

2019年线上 烘焙电器行业趋势报告

CBNDATA × Tmall × 豆果美食
第一财经商业数据中心

TABLE OF CONTENTS 目录

■ 第一部分：线上烘焙电器市场现状

■ 第二部分：线上烘焙电器发展趋势

■ 第三部分：烘焙电器行业未来展望

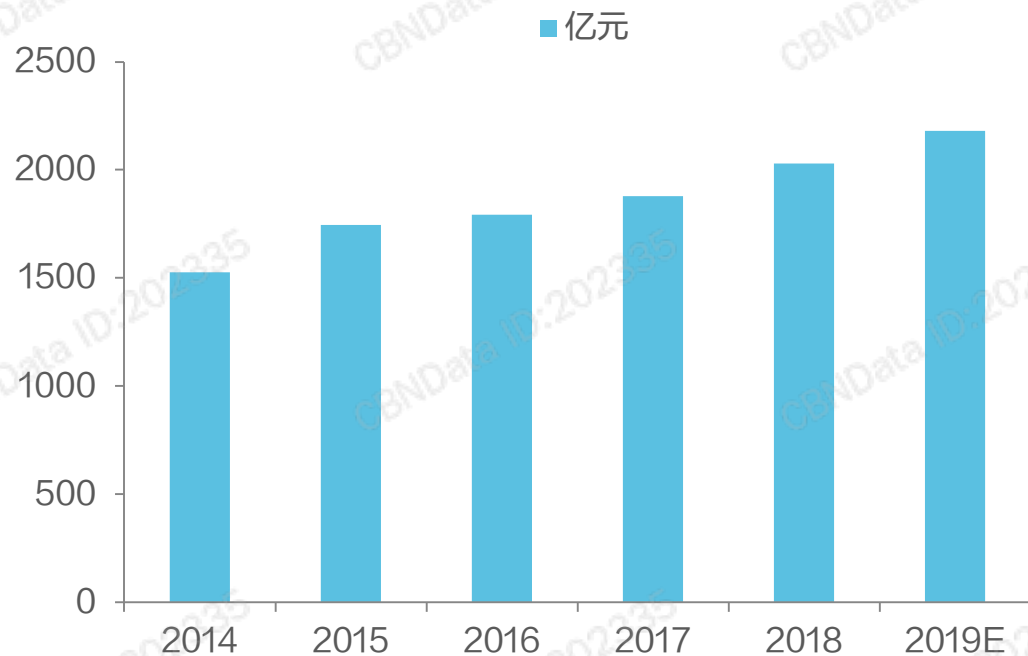


线上烘焙电器市场现状

消费者对烘焙兴趣增强，带动线上烘焙电器市场蓬勃发展

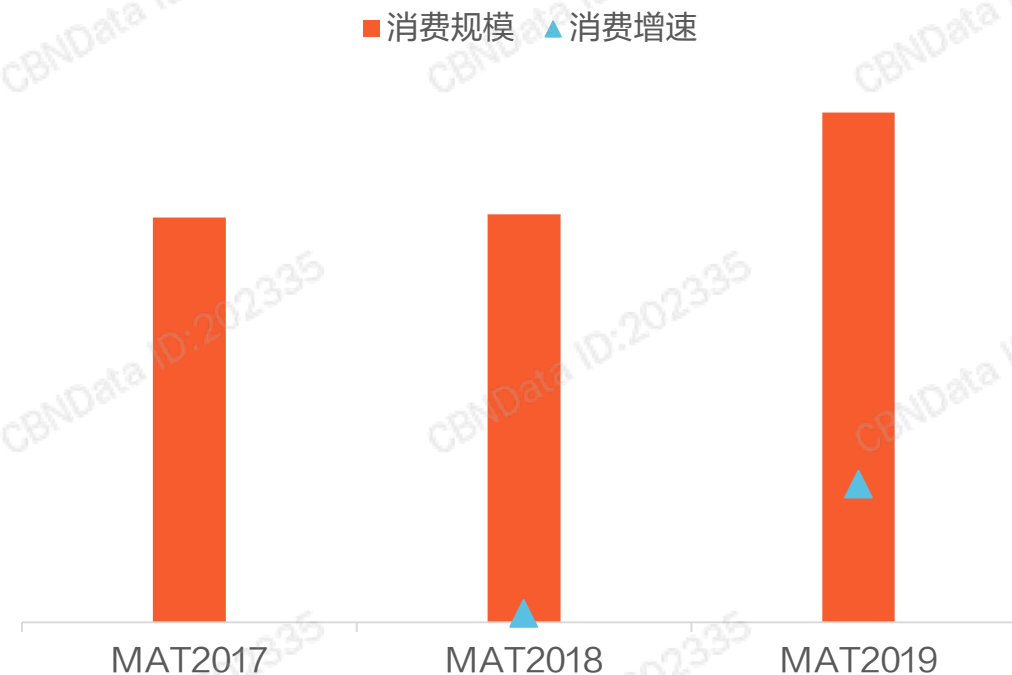
随着生活水平提升，消费者更加追求品质生活，对烘焙越来越感兴趣，除了爱吃烘焙食品，也爱购买烘焙电器自己动手DIY烘焙料理。

2014-2019年中国烘焙食品市场规模



数据来源：《2019年中国烘焙食品行业市场前景研究报告》，中商产业研究院整理

MAT2017-2019线上烘焙电器市场消费规模/增速

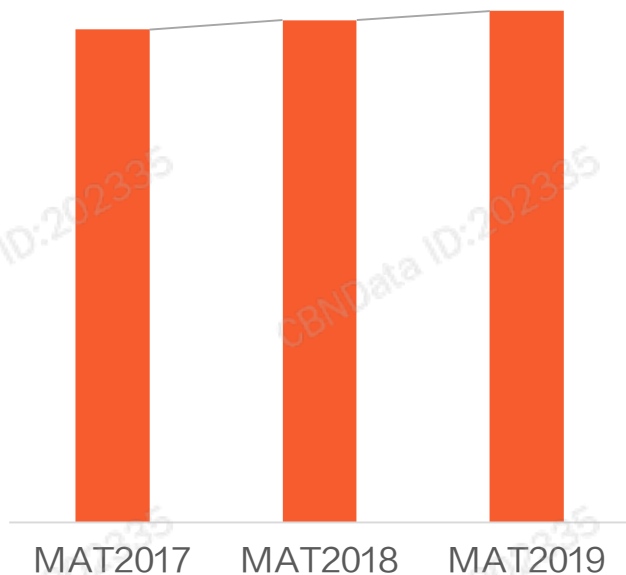


数据来源：CBNData消费大数据

天猫作为烘焙电器市场重要线上平台，受到消费者青睐

越来越多比例的消费者选择在天猫上消费烘焙电器。近一年内，天猫平台拥有400多个烘焙电器品牌、超过3.6万在售烘焙电器商品，且品牌和商品数量上涨较快，发展日益完善。

