

TMO GROUP 出品

2023东南亚家用电器电商 行业市场洞察

2023年4月版



TMC Group
探 谋 网 络 科 技





目录

关于本系列	3
-------	---

关于本洞察	4
-------	---

市场结构	5
------	---

洗衣机	7
-----	---

空调	12
----	----

吸尘器	16
-----	----

风扇	21
----	----

空气处理器	25
-------	----

熨斗	30
----	----

结语	34
----	----

关于东南亚电商行业洞察系列

从2022年12月起，TMO Group 开始发布一系列东南亚电子商务不同行业的洞察报告，分析该行业产品在各国的销售情况，如美妆、家电等。

我们之后会研究更多热门行业和类目，敬请期待！

方法论：TMO Group的专家团队以从东南亚主要电商平台Shopee和Lazada上采集的第一手数据为基础，采用多种专业化的分析方法为读者提供有价值的市场洞见。

货币价值：关于本报告中涉及的定价和货币信息，以当地货币对应的美金金额作为分析的基准。

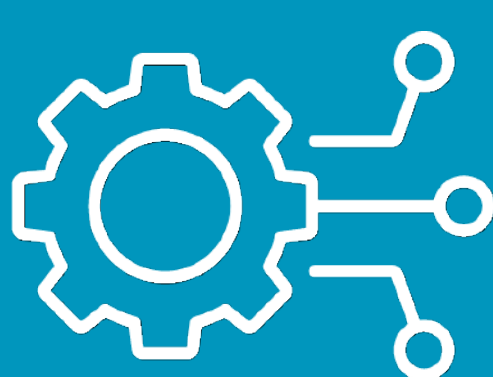
请注意本报告仅供市场参考之用，本公司对报告中数据的准确性和观点不承担任何实质法律责任。

TMO服务



市场扫描与调研

对不同市场进行一个初步扫描，定义您在目标市场的竞争态势，选择适合您的市场进行跨境布局。



行业数据定制

帮助您了解不断变化的消费者偏好和需求趋势，以及不断发展的行业标准。



市场进入策略与实施

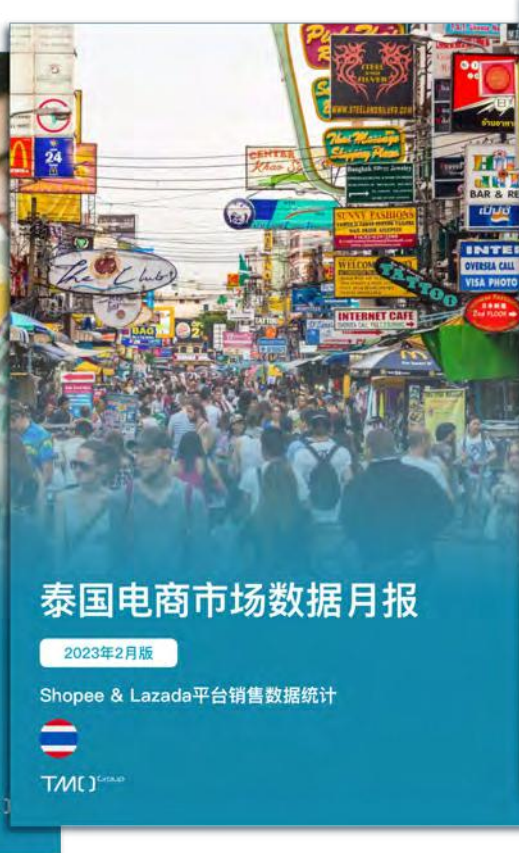
汇总市场潜力和本地化相关知识，为您制定短期/中期和长期的市场进入和发展策略。

TMO 电商资源

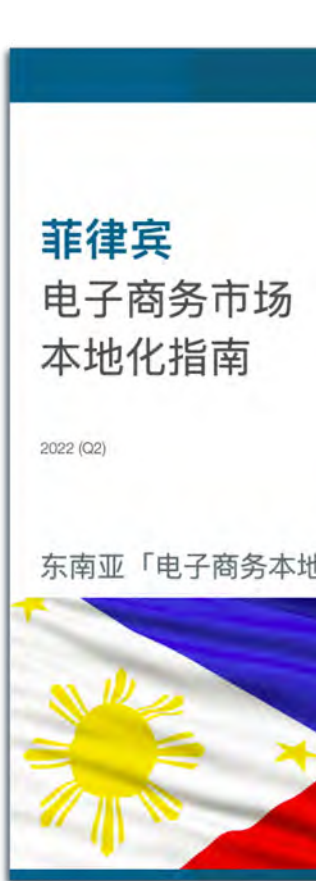
行业报告



数据报告



跨境指南



关于本洞察报告

TMO Group很高兴继续推出我们的东南亚行业展望系列，这是第三期（前面几期的内容可以在我们的网站www.tmogroup.com.cn 免费获取）。在上期的**厨房电器**报告中，我们主要研究了涵盖冰箱、炉灶、水壶和微波炉的厨房电器行业数据。这篇展望报告是上期主题的延续，我们将研究扩展到其他家用电器。

家用电器是指与食品加工和储存无关的电器。这包括大型家用电器，如洗衣机和空调，以及小型电器，如吸尘器、电风扇、发型工具和剃须工具。

在这份报告中，我们看到中国家电品牌有着显著的露出。大家电类目中，美的、海尔和海信表现不俗，冲进当地10大品牌。而在扫地机器人等新兴家电产品和智能家居类目中，Roborock（石头）、小米、米家、Dreame（追觅）、Tineco（添可）、Deerma（德尔玛）、Chigo（志高）等都正获得越来越高的市场份额。

据中国海关总署2023年第一季度数据显示，全国外贸数据稳中向好，其中家电行业已成为最具有数字化布局优势的出海细分市场。

不同于受中美关系和通胀影响的北美和欧盟市场，东南亚电商市场显示出较强的稳定性和潜力。家电企业通过跨境电商、海外线上销售等模式推广自主品牌，“出海创牌”正成为近年来家电出海的新路径，如Dreame（追觅）、Tineco(添可)、Deerma（德尔玛）等品牌。而大型家电企业如美的、格力等得益于完整的供应链基础，均在海外设立了生产基地以及配套产业链，加快全球产业布局。

把握市场，增强竞争力的关键词：

- 产品力。不断的产品创新，尤其在产品体验上。
- 敏锐的市场和消费者嗅觉、灵活的应变能力以及多样的营销手段和优秀的电商运营经验。这些重要元素都将助力品牌走向国门，高质量发展并在海外电商渗透率提升的趋势中享受红利。

本展望中呈现的数字来自东南亚两个最大的市场平台Shopee和Lazada。我们使用了近10万个家用电器SKU，这些SKU在2023年2月至少有一次销售。

与之前一样，我们理解绝对数字可能存在一定的误差。商家驱动的平台是尤其具有挑战性的数据源，其中存在各种命名SKU的模式，且涵盖了六种语言。

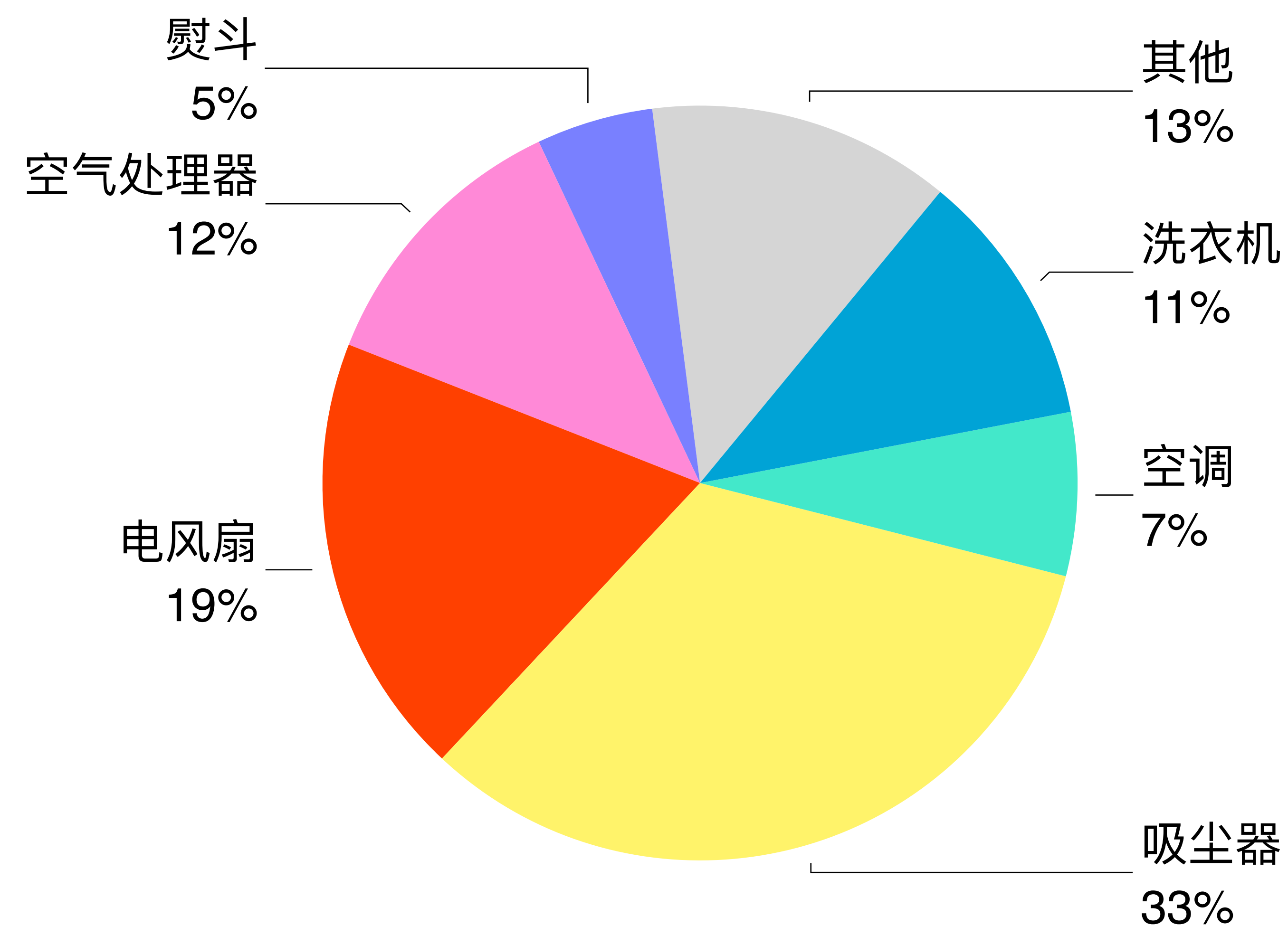
然而，我们在研究中坚持使用一致的方法，因此相对数字、百分比和分解准确地反映了现实情况。希望此洞察报告对于您的市场研究、进入策略制定以及现有销售提升等方面具有参考价值。

如果您需要针对特定领域的更详细的信息或者定制研究报告，请随时联系[TMO Group](mailto:info@tmogroup.asia)
(发送电子邮件至info@tmogroup.asia)

东南亚的销售数据是一个等待被挖掘的市场洞察宝库，我们将是您在这个旅程中的向导！



市场结构



TMO 洞察:

- 在起草本报告时，我们参考了东南亚市场常见家用电器的分类。在东南亚六个国家中，市场占比较大的类别如下：
- **吸尘器**是最大的类别，占总销售额的约三分之一（33%）。
- **与空气有关的电器**，根据市场常见的产品类型，包括两个单独的类别：**空调**（通常由需要专业安装的相对较大的电器代表）和**风扇&空气处理电器**（例如制冷器，净化器，加湿器和除湿机）。但如果我们将其视为一个大类别（与空气有关的电器），它将是市场上最大的，约占总销售额的38%。
- **洗衣机和熨斗**，是我们分析的其余两个类别。

