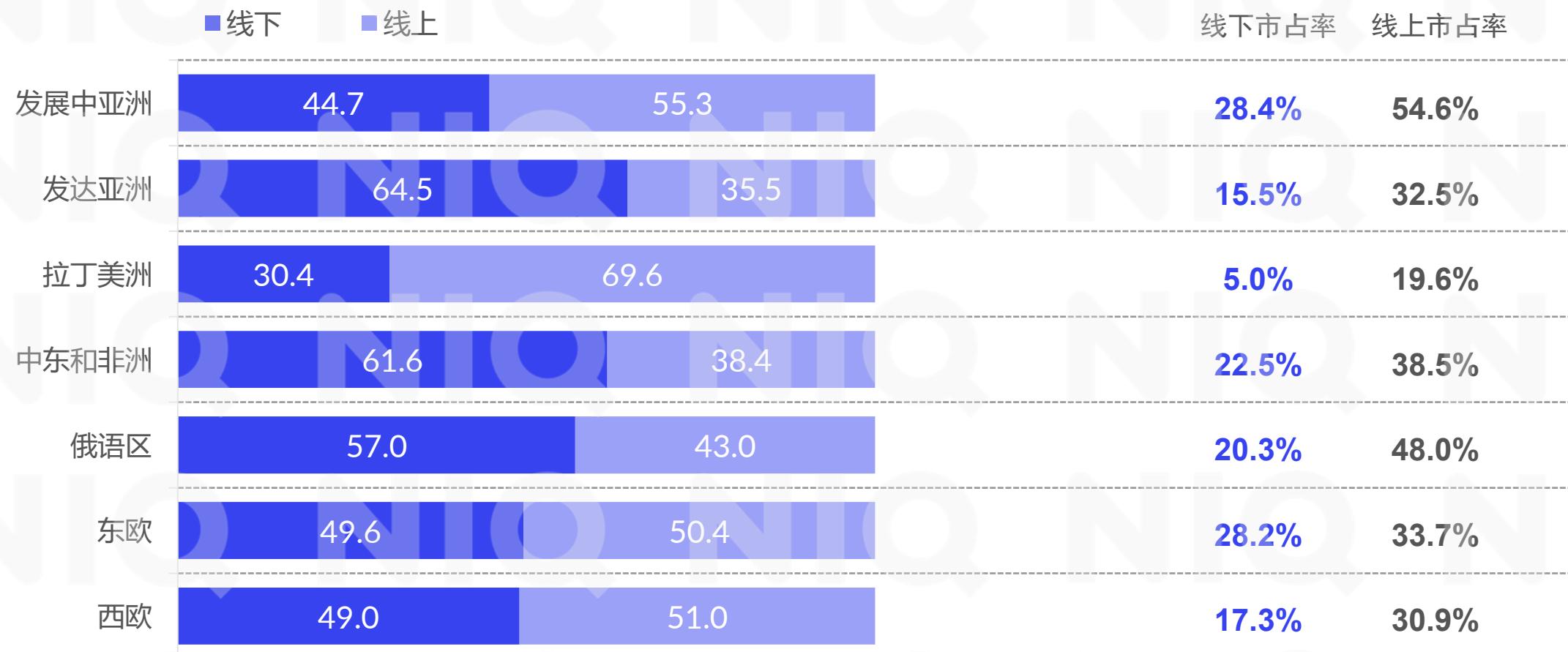


数据来源：GfK海外监测及推总数据（不含北美、俄罗斯，中国大陆）

中国品牌再进一步需要重视当地渠道构成，在自身弱势渠道寻找增长点

发达亚洲、西欧等重点市场线下比重仍然很大，中国品牌在线下市场的市占率仍有上升空间

海外市场(不含北美、俄罗斯)清洁电器渠道比重 | 中国品牌市占率(额基准)