MAT2019线上烘焙电器市场天猫平台消费人数渗透率



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：渗透率=天猫平台消费人数/线上整体消费人数

Tmall

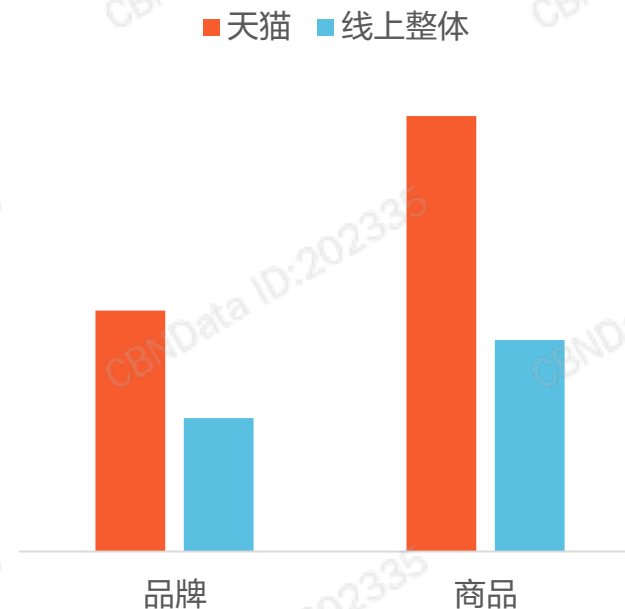
近一年来，天猫平台上

已入驻烘焙电器品牌数量 **400+**

在售烘焙电器商品 数量 **3.6w+**

数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019线上烘焙电器各平台品牌/商品数量增速

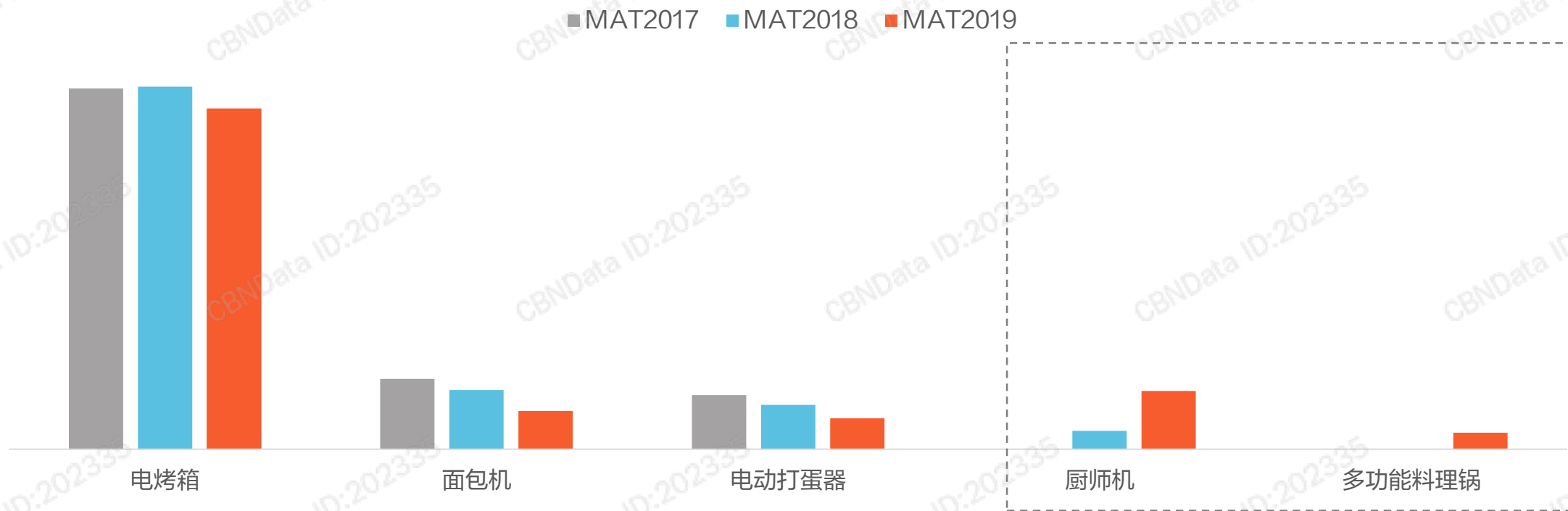


数据来源：CBNData消费大数据

电烤箱是基础品类，厨师机、多功能料理锅作为新起品类，渐受消费者喜爱

电烤箱的消费占比几年来均维持最大，是线上烘焙电器市场最基础的品类；厨师机、多功能料理锅等新品类兴起，逐渐受到消费者的喜爱，开始侵蚀其他品类的市场份额。

MAT2017-2019线上烘焙电器市场各品类消费占比趋势

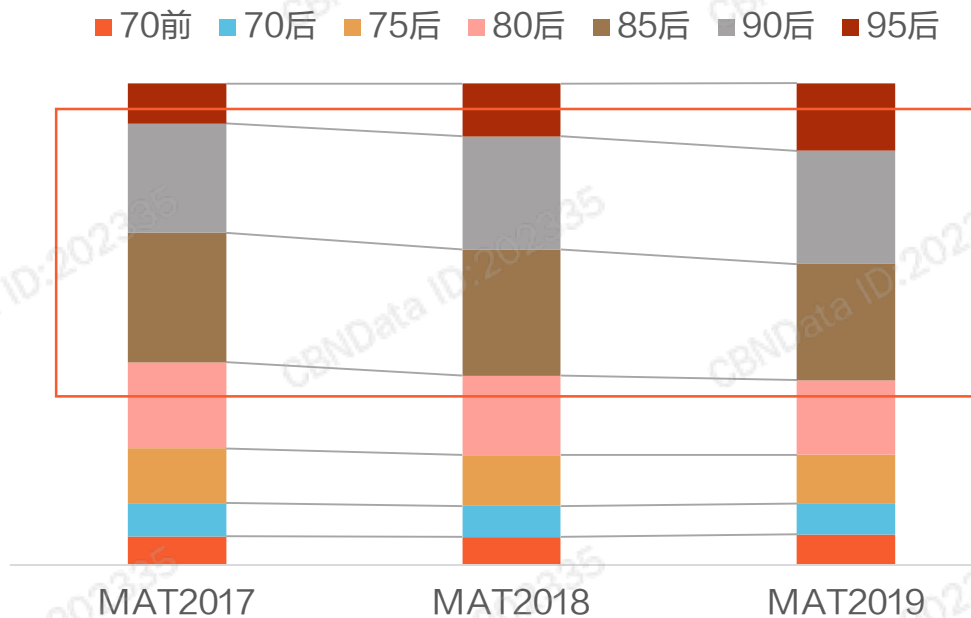


数据来源：CBNDATA消费大数据

85后和90后是线上烘焙电器的主力消费人群，95后是未来潜力人群

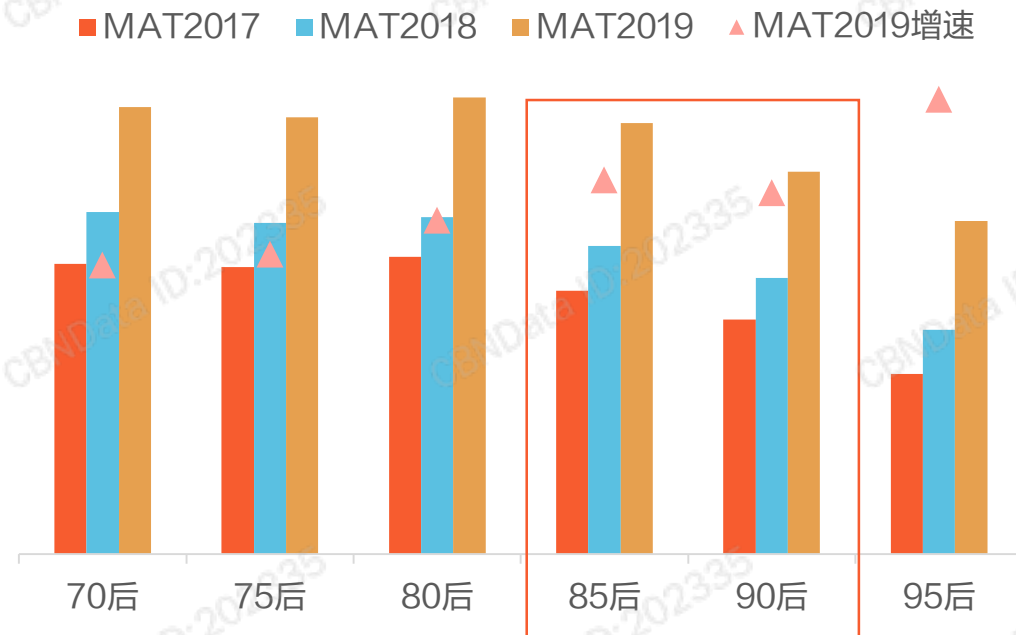
从消费人群来看，85后和90后依旧是线上烘焙电器的主要消费人群，人数基数大，尽管人均消费不及80后，但增速明显，未来有望超过80后。另外，95后人数增长和消费力提升明显，未来消费潜力不可小觑。

MAT2017-2019线上烘焙电器市场各代际消费人数分布趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-2019 线上烘焙电器各代际人均消费趋势

