

CBN DATA

第一财经商业数据中心

线上衣物护理研究 白皮书

© 2019 CBNData. All rights reserved.



目录 Content

1

Part1: 衣物护理行业现状概览

2

Part2: 手持挂烫机行业现状

3

Part3: 消费者画像及机会人群识别

4

Part4: 品类趋势及行业展望

5

Part5: 趣味榜单



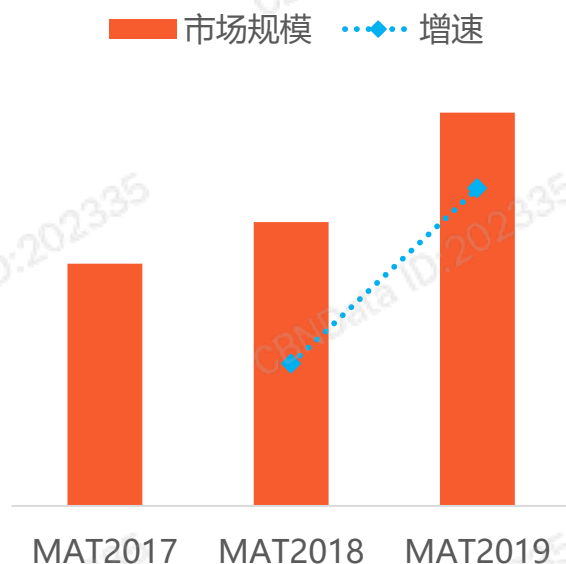


衣物护理行业现状概览

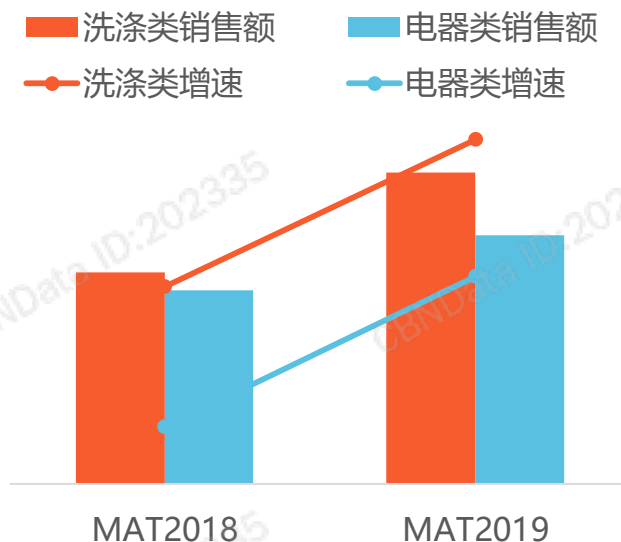
线上衣物护理市场蓬勃发展，更多消费者开始关注衣物护理

三年间衣物护理行业规模加速增长，洗涤类和电器类作为衣物护理行业的两大品类，共同带领行业发展。两大品类中，消费者人数的增长均是驱动品类增长的主要因素，但洗涤类在人群渗透更快，电器类则消费升级更为显著。

MAT2017-2019 年衣物护理整体市场规模及增速

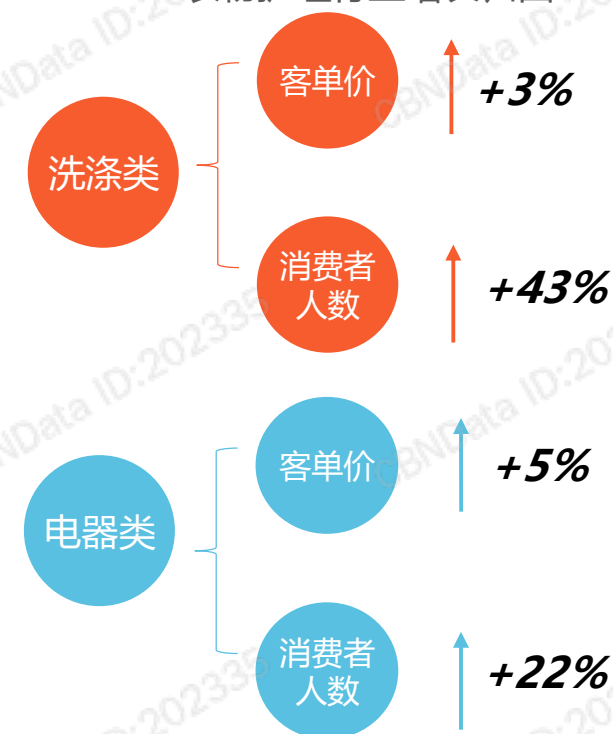


MAT2018-2019 年衣物护理（洗涤类及电器类）市场规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

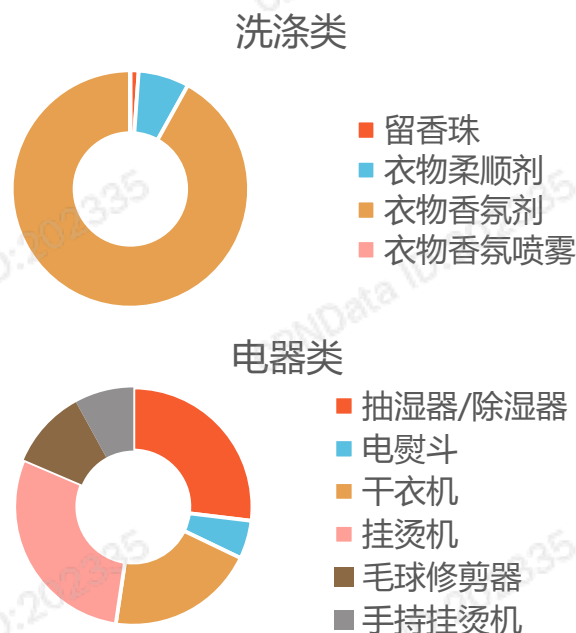
MAT2019衣物护理行业增长归因



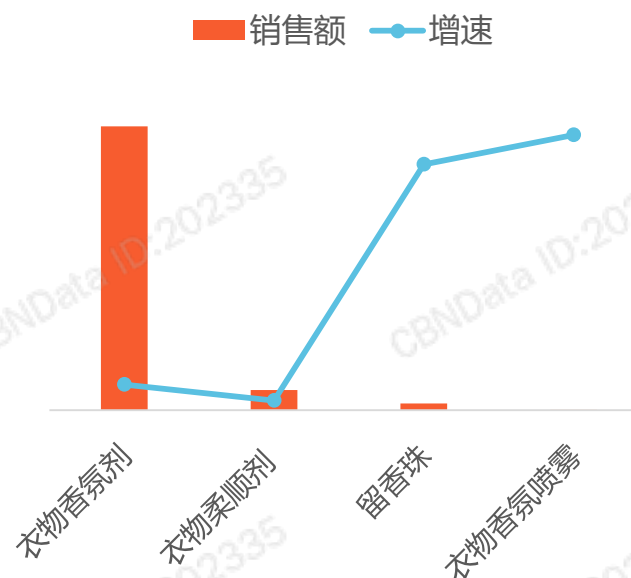
品类不断细分化多样化，新兴品类发展迅猛

洗涤类产品功能主要为柔顺和留香，目前品类消费相对集中，小众品类快速增长；电器类产品功能主要为干衣和熨烫，由于产品更加多样化，品类消费相对分散，其中手持挂烫机增速突出，表现亮眼。

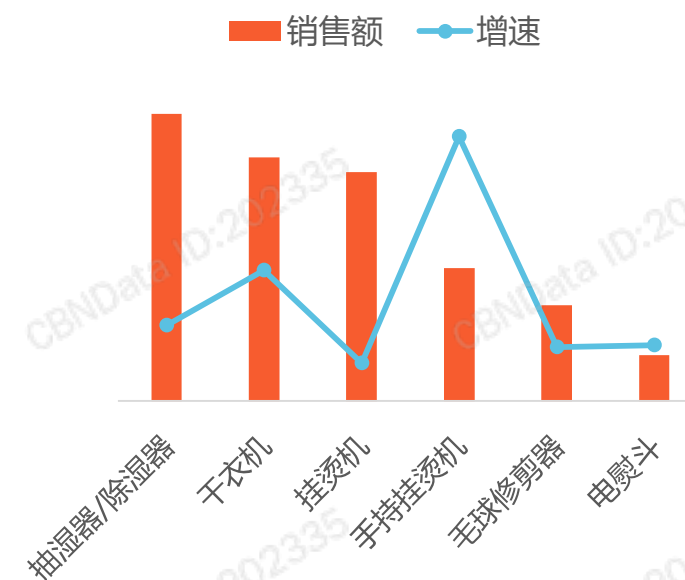
MAT2019 衣物护理中电器/洗涤类
各品类销售额占比



MAT2019 衣物护理中洗涤类各
品类销售额及增速



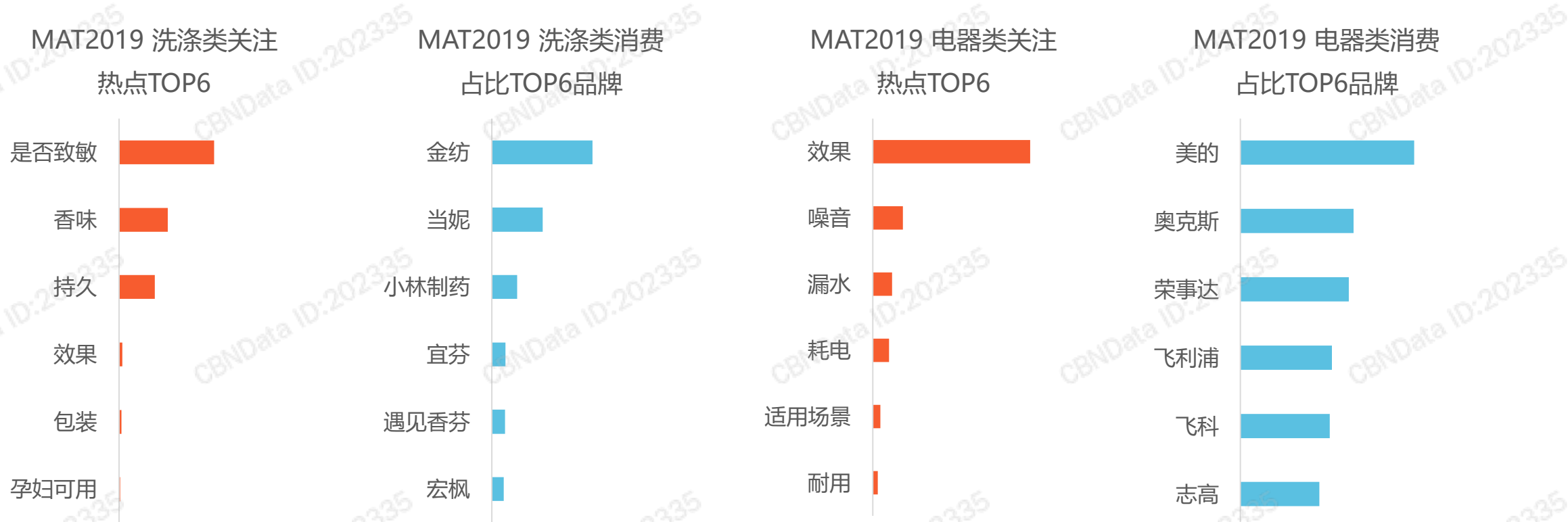
MAT2019 衣物护理中电器类各
品类销售额及增速



数据来源：CBNData消费大数据

不同品类消费者关注点不尽相同，洗涤类重安全，电器类重效果

安全性、气味和持久性是洗涤类产品消费者的关注热点，而对于电器类产品，消费者最关注的是效果，其次则是噪音、是否漏水等质量相关的问题。



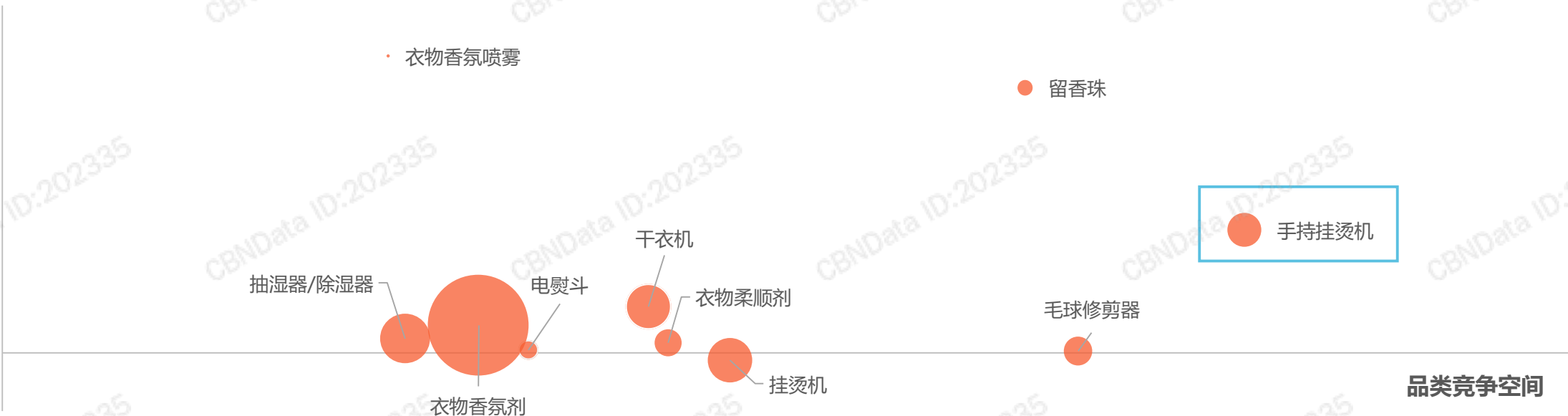
数据来源：CBNData消费大数据

手持挂烫机作为新兴品类发展空间大，成为高潜品类

衣物护理行业的细分品类中，手持挂烫机作为一个新兴的品类，目前已经拥有一定的体量，但仍保持较高的增速和较大的竞争空间，是值得关注的具有较高潜力的品类。

MAT2019 衣物护理细分品类增长潜力及竞争空间

消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：品类竞争空间=平均单个商品订单量，值越大竞争空间越大；气泡大小为销售额