数据来源：GfK海外监测及推总数据（不含北美、俄罗斯，中国大陆）

中国清洁电器行业长期向好，行业进化值得期待

NielsenIQ

powered by GfK intelligence

宏观环境长期利好

2030中国清洁电器 市场规模将超过 800亿人民币

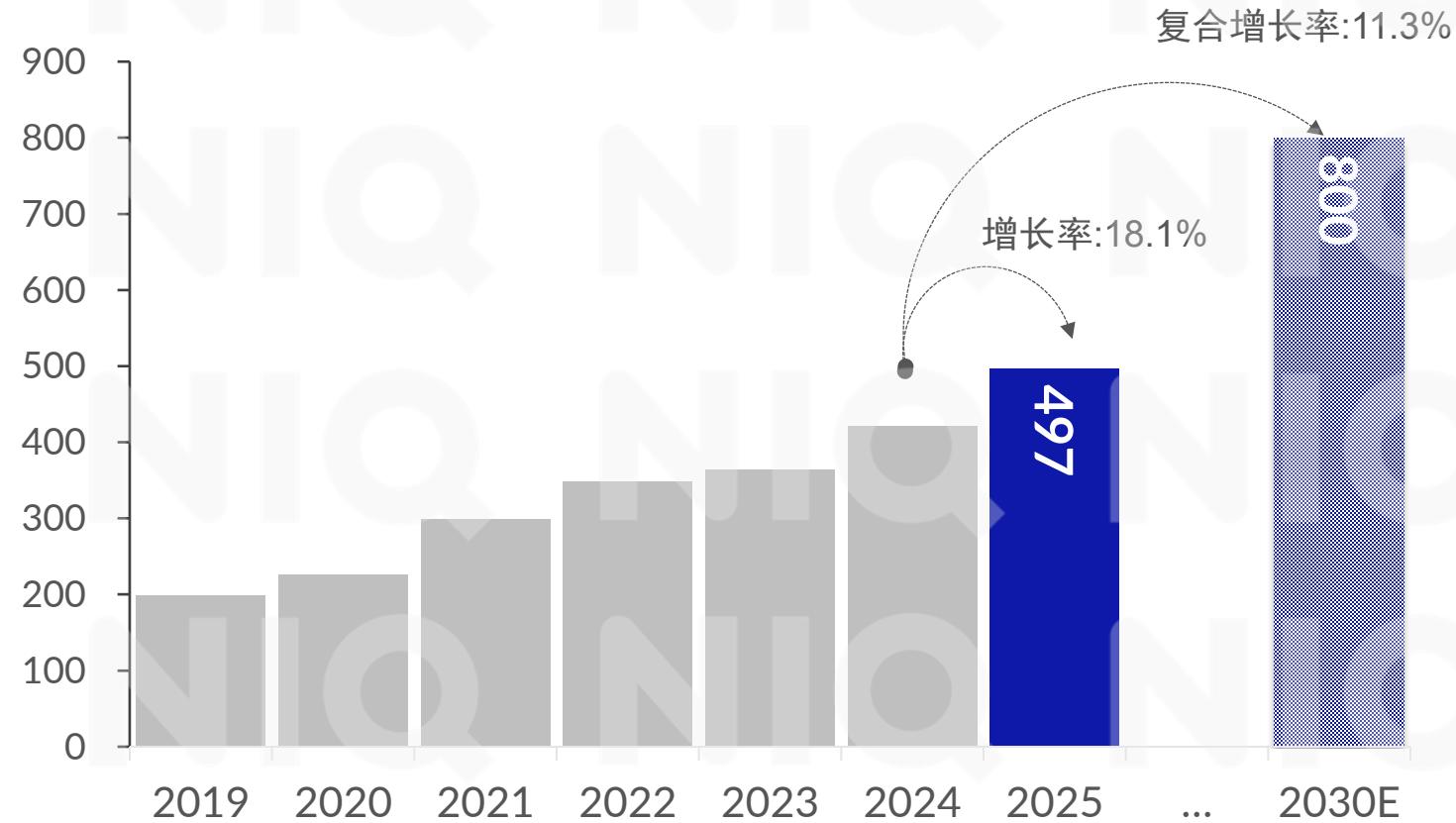
2025年中国GDP（名义）19.4万亿美元，同比增长4.8%（IMF预测），经济总量排名世界第二