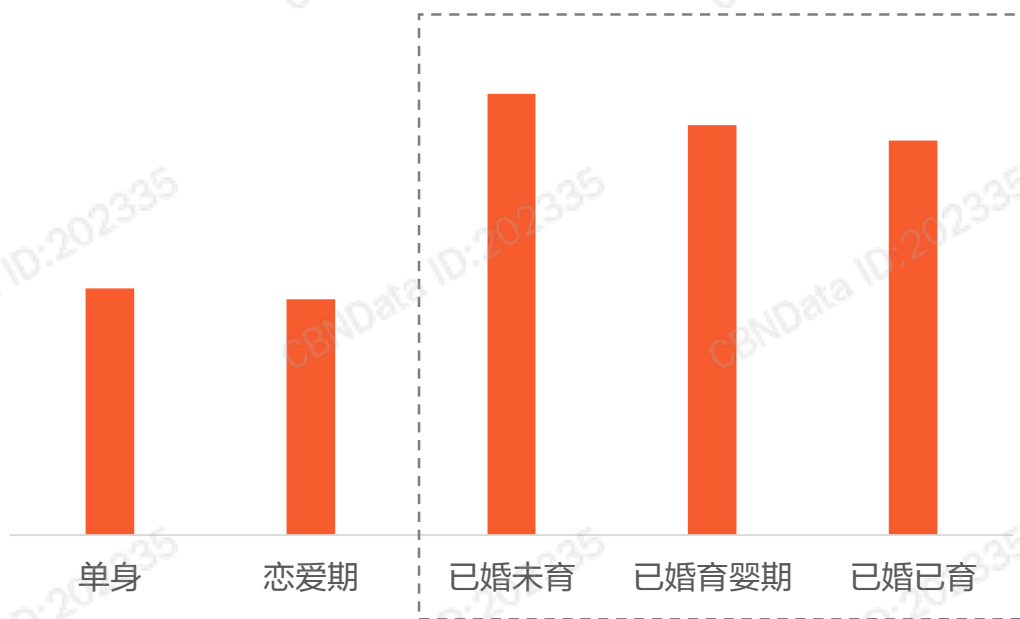


数据来源：CBNData消费大数据

已婚一族对烘焙器材投入更高，更愿选择厨师机和面包机来提升烘焙技能

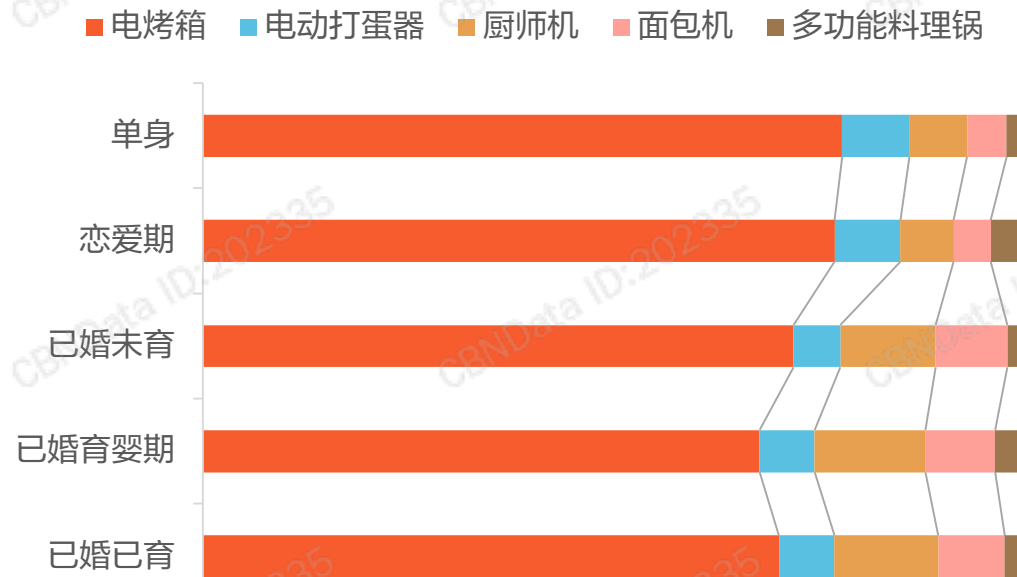
线上烘焙消费者中，已婚一族的人均消费远高于未婚一族；从各人生阶段消费者在各品类的消费分布来看，未婚一族会先采购比较常见的电烤箱以及电动打蛋器，已婚一族则更进一步购入厨师机和面包机来丰富“后厨”。

MAT2019线上烘焙电器市场各人生阶段人群的人均消费



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019各人生阶段各线上烘焙电器品类的消费占比分布



数据来源：CBNData消费大数据



线上烘焙电器发展趋势

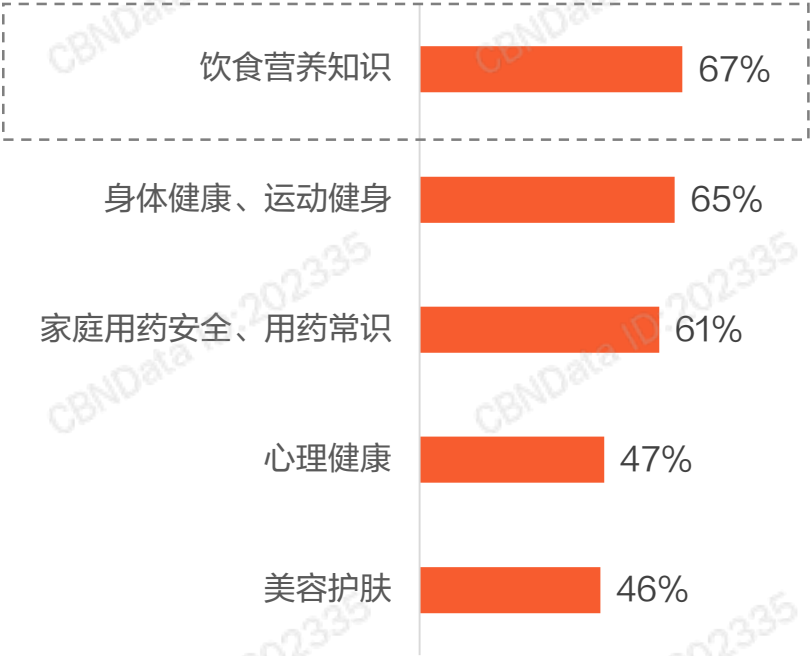
线上烘焙电器发展趋势



饮食健康深入人心，消费者结合更健康的方式烘焙

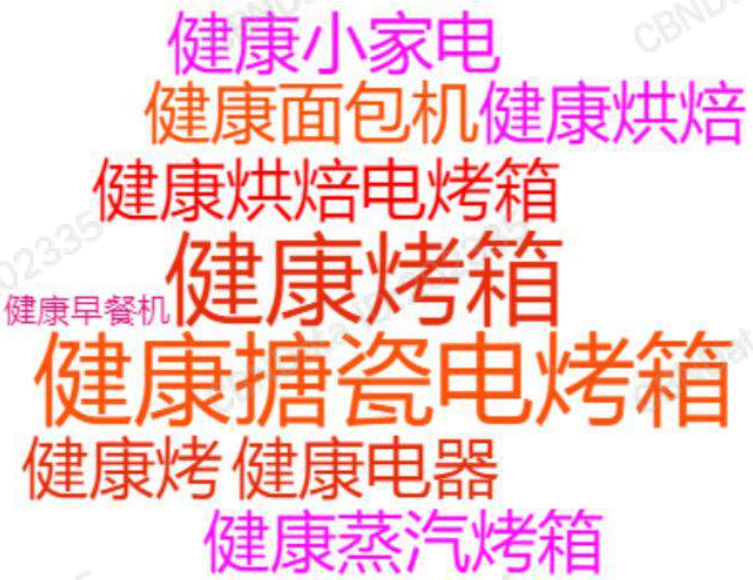
饮食健康作为保持身心健康的一大重要途径，受到消费者的高度关注；不仅食物要健康，烘焙方式也要健康，消费者开始选择能够提供“健康烹饪方式”的烘焙电器作为烘焙帮手。

2018.12公众对健康相关知识的关注度



数据来源：《2019国民健康洞察报告》丁香医生&健康报移动健康研究院 联合出品
调研样本量：全国53335人，来源为丁香医生媒体矩阵渠道，调研时间为2018.12

2018.10-2019.6线上消费者对健康烘焙电器相关搜索词云



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：词云文字大小依据为搜索词的搜索点击量

蒸烤一体替代纯电烤，“健康型”烘焙电器蒸烤箱热卖

作为烘焙电器基础的烤箱品类，出现了“蒸烤一体”的蒸烤箱，满足了烘焙爱好者对“健康烘焙”的渴望，消费者逐渐放弃纯烤箱，替而购入“健康型”蒸烤箱，引发蒸烤箱的高消费增长。