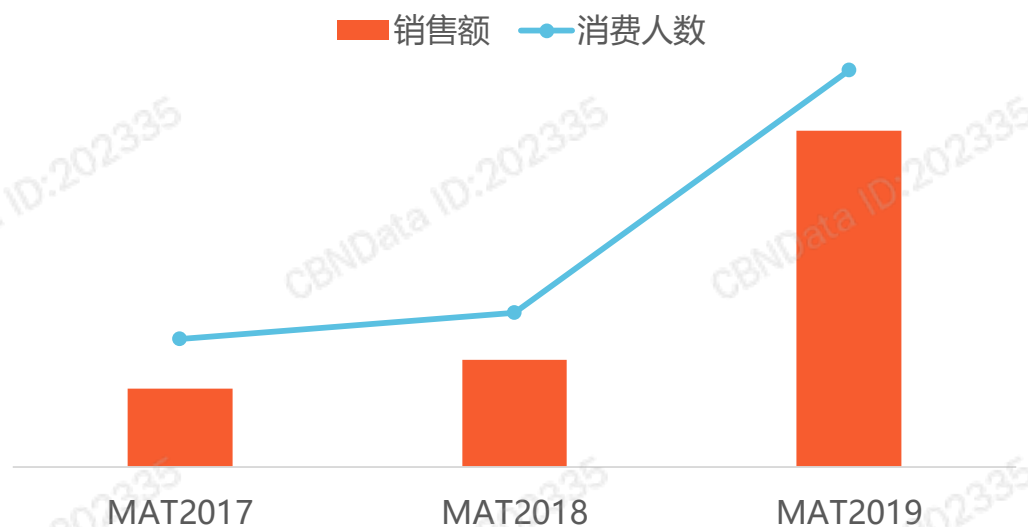


手持挂烫机行业现状

手持挂烫机品类规模不断扩大，消费人数和客单价双双助力

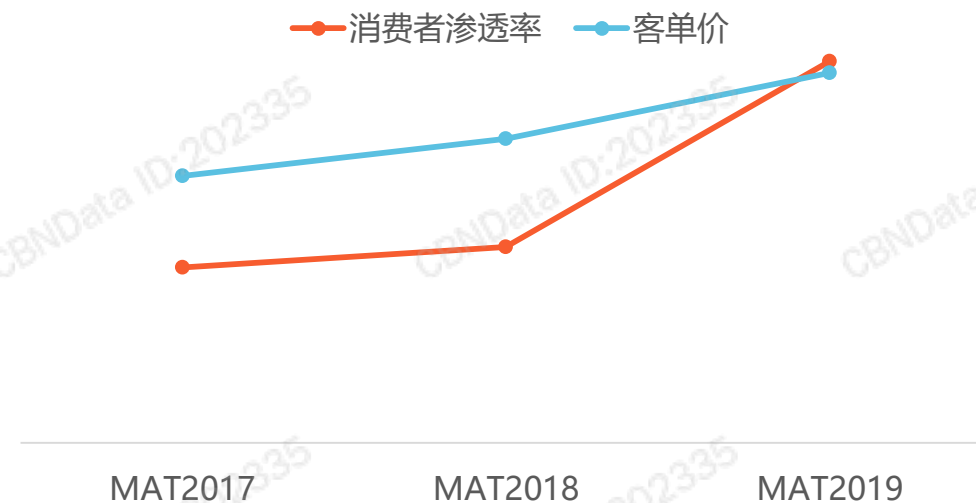
手持挂烫机品类规模三年间加速成长。随着消费人数的增长，手持挂烫机渗透到更多消费者的生活当中，同时客单价持续提升，品类消费升级。

MAT2017-2019 手持挂烫机品类消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-2019 手持挂烫机消费者渗透率及客单价趋势



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费者渗透率=购买手持挂烫机的消费者人数/购买衣物护理的消费者人数

小巧便携易操作，为熨烫衣物开拓新场景

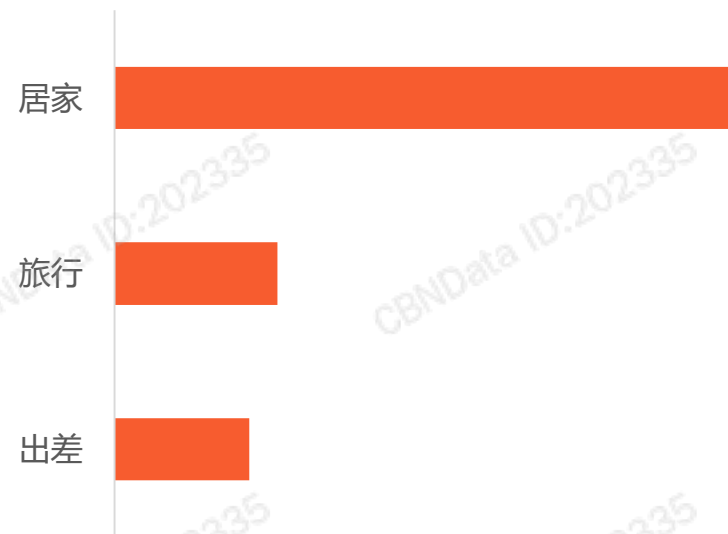
方便收纳、操作简单、轻巧便携是消费者选择购买手持挂烫机的主要原因；居家是手持挂烫机最主要的使用场景，但由于其小巧便携的优点，使用场景也延伸至旅行和出差当中。

手持挂烫机消费者购买动机人数分布



数据来源：CBNData调研数据
数据说明：手持挂烫机购买者，N=700

手持挂烫机消费者使用场景人数分布



数据来源：CBNData调研数据
数据说明：手持挂烫机购买者，N=700

专业性和熨烫效果是最大痛点，有待进一步提升

手持挂烫机具有小巧轻便的优点，但在专业性不及家用挂烫机，因此担心使用效果、能否处理特殊面料、对产品缺乏了解是消费者未购买手持挂烫机的主要原因，如何进一步提升手持挂烫机的专业性和熨烫效果将成为品牌的下一个课题。

手持挂烫机消费者流失因素人数分布



数据来源：CBNData调研数据

数据说明：未购买手持挂烫机的消费者，N=1302

消费者想要的功能和特点



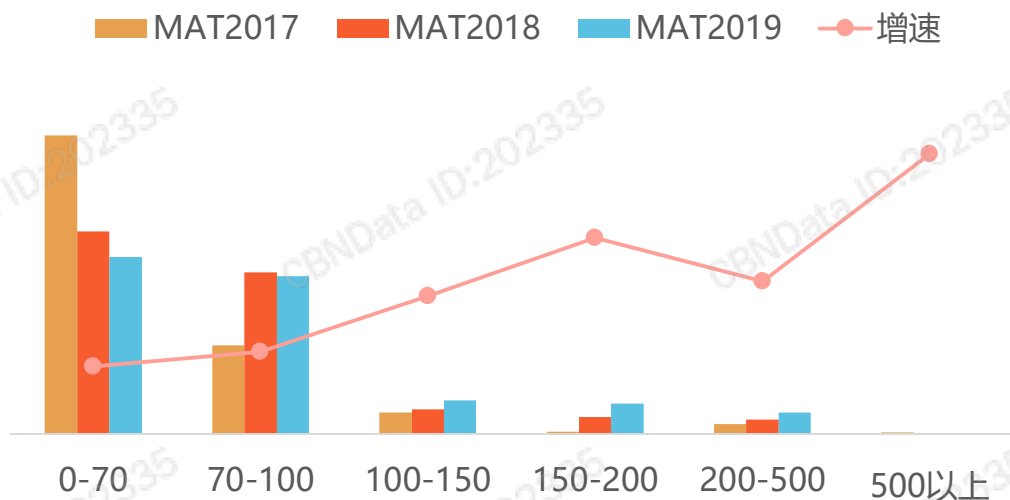
数据来源：CBNData调研数据

数据说明：未购买手持挂烫机的消费者，N=1302

百元以内产品是主流，中高价位段成长迅速

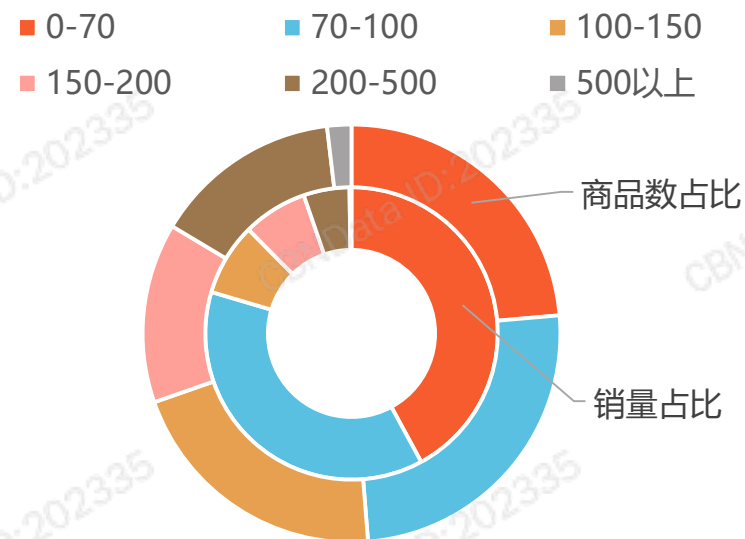
线上手持挂烫机的消费多集中在100元以内的产品，70-100区间段将逐渐代替0-70成为主流，同时百元以上位段占比不断提升，整体品类呈现消费升级。目前各价位段的商品数量和销量的分布并不一致，70-100元的产品数与销量仍存在较大差距。

MAT2017-2019 手持挂烫机不同价格段消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019手持挂烫机不同价格段商品数量占比vs销量占比



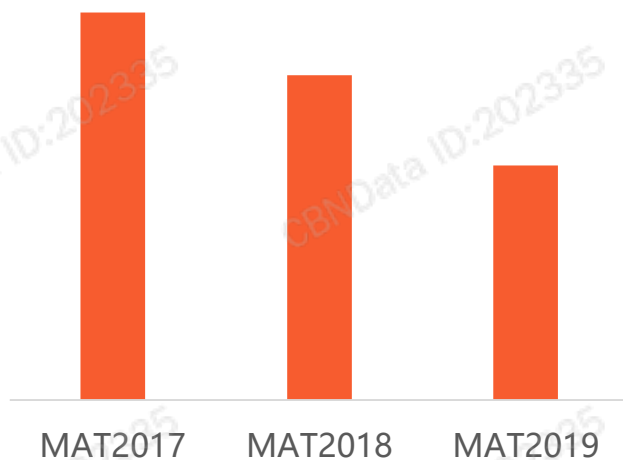
数据来源：CBNData消费大数据

品牌竞争集中化，头部品牌揽大半江山

手持挂烫机品牌数量逐年减少，且前十品牌贡献的销售占比逐年增长，竞争更加集中。目前线上手持挂烫机品牌绝大多数为国产品牌，消费占比达八成以上；在2019年法国品牌占比增长显著，表现亮眼。

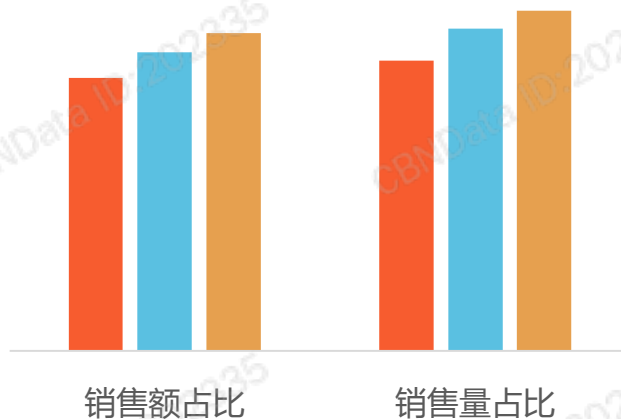
MAT2017-2019 手持挂烫机品牌数量趋势

■ 品牌数量



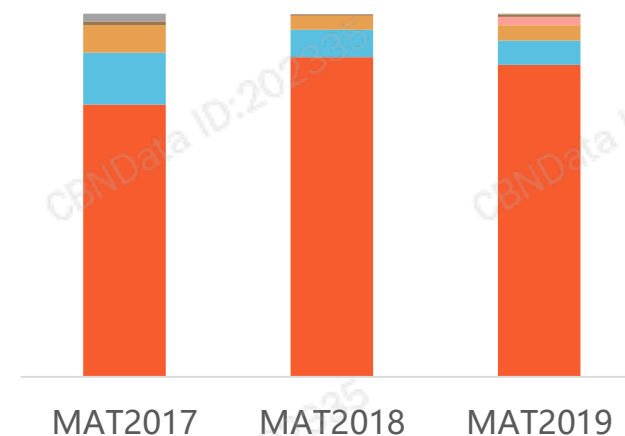
MAT2017-2019 手持挂烫机TOP10品牌的销售额占比及销售占比趋势

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



MAT2017-2019 手持挂烫机不同国别品牌消费占比趋势

■ 中国 ■ 韩国 ■ 荷兰 ■ 法国 ■ 日本 ■ 其他

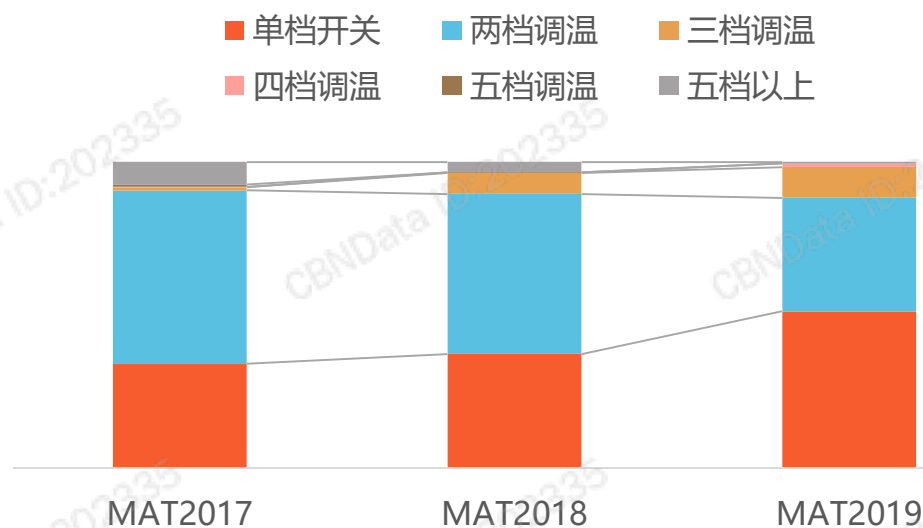


数据来源：CBNData消费大数据

迷你型、易操作的产品更受消费者青睐

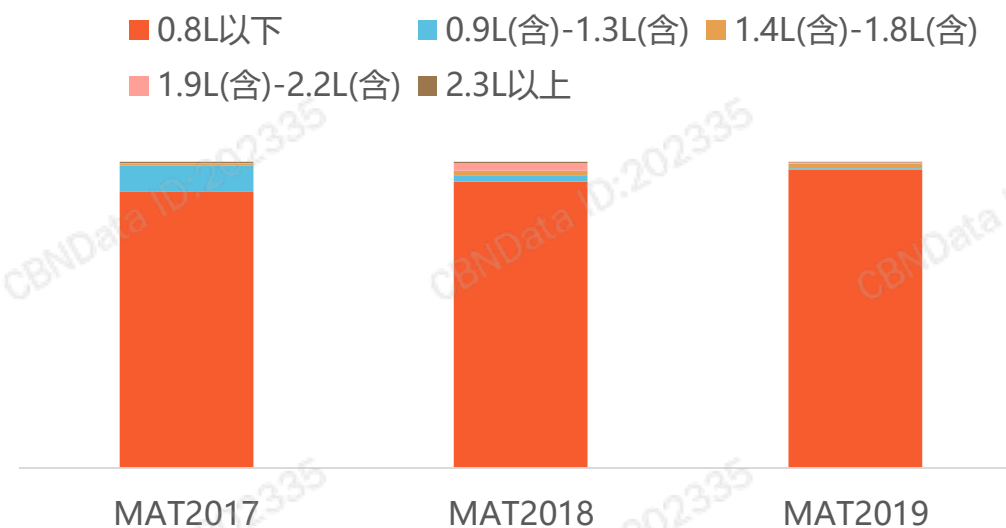
随着小家电逐渐往迷你化和简易化的方向发展，易操作的单档开关手持挂烫机占比不断提升，同时迷你型小容量的水箱更受消费者欢迎，占比持续上升。