潜力巨大的需求端：14.16亿人口，5.1亿户家庭，吸尘器百户拥有量26%

充满创造力的供给端，全球约50%的清洁电器产能来自于中国，中国企业家主导了扫地机器人和洗地机成为领导品类

中国具有全球效率最高的销售渠道，以及中国政府提倡内需的政策也持续不断利好市场

中国清洁电器市场规模趋势 | 亿元 | 增长率



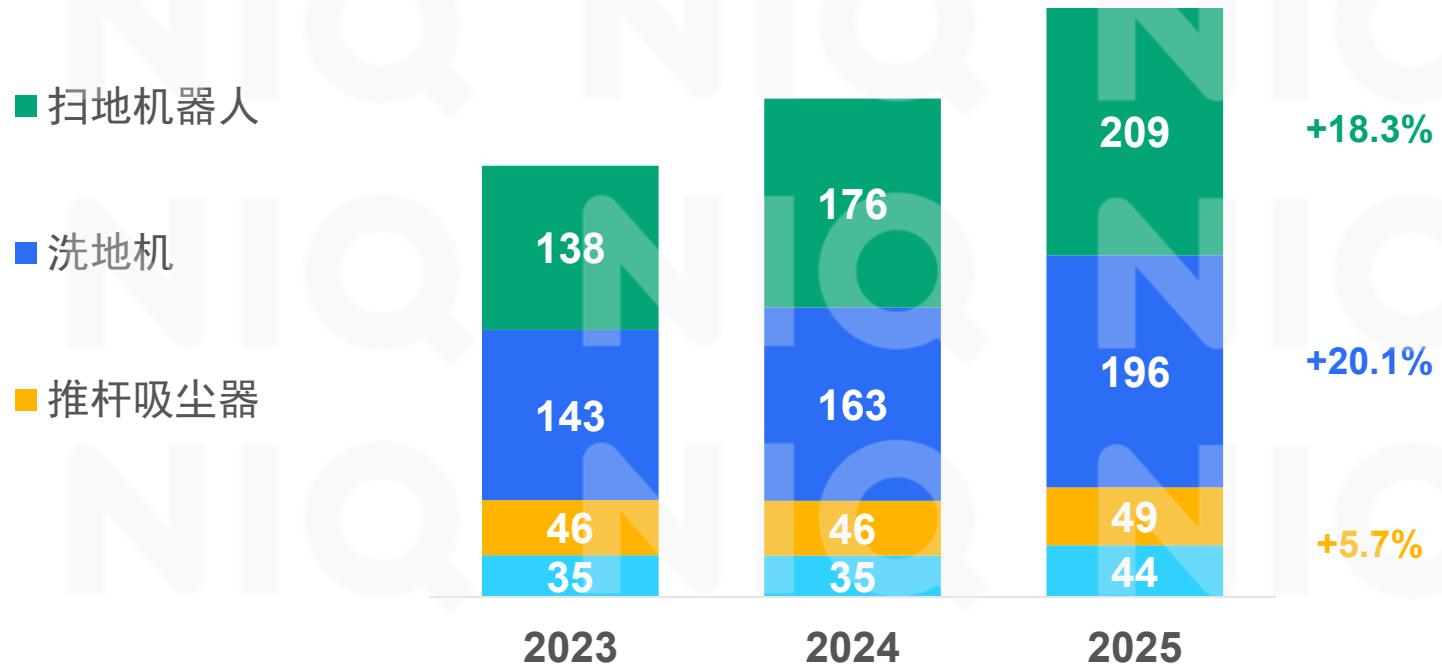
数据来源：GfK中怡康测算

高新技术产品占据中国清洁电器市场主要份额

扫地机器人和洗地机都是清洁电器品类中技术附加值较高的种类，中国企业通过聚焦上述两个品类的发展，形成了完善的产业链，培养了高精尖的技术团队，从而为该产业奠定了护城河，在国际激烈的竞争环境中保持引领地位