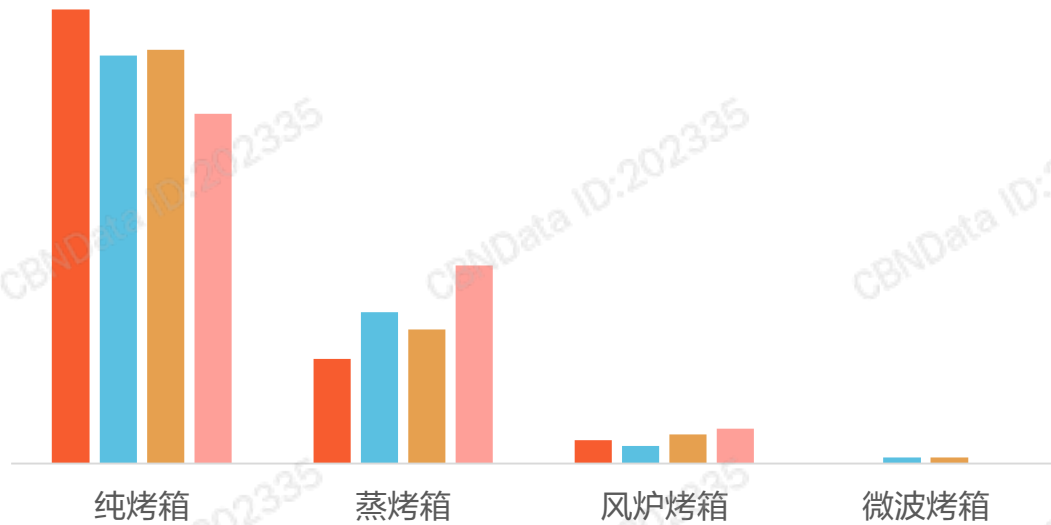
四种常见的烤箱类型介绍

- **纯烤箱**：即普通烤箱，加热方式多采用上下电烤加热管加热
- **蒸烤箱**：除了烤，还有蒸、蒸汽烤、发酵等功能，可以替代蒸箱和普通烤箱；加热方式多为蒸汽和电烤管双重加热
- **风炉烤箱**：普通烤箱大都是平炉，风炉烤箱则有热风循环系统，可让食物受热更均匀但较易带走水分使食物更干
- **微波烤箱**：有微波炉功能的烤箱，除了烤，还有微波炉的功能