MAT2017-2019 手持挂烫机不同调温档位的销售
额占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2017-2019 手持挂烫机不同水箱容量的销售
额占比



数据来源：CBNData消费大数据



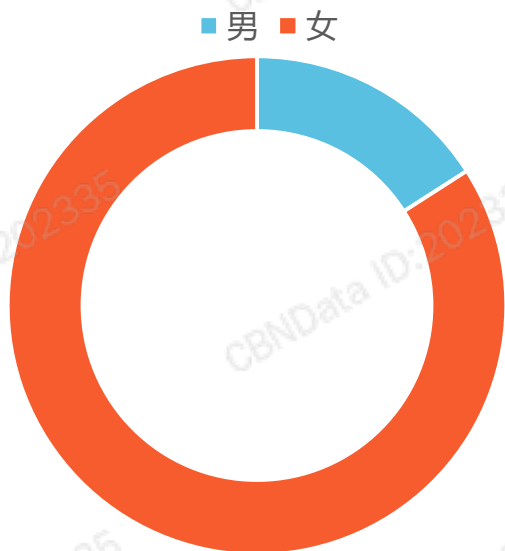
03

消费者画像及机会人群识别

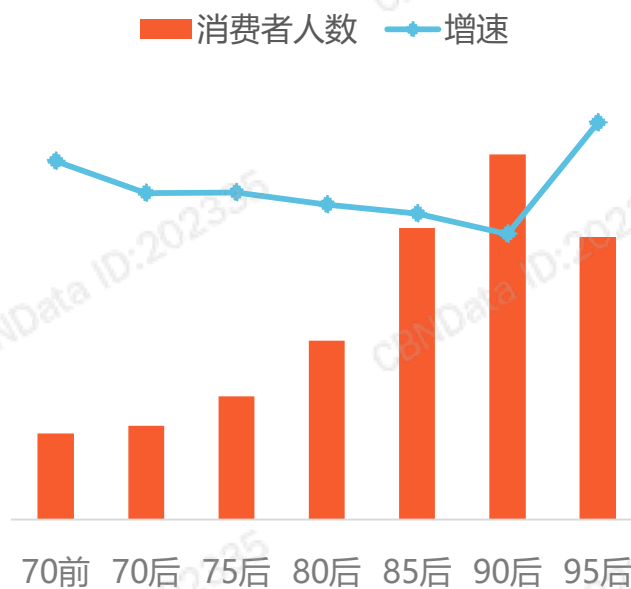
女性消费者为主，90、95后消费力不断提升，拥有巨大潜力

手持挂烫机消费者以女性为主，占比达八成以上；85后、90后是消费主力，95后不论是人数还是消费力都在快速增长，拥有巨大的消费潜力。

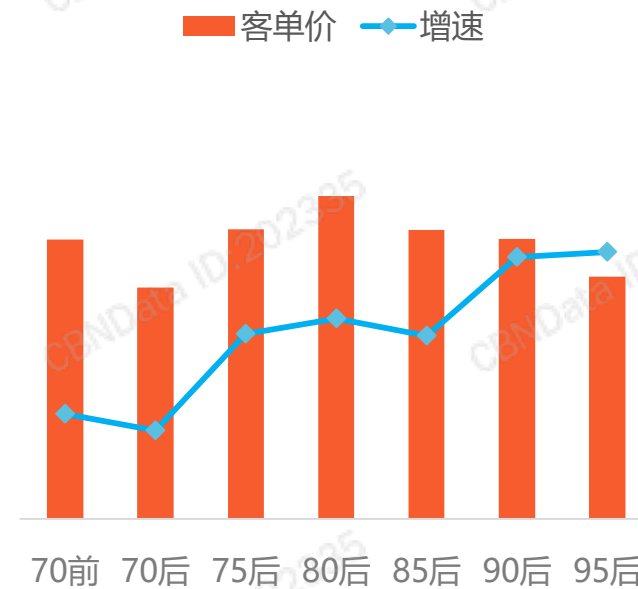
MAT2019 手持挂烫机不同性别
消费占比



MAT2019 手持挂烫机不同代际
消费者人数分布及增速



MAT2019 手持挂烫机不同代际
消费者消费力及增速

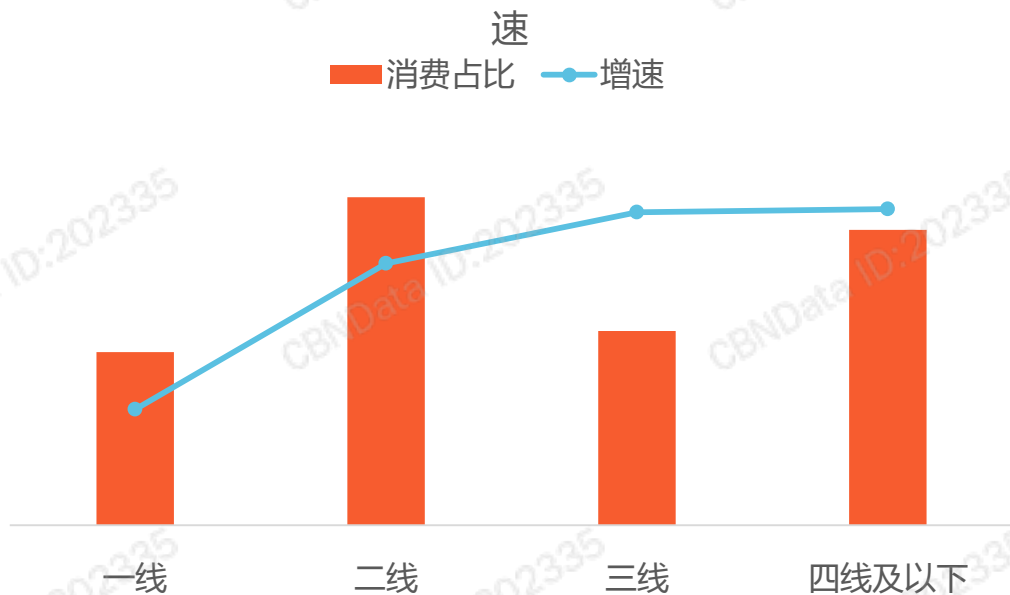


数据来源：CBNData消费大数据

三线及以下城市潜力十足，华中、西北地区亦值得关注

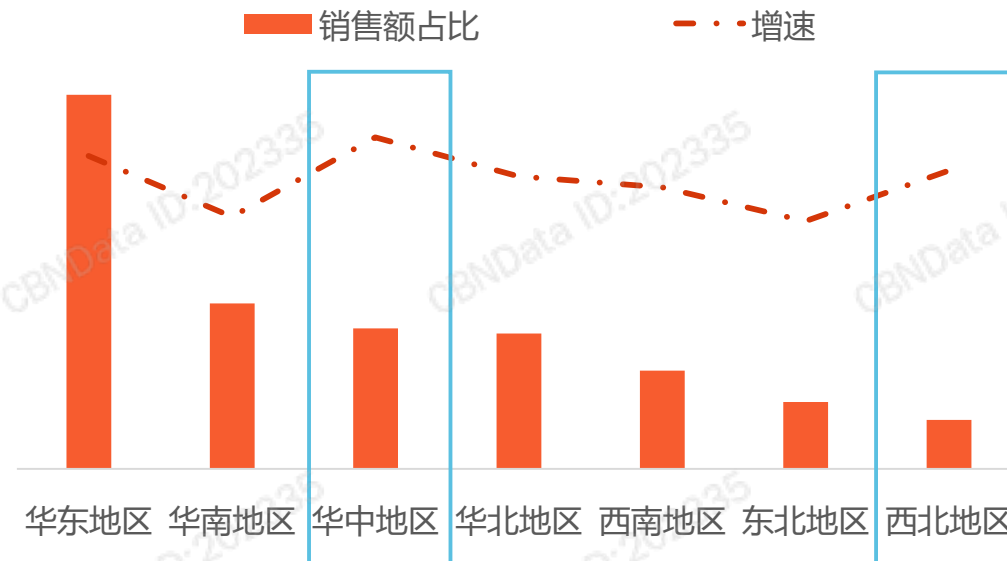
线上手持挂烫机消费中一二线城市消费占比过半，但三线及以下城市增速更快，潜力十足。华东地区贡献了手持挂烫机三成以上的消费，其次为华南地区和华中地区，西北地区相关消费增长迅速。

MAT2019 不同城市线级手持挂烫机消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 不同地区手持挂烫机销售占比及增速



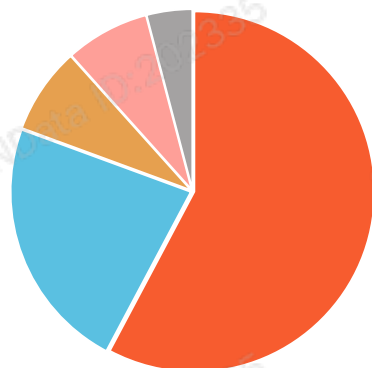
数据来源：CBNData消费大数据

已婚人士是消费主力军，公司职员需求显著

手持挂烫机消费者中，已婚人士是消费主力，贡献了八成的消费；出于职业因素，公司职员对手持挂烫机的需求更为显著，成为消费大户，贡献了超过四成的消费。

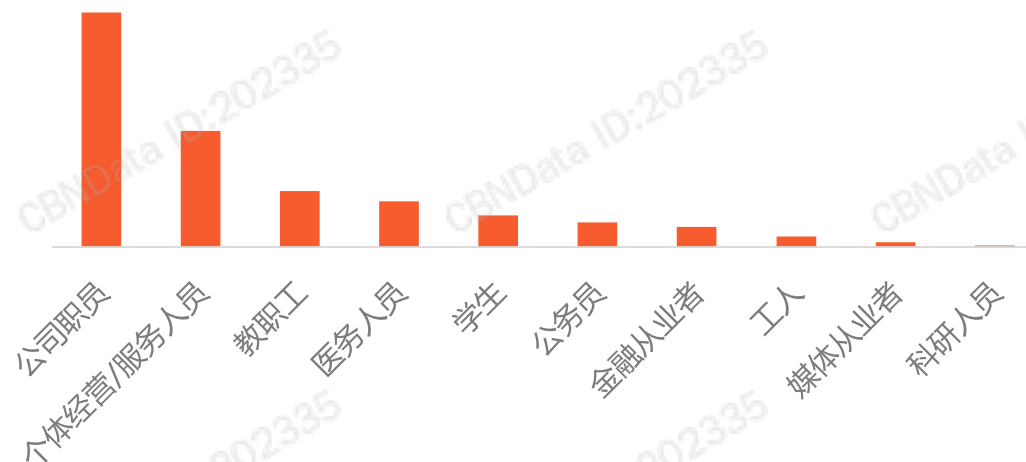
MAT2019 手持挂烫机不同人生阶段消费占比

■ 已婚已育 ■ 已婚未育 ■ 单身 ■ 准备结婚期 ■ 恋爱期



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 手持挂烫机不同职业消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

手持挂烫机消费人群触达：电商平台是主要的信息来源渠道，手淘搜索、直通车和淘宝客贡献近半流量

电商平台是手持挂烫机消费者获取信息的主要渠道。以淘宝为例，手淘搜索、直通车和淘宝客是手持挂烫机品类的主要流量来源；此外，我的淘宝、购物车、淘宝直播等是手持挂烫机消费者在浏览衣物护理品类时更加偏好的渠道。