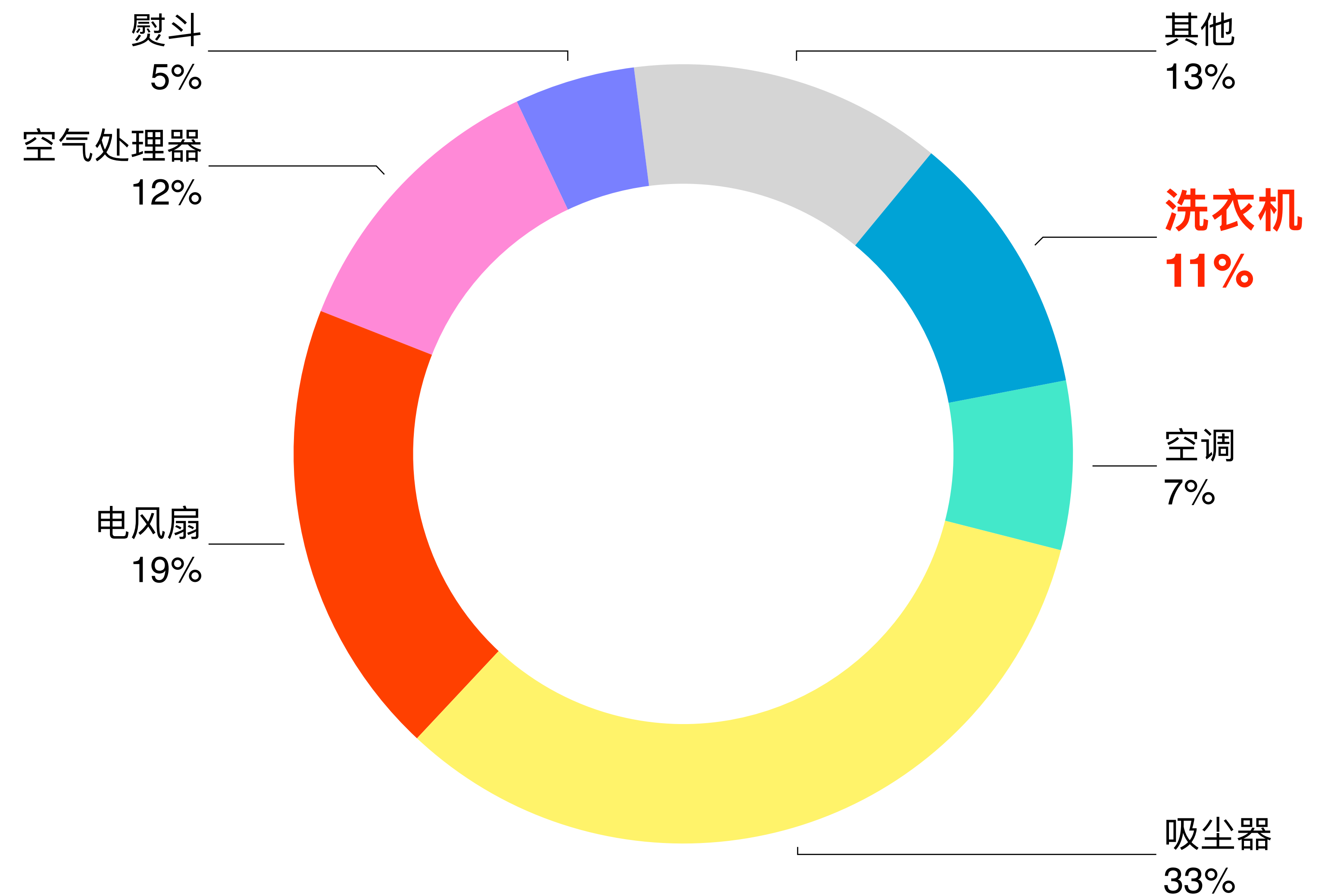
市场结构 - 排除类别

TMO 声明:

- 需要注意的是，有几个经常出现在家用电器中的类别，未包含在本报告中。这是由于它们数据不连贯，或是数据清理困难。这些类别包括：
 - **干衣机**：在东南亚，洗衣机和干衣机的组合并不普及，家庭通常只有洗衣机，衣物干燥是在室内或室外手动完成的。这并不是指东南亚消费者完全不使用干衣机，而是它们的市场份额远低于洗衣机。
 - **美容美发电器**：虽然是美容美发电器一个重要的部分（约占市场的5-6%），但就是否将这些设备纳入家用电器类别，在市场上的观点并不一致。通常，它们被归为单独的美容相关类别。有时在这两个类别中都存在，取决于商家的选择。这都使准确分析变得相当困难。我们决定将其排除在本报告的分析范围之外。
 - **缝纫机**：尽管市场上有大规模生产的服装，但家用缝纫机仍然存在于许多家庭中。缝纫机既可以方便衣服的修补，也可以作为一种爱好用品。我们也将将其排除在本报告的分析范围外。