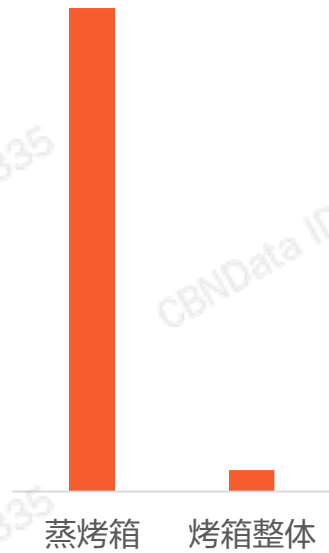
信息来源：公开资料整理

MAT2019各季度各类型烤箱消费占比趋势

■ 2018Q3 ■ 2018Q4 ■ 2019Q1 ■ 2019Q2



MAT2019蒸烤箱消费增速



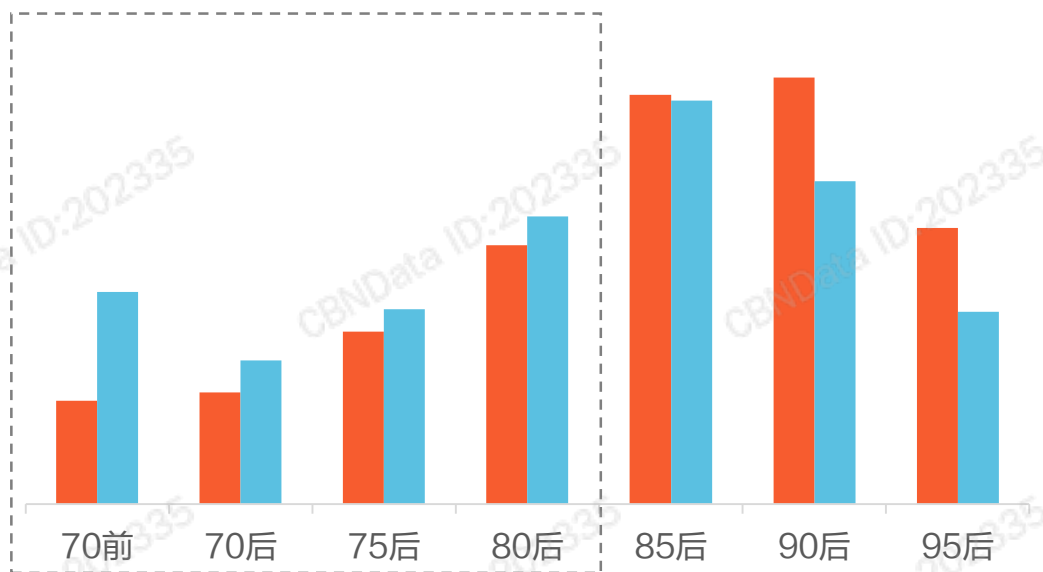
数据来源：CBNData消费大数据

“银发一族”和初为父母的家庭对“健康烘焙”尤为讲究

85前消费者比其他年轻代际更愿意选择健康的蒸烤箱，尤其是“银发一族”最为讲究；而从85前人群来看，已婚有孩家庭为了让孩子吃的健康，也尤为钟情蒸烤箱。

MAT2019线上蒸烤箱各代际消费者人数分布

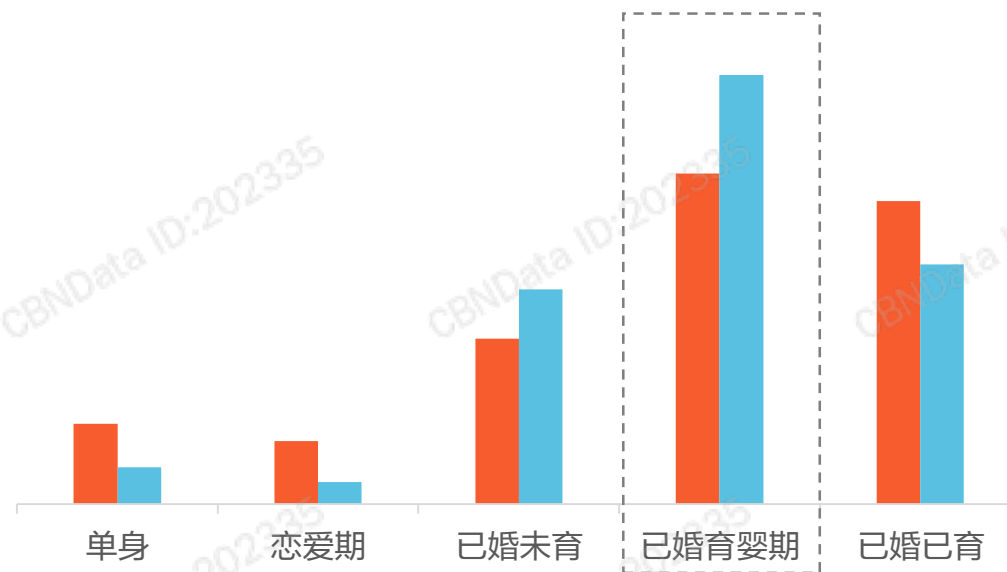
■ 烤箱整体 ■ 蒸烤箱



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019线上蒸烤箱85前消费者各人生阶段人数分布

■ 烤箱整体 ■ 蒸烤箱



数据来源：CBNData消费大数据

线上烘焙电器发展趋势

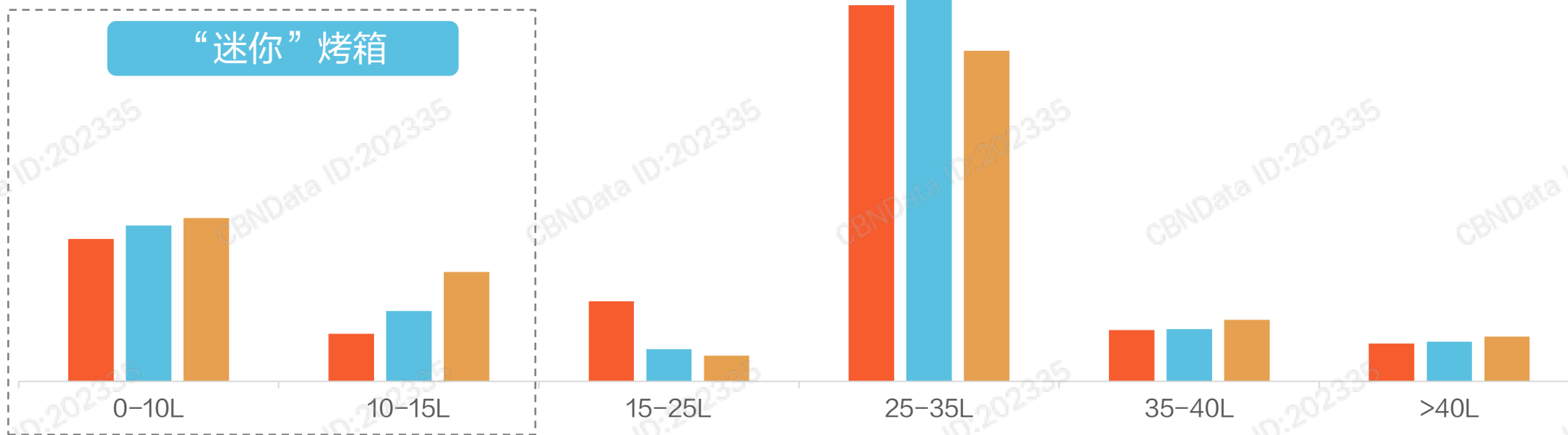


消费需求更细分，“迷你”烤箱愈发受欢迎

随着烘焙场景的不断细分，消费者对烘焙电器的容量需求也各不相同，从容量来看，0-15升的迷你型烤箱消费比例提升明显。

MAT2017-2019线上烤箱各容量的销量占比分布

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



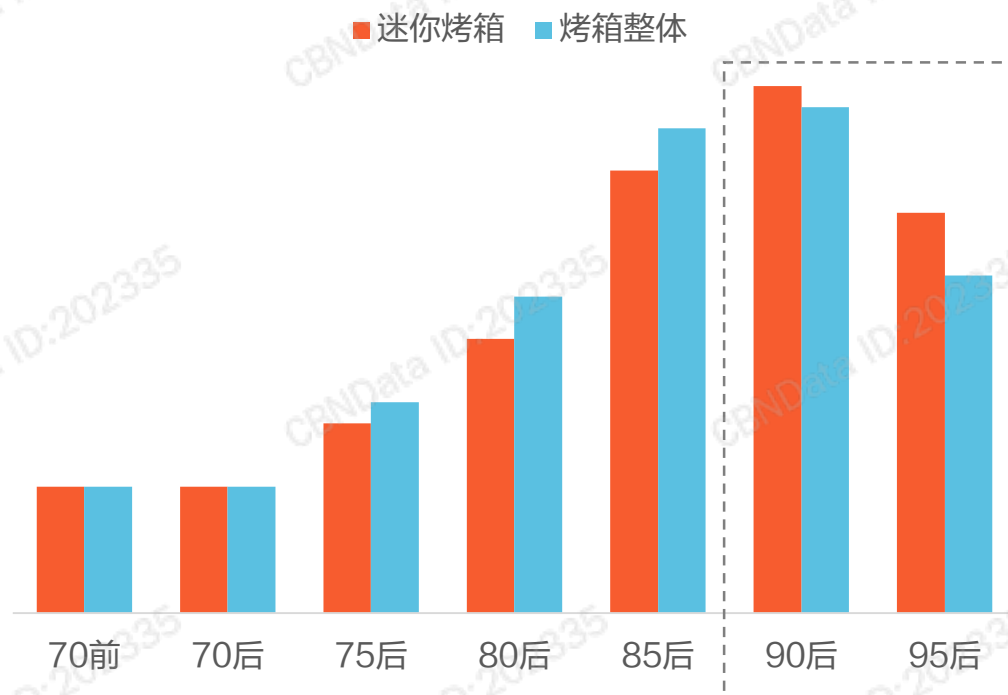
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：为方便下文继续描述，将15L以下容量的烤箱定义为“迷你”烤箱

年轻女生对迷你型烤箱情有独钟

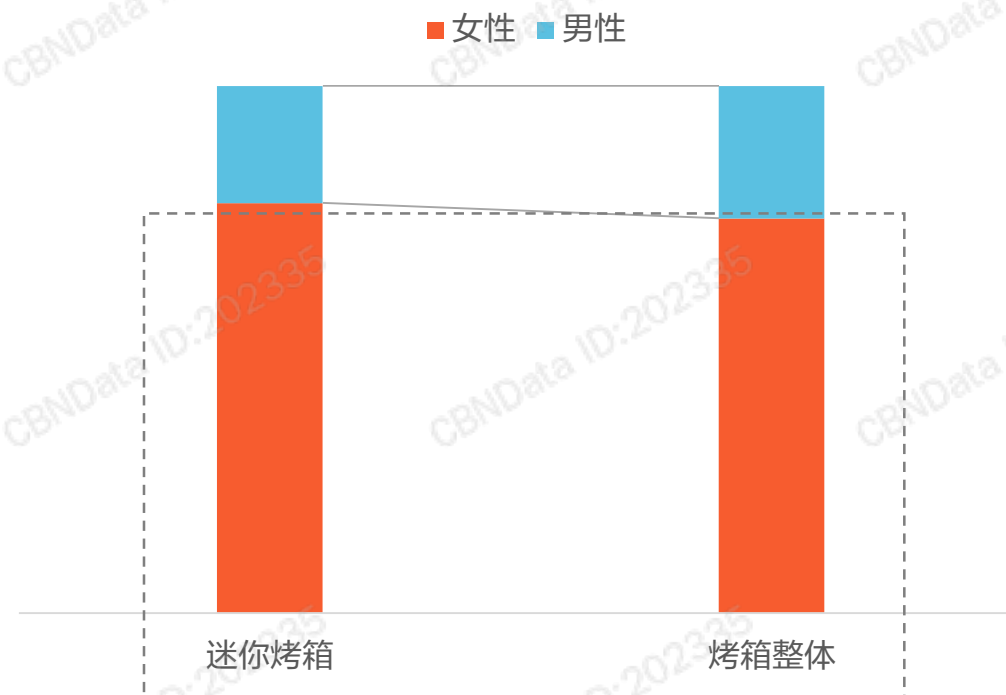
更多90/95后年轻人愿意消费迷你烤箱，其中，年轻女性对迷你烤箱更加喜爱。

MAT2019线上迷你烤箱各代际消费人数占比分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019线上年轻人消费迷你烤箱性别人数分布

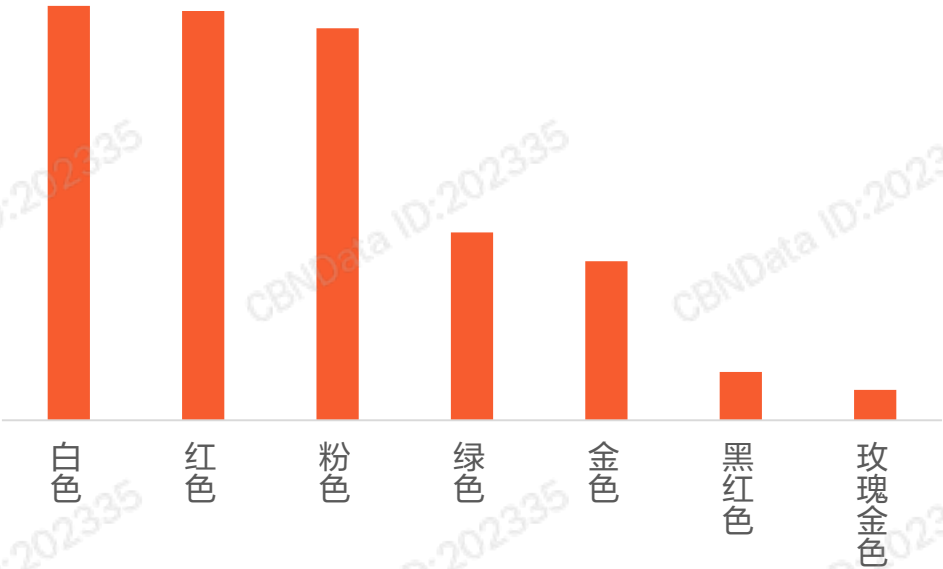


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：年轻人指90/95后

年轻女生的人生第一台烤箱，必须颜色可爱身材娇小

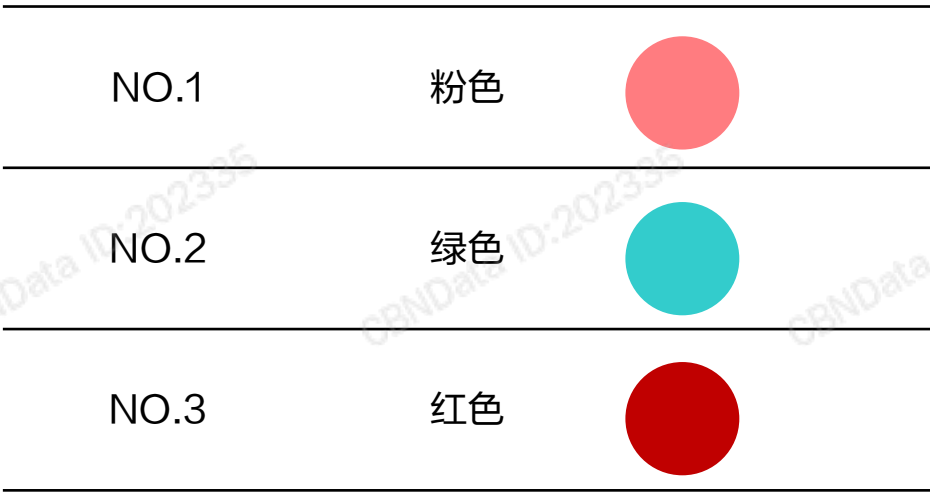
迷你烤箱最受欢迎的颜色有白色、红色、粉色等，比起所有迷你烤箱购买者，年轻女性更加偏好粉色、绿色等可爱的颜色。