手持挂烫机消费者信息来源渠道

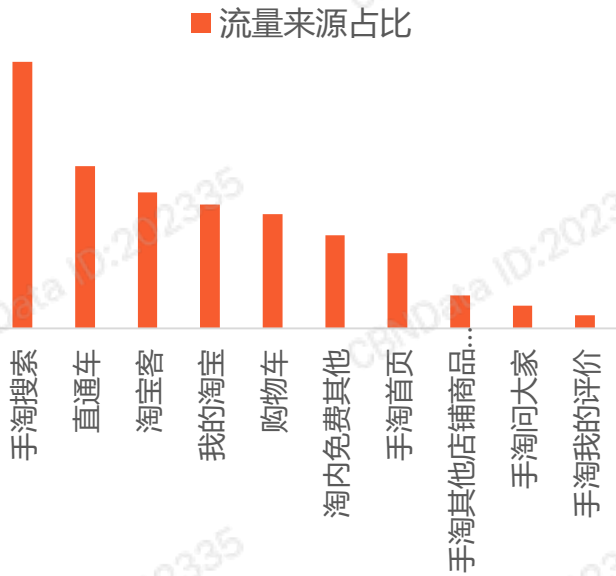
分布



数据来源：CBNData调研数据
数据说明：手持挂烫机购买者，N=700

MAT2019 手持挂烫机淘宝流量

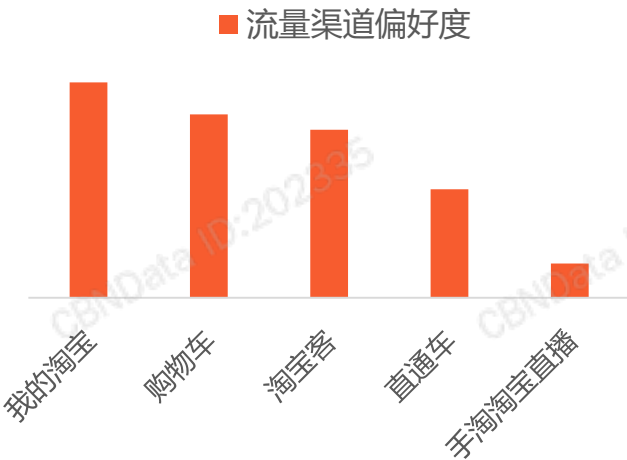
来源占比TOP10



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 手持挂烫机消费者衣物护理品类流量渠道偏好TOP5

流量渠道偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

五大手持挂烫机的主要人群



都市白领



小镇青年



租房人群



差旅人群

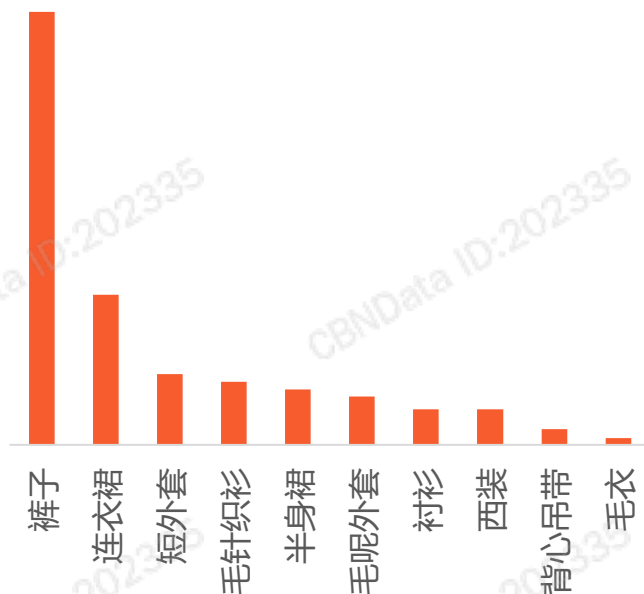


家庭主妇

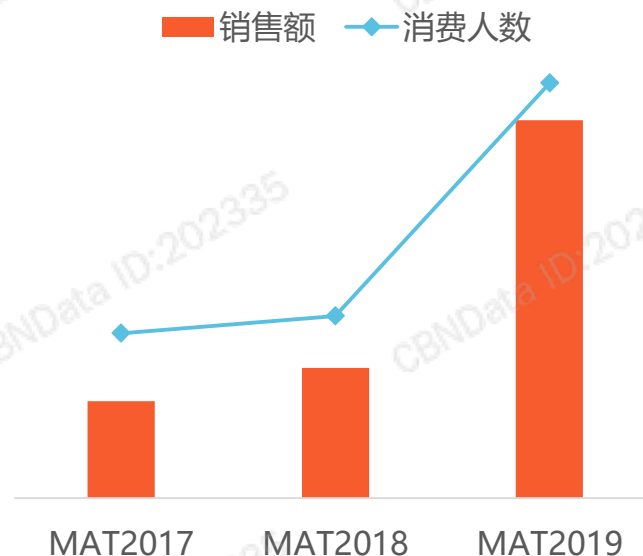
都市白领：职场需求促进品类相关消费不断增长，偏好中高端产品

相比其他群体，都市白领由于职业关系对针织衫、毛呢外套、衬衫、西装等适合职场穿着的服装品类更偏好，因而催生了对手持挂烫机的需求，刺激相关消费不断增长。相比整体人群，都市白领更偏好中高价位段产品。

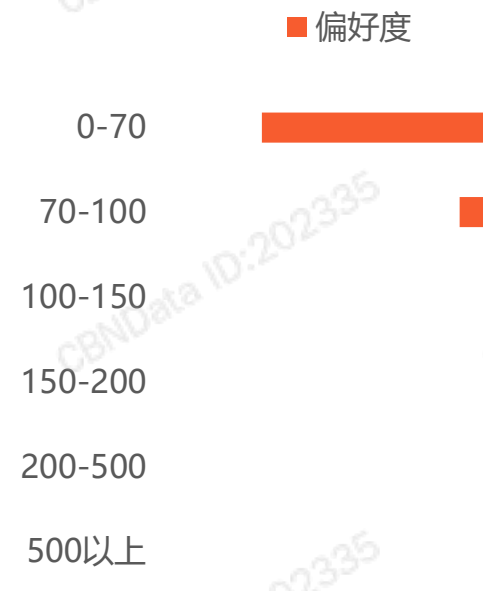
MAT2019 手持挂烫机消费者中
都市白领的服装品类偏好
TOP10



MAT2017-2019 手持挂烫机消
费者中都市白领消费趋势



MAT2019 手持挂烫机消费者中
都市白领不同价格段消费偏好



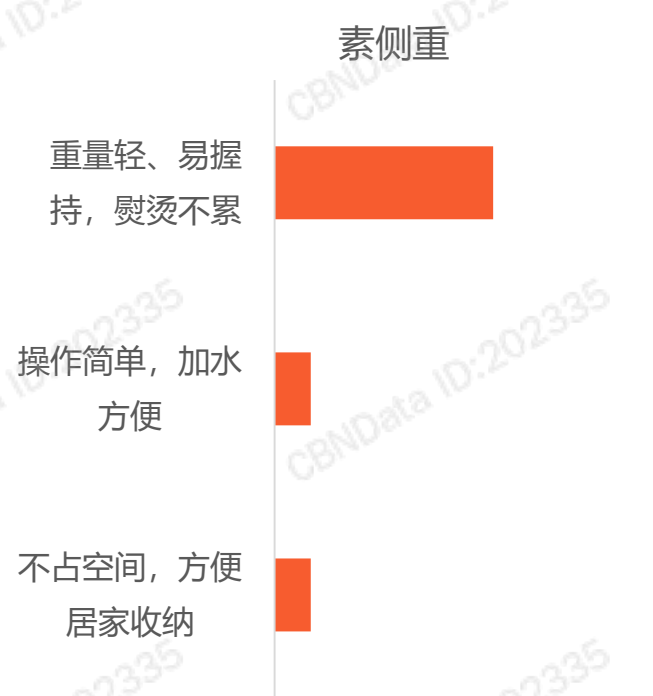
数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：价格段偏好=都市白领在该价格段的花费比例-整体人群在该价格段的花费比例
大数据·全洞察

右侧偏好度为正

都市白领：轻便易操作是核心需求，开关单档产品更受青睐

重量轻、易操作、易收纳是都市白领购买手持挂烫机的重要驱动因素，但目前的产品还无法满足其对重量和体积的要求，需进一步提升。出于对操作简便的需求，单档开关的产品更受都市白领的喜爱。

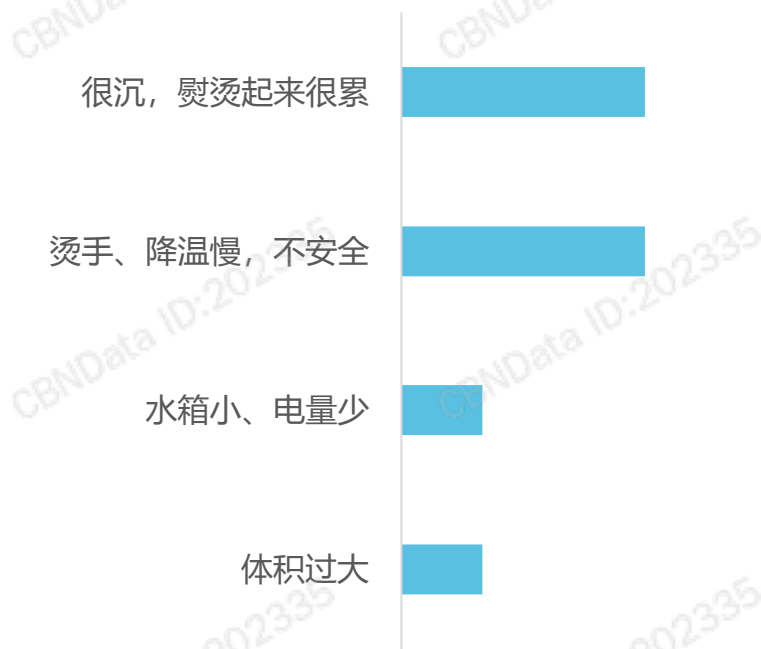
都市白领购买手持挂烫机驱动因素侧重



数据来源：CBNData调研数据

数据说明：手持挂烫机购买者中的都市白领：N=195；
因素侧重=白领中选择该驱动因素的人数比例-手持挂烫机购买者中选择该因素的人数比例

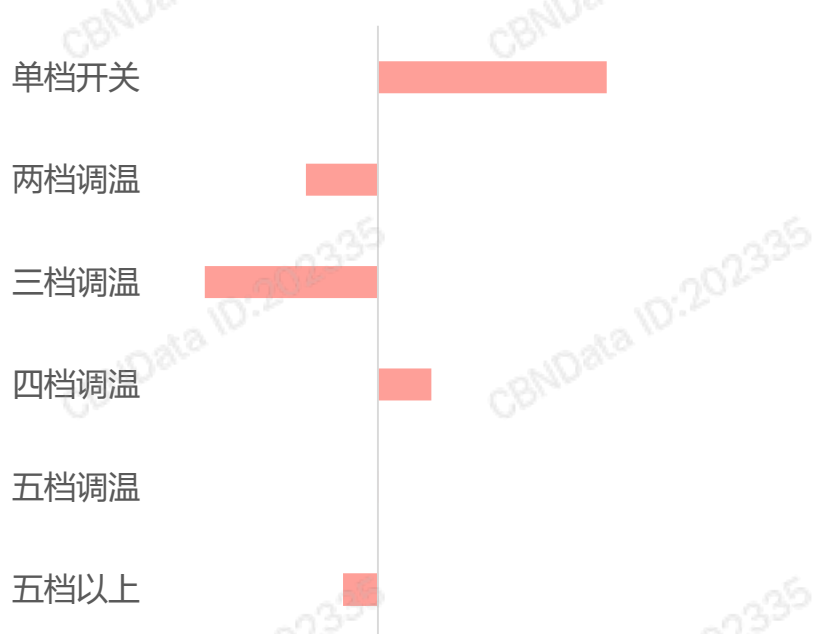
都市白领使用手持挂烫机时遇到的问题



数据来源：CBNData调研数据

数据说明：手持挂烫机购买者中的都市白领：N=195；
因素侧重=白领中选择该问题的人数比例-手持挂烫机购买者中选择该问题的人数比例

MAT2019 都市白领购买手持挂烫机开关档位偏好



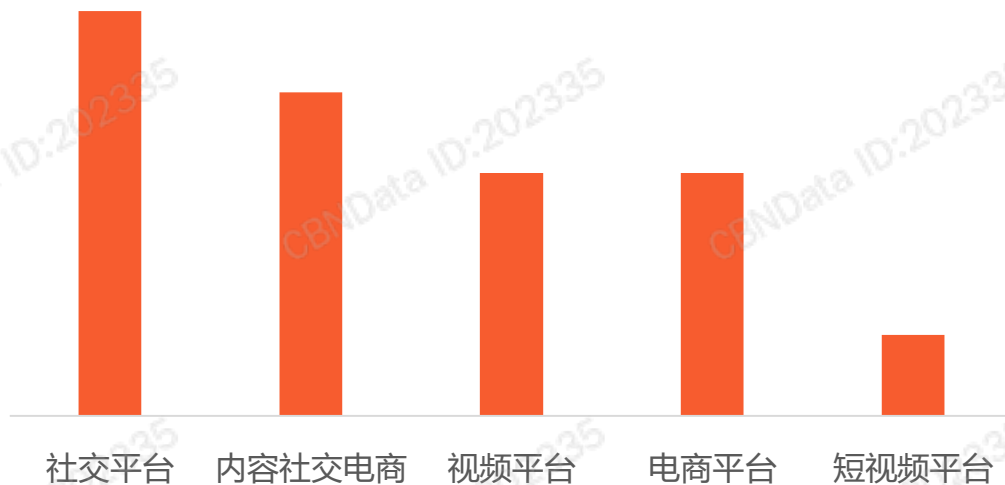
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：档位偏好=都市白领在该档位的花费比例-整体人群在该档位的花费比例
右侧偏好度为正

都市白领的触媒渠道偏好及兴趣偏好

相比整体人群，都市白领更偏好从社交平台、内容社交电商和视频平台获取商品相关信息。速食客、数码达人、吃货、爱包人、买鞋控是他们主要的兴趣标签。

购买过手持挂烫机的都市白领的触媒渠道偏好



数据来源：CBNData调研数据

数据说明：手持挂烫机购买者中的都市白领：N=195；触媒偏好=白领中通过该渠道获取信息的人数比例-手持挂烫机购买者中通过该渠道获取信息的人数比例

MAT2019 手持挂烫机消费者中都市白领的兴趣偏好



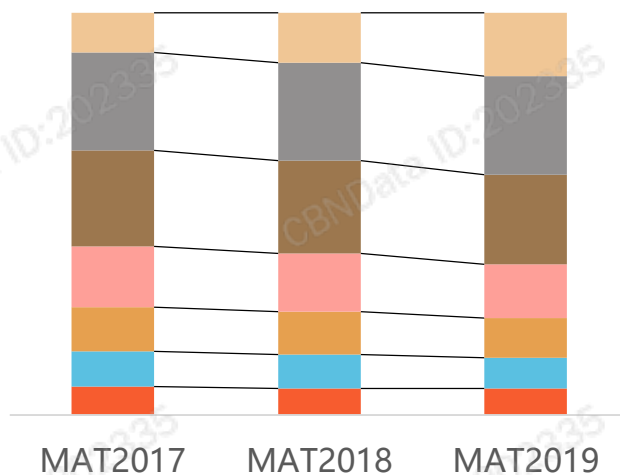
数据来源：CBNData消费大数据

小镇青年：小镇青年消费力增长迅速，职业更加多样化

下沉市场年轻人消费占比逐年提升，相比一二线城市年轻人，小镇青年的消费增长更为迅速。小镇青年中公司职员的占比相比整体人群有所下降，个体经营/服务人员、教职工、医务人员的重要性提升。