扫地机器人也为中国的机器人行业，乃至整个智能机器人行业做了大量的技术储备，为即将到来的机器人市场风口，做了准备工作

中国大陆 | 清洁电器细分品类销售额 | 亿元 | 增长率



数据来源：GfK中怡康测算

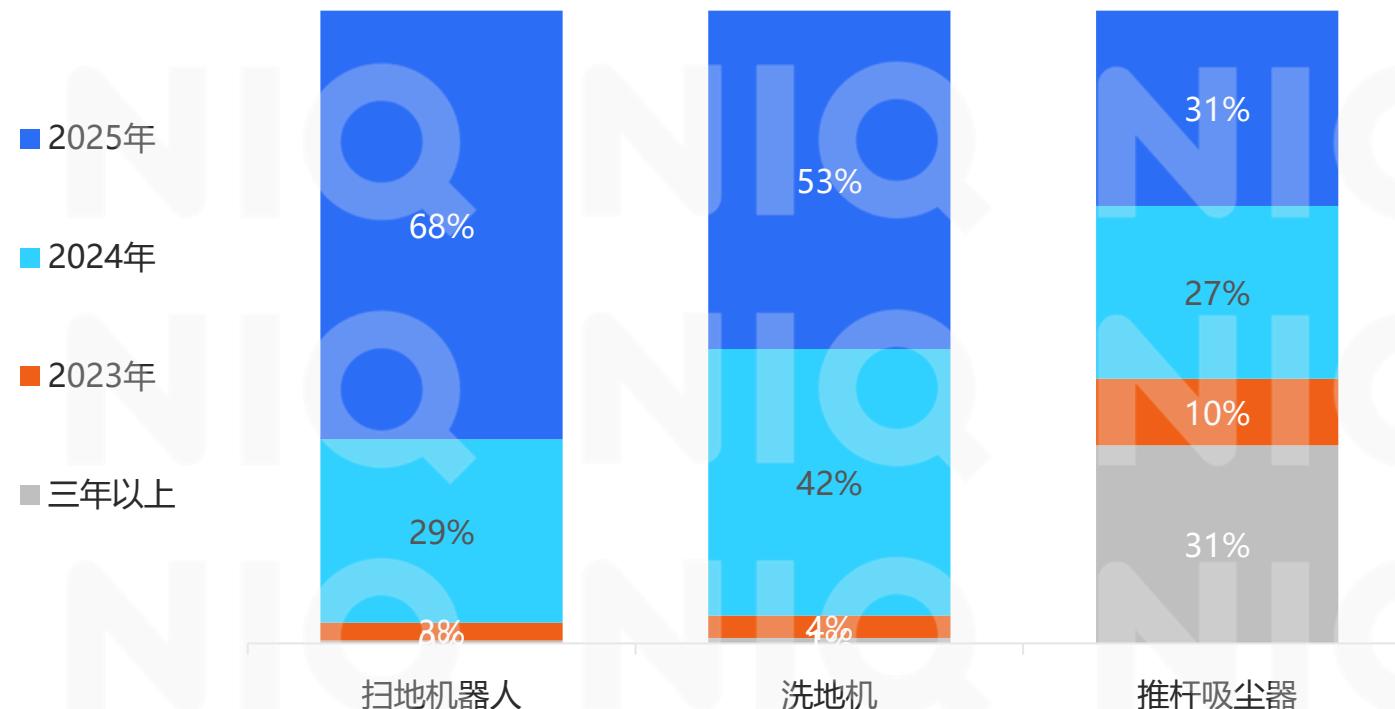
行业内驱动足

产品迭代活跃，供给端年年自新

“年年自新”既是清洁电器行业的活力之源，也是其残酷之处。供给端的高频迭代，本质上是一场以技术创新为武器、以用户体验为靶心的生存竞赛。

能持续输出真实价值创新的品牌，将从“中国制造”迈向“中国智造”的高地

2025年中国大陆市场不同上市年份产品渗透率 | 销额基准%



数据来源：GfK中怡康线上零售监测

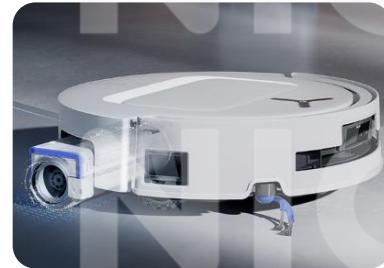
技术创新提升使用体验

技术创新为内核， 驱动清洁电器成为 中国智造标杆行业

从使用场景出发，以尊重消费者体验为目的。中国清洁电器保持不断的技术创新和产品迭代，让高新技术切实的为人们生活提供服务，触发消费热情，创造新的增长点。由量变而形成质变，中国吸尘器制造行业正在成长为领先的智造行业