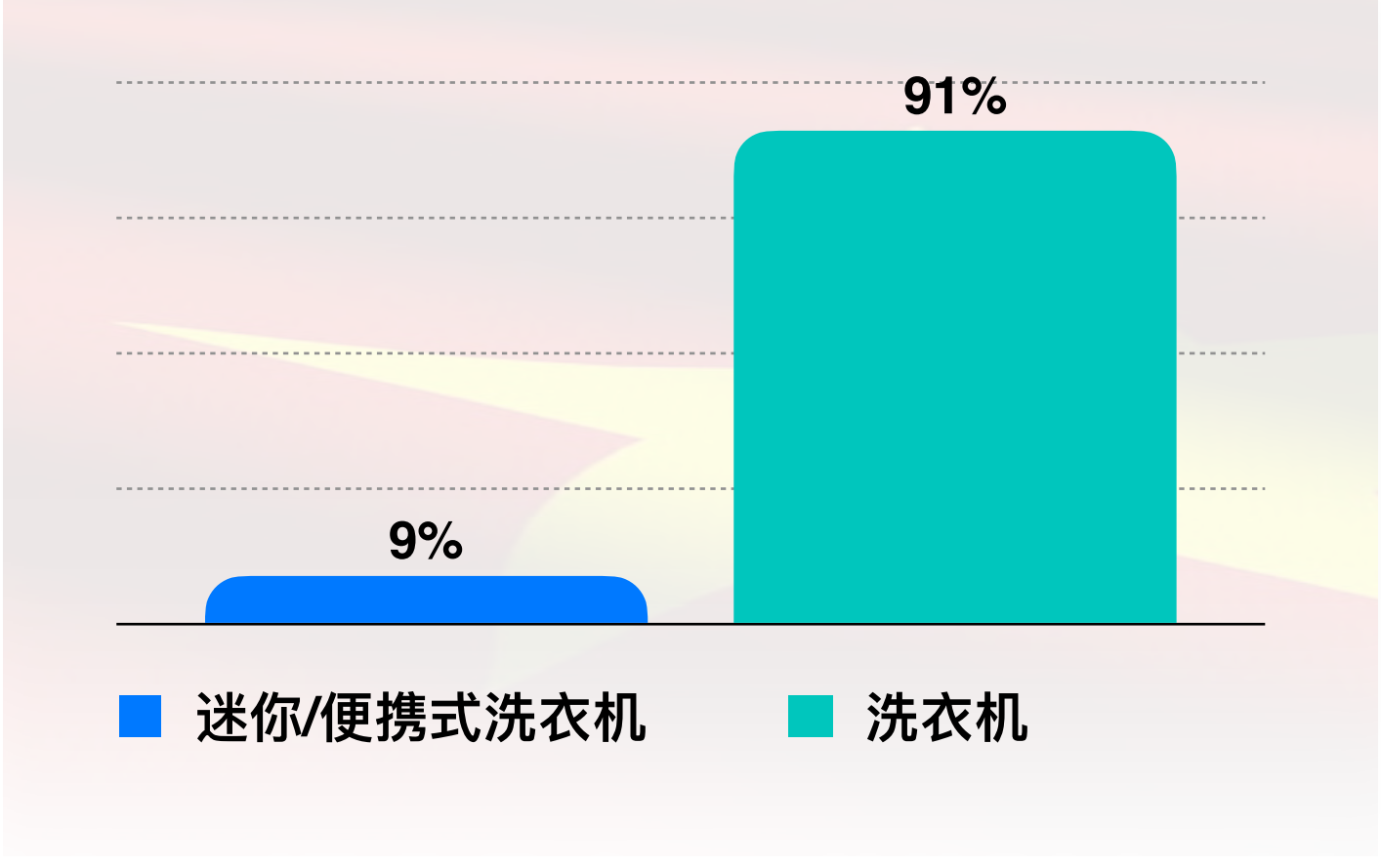
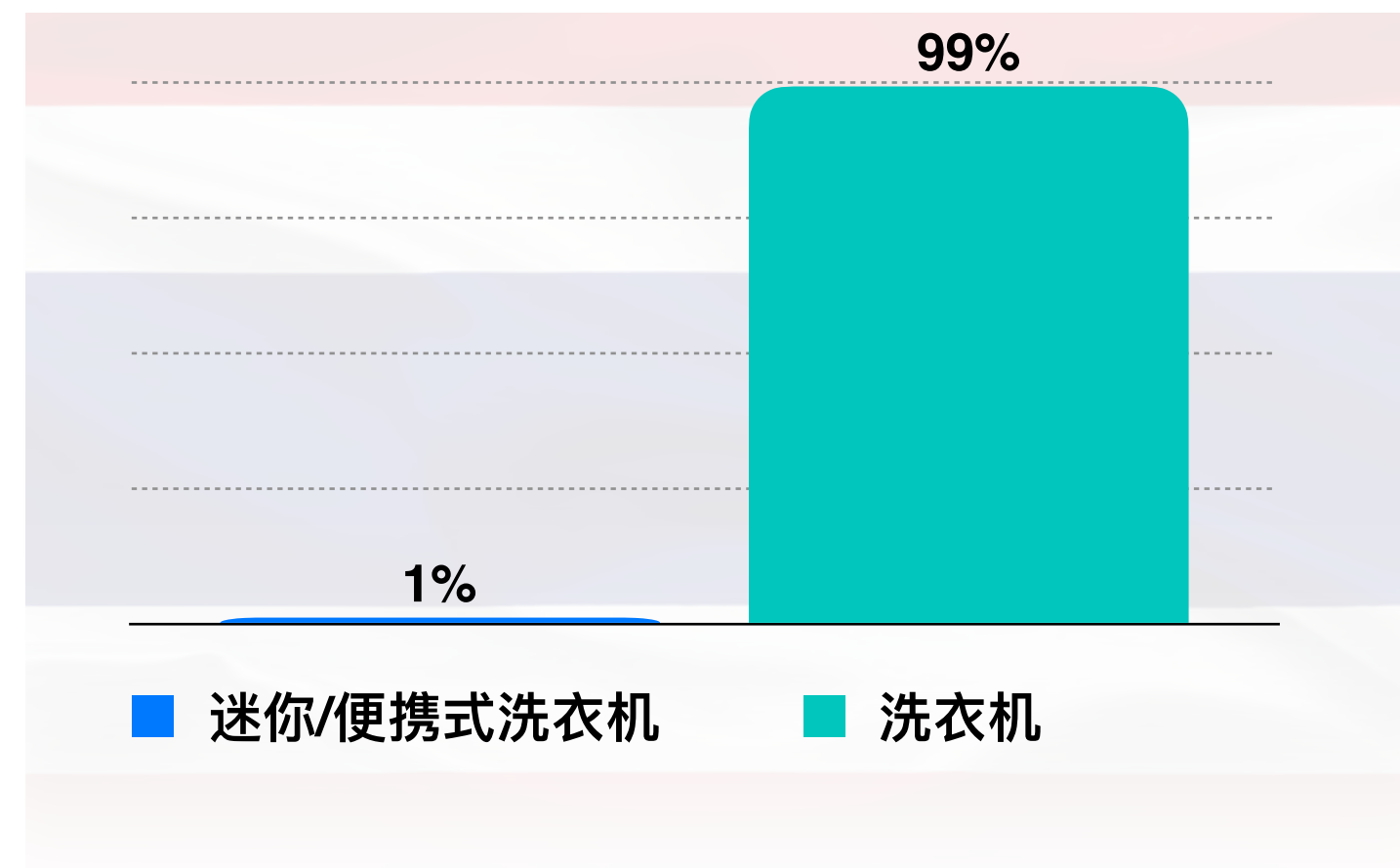
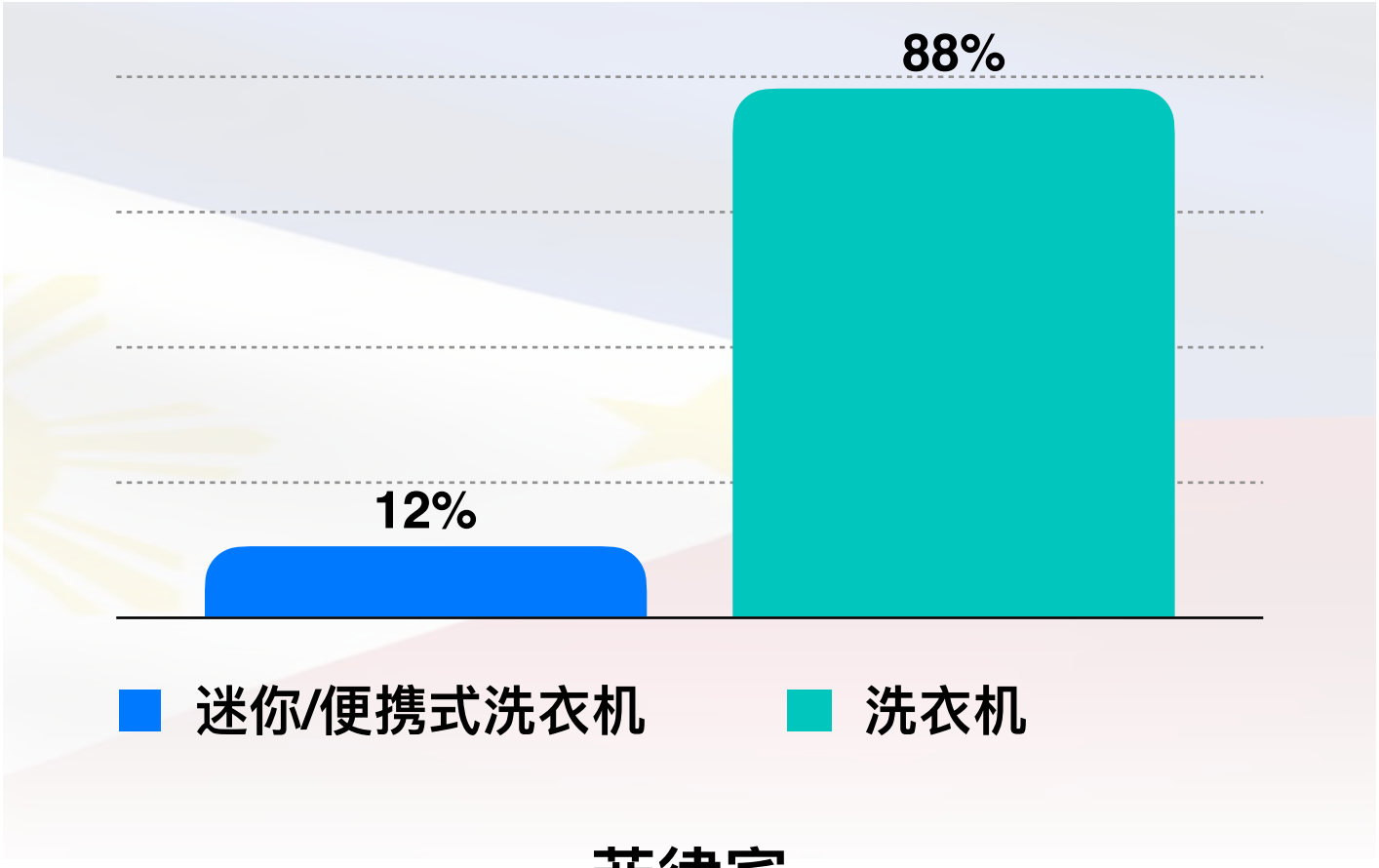
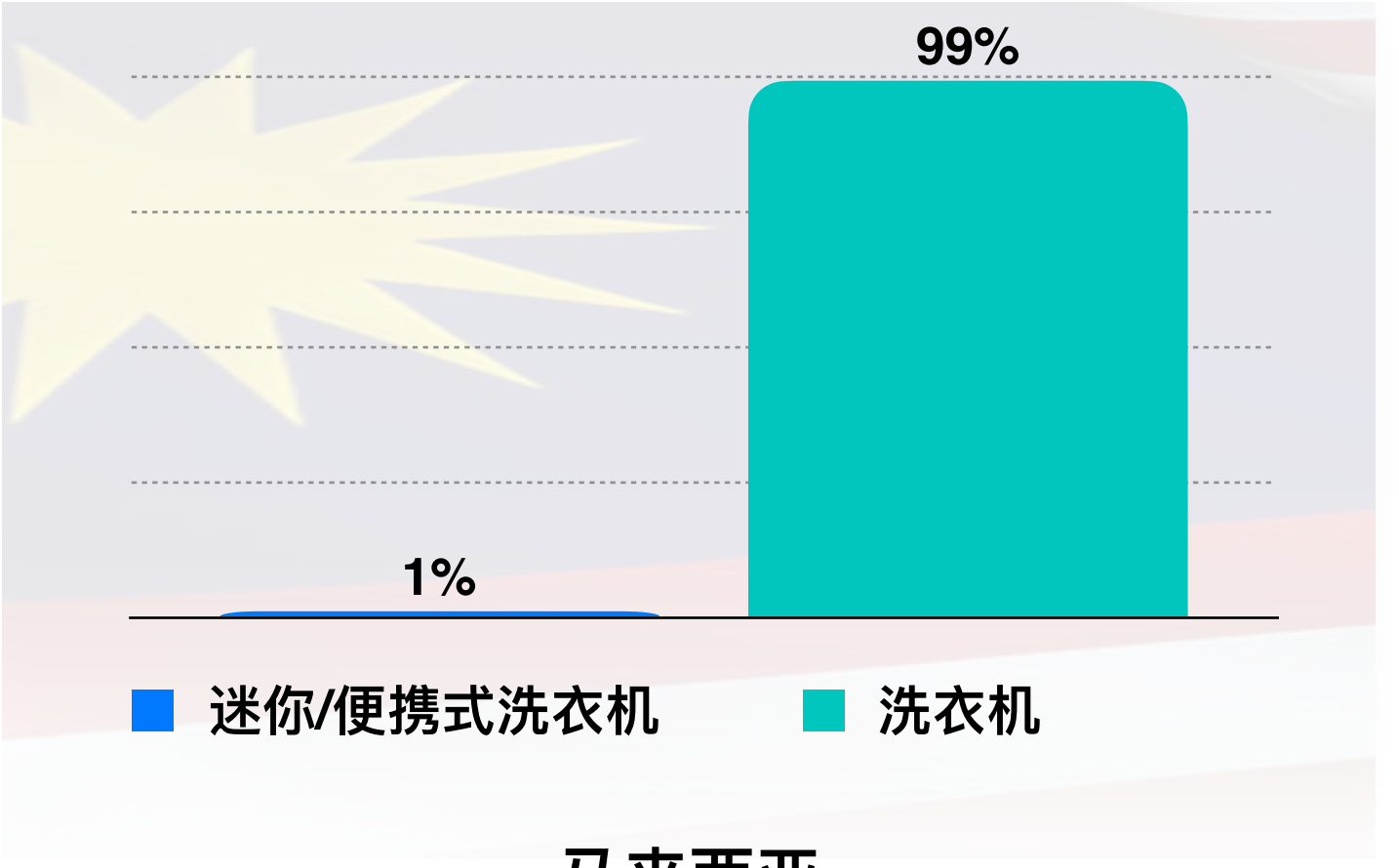
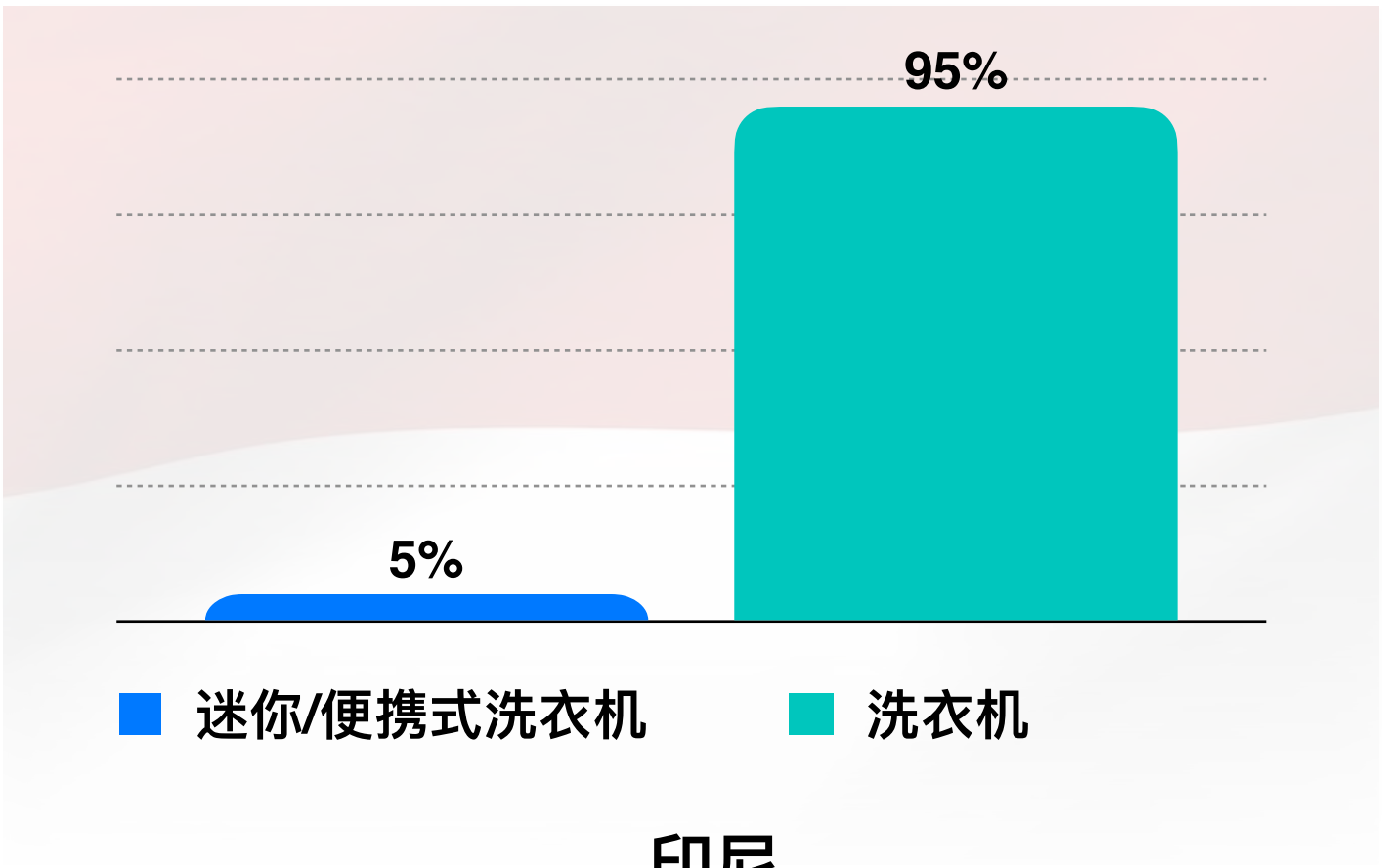
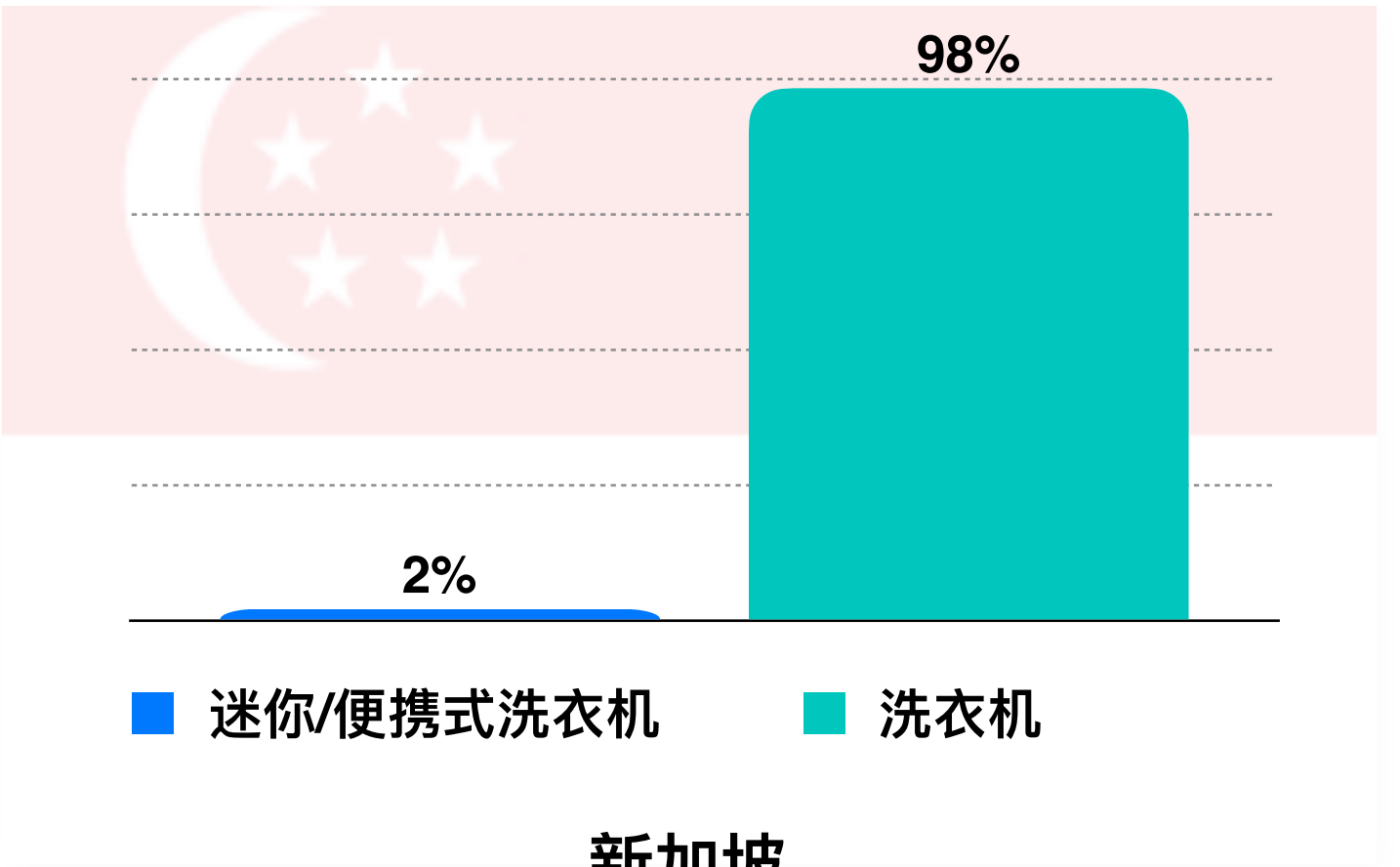
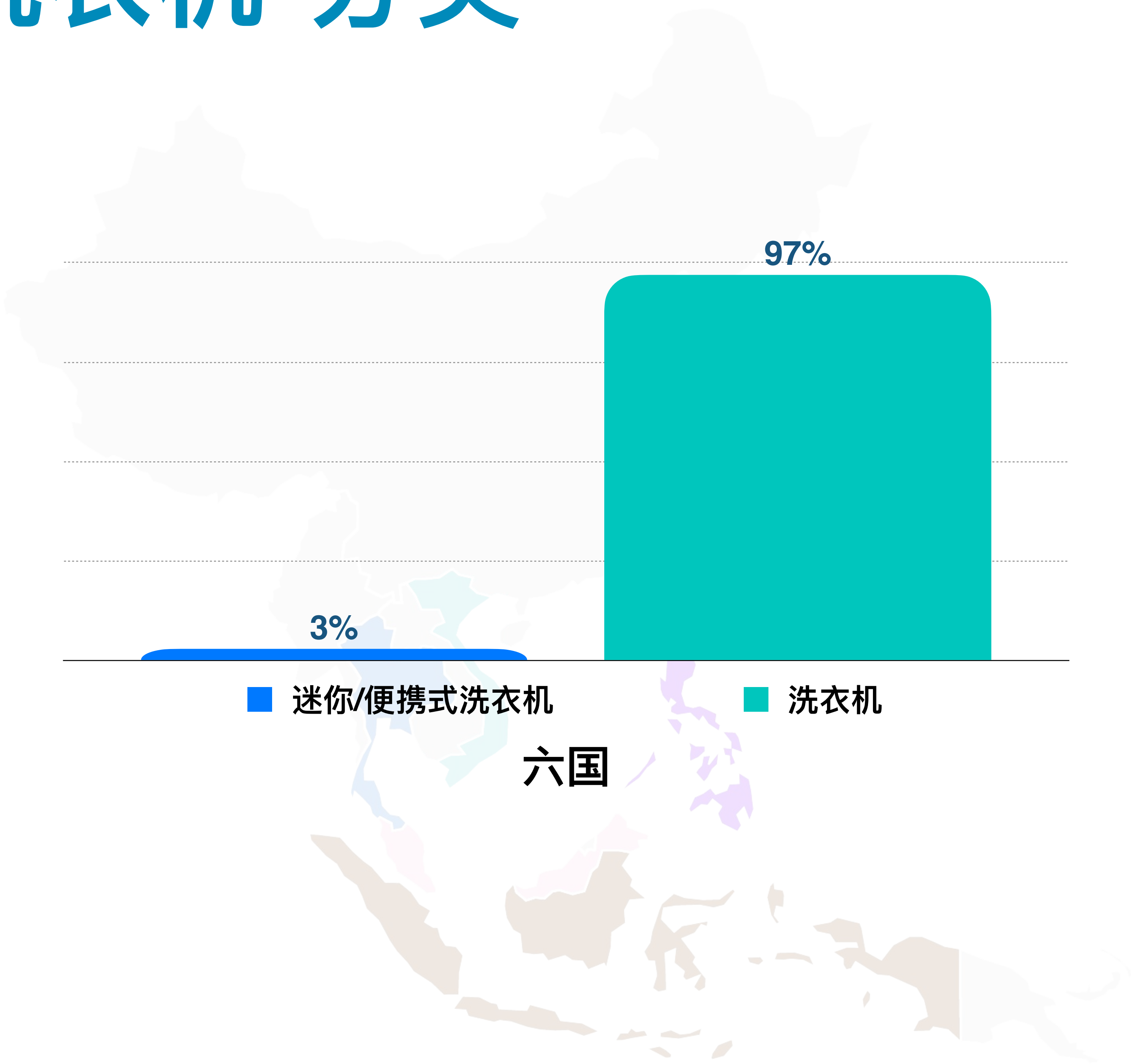
洗衣机