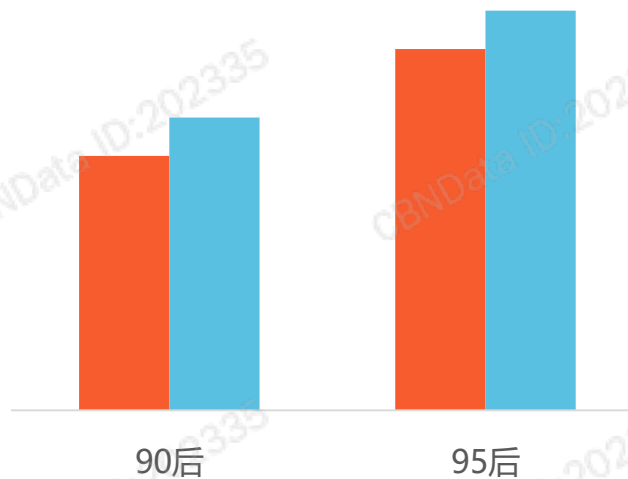
MAT2017-2019 手持挂烫机下沉市场不同代际消费占比趋势

70前 70后 75后 80后
85后 90后 95后

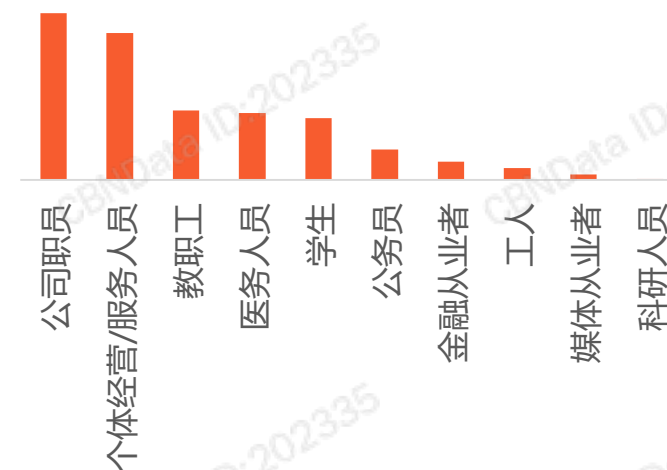


MAT2019 手持挂烫机消费者中
小镇青年VS都市青年的消费增长速度对比

一二线 三线及以下



MAT2019 手持挂烫机消费者中
小镇青年的职业分布

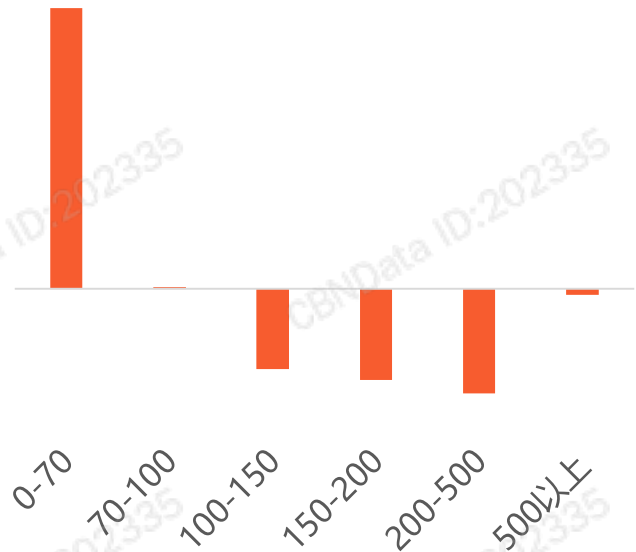


数据来源：CBNData消费大数据

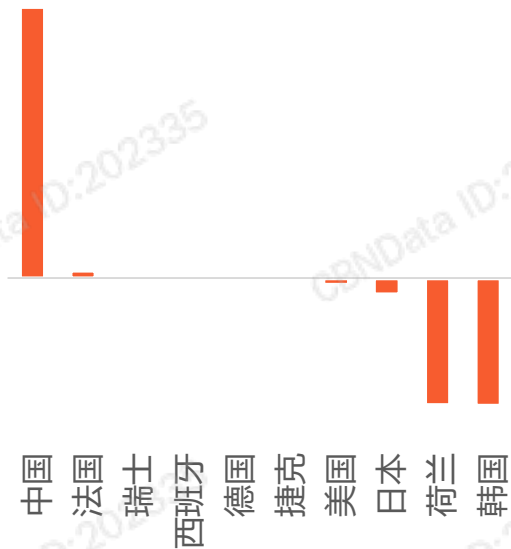
小镇青年：价格敏感度高，是性价比高的国产品牌的忠实拥趸

小镇青年对价格相对敏感，相比整体人群更偏爱0-70元的产品；从品牌产地来看，性价比较高的国产品牌更受小镇青年们的青睐。

MAT2019 手持挂烫机消费者中
小镇青年不同价格段消费偏好



MAT2019 手持挂烫机消费者中
小镇青年不同国别品类消费偏好



MAT2019 小镇青年最喜爱的手持挂
烫机品牌

- | | |
|----|------|
| 1 | 荣事达 |
| 2 | 奥克斯 |
| 3 | 康佳 |
| 4 | 美的 |
| 5 | 大宇 |
| 6 | 志高 |
| 7 | 美菱 |
| 8 | 贝尔莱德 |
| 9 | 苏泊尔 |
| 10 | 飞利浦 |

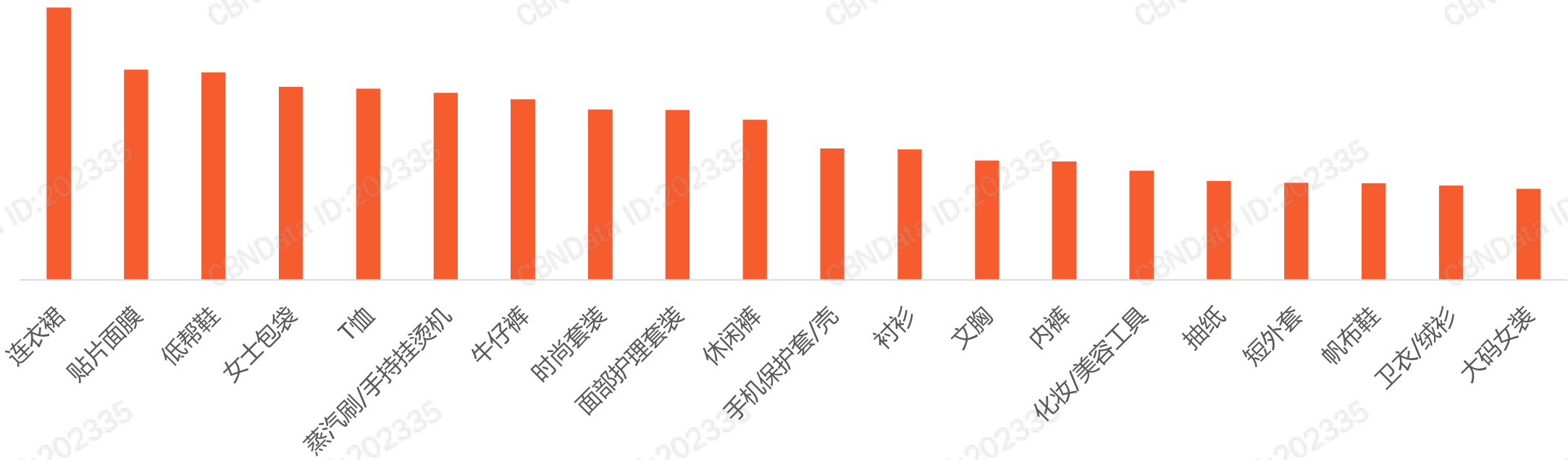
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：价格段偏好=小镇青年在该价格段的花费比例-整体人群在该价格段的花费比例；国别偏好=小镇青年在该国别品牌的花费比例-整体人群在该国别品牌的花费比例

小镇青年偏好购买的叶子类目

购买手持挂烫机的小镇青年偏好购买的叶子类目集中在服饰、美容护肤等日常品类当中。

MAT2019 手持挂烫机消费者中小镇青年偏好购买的叶子类目TOP20

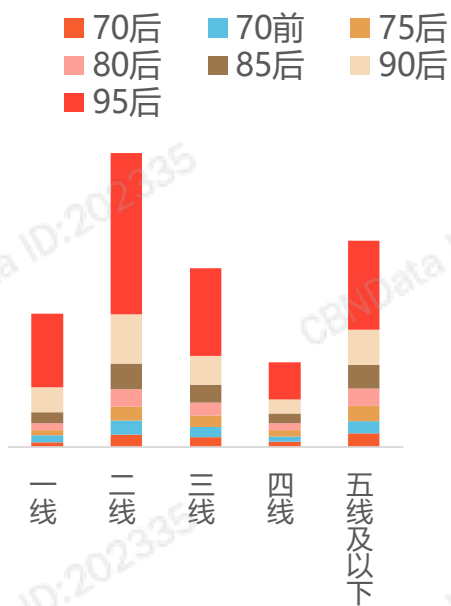


数据来源：CBNData消费大数据

租房人群：一到三线的90后和95后年轻人为主，南方城市更具潜力

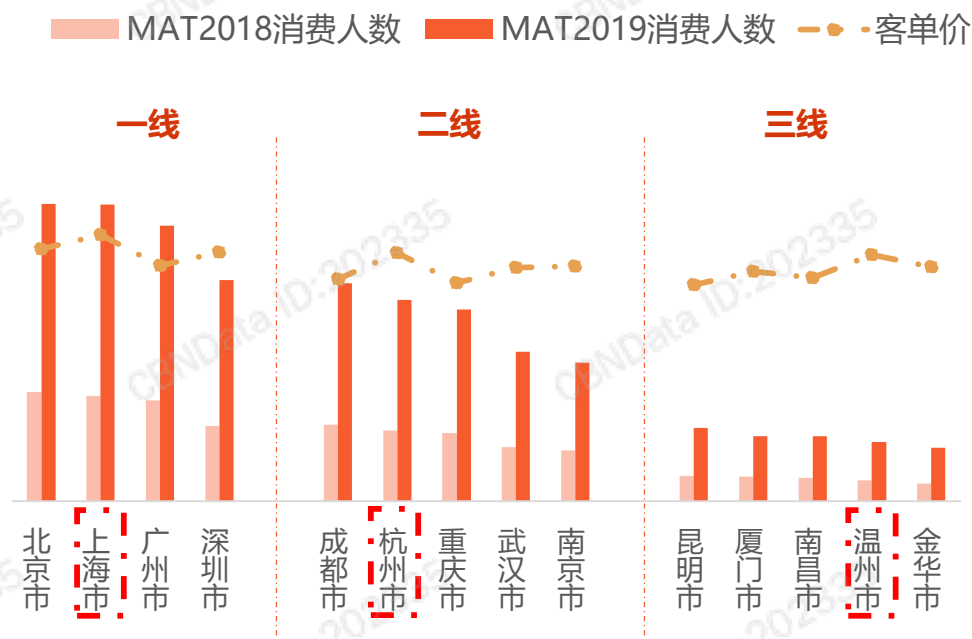
租房人群主要为生活在二三线城市的90后和95后年轻人，以初入职场的公司职员、个体经营/服务人员和学生为主。他们主要集中在南方，其中上海，杭州，温州这三个城市不仅消费人数增速快且客单价高，非常有潜力。

MAT2019 手持挂烫机
租房人群不同代际和城市
线级的消费人数占比



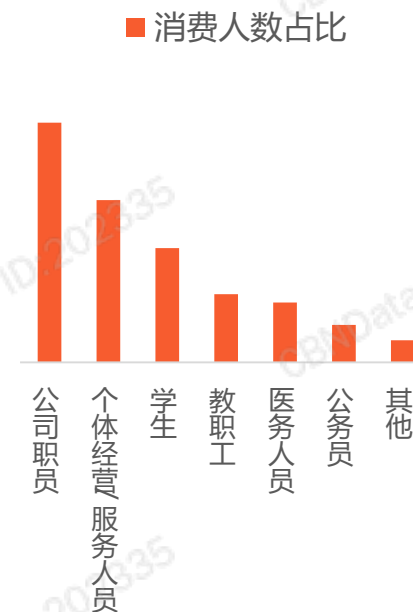
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 各城市线级消费人数TOP5城市
及平均客单价



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 手持挂烫机
租房人群不同职业占比



数据来源：CBNData消费大数据

租房人群：注重形象，需要能适用于各种衣物手持挂烫机

租房人群注重形象和时尚，偏好的叶子类目集中于面膜，面部护理，服饰，鞋等相关品类。因此相较于其他人群，他们更在意手持挂烫机能否熨烫他们的各种衣服，对于适用衣物、预热、蒸汽表现出更多的关注。

MAT2019 手持挂烫机租房人群
叶子类目购买偏好



数据来源：CBNDATA消费大数据

手持挂烫机租房人群消费者在问大家提问及评论关注点偏好



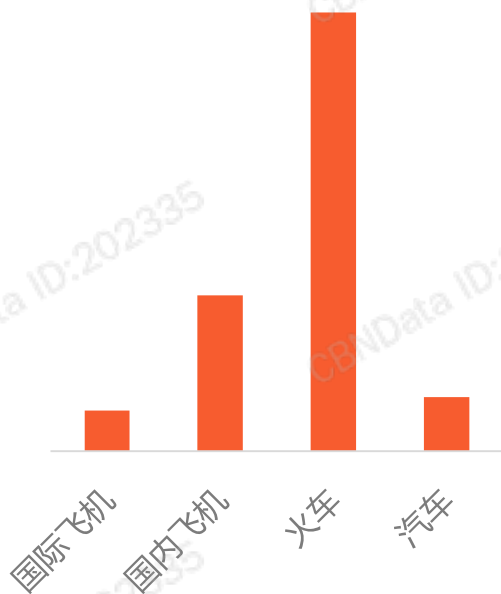
数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：关注点偏好度=租房人群产品关注人数比例/手持挂烫机购买者整体产品关注人数比例

差旅人群：以火车出行为主，百元以下手持挂烫机占比最高

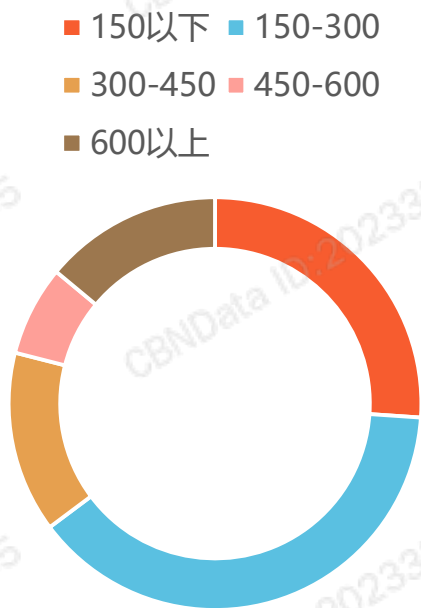
差旅也是手持挂烫机的另一个重要使用场景，他们以火车、高铁出行为主，大部分消费者会选择150-300元舒适型酒店。随着入住酒店的提高，手持挂烫机的消费金额也会提升。出行频率多集中在每月一次到每半年一次。

MAT2019 手持挂烫机
差旅人群出行方式偏好



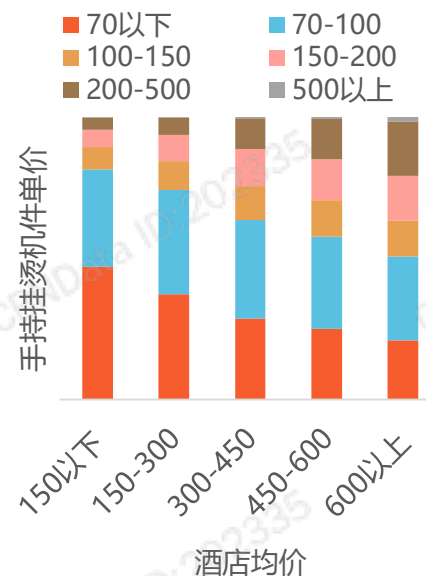
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 手持挂烫机
差旅人群酒店均价占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 手持挂烫机
差旅人群不同酒店均价
和件单价分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 手持挂烫机
差旅人群的出行频率