MAT2019线上迷你烤箱各颜色的消费占比分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019线上年轻女性偏好消费的迷你烤箱颜色TOP3



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：年轻人指90/95后

TOP3选取依据是消费偏好值=年轻女性消费某颜色迷你烤箱的金额/所有人消费某颜色的金额-1

线上烘焙电器发展趋势



烘焙过程也追求赏心悦目，高颜值电器消费占比过半

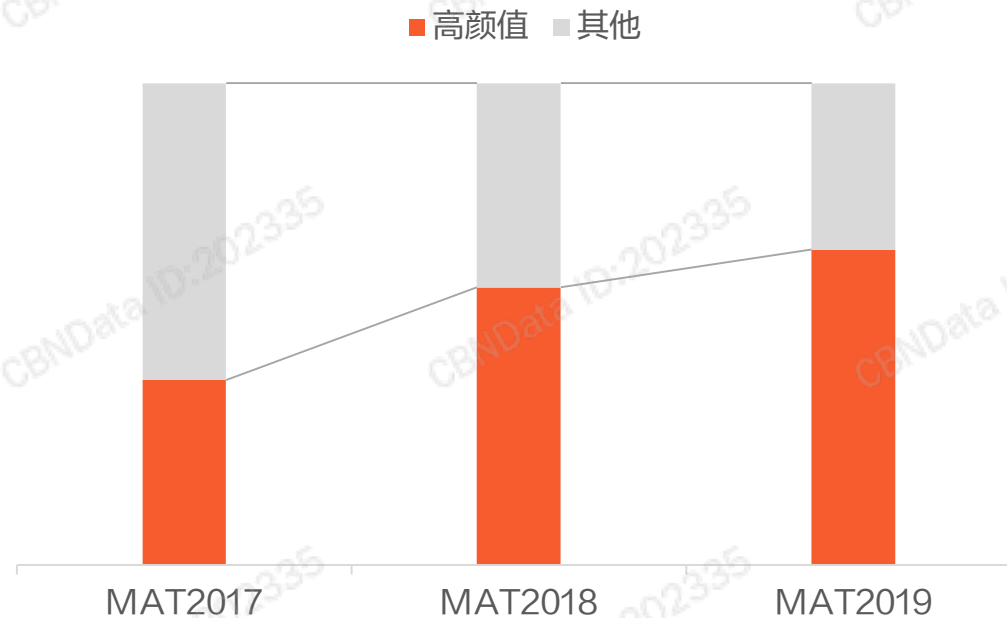
消费者对烘焙电器的颜值需求多样，线上“高颜值”烘焙电器越来越受消费者追捧。

2018.10-2019.6线上消费者对“高颜值”烘焙电器的相关搜索词云



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：词云文字大小依据为搜索词的搜索点击量

MAT2017-2019 线上“高颜值”烘焙电器
消费占比趋势



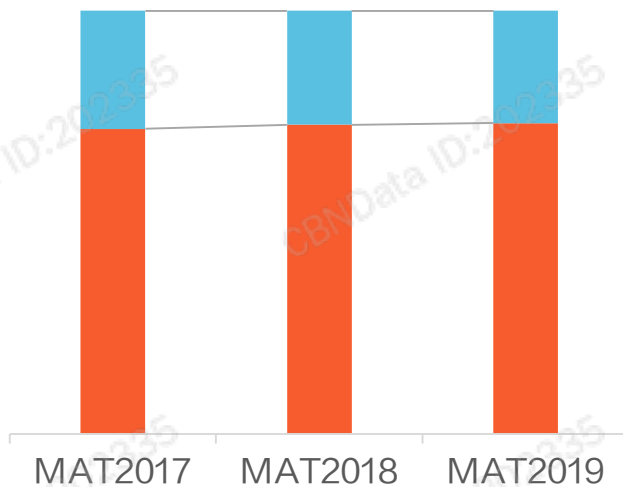
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：“高颜值”电器指消费者在线上搜索“高颜值|好看|美观|漂亮”等关键词后点击到的烘焙电器

为高颜值买单，女性人数多，男性消费力高

选择“高颜值”烘焙电器的女性人数较多，且增长一直高于男性，但男性比女性的消费力更高。

MAT2017-2019线上不同性别
“高颜值”烘焙电器
消费人数分布趋势

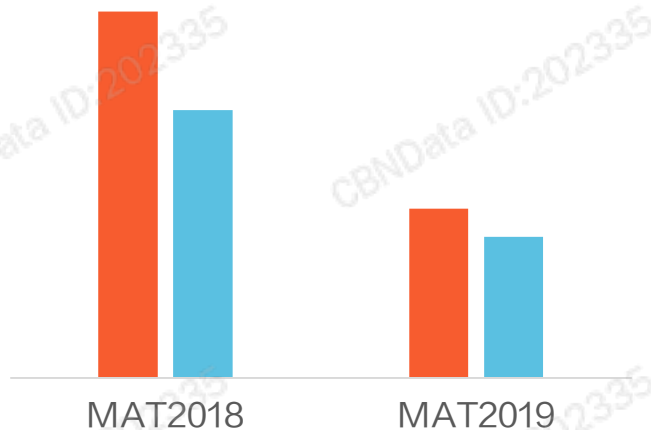
■ 女性 ■ 男性



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2018-2019线上不同性别
“高颜值”烘焙电器
消费人数增速

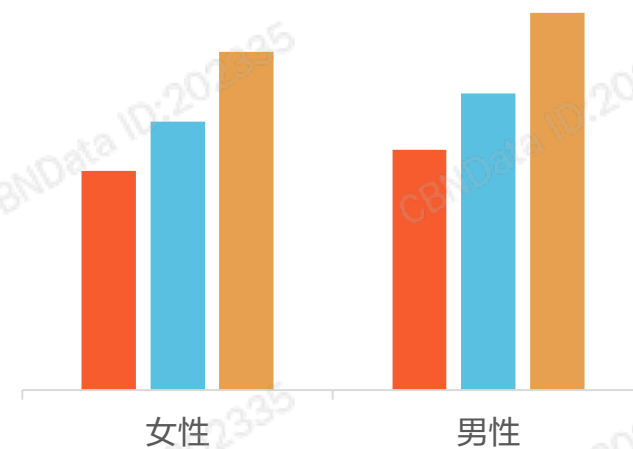
■ 女性 ■ 男性



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-2019线上不同性别
“高颜值”烘焙电器
人均消费趋势

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019

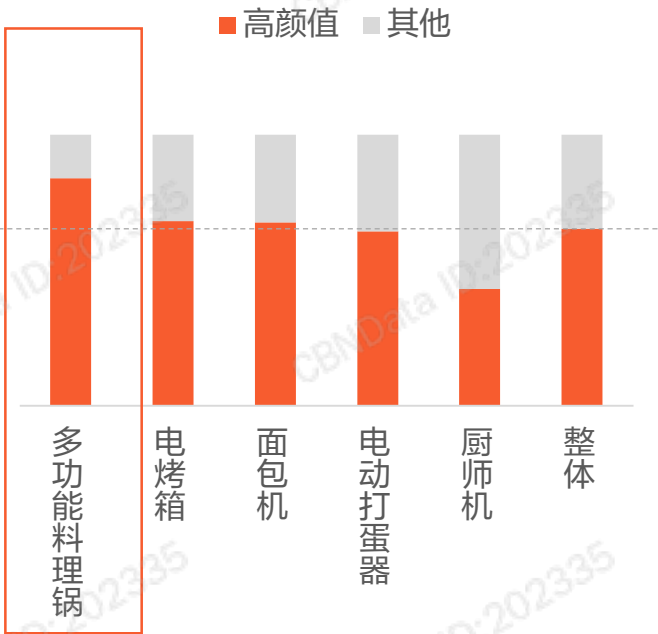


数据来源：CBNDATA消费大数据

颜色多样随心选，“网红锅”成为高颜值烘焙电器代表

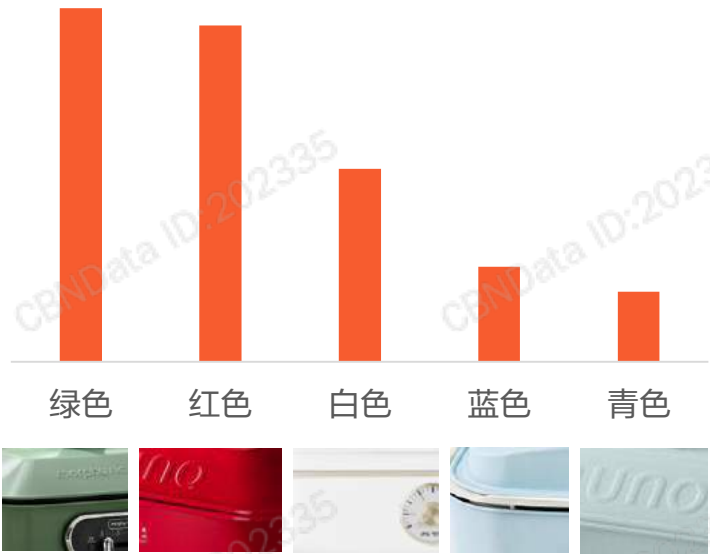
近年来刚刚兴起的多功能料理锅在上市后便被消费者冠以“网红锅”的称号，成为“高颜值”烘焙电器的代表；“网红锅”颜色多样，头部受欢迎的颜色有绿色、红色、白色等；相较而言，女性偏好比较清冷的色系，如绿色、青色；男性偏好比较简约的色系，如白色、蓝色。