2025年清洁电器热点技术创新增长率 | 销额基准

滚筒活水洗地



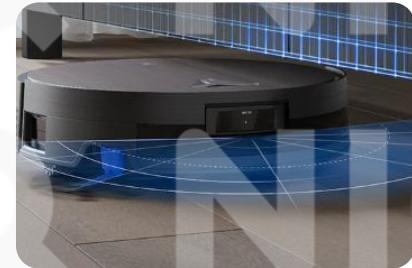
+491%

越障高度≥4CM



+305%

多传感器融合避障



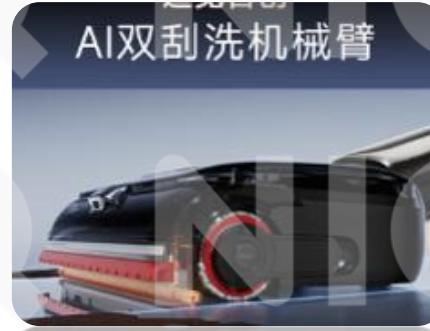
+178%

180° 躺平洗拖



+113%

刮洗机械臂



+295%

带基站自动集尘



+187%

数据来源：GfK中怡康线上零售监测

短期内面临挑战

仍有“新人入局” 挑战头部格局

当前清洁电器行业已进入高度竞争、增长放缓甚至局部下滑的“深水区”，行业有洗牌倾向，玩家减少，市场份额向头部企业聚集。行业门槛不断升高。

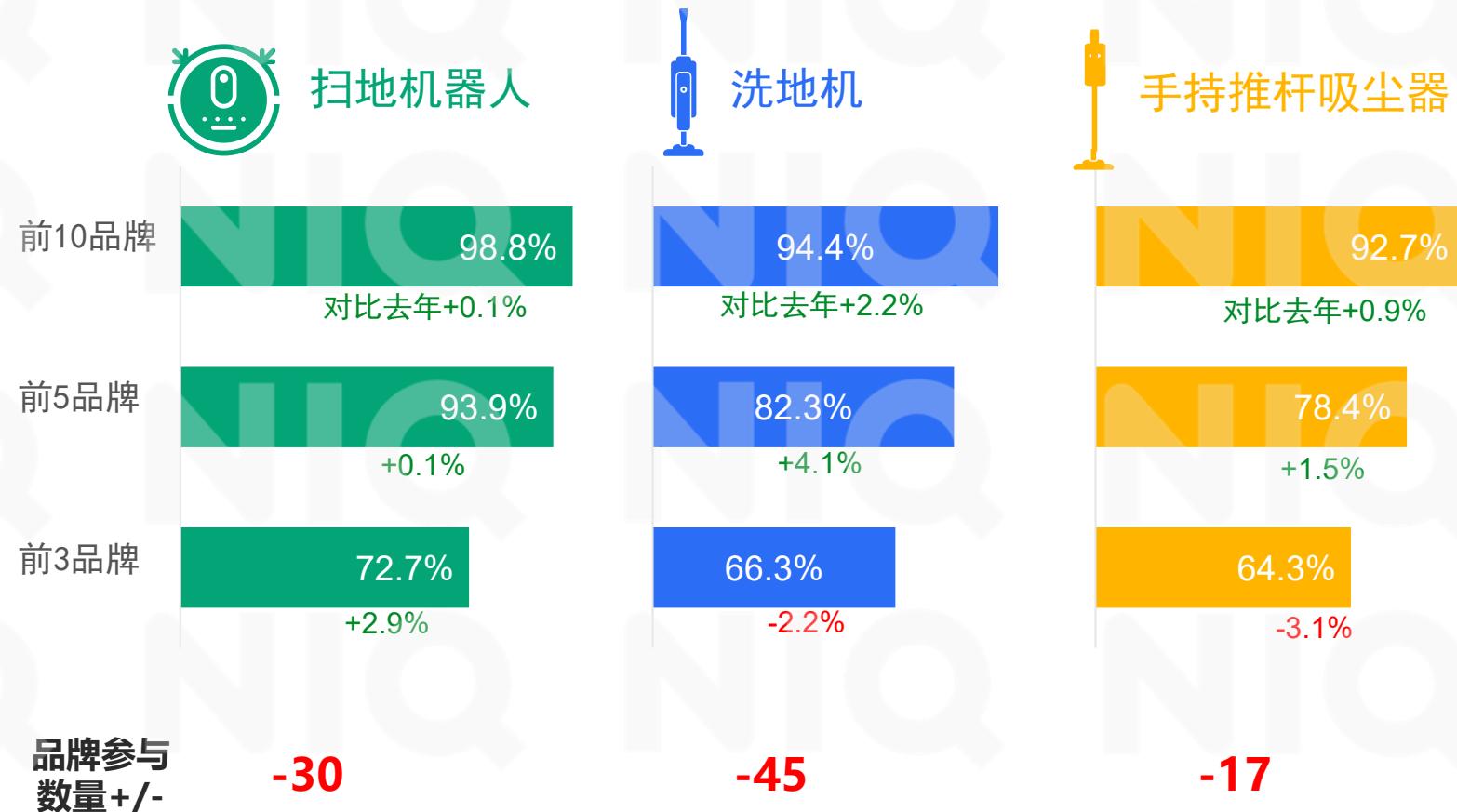
向后再进入清洁电器赛道的品牌将会具备一定的资金实力，行业积累，甚至具有颠覆性的行业解决方案