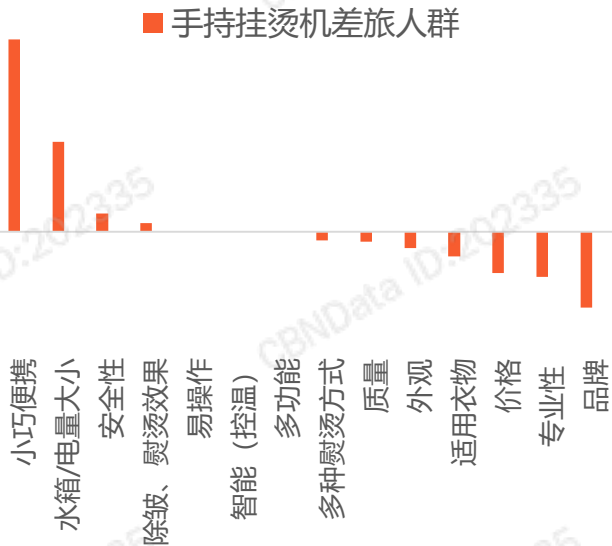


数据来源：CBNData调研数据
数据说明：差旅人群，N=205

差旅人群：尺寸和便携度是最大痛点

差旅人群对产品“小巧便携”的关注度远超总体消费者，因此尺寸大小也是他们外观中最重视的方面。然而手持挂烫机还没有完全满足他们的这一特定需求，他们对手持挂烫机体积过大的问题反馈也高于总体人群。

手持挂烫机差旅人群在熨烫产品的关注点偏好度

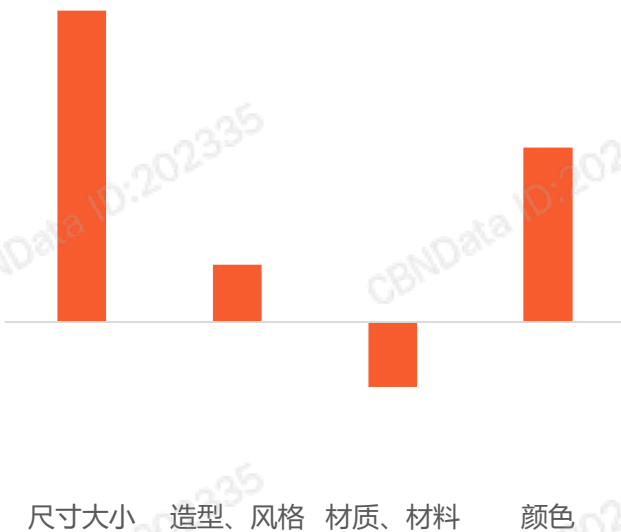


数据来源：CBNDData调研数据

数据说明：差旅人群：N=205

关注点偏好度=差旅人群产品关注点人数比例/手持挂烫机购买者整体产品关注点人数比例

手持挂烫机差旅人群的外观关注点偏好度

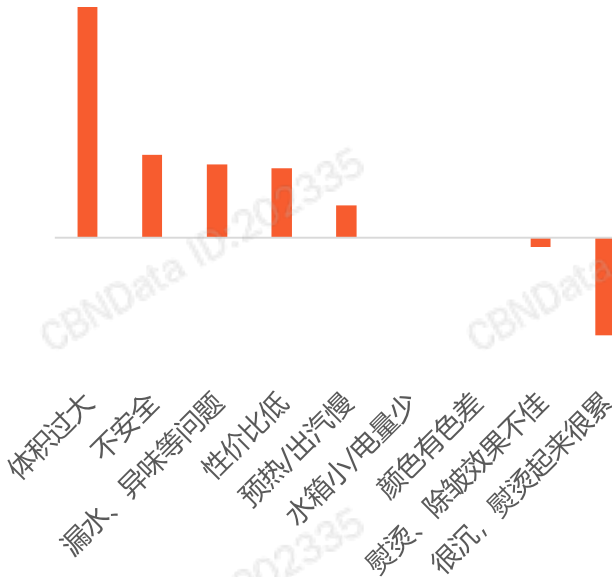


数据来源：CBNDData调研数据

数据说明：差旅人群：N=205

大数据·全洞察

手持挂烫机差旅人群产品痛点偏好度



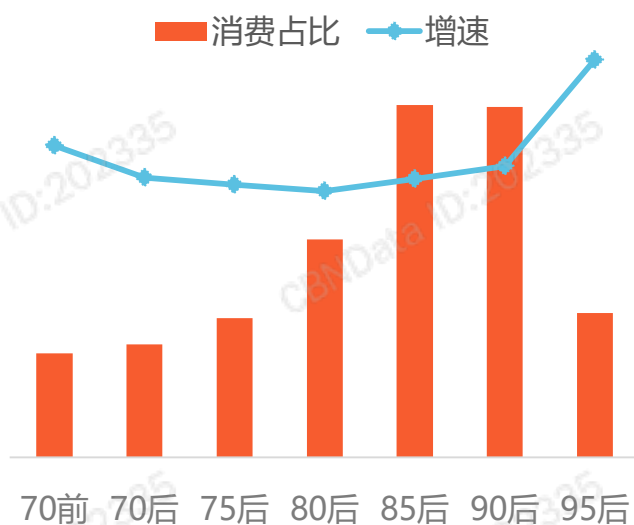
数据来源：CBNDData调研数据

数据说明：差旅人群：N=205

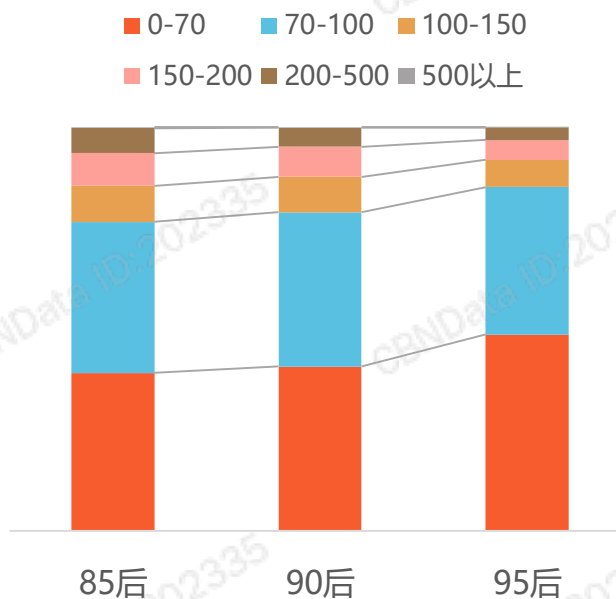
家庭主妇：85后中高端化，90后升级进行时，95后未来可期

85后、90后的家庭主妇是手持挂烫机消费主力军，其中85后家庭主妇家庭经济收入更加稳定，因此也更偏好中高价位段的产品；90后成家不久，还在尝试中低价位段的产品；95后家庭主妇目前消费占比较低，但潜力巨大，对70元以内的产品偏好明显。

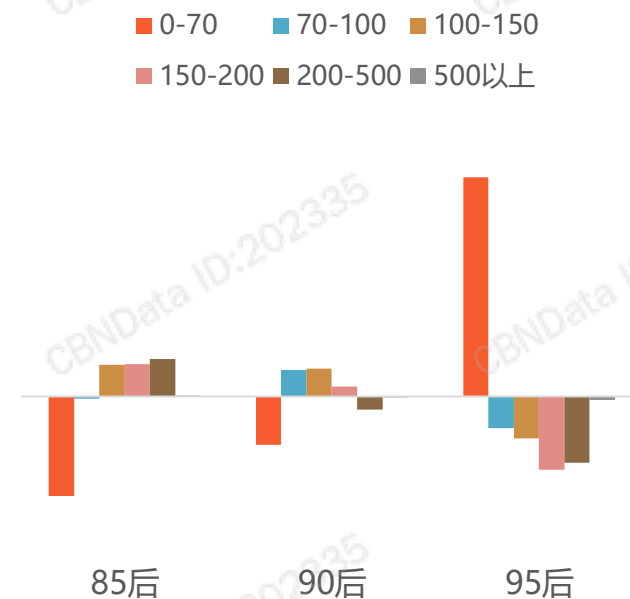
MAT2019 手持挂烫机消费者中
不同代际家庭主妇消费占比及增
速



MAT2019 手持挂烫机消费者中
家庭主妇不同价格段消费占比



MAT2019 手持挂烫机消费者中
家庭主妇不同价格段消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据

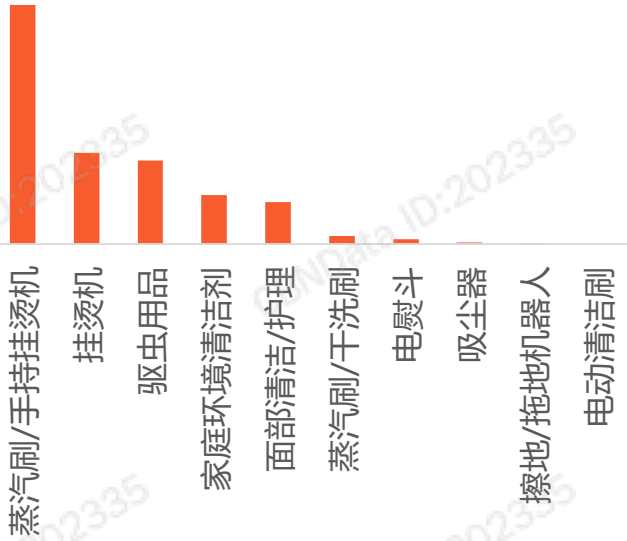
数据说明：价格段偏好=家庭主妇在该价格段的花费比例-整体人群在该价格段的花费比例

大数据·全洞察

家庭主妇：重质量也看颜值，体积、造型、颜色缺一不可

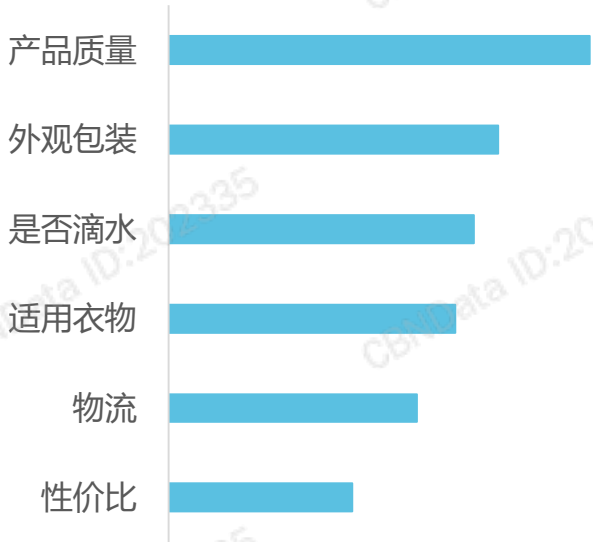
具有衣物护理、家庭清洁功能的电器是家庭主妇更为偏好的生活电器，其中手持挂烫机更是家庭主妇的心头好；除产品质量外，外观包装也是家庭主妇的关注热点，合适的大小、独特的造型和颜色更容易吸引家庭主妇的眼球。

MAT2019 手持挂烫机消费者中
家庭主妇的生活电器和洗护品类
偏好



数据来源：CBNData消费大数据

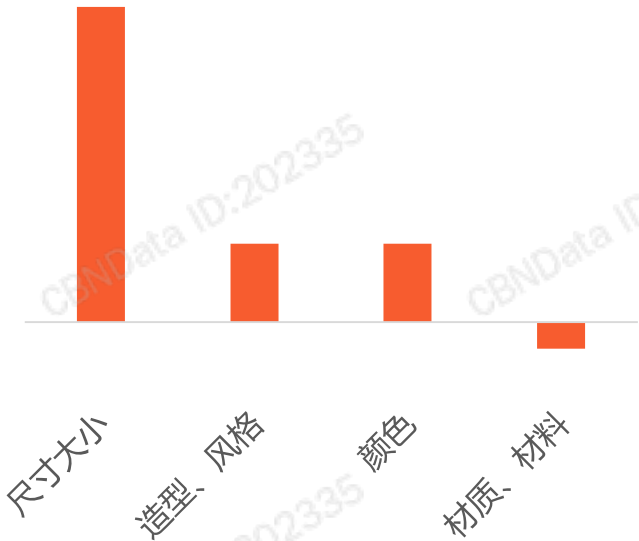
家庭主妇在问大家/评论中关注
热点TOP6



数据来源：CBNData消费大数据

大数据·全洞察

家庭主妇对手持挂烫机的外观关
注侧重



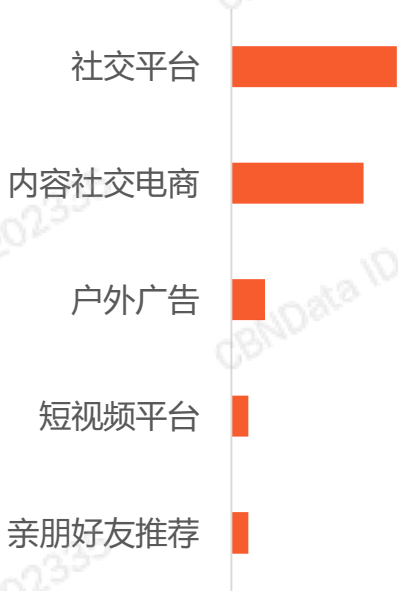
数据来源：CBNData调研数据

数据说明：手持挂烫机购买者中的家庭主妇：N=147；
关注侧重=家庭主妇中选择该因素的人数比例-手持挂
烫机购买者中选择该因素的人数比例

家庭主妇的电视剧/综艺观影偏好

与整体手持挂烫机消费者相比，家庭主妇更倾向于从社交平台、内容社交电商、短视频等平台获取相关信息。她们偏爱悬疑、都市、爱情类的电视剧和真人秀、舞蹈类的综艺节目，这些节目是触达家庭主妇的最佳选择。