MAT2019线上烘焙电器各品类中“高颜值”产品的消费比例



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019线上多功能料理锅不同颜色消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019不同性别消费者线上多功能料理锅颜色消费偏好

	女性	男性
NO.1	青色	蓝色
NO.2	绿色	白色

数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：某性别某颜色的消费偏好=该性别人群在该颜色上的消费占比/所有人群在该颜色上的消费占比

高颜值不止于颜色，形态和细节同样重要

“网红锅”不仅颜色多样，其本身的形态也很精巧，更有其他的可爱元素为其颜值加分，比如各种动物造型的Q萌手柄增加了“网红锅”对消费者的吸引力。

多功能料理锅的精巧形态

相较于普通的煮锅、炒锅，平底锅等，多功能料理锅的外形更加复古迷人，以Bruno多功能料理锅为例，设计以长方体型为主，满足消费者对“视觉享受”的期待和“晒出烘焙”的心理。



信息来源：公开资料整理

多功能料理锅的更多可爱元素

以Bruno多功能料理锅为例，除了料理锅本身，手柄的选择上也推出了多种可爱的动物造型，为锅体本身添加了更多可爱元素，也令选择更加个性化、更具趣味性。



信息来源：公开资料整理

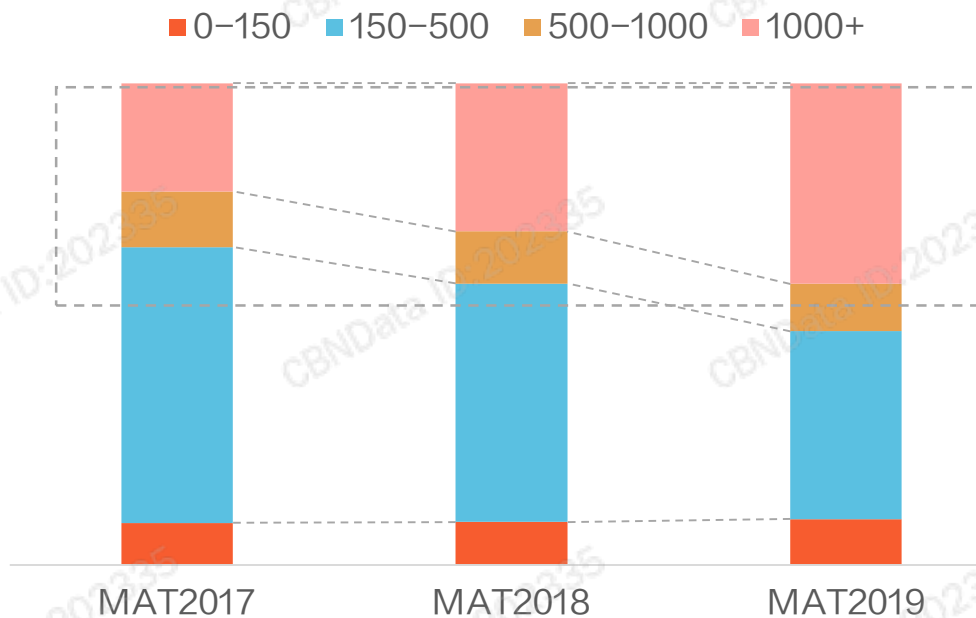
线上烘焙电器发展趋势



消费者对烘焙专业性的需求提升，千元以上“专业级”烤箱逐渐流行

近三年来，消费者对烘焙专业性的追求推动了烤箱市场的升级，千元以上的“专业级”烤箱市场占比显著提升，近一年内已逾四成。“专业级”烤箱在控制方式、控温方式以及功能多样性等方面均有了更加专业化的提升。

MAT2017-MAT2019线上各价位段烤箱消费占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

烤箱的专业级别介绍

“专业级”

1000¥

- 蒸烤一体智能电烤箱成为主流
- 嵌入式烤箱占据一定市场空间
- 电子式控制为主

“进阶级”

500¥

- 纯烤箱为主，蒸烤一体的蒸烤箱开始出现
- 控温方式更多元，背热风加热控温开始出现
- 机械式+电子式控制方式

“大众级”

150¥

- 控温方式更多元，上下管独立控温开始出现
- 机械式控制方式

“入门级”

- 迷你烤箱为主（10L左右）
- 机械式控制方式

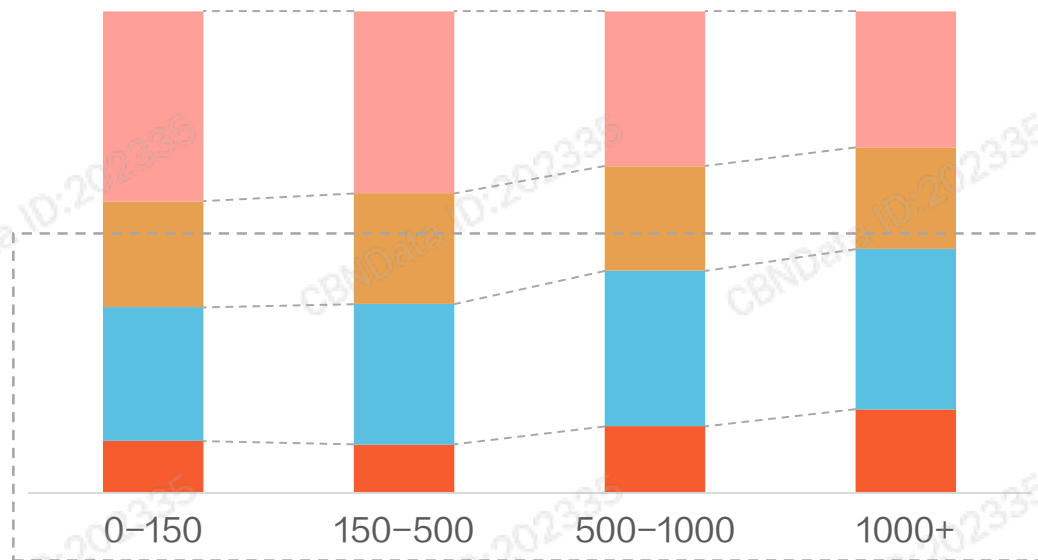
信息来源：公开资料整理

倾向选择“专业级”烤箱的“烘焙达人”，更多分布在一二线城市、以家庭型人群为主

比起其他级别的烤箱，“专业级”烤箱的一二线消费者人数占比更多，90前的家庭型消费者人数占比更多。

MAT2019线上各价位段烤箱消费人数
城市线级分布

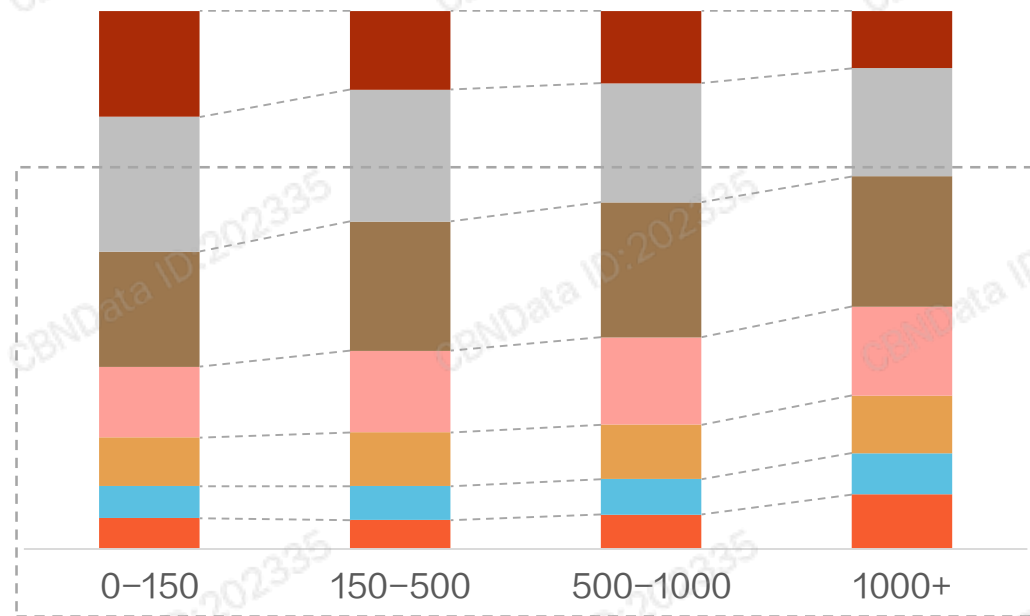
■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 四线及以下