Robot

New Logo

国补周期内清洁电器的零售额及增速变化



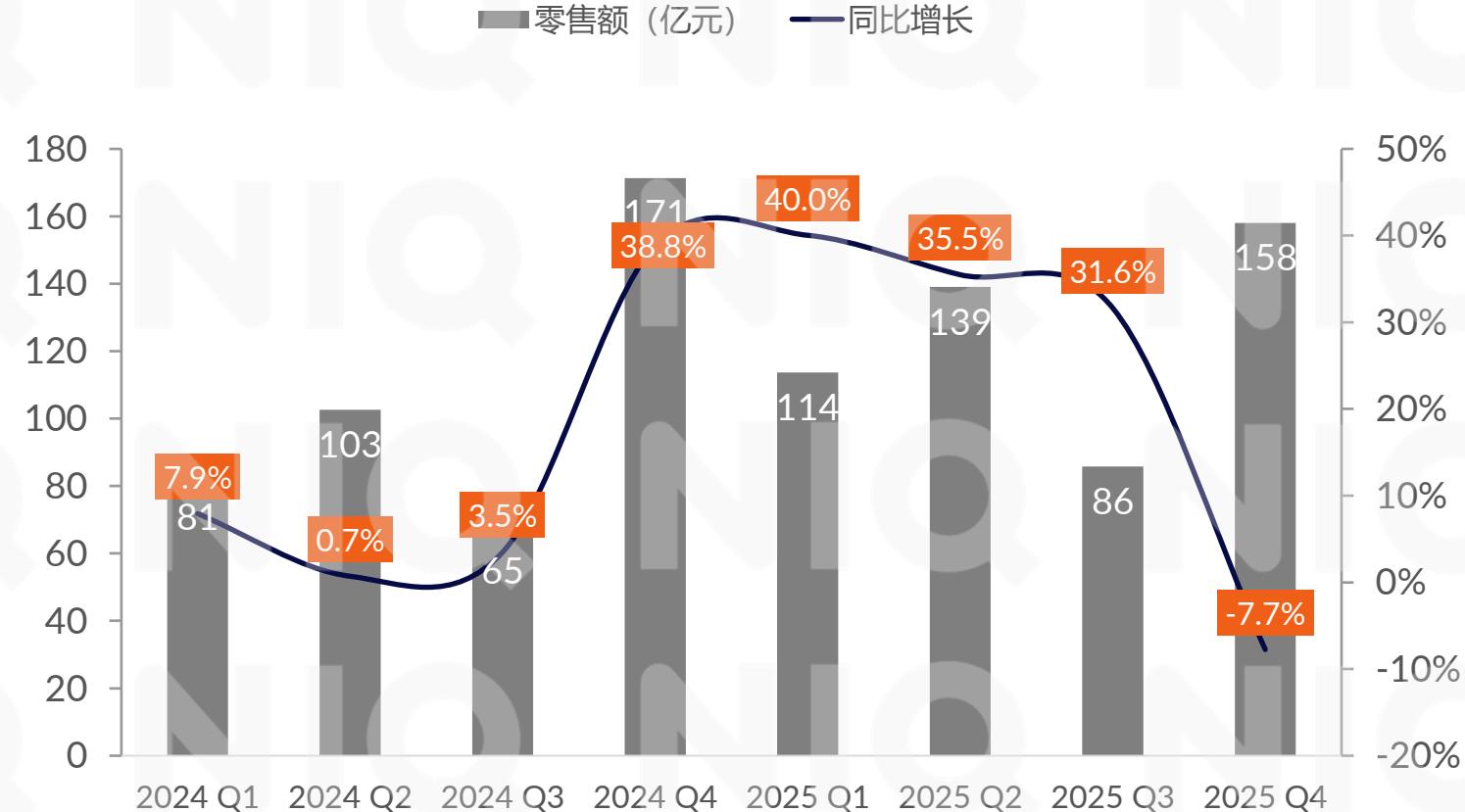
数据来源：GfK中怡康线上零售监测

短期内面临挑战

“国补”短周期内 提振内需，长周期 效果消弭

“国补”在短期内有效激活清洁电器的消费需求，尤其在促销节点形成销售高峰；但从中长期看，受需求提前释放、产品创新不足、政策边际退坡及地产拖累等多重因素影响，其拉动效应将逐步减弱。