TMO 洞察:

- 洗衣机是东南亚家庭中最受欢迎的大型家电。洗衣机销售额约占家电市场的11%。
- 对于洗衣机的销售趋势，我们分析了 11,000 个 SKU 的 240,000 笔交易，它们合计产生的销售额约360万美元。

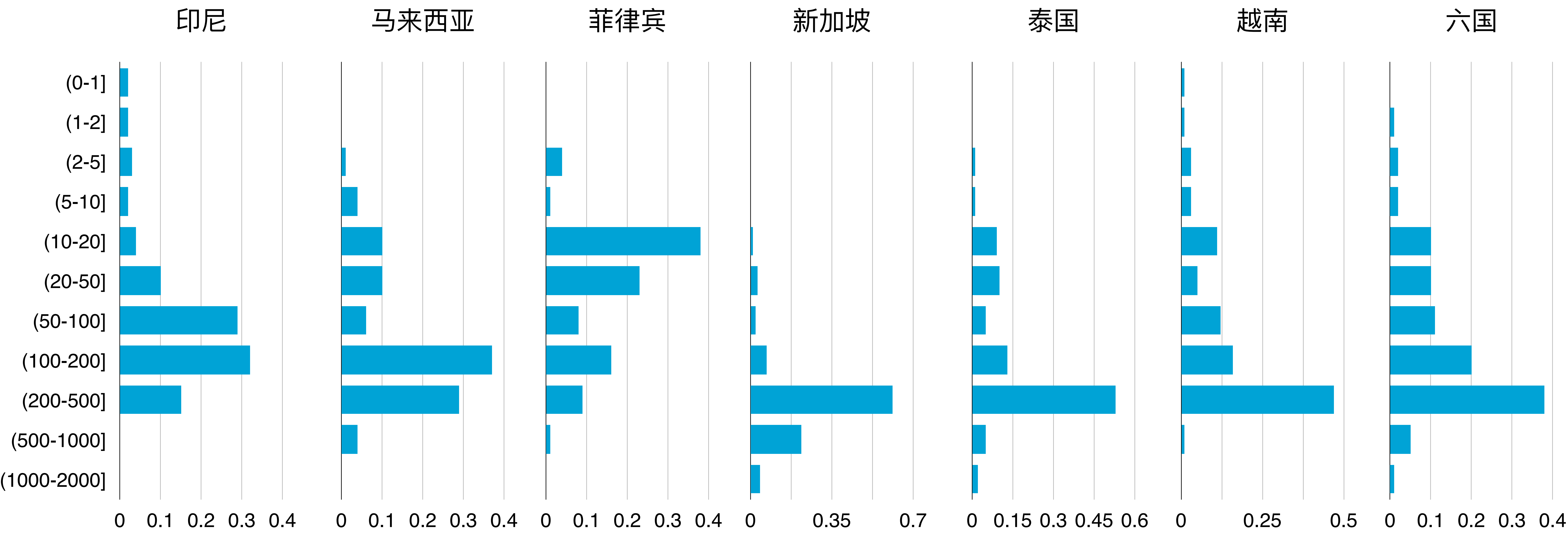
洗衣机-分类



TMO 洞察:

• 如果我们看总体数字，“迷你”或“便携式”洗衣机的子细分市场并不大，仅占销售额的 3%。然而，在一些国家，这一比例更大：菲律宾为 12%，越南为 9%。

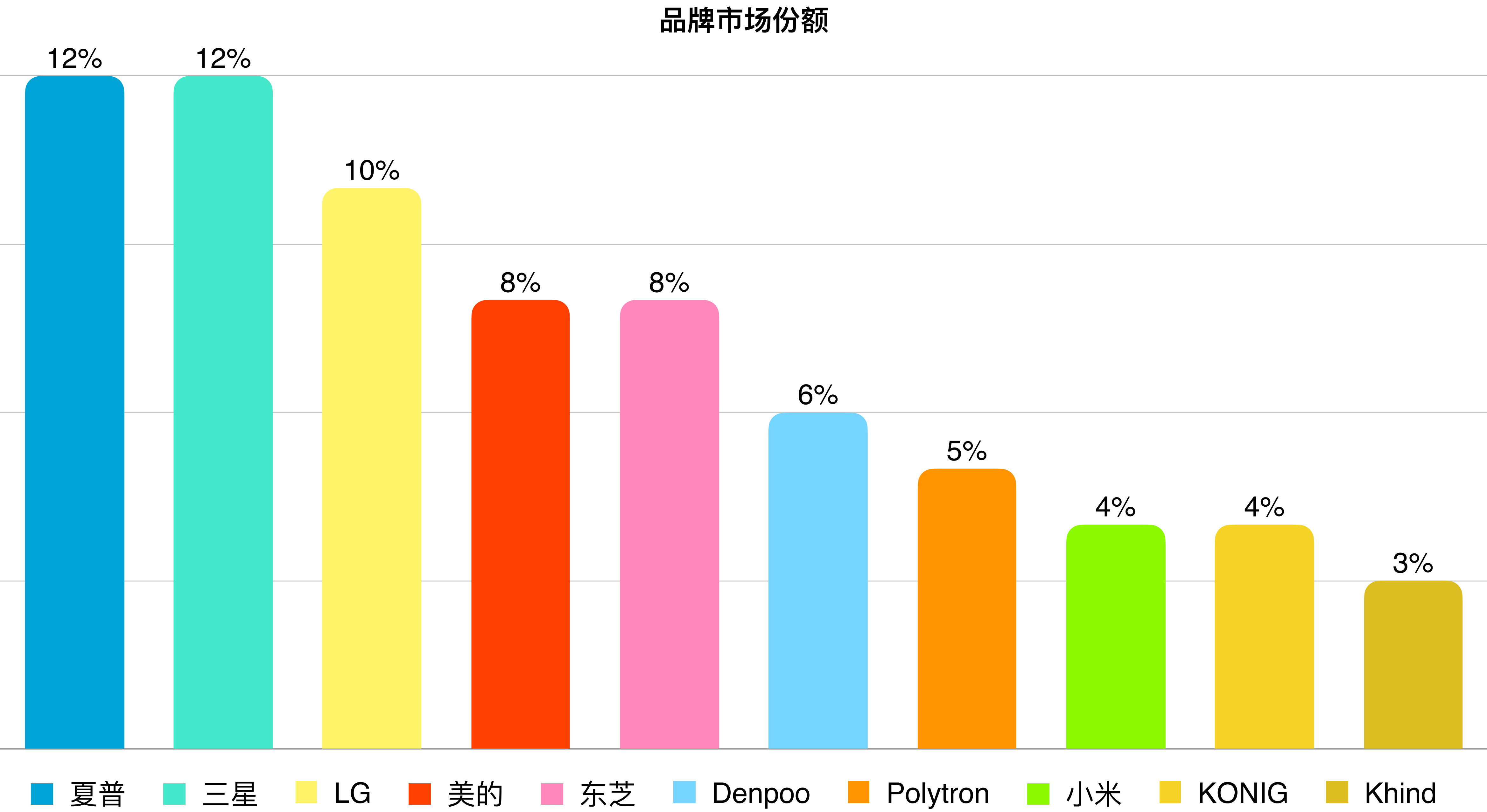
洗衣机-价格区间



TMO 洞察:

- 在**菲律宾**，主要销售额集中在10-50 美元之间，在东南亚国家中最低。该国的迷你和便携式洗衣机占有最高的市场份额。
- 在**印度尼西亚**，大部分销售额来自 50-200 美元的产品，在**马来西亚**这一区间则为100-500 美元。
- 在**泰国**和**越南**，大部分销售额来自200-500 美元的产品。
- 在**新加坡**，也有类似的销售额峰值，集中在 200-500 美元。除此之外，500-1,000美元范围的产品也显示出可观的销售额：约占该国销售额的22%。

洗衣机-TOP 10 品牌



TMO 洞察:

- 该细分市场的领先品牌是日本夏普和韩国三星——两者均占总销售额的 12% 左右。
- 然而他们的领先优势并不是特别大，市场占比达到10%的是另一个韩国品牌——LG。
- 排名第四和第五的品牌分别是中国的美的和日本的东芝，市场份额各占 8%，。