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019线上各价位段烤箱消费人数代际分布

■ 70前 ■ 70后 ■ 75后 ■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ 95后



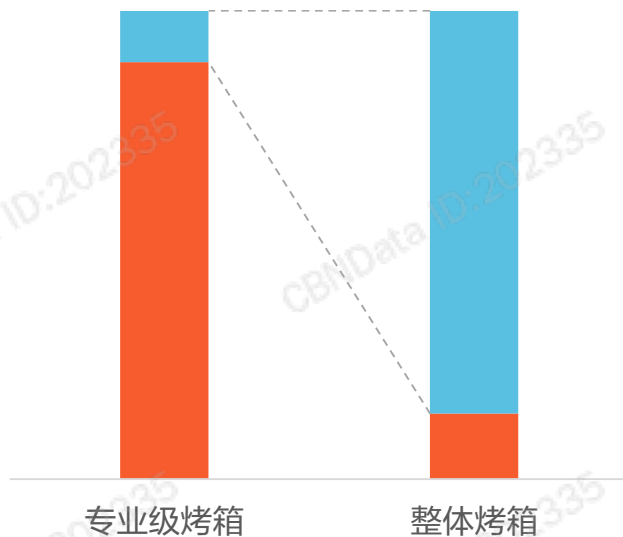
数据来源：CBNData消费大数据

“烘焙达人”对专业性的追求一定程度体现在对烘焙时间和温度的控制上

“烘焙达人”对烘焙的时间、温度有着更高的要求，因此更青睐电子式的操控方式，可帮助精确控制烘焙所需时间和温度，以及背热风加热的控温方式，使得食物受热更均匀。

MAT2019线上“专业级”烤箱
各操控方式销量占比

■ 电子式 ■ 机械式

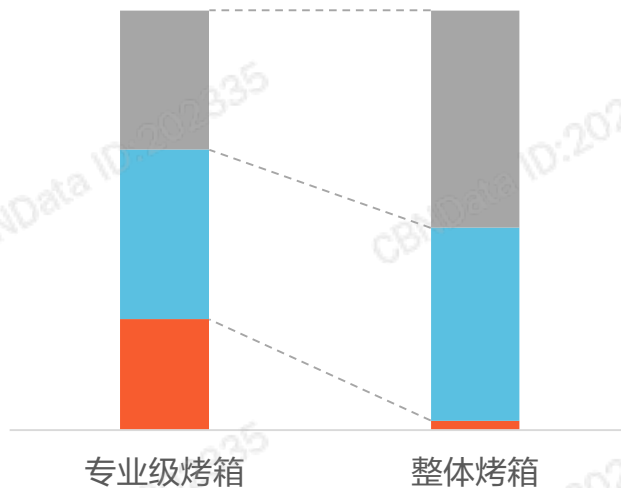


数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：“电子式”包含触屏控制|触摸控制|电脑控制|智能控制等；“机械式”包含开关|旋钮等机械控制方式

MAT2019线上“专业级”烤箱
各控温方式销量占比

■ 背热风加热控温 ■ 上下管独立控温
■ 上下管统一控温



数据来源：CBNData消费大数据

大数据·全洞察



电子式



机械式

电子式烤箱优点

- 时间控制更精确
- 温度控制更精确
- 功能更智能，可支持远程操控等功能



背热风控温

背热风加热控温优点

- 烤箱加热温度更精确
- 热风循环受热更均匀



上下管控温

根据公开资料整理

“烘焙达人”也更热衷于选择较专业的厨师机来加工食材，令烘焙效果更佳

“烘焙达人”对食材的加工环节也有很高的要求，更倾向选择较专业的厨师机来进行食材的“预处理”。

厨师机介绍

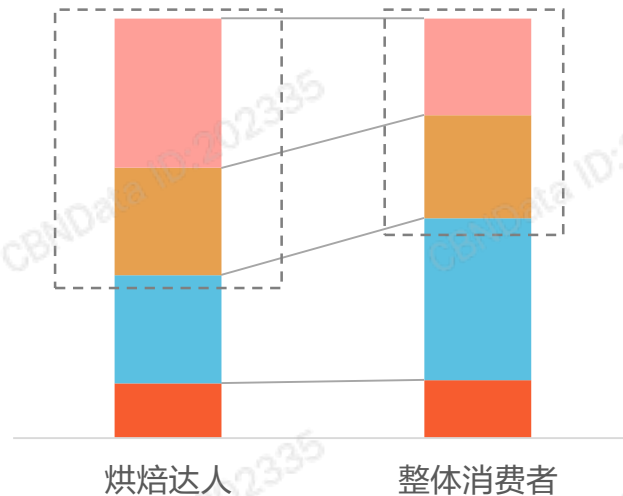
- 厨师机是一款“烘焙/料理助手”型的烘焙电器，可以揉面、打蛋、搅拌等，功能多样，可以让烘焙消费者解放双手、让食材加工更专业烹饪效果更加。



信息来源：公开资料整理

MAT2019线上厨师机各价位段
销量占比分布

500元以下 500-1000元
1000-2000元 2000元以上



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：“烘焙达人”指MAT2019购买过千元以上“专业级”烤箱的厨师机消费者；“整体消费者”指MAT2019购买过厨师机的消费者

专业千元级厨师机优点

- 1、功能更全面；
- 2、功率更高，运转时更稳定；
- 3、电子式控制，可精准把控时间；
- 4、配备安全装置，安全性更高；

信息来源：公开资料整理



烘焙电器行业未来展望

新产品：中西文化将在烘焙中更加融合，更能满足新一代消费者的喜好

众所周知，市场上涌现的西点中馅混搭烘焙食品大受追捧，可见中西文化的融合更能受到新一代烘焙消费者的喜爱，多功能料理锅的热卖也印证了这一点；除了料理锅，更有多功能早餐机上市，满足了消费者对“中西合璧”渴望。

西点中馅烘焙食品

- 新一代消费者在信息发达的社会中成长，更多地“暴露”在各国文化熏陶中，更能接受中西文化交融，口味更多元更具包容性，对炒面面包、麻婆豆腐等西点中馅的食品更加追捧。



烹饪中西餐均可的多功能料理锅

- “名副其实”的多功能料理锅具有多种可替换的烤盘、深锅、蒸屉，即可满足西式糕点的制作，也可满足中式菜式的蒸煮，最适合新一代消费者对“中西融合烘焙”的需求。



“中西合璧”多功能早餐机

- 多功能早餐机的出现满足了消费者“边烤边煮”的心愿，煮个玉米红薯配上烤面包不再是“奇想”；结合了面包机、煮锅、蒸锅、平底锅一体的多功能早餐机给消费者带来更健康的“中西合璧”式早餐。



信息来源：公开资料整理

新技术：人工智能技术将进一步改造升级烘焙电器，让烘焙更专业更便捷

人工智能已经不断被应用到烤箱设备上，图像识别、语音交互、AR（增强现实）等技术的应用能够更智能地设定时间和温度，进而让烘焙更加专业、更加省心省力。

食品识别技术助力精准烘焙

- 近两年，June和Whirlpool先后推出了可识别食品的智能烤箱，通过内置高清摄像头识别食物的种类，自动设定设定检测到每种食品的时间和温度，同时通过APP实现食品烹饪的过程监控。



June烤箱的一键烹饪：自动识别并提供专业烹饪意见

来源：2019年国际消费类电子产品展览会（2019CES）

语音交互和远程操控解放双手

- 通过APP或者语音助手控制烤箱可以解放双手，远程控制也能够让烘焙更加省心省力，比如，通过天猫精灵或语音助手Alexa实现语音交互的智能烤箱已经上市。



通过天猫精灵实现语音交互的智能烤箱

来源：天猫平台，Amazon秋季产品发布会



2019秋季，Amazon发布支持语音助手Alexa的智能烤箱

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市

数据时间段：

- MAT2017-MAT2019；
MAT2017：2016.7.1-2017.6.30
- MAT2018：2017.7.1-2018.6.30
- MAT2019：2018.7.1-2019.6.30

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；
为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：夏璐辰 张超

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号



CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察