国补周期内清洁电器的零售额及增速变化



数据来源：GfK中怡康测算

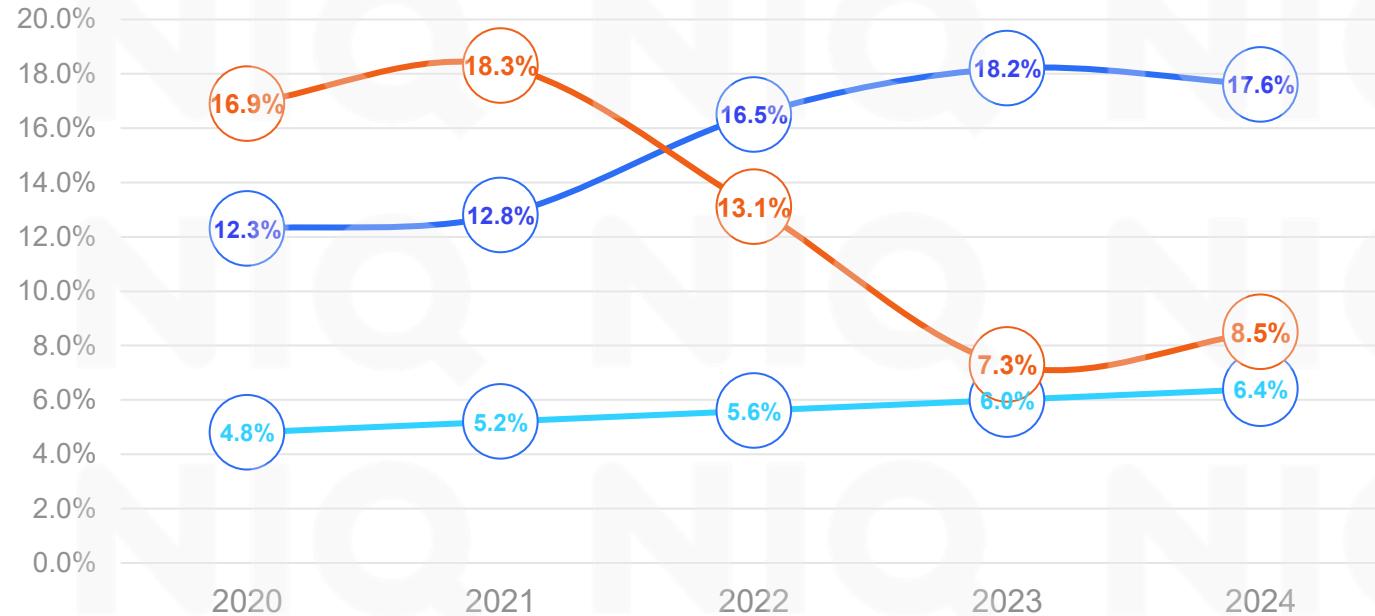
短期内面临挑战

盈利能力承压

清洁电器头部品牌的盈利能力承压明显，呈现出“营收高增长、利润低增长甚至负增长”的典型特征。这种“增收不增利”现象已成为行业共性，其背后既有战略选择，也有结构性压力。