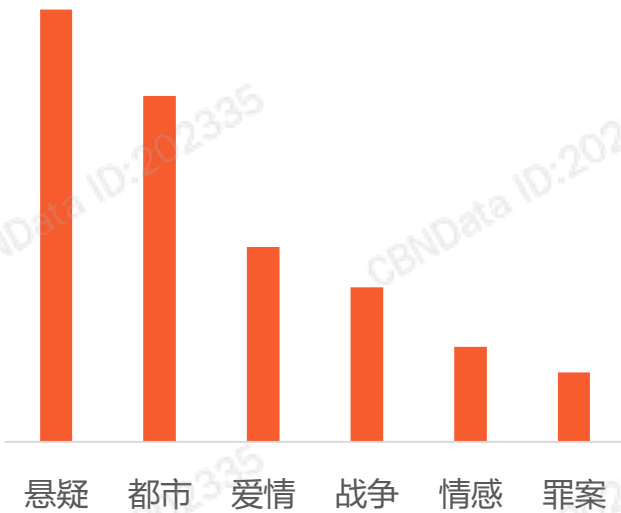
手持挂烫机消费者中家庭主妇触媒渠道偏好



数据来源：CBNData调研数据

数据说明：手持挂烫机购买者中的家庭主妇：N=147；
触媒偏好=家庭主妇中通过该渠道获取信息的人数比例
-手持挂烫机购买者中通过该渠道获取信息的人数比例

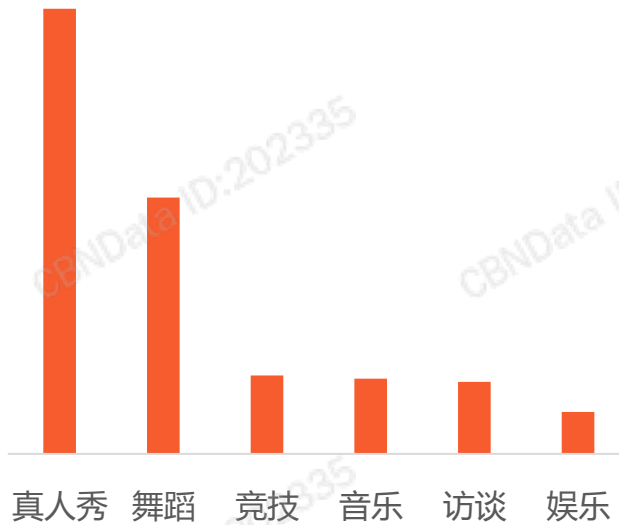
MAT2019 手持挂烫机消费者中家庭主妇电视剧风格偏好



数据来源：CBNData消费大数据

大数据·全洞察

MAT2019 手持挂烫机消费者中家庭主妇综艺节目风格偏好

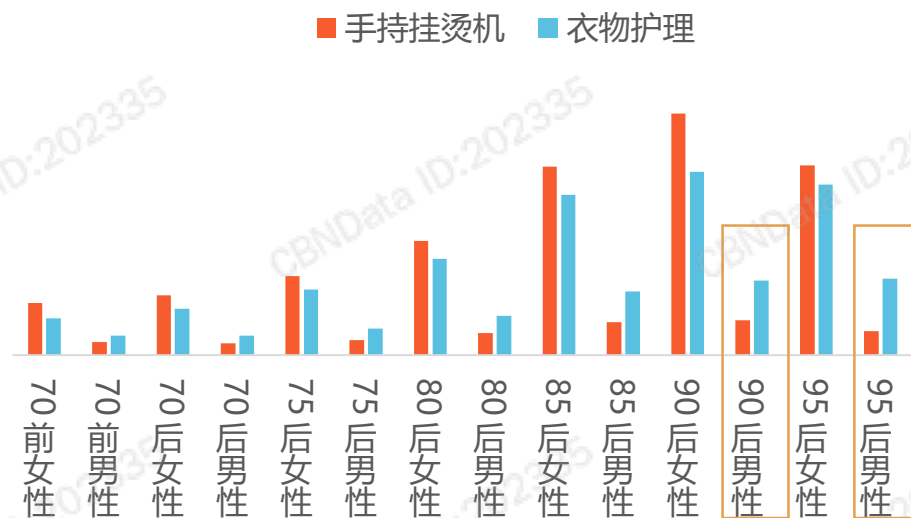


数据来源：CBNData消费大数据

机会人群识别：95后年轻消费者是重要机会人群，男性潜力更大

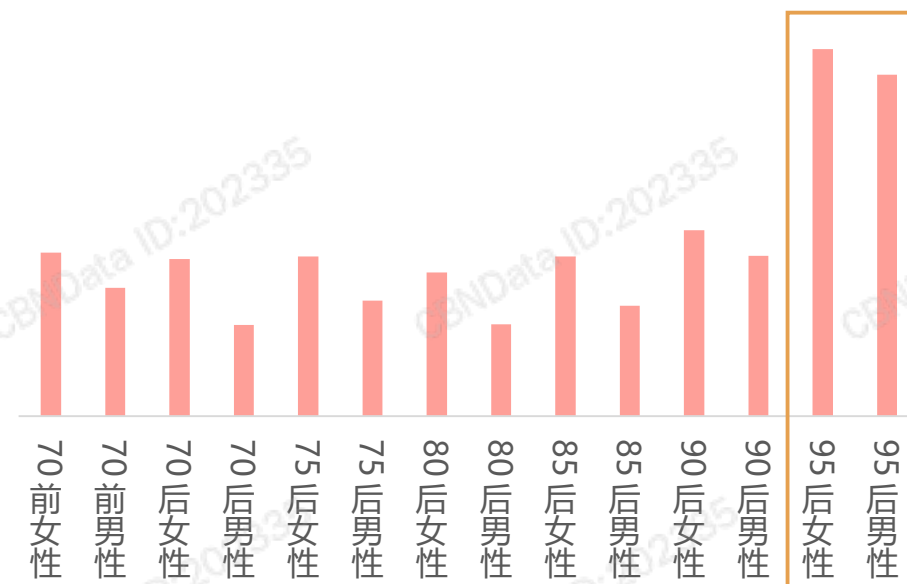
与衣物护理消费人群相比，手持挂烫机中的男性消费者人数占比普遍偏低，尤其是90后、95后的年轻男性，是值得重视的潜在消费人群；同时由于95后在衣物护理上的花费增长迅速，可进一步将其拓展成为手持挂烫机消费者。

MAT2019 手持挂烫机及衣物护理不同人群人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 衣物护理不同人群销售额增速

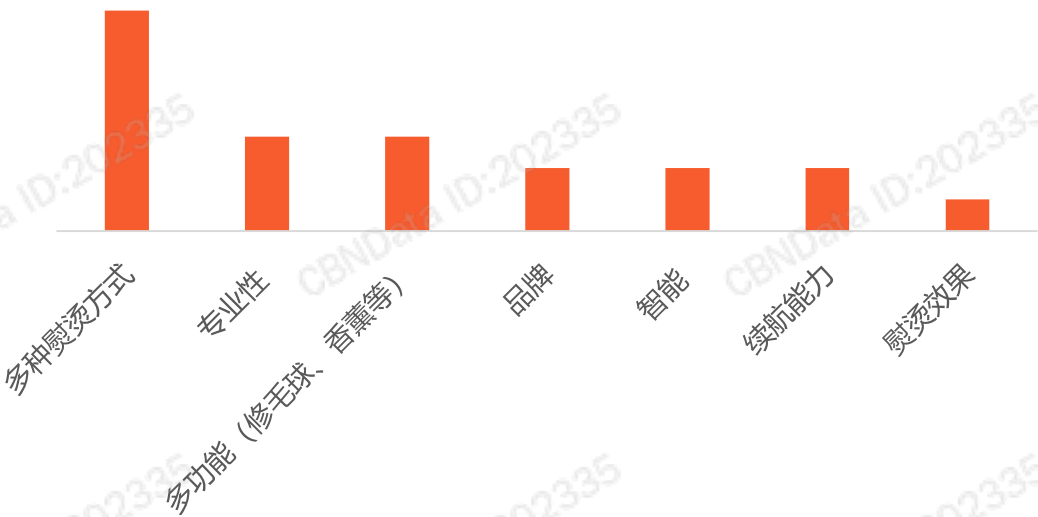


数据来源：CBNData消费大数据

男性消费者触达：提升产品硬实力是王道，资讯、短视频平台更易触达

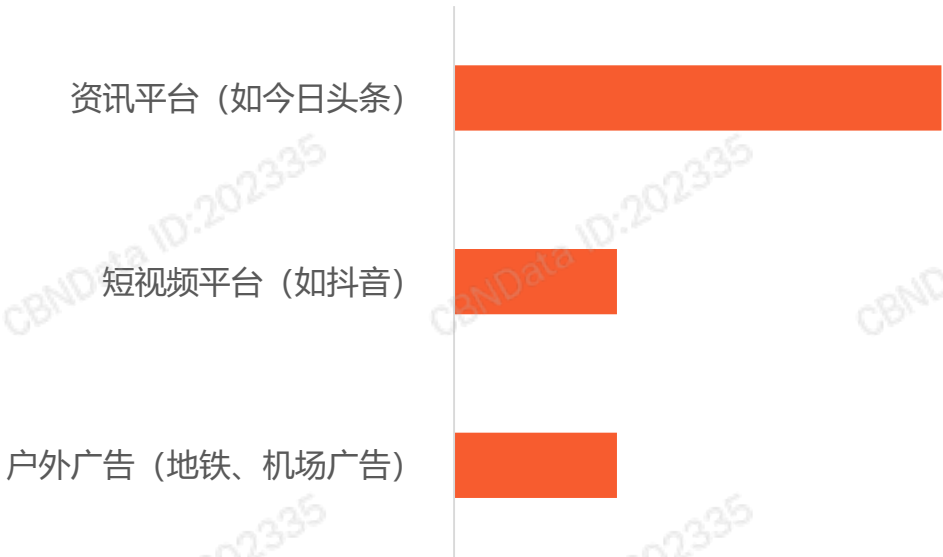
相比整体人群，男性消费者更关注产品专业性、多功能性以及是否智能等方面，因此提升产品的“硬实力”是吸引他们眼球的重要途径。此外，通过资讯平台、短视频平台和户外广告更容易将产品信息传递给他们。

男性消费者对于熨烫产品的关注侧重



数据来源：CBNData调研数据
数据说明：购买熨烫产品的男性消费者：N=156；触媒偏好=男性中关注该特点的人数比例-熨烫产品购买者中关注该特点的人数比例

男性消费者对于熨烫产品信息获取的渠道偏好



数据来源：CBNData调研数据
数据说明：购买熨烫产品的男性消费者：N=156；触媒偏好=男性中通过该渠道获取信息的人数比例-熨烫产品购买者中通过该渠道获取信息的人数比例



04

品类趋势及行业展望

手持挂烫机品类四大趋势

品类趋势

行业创新



高颜值



专业



多功能



迷你便携

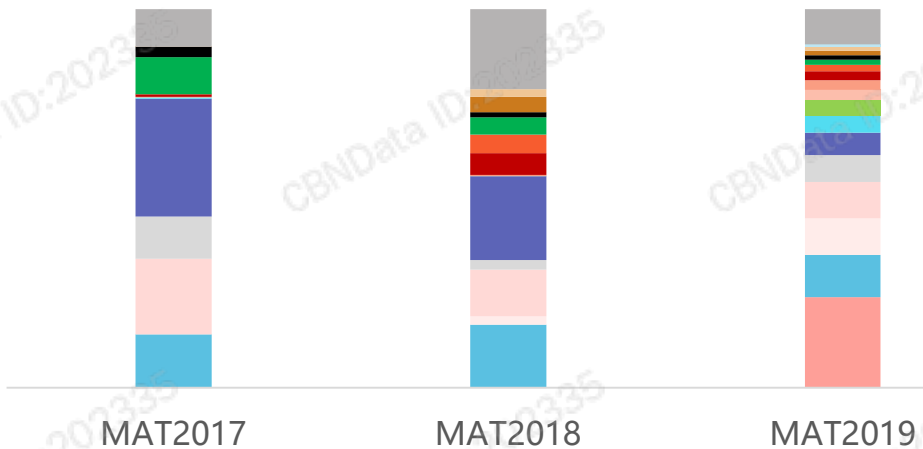
高颜值：色彩选择更丰富，小众颜色受青睐

白色、粉色、蓝色为手持挂烫机主要颜色，近年来产品颜色不断丰富，一些流行于其他行业的小众颜色，如莫兰迪粉、香槟金等也被应用到手持挂烫机品类，受到消费者喜爱，增长迅速。

品类趋势

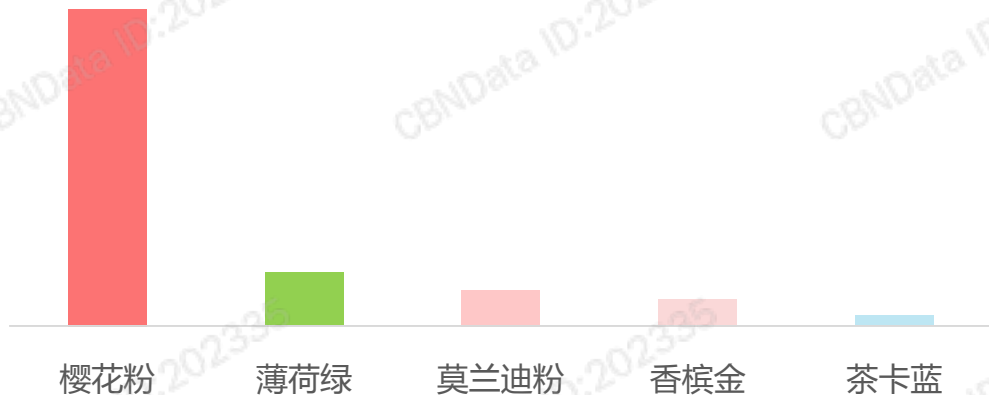
行业创新

MAT2019手持挂烫机不同颜色的销售额占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 手持挂烫机小众颜色增长TOP5



数据来源：CBNData消费大数据

高颜值：年轻女性追求流行色，年轻男性偏爱大众色

不同消费者偏爱的颜色不同，90、95后女性更爱樱花粉、薄荷绿、莫兰迪粉等流行色，年轻男性消费者偏好购买粉、红、白等较为大众的颜色，此外香槟金、玫瑰金等具有科技感的颜色也深受他们的喜爱。

MAT2019 手持挂烫机年轻消费者颜色偏好TOP5

	85后女性	90后女性	95后女性	85后男性	90后男性	95后男性
1	粉色	樱花粉	樱花粉	粉色	粉色	红色
2	茶卡蓝	薄荷绿	天蓝	红色	红色	粉色
3	白色	莫兰迪粉	红白	白色	白色	玫瑰金
4	绿白	紫色	薄荷绿	香槟金	香槟金	绿色
5	玫瑰金	茶卡蓝	莫兰迪粉	绿色	绿色	香槟金

数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：颜色偏好=该代际消费者在该颜色上的消费占比-整体手持挂烫机消费者在该颜色上的消费占比

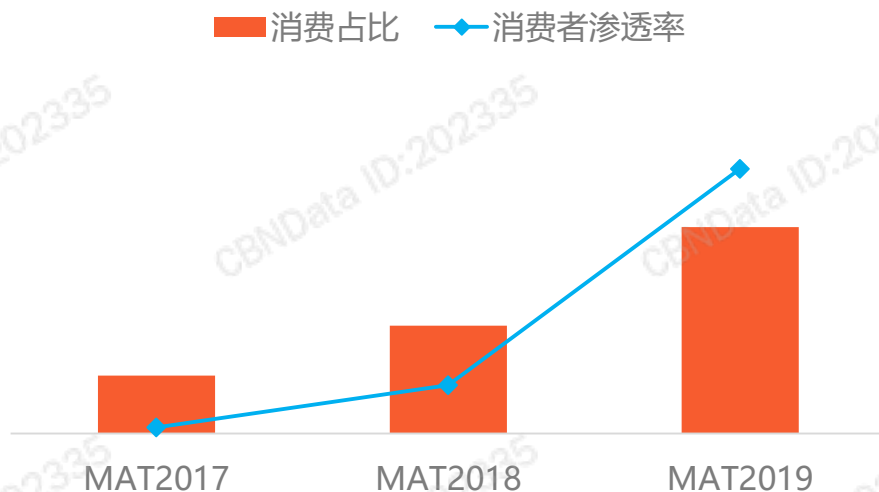
专业：轻松应对多种场景和面料，专业性更强

随着消费者对手持挂烫机的要求提高，专业性更强的大功率手持挂烫机占比持续增长。同时，越来越多的手持挂烫机能应用于更多的场景和衣物面料，不断优化消费者的使用体验。

品类趋势

行业创新

MAT2017-2019年大功率手持挂烫机消费占比及渗透率趋势



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费者渗透率=购买大功率手持挂烫机人数/购买手持挂烫机人数