洗衣机-按国家/地区 TOP 5 的品牌

印尼		
	TOP 5 品牌	65%
1	夏普	17%
2	三星	14%
3	Denpoo	13%
4	Polytron	12%
5	LG	9%

马来西亚		
	TOP 5 品牌	66%
1	美的	19%
2	Khind	15%
3	东芝	15%
4	夏普	10%
5	海信	9%

菲律宾		
	TOP 5 品牌	46%
1	小米	20%
2	Fujidenzo	15%
3	夏普	4%
4	Union	3%
5	MAIMEITE	3%

新加坡		
	TOP 5 品牌	81%
1	美的	24%
2	东芝	20%
3	LG	20%
4	夏普	10%
5	三星	8%

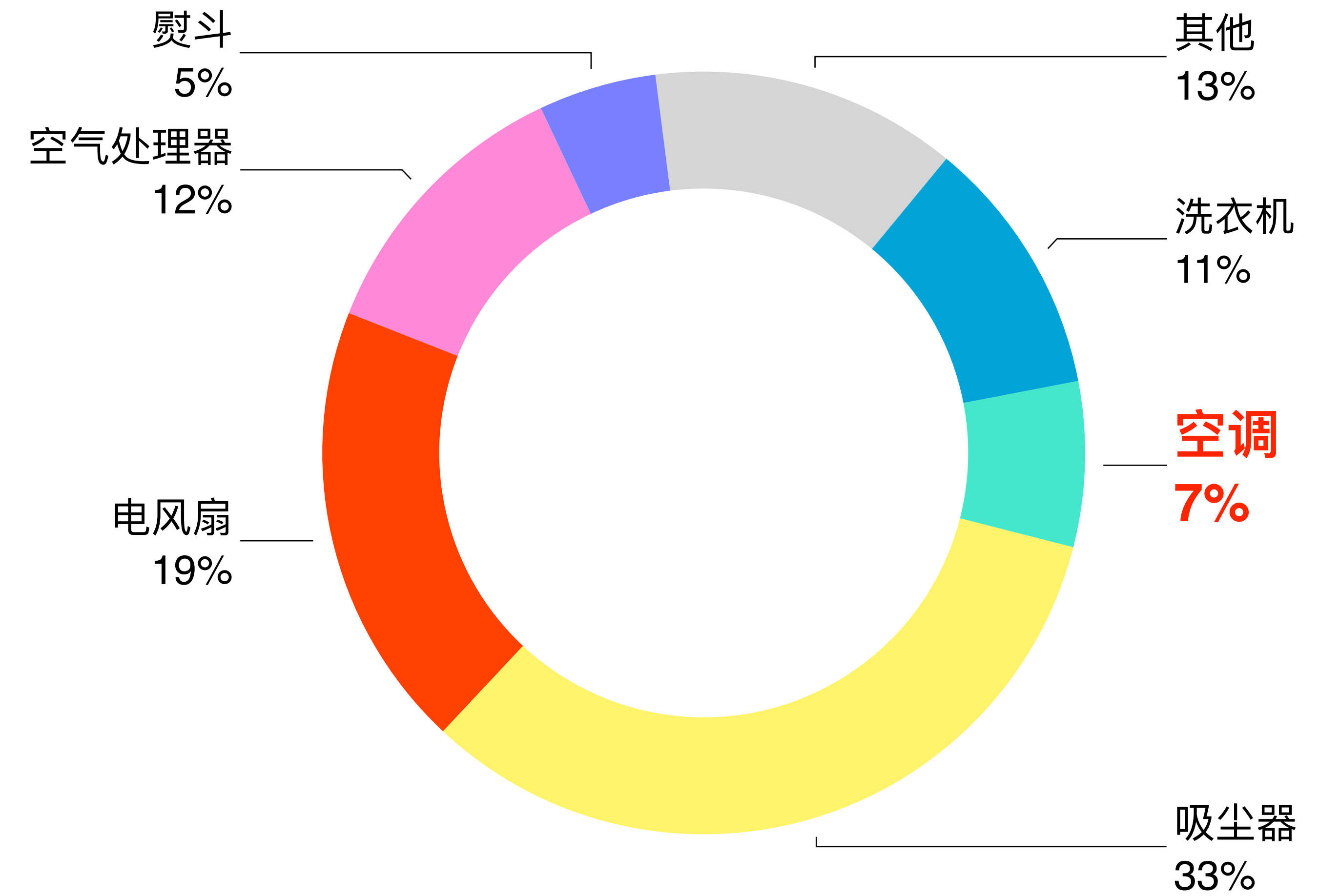
泰国		
	TOP 5 品牌	6%
1	KONIG	5%
2	CKL	1%
3	小米	0%
4	Camel	0%
5	SHANBEN	0%

越南		
	TOP 5 品牌	47%
1	三星	26%
2	LG	16%
3	Daewoo	2%
4	Electrolux	2%
5	KAIMEIDI	2%

TMO 洞察:

- 我们观察到每个国家的领先品牌都大不相同。部分国家/地区由 3-4 个领先品牌主导，这些品牌占据了两位数的市场份额。例如夏普、三星、Denpoo、Polytron 是印度尼西亚的领先品牌，市场份额排行第一和第四的品牌仅相差5 个百分点：日本夏普17%，本土品牌Polytron 12%。
- 在菲律宾，排名靠前的两个品牌是中国的小米和当地的Fujidenzo。

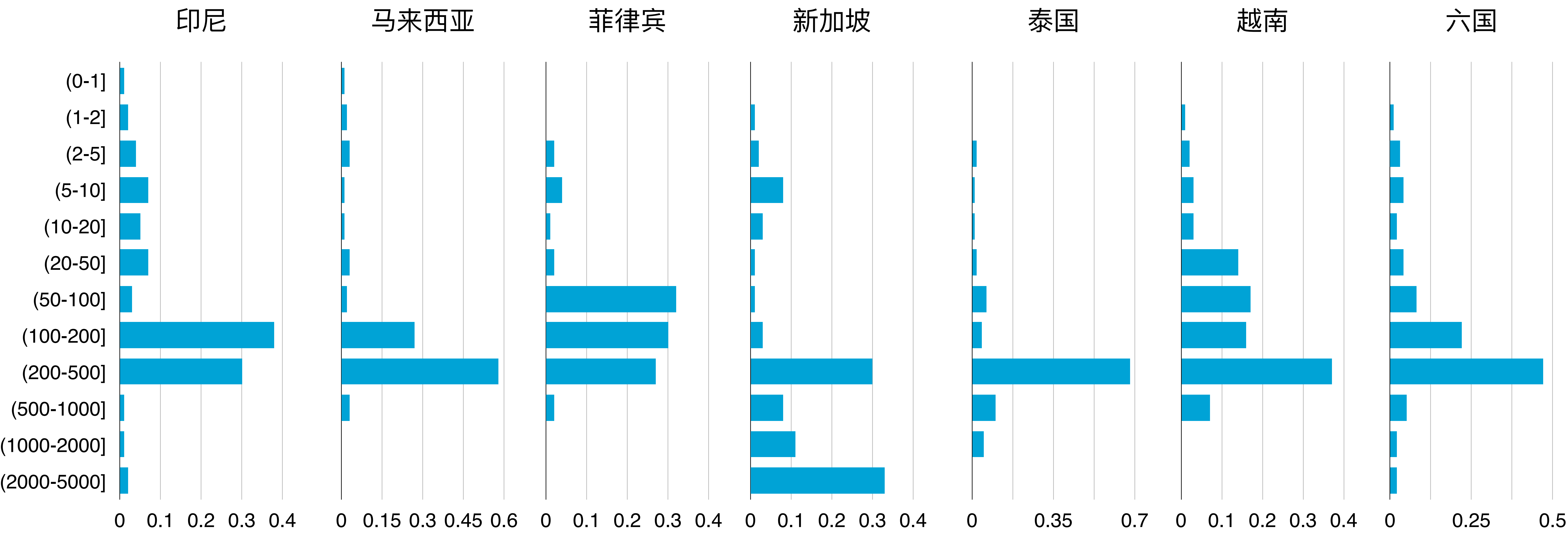
空调



TMO 洞察:

- 东南亚国家位于热带和亚热带地区，因此空调需求量很高。在大型家电中，空调是第二受欢迎的类目，约占总市场份额的7%。
- 在此领域，我们分析了超过8,000种SKU。它们通过15万笔交易产生了360万美元的销售额。
- 值得注意的是，“大”空调（也称为分体式、大型的系统，通常由专业安装人员安装）和“小”空调（小型便携式设备，通常没有外部组件）之间的区分在这个类别中并不十分明显。我们将在后面的章节“空气处理”中看到便携式设备，而这里我们重点关注大型机器的子分类。我们尽力将它们分开，但某些重叠是不可避免的。

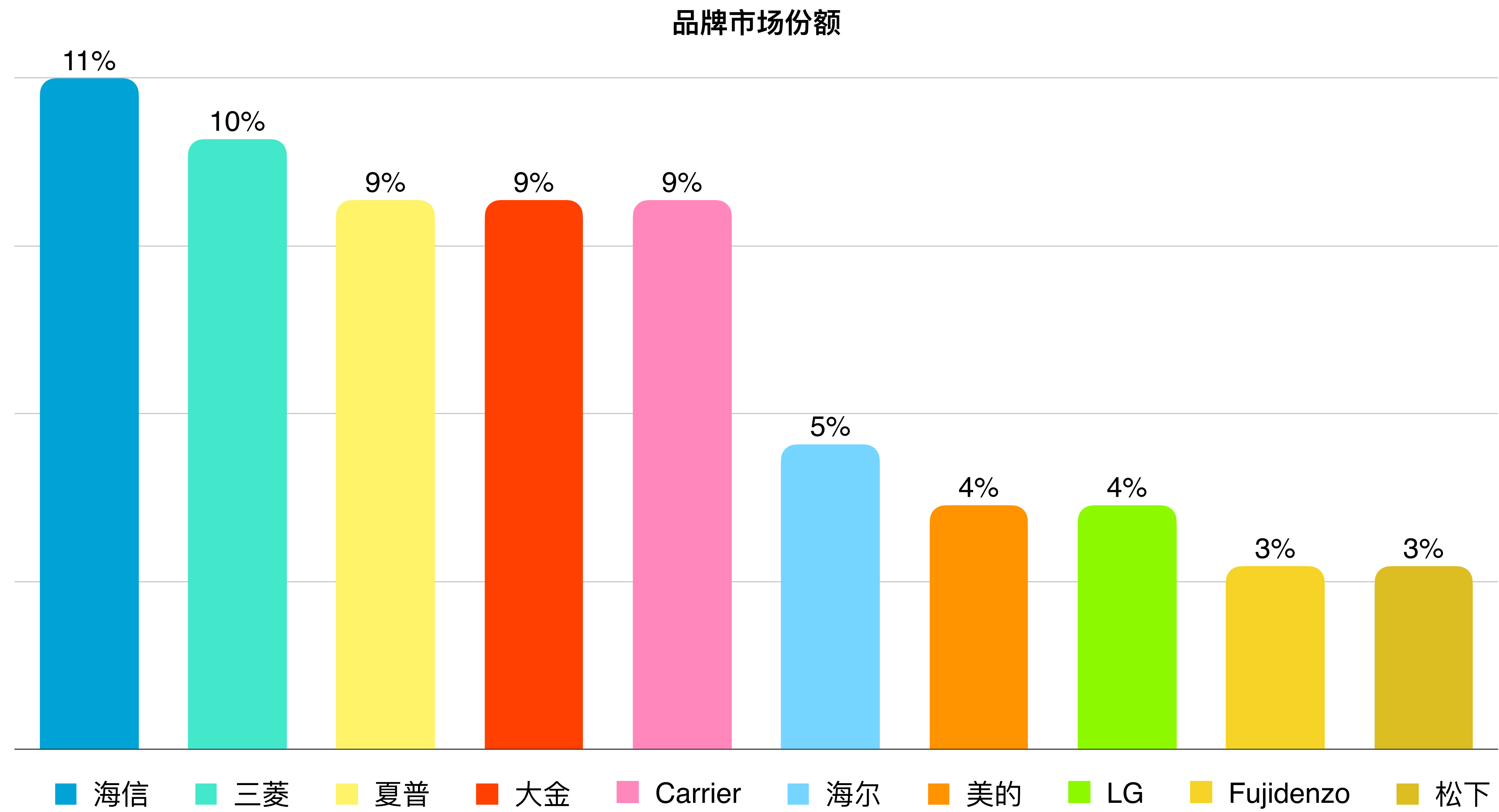
空调-价格区间



TMO 洞察:

- 总体而言，在东南亚地区，空调的销售额高峰多数在200-500美元的价格区间内。
- **菲律宾**销售额高峰所在的价格区间较低，主要在50-100美元价格区间内。**印度尼西亚**也较低，在100-200美元价格区间内。
- **马来西亚、泰国和越南**的销售额高峰在200-500美元的价格区间内。
- **新加坡**的销售图表中有两个明显的销售额高峰，分布在200-500美元的价格区间和2,000-5,000美元的价格区间。其中，2,000-5,000美元价格区间内的产品的销售额占比最高。

空调-TOP 10 品牌



TMO 洞察:

- 在东南亚的空调市场中，有一些明显的领先品牌。其中排名前五的品牌是：中国的海信、日本的三菱、夏普和大金，最后美国的Carrier。
- 前五的品牌各在市场上各占据了大约10%左右的份额。值得注意的是，另两个中国品牌海尔和美的也表现不俗，在榜单中排名第六和第七。