清洁电器主营自主品牌上市公司行业综合数据

● 销售费用率 ● 研发费用率 ● 归母净利润率



数据来源：公开数据整理

科技创新形成新的需求是长期利好的基础



Powered by The Consumer Technology Association®

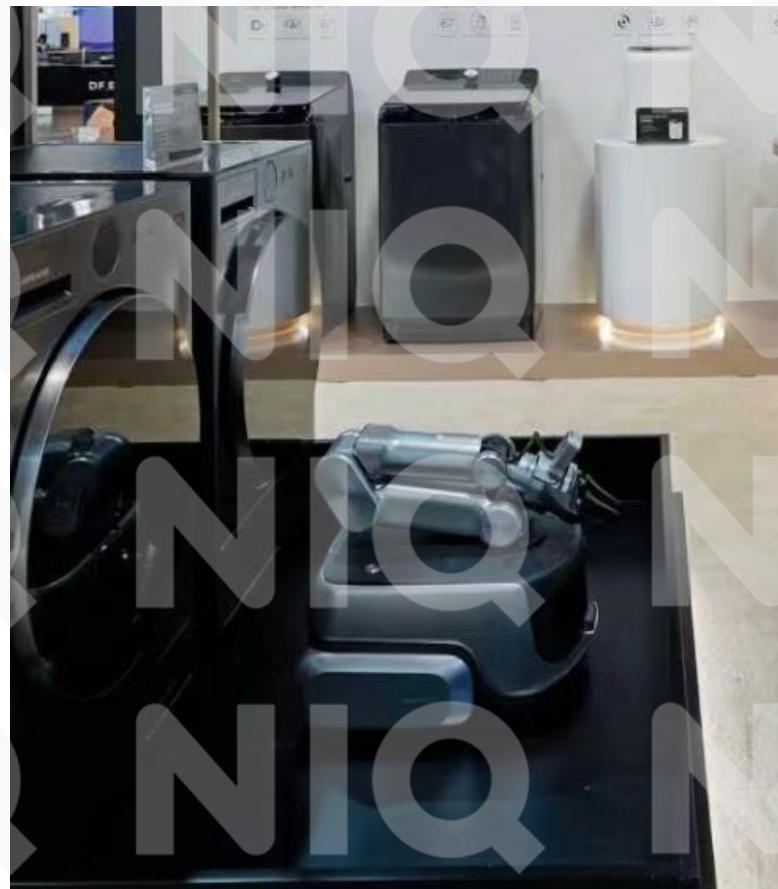
具身智能技术：追觅全球首款AI具身洗护机器人搭载自研的多模态感知系统，通过视觉、触觉等传感器精准识别衣物材质、颜色和脏污程度，实现智能分类。

仿生机械臂：配备高精度仿生机械臂，依托先进控制算法模拟人手的柔性抓取与自适应操作，轻柔处理各类织物，完成从洗涤、烘干到折叠收纳的全流程闭环服务。

个性化学习能力：机器人能感知环境动态、规划最优路径，并通过持续学习用户习惯，提供个性化的洗护方案，实现从“被动执行”到“主动服务”的跨越。

应用场景与生态

该产品覆盖多元家庭场景，包括日常清洁、高端护理等，与追觅的L9洗烘套装、T系列波轮洗衣机等形成智慧洗护生态。



数据来源：GfK推总数据（不含北美、俄罗斯）；GfK中怡康中国市场推总（特指中国大陆）

科技创新形成新的需求也是回答中短期挑战的最佳答案



Powered by The Consumer Technology Association®

石头科技G-Rover是全球首款能扫楼梯的轮足扫地机器人，采用轮腿架构和AI算法，能自主攀爬楼梯并同步清洁，彻底解决多层住宅的清洁盲区。

它在2026年CES展会上亮相，标志着家庭清洁机器人从二维平面迈向三维空间的里程碑。

数据来源：GfK推总数据（不含北美、俄罗斯）；GfK中怡康中国市场推总（特指中国大陆）

总结与展望

01

全球清洁电器市场处于空前的繁荣期，海外市场的放量增长为中国吸尘器行业提供了巨大的市场空间，并且中国自主品牌的影响力在持续扩大

02

国内市场扩张前景明确，但是仍防止竞争过热引发内卷，行业应树立重研发，拼产品差异化，弱营销的行业风气

03

技术革新有量变而积质变，伴随着AI，机器人等技术的不断实践，高智能化清洁电器正在萌芽生长，将重构市场供给端格局

Source: <https://www.pewresearch.org/race-and-ethnicity/fact-sheet/latinos-in-the-us-fact-sheet/>

Thank you



We Show the World What People Want

如果您对此报告内容有兴趣需要进一步了解请按照下面的邮箱地址取得联系

Jia.Ma@nielseniq.com

NielsenIQ



powered by  GfK intelligence