熨烫方式更专业，
轻松应对不同使用场景



衣物处理更专业，
针对不同衣物材质

资料来源：网络公开资料整理

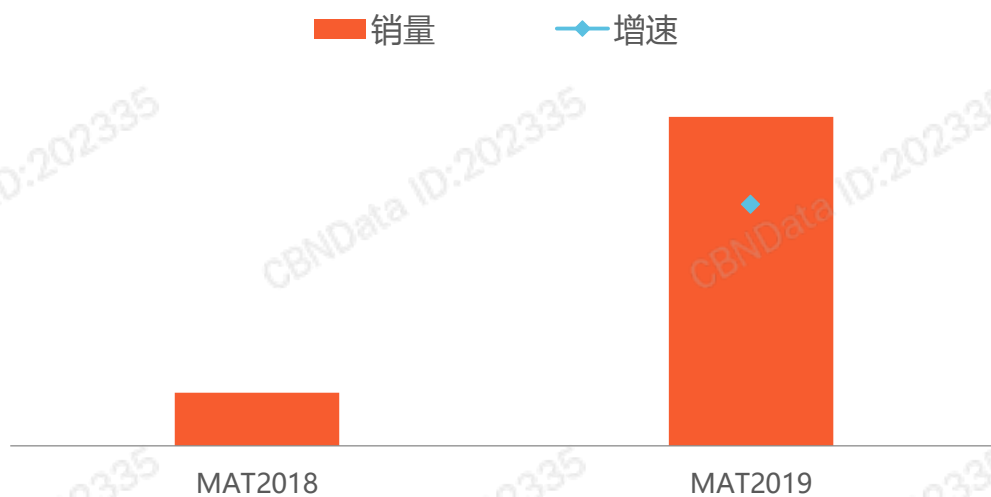
多功能：集多种功能于一体，满足各种诉求

目前手持挂烫机的功能已经不仅仅局限于熨烫，具有香薰、毛刷等功能的产品越来越多，满足消费者在衣物护理方面的多种诉求。

品类趋势

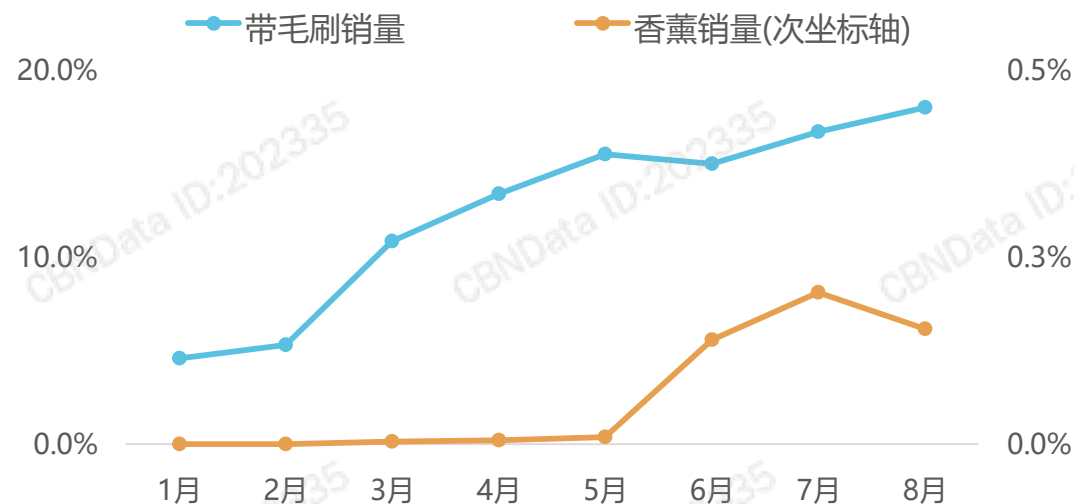
行业创新

MAT2018-2019多功能手持挂烫机消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019香薰功能和毛刷功能手持挂烫机消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

迷你便携：90后、95后居家旅行必备

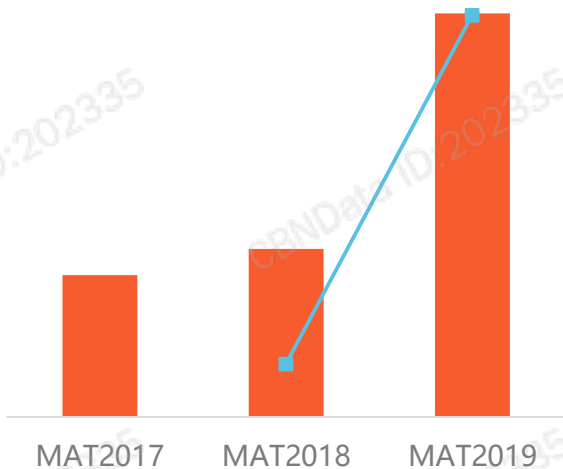
迷你手持挂烫机市场规模不断增长，因其小巧、易收藏、便携的特性，更受90、95后的喜爱，成为其居家旅行必备单品，尤其95后增长迅速。迷你无绳的产品出现，同时满足了用户家用差旅不同场景，成为市场上热销新品。

品类趋势

行业创新

MAT2017-2019 迷你手持挂烫机市场规模及增速

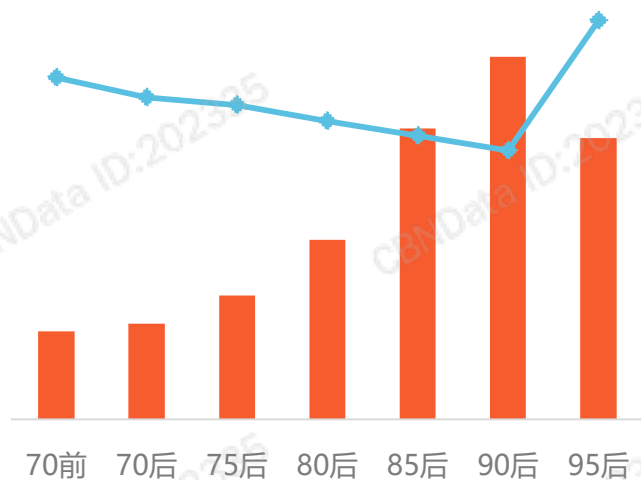
■ 迷你手持挂烫机
—■ 迷你手持挂烫机增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019迷你手持挂烫机消费者代际分布及增速

■ 消费者人数 —■ 增速



数据来源：CBNData消费大数据



资料来源：网络公开数据整理

品类新趋势催生跨品类需求，对企业供应链提出新的挑战

品类趋势

行业创新



无绳便携式手持挂烫机对电池容量有较高的要求，产生对大容量锂电池的供应链需求。



对于带有香薰功能的手持挂烫机，可以推出对应的具有衣物柔顺功能且带有独特香味的香薰精油最为配套单品，需要与香薰精油制造商合作。



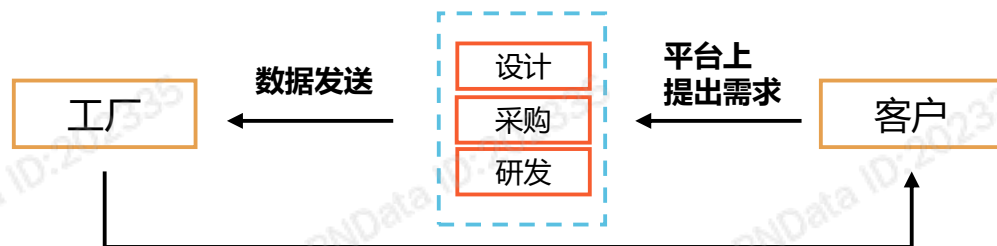
带有毛球修剪功能的手持挂烫机，也有对旋转刀片、马达等配件的供应链需求

资料来源：网络公开数据整理

C2M模式创新帮助提升效率，实现产品个性化定制

C2M模式具有减轻供应链及库存压力、自动化程度高、可满足客户个性化需求等优点，目前已经逐渐应用到服装、家居、运动等品类当中，品牌可考虑将这种模式应用到手持挂烫机当中以提高效率，同时实现产品的个性化定制。

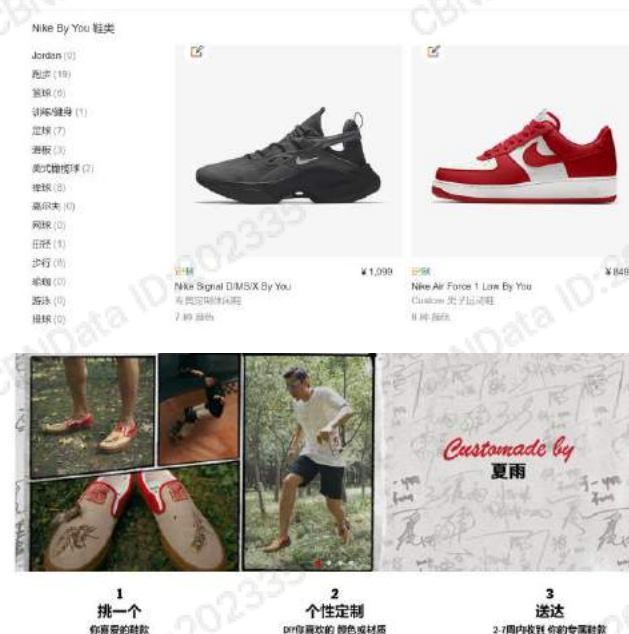
C2M模式及优点



- 按需定制，满足客户个性化需求；
- 减轻供应链和库存压力，实现零库存；
- 平台通过数据协调链路中各环节自动发起操作，实现自动化

C2M 定制案例

运动品牌纷纷推出为消费者个性化定制球鞋的服务，消费者在网站上选择自己喜爱的鞋型、颜色和材质后进行个性化定制，然后送达消费者。



资料来源：网络公开资料整理



05

趣味榜单

销量最高及销量增速最快的省份/直辖市

MAT2019 手持挂烫机销量最高的省份/直辖市 Top10

1	广东省
2	浙江省
3	江苏省
4	山东省
5	上海
6	河南省
7	四川省
8	北京
9	福建省
10	河北省

MAT2019 手持挂烫机销量增速最快的省份/直辖市 Top10

1	安徽省
2	江西省
3	江苏省
4	河南省
5	湖北省
6	陕西省
7	四川省
8	湖南省
9	上海
10	浙江省

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：MAT2018销量超过2万
大数据·全洞察

手持挂烫机品牌榜

MAT2019 手持挂烫机销量最高品牌榜

1	Royalstar/荣事达
2	AUX/奥克斯
3	Konka/康佳
4	MeiLing/美菱
5	Chigo/志高
6	Midea/美的
7	红心
8	DAEWOO/大宇
9	SUPOR/苏泊尔
10	Philips/飞利浦

MAT2019手持挂烫机增速最快品牌榜

1	Midea/美的
2	TCL
3	韩夫人
4	Haier/海尔
5	Hulloary/沪菱
6	华心
7	Konka/康佳
8	甲壳虫
9	Panasonic/松下
10	AUX/奥克斯

数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：MAT2018销量100且MAT2019销量前150名

大数据·全洞察

手持挂烫机爆款单品榜

MAT2019 手持挂烫机销量最高单品榜

- | | |
|----|--------------------------|
| 1 | 荣事达手持挂烫机家蒸汽刷RS-TS90A |
| 2 | 奥克斯手持挂烫机AUX-YD6005 |
| 3 | 康佳手持挂烫机 KSC-8151 |
| 4 | 美菱手持挂烫机家用蒸汽熨斗MG-S86 |
| 5 | 荣事达手持挂烫机 RS-GT80S |
| 6 | 荣事达手持挂烫机迷你蒸汽刷RS-GT130D |
| 7 | 志高手持挂烫机小型家用便携式熨烫机ZG-LM02 |
| 8 | 美的手持挂烫机家用蒸汽熨斗ybd15D1 |
| 9 | 奥克斯手持蒸汽挂烫机YD-6006 |
| 10 | 志高手持挂烫机家用蒸汽刷ZG-G6008 |

MAT2019手持挂烫机增速最快单品榜

- | | |
|----|-------------------------|
| 1 | 戴生手持挂烫机LD-806A |
| 2 | 康佳手持挂烫机 KSC-8151 |
| 3 | 奥克斯手持挂烫机AUX-YD6005 |
| 4 | 华光小功率手持挂烫机QH 0190 |
| 5 | 韩夫人熨衣机手持蒸汽挂烫机 |
| 6 | 奥克斯手持挂烫机迷你加湿带毛刷 SPA-158 |
| 7 | 飞利浦手持挂烫机大功率便携熨烫机GC351 |
| 8 | 长虹手持蒸汽刷熨烫机CEL-6003 |
| 9 | 嘉怡美手持挂烫机蒸汽衣物熨烫机ZJ-108B |
| 10 | 奥克斯手持家用挂烫机蒸汽熨斗GS-5158 |

数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：MAT2018销量大于100且MAT2019销量前500名

大数据·全洞察

单价超过100元的手持挂烫机品牌和单品榜单

MAT2019销量最高的平均件单价100元以上手持挂烫机品牌

1	Konka/康佳
2	Midea/美的
3	DAEWOO/大宇
4	SUPOR/苏泊尔
5	Philips/飞利浦
6	Deerma/德尔玛
7	SALAV/贝尔莱德
8	Haier/海尔
9	highspot
10	HYUNDAI/现代

MAT2019最受欢迎的单价100元以上手持挂烫机单品

1	美的手持式挂烫机家用蒸汽电熨斗ybd15D1
2	康佳手持挂烫机蒸汽熨斗 KSC-8153
3	韩国大宇手持挂烫机家用烫衣机HI-019
4	康佳手持挂烫机家用蒸汽熨斗kcs-8155
5	苏泊尔手持挂烫机家用蒸汽小型熨斗GT72AX-15
6	德尔玛手持挂烫机家用蒸汽电熨斗DEM-HS006
7	飞利浦手持挂烫机便携式 GC299
8	红心手持蒸汽挂烫机可折叠便携电熨斗RH1699
9	Chigo/志高手持挂烫机小型家用蒸汽电熨斗ZG-G3001
10	贝尔莱德胶囊手持挂烫机家用蒸汽小型熨斗TS-F03

数据来源：CBNData消费大数据

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据
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：2016年9月-2019年8月；

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：尹春慧 王东麟

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：

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

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察