空调-按国家/地区 TOP 5 的品牌

印尼		
	TOP 5 品牌	46%
1	夏普	21%
2	大金	9%
3	LG	7%
4	AQUA	4%
5	Gree	4%

马来西亚		
	TOP 5 品牌	70%
1	海信	30%
2	大金	13%
3	XTREME	12%
4	海尔	9%
5	松下	7%

菲律宾		
	TOP 5 品牌	35%
1	Fujidenzo	15%
2	Astron	9%
3	TCL	5%
4	Matrix	3%
5	美的	3%

新加坡		
	TOP 5 品牌	78%
1	三菱	44%
2	美的	11%
3	EuropAce	10%
4	CHiQ	7%
5	TCL	6%

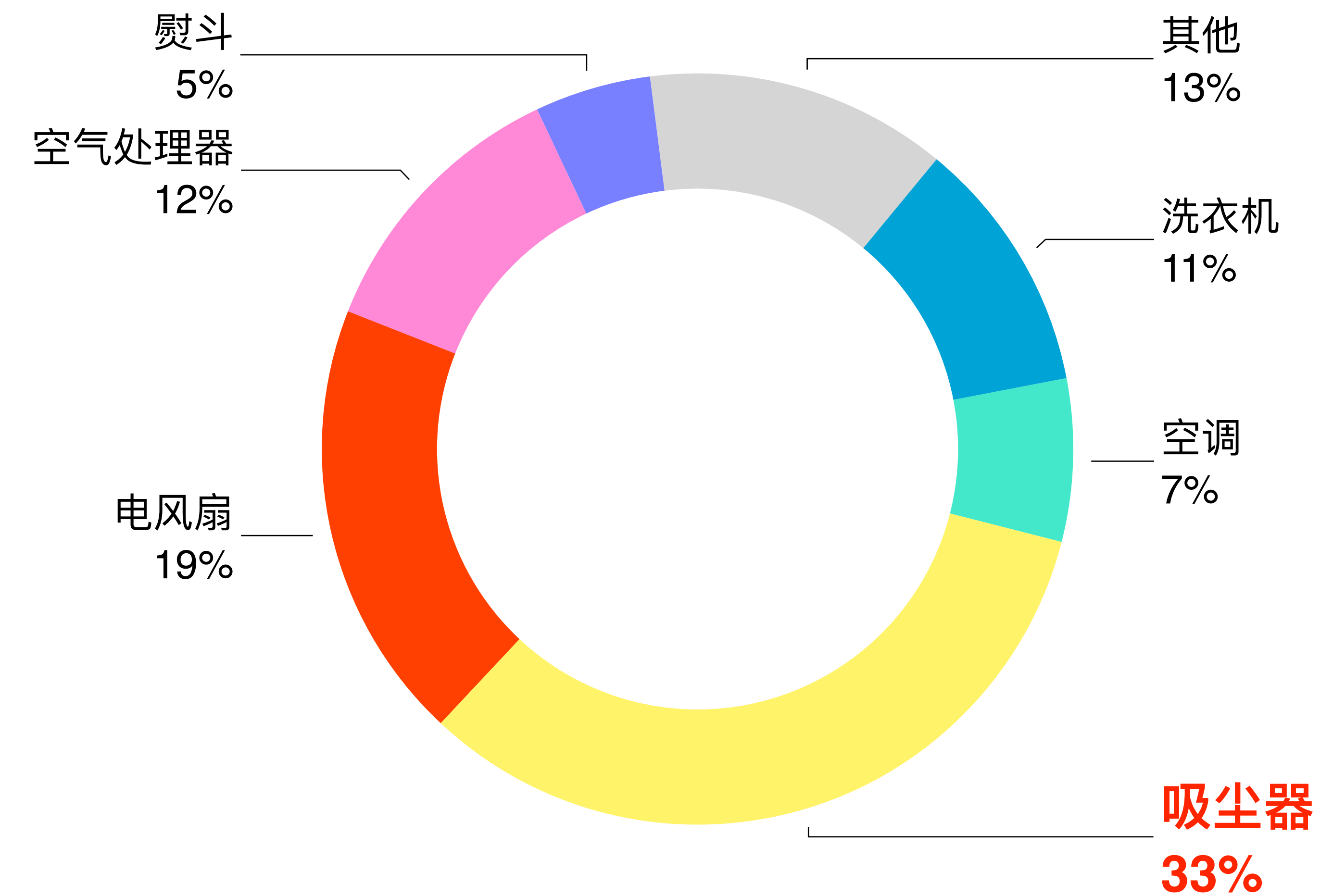
泰国		
	TOP 5 品牌	64%
1	Carrier	20%
2	三菱	18%
3	海信	11%
4	海尔	8%
5	大金	7%

越南		
	TOP 5 品牌	49%
1	Dreame	13%
2	松下	11%
3	Hyundai	10%
4	Casper	8%
5	三星	6%

TMO 洞察:

- 然而，如果我们看国家层面，会看到一个非常多样化的市场。有一些国家只有一个明显的领先品牌，如夏普在印度尼西亚、海信在马来西亚、三菱在新加坡。同时，有一些国家有多个品牌竞争领导地位，如越南和泰国。

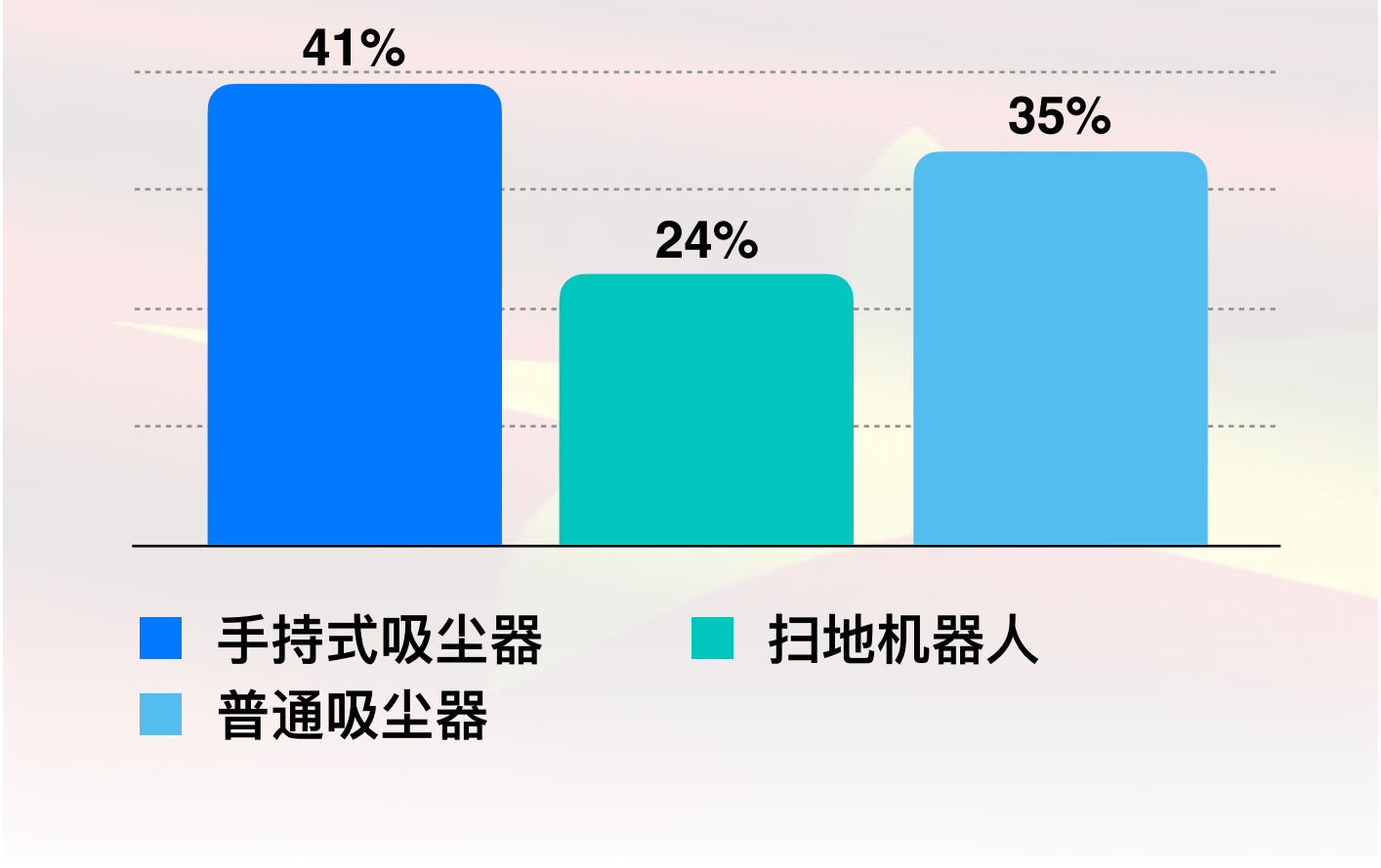
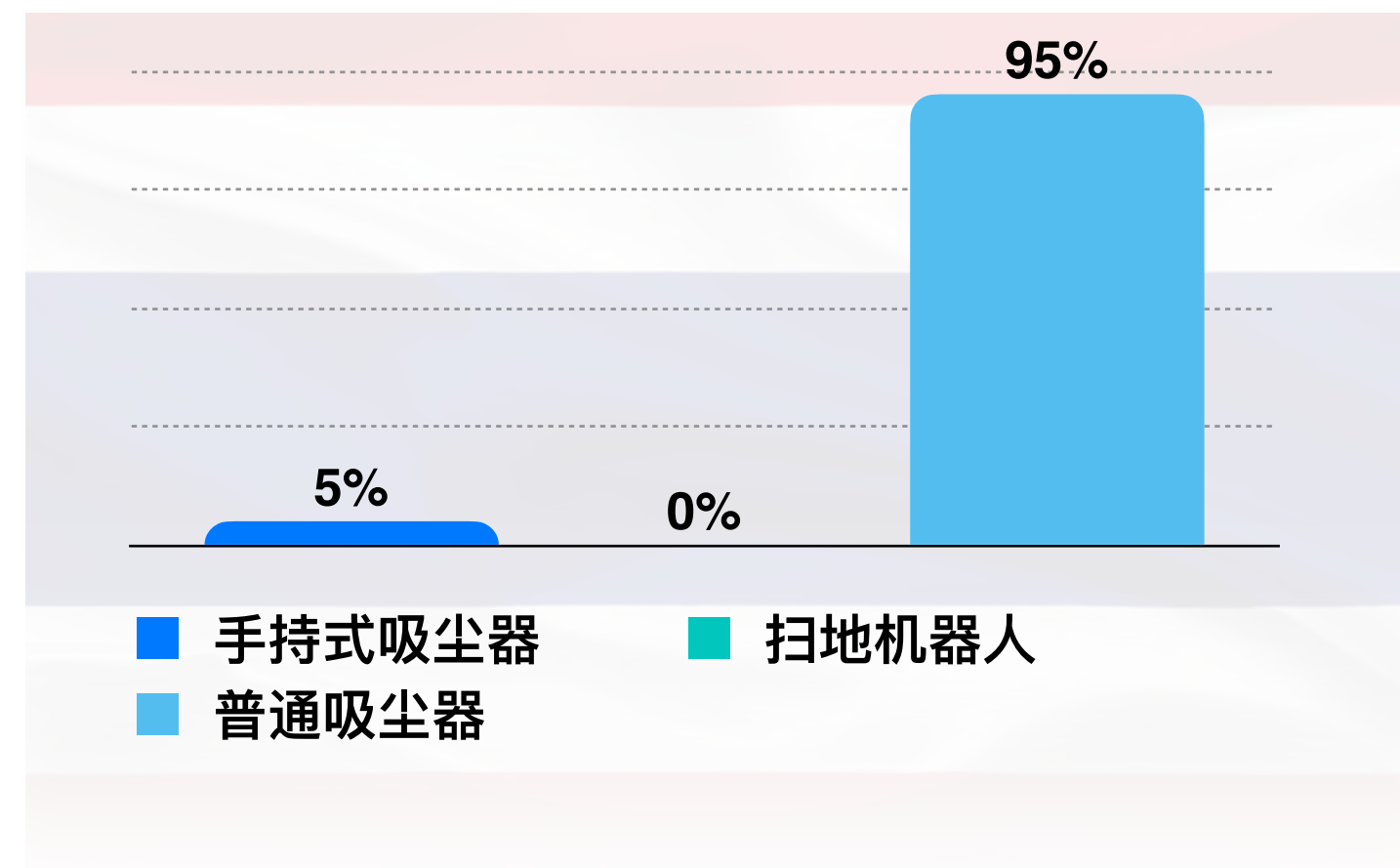
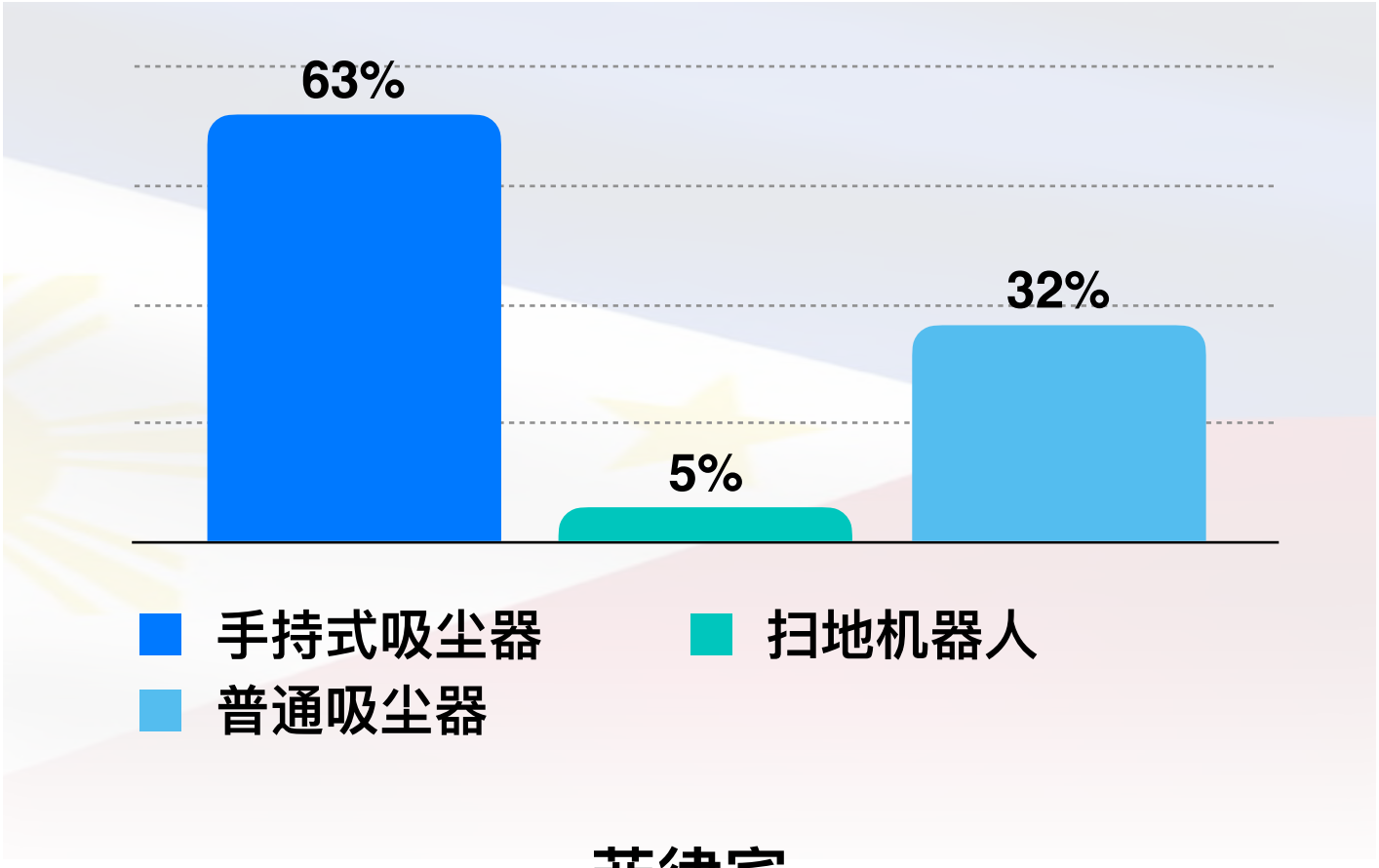
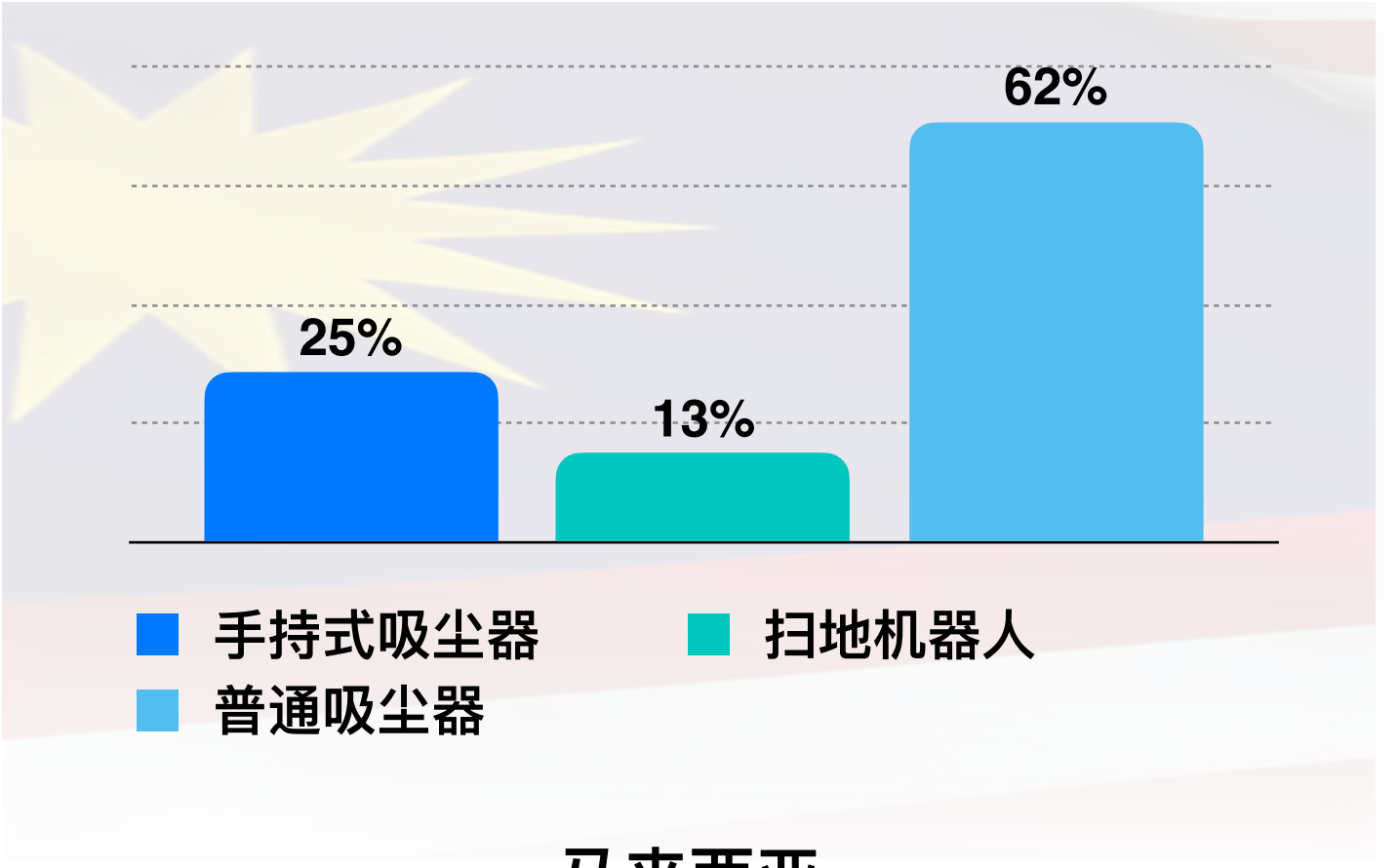
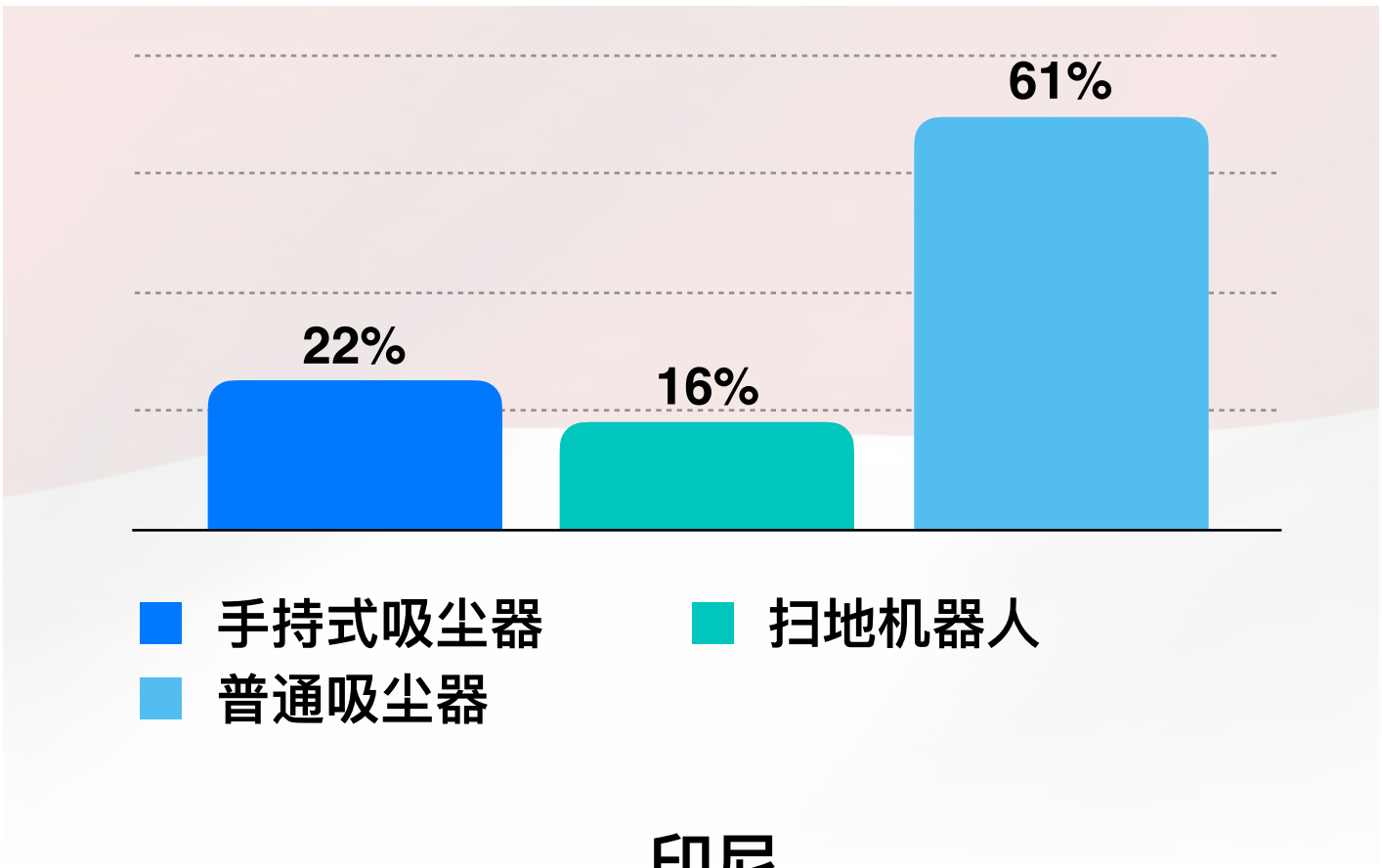
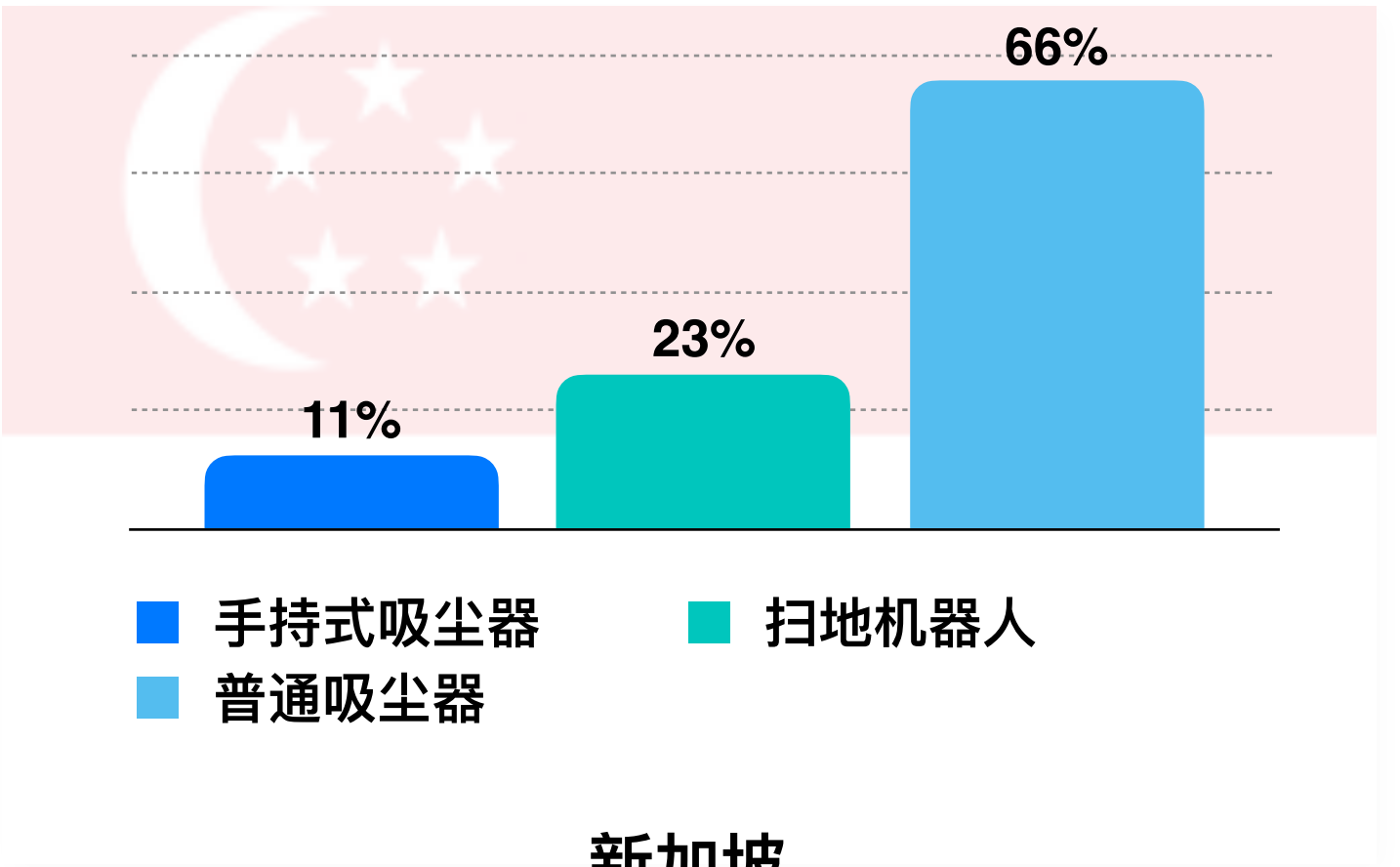
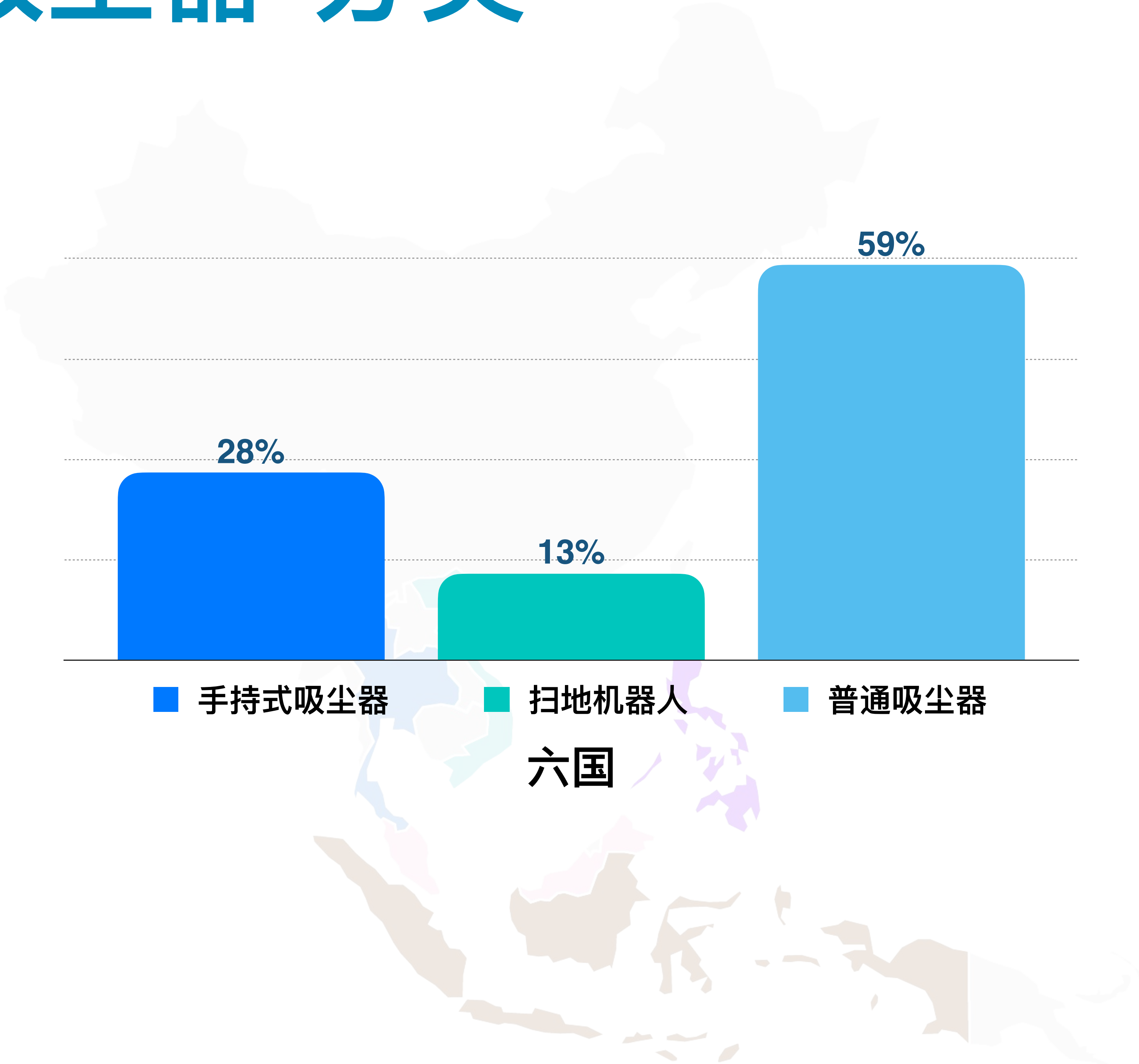
吸尘器



TMO 洞察:

- 吸尘器是小家电中最大的细分市场，也是所有家电中最大的细分市场。吸尘器的销售额约占家电市场的三分之一 (33%)。
- 我们查看了 15,000 个 SKU。它们产生了 50 万笔交易和近 1,800 万美元的销售额。

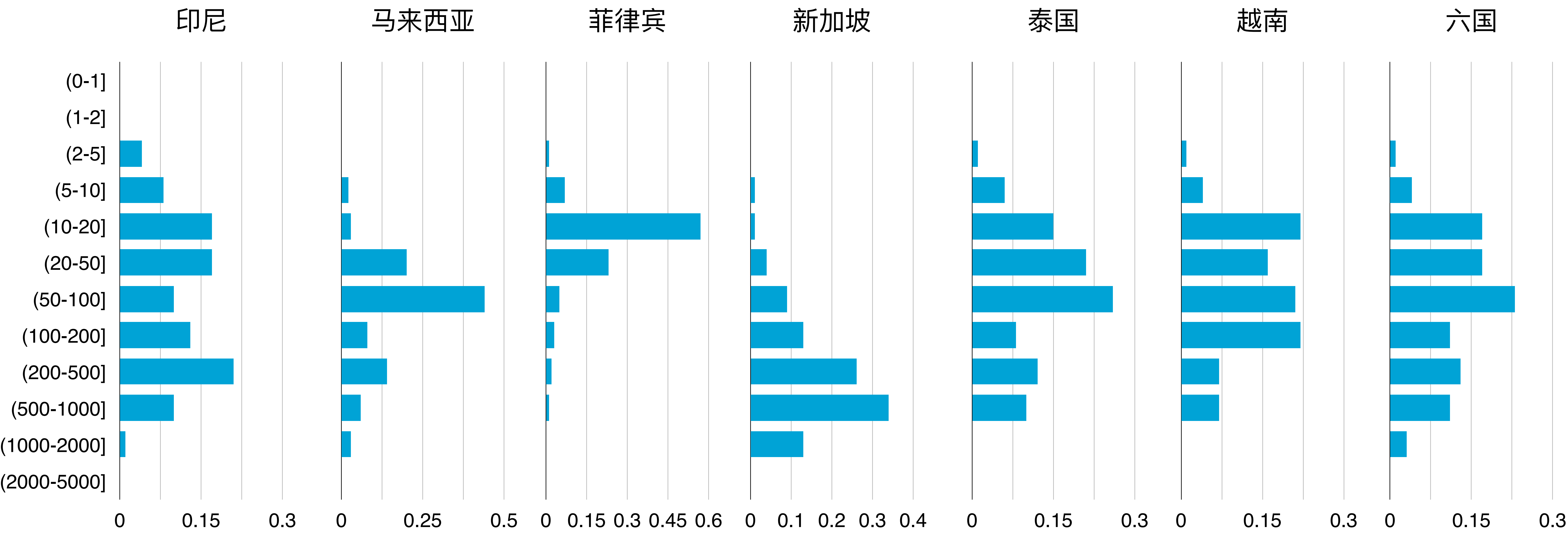
吸尘器-分类



TMO 洞察:

- 除了普通的吸尘器（约占市场的59%）外，还有两个类别值得注意：手持式吸尘器（28%）和扫地机器人（13%）。
- 这三个细分市场的份额在不同的国家中有显着的差异：例如，在菲律宾，手持式是最受欢迎的选择（占市场的63%），而扫地机器人在越南（24%）和新加坡（23%）特别受欢迎。

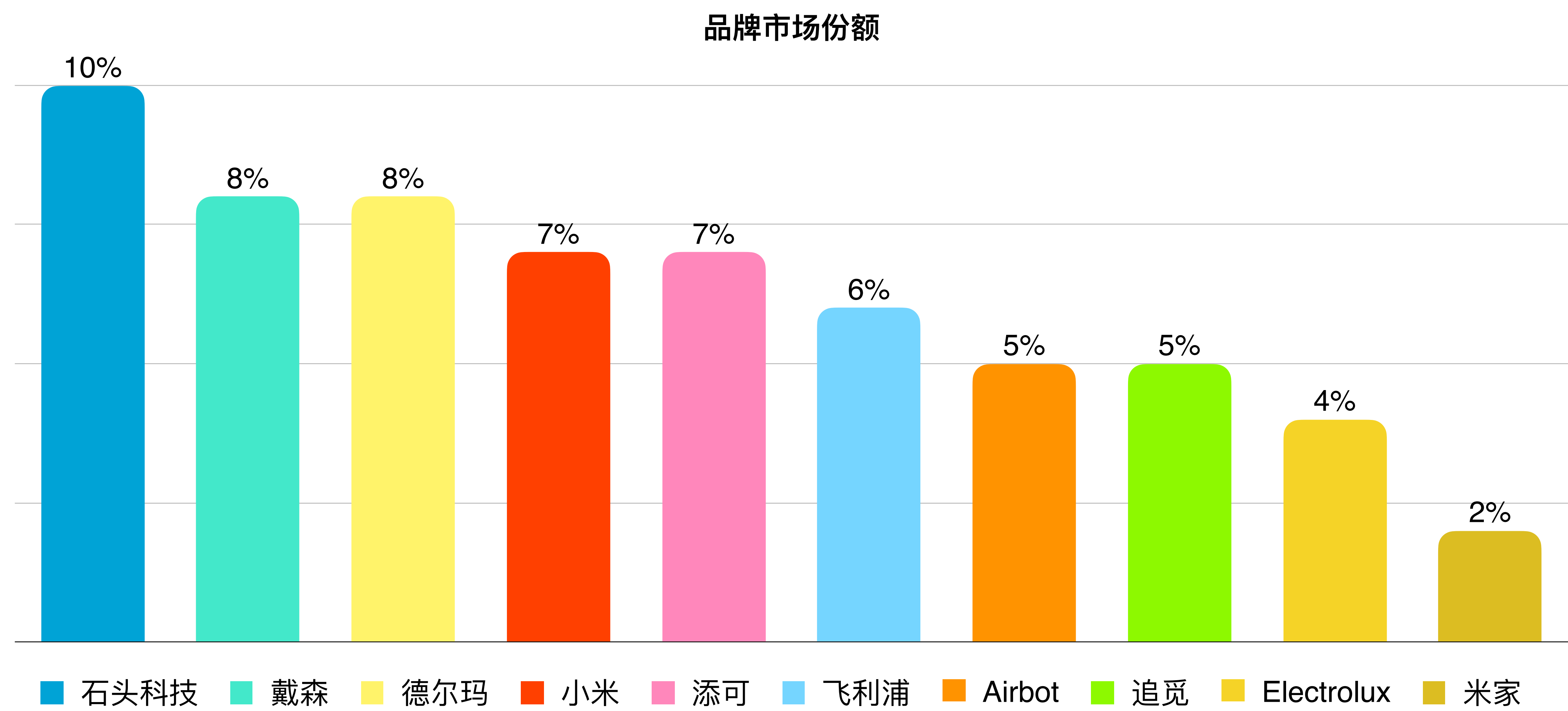
吸尘器-价格区间



TMO 洞察:

- 综合东南亚六国数据来看，六国汇总的销售额峰值分布在 50-100 美元价格区间之内。
- 价格最低的是**菲律宾**——销售额占比最高的是10-20 美元的产品。
- **新加坡**销售额峰值所在的价格区间最高：500-1,000 美元。此价格区间内的吸尘器商品占该类目总销售额的 34%。即使在更高的价格区间1,000-2,000 美元，也产生了可观的 13% 的销售额。

吸尘器-TOP 10 品牌



TMO 洞察:

- 虽然该细分市场的领先品牌不太多，但中国的 Roborock(石头科技)，以 10% 的市场份额拔得头筹。其余前几名也都是中国品牌的身影，唯独英国品牌戴森与中国品牌德尔玛并列第二。中国品牌小米和添可占了前五榜单中的另两席。
- Roborock(石头科技)，又称北京石头世纪科技有限公司，是一家中国消费品公司，以其扫地机器人、拖地设备以及手持无绳立式吸尘器而闻名。
- Deerma(德尔玛)成立于2011年，总部位于广东，是中国小家电行业的领先企业，从事开发、生产和销售具有吸引力设计和价格竞争力的产品。
- Tineco(添可)总部位于中国江苏省苏州市。
- Dreame(追觅)是小米生态链的一部分，是智能家居清洁电器的全球领先企业。

吸尘器-按国家/地区 TOP 5 的品牌

印尼		
	TOP 5 品牌	40%
1	添可	13%
2	德尔玛	10%
3	石头科技	7%
4	Gaabor	5%
5	Ecovacs	5%

马来西亚		
	TOP 5 品牌	36%
1	飞利浦	11%
2	Electrolux	8%
3	添可	7%
4	戴森	6%
5	松下	4%

菲律宾		
	TOP 5 品牌	37%
1	德尔玛	14%
2	小米	13%
3	三星	5%
4	Gaabor	3%
5	飞利浦	3%

新加坡		
	TOP 5 品牌	65%
1	石头科技	25%
2	戴森	13%
3	Airbot	12%
4	添可	8%
5	追觅	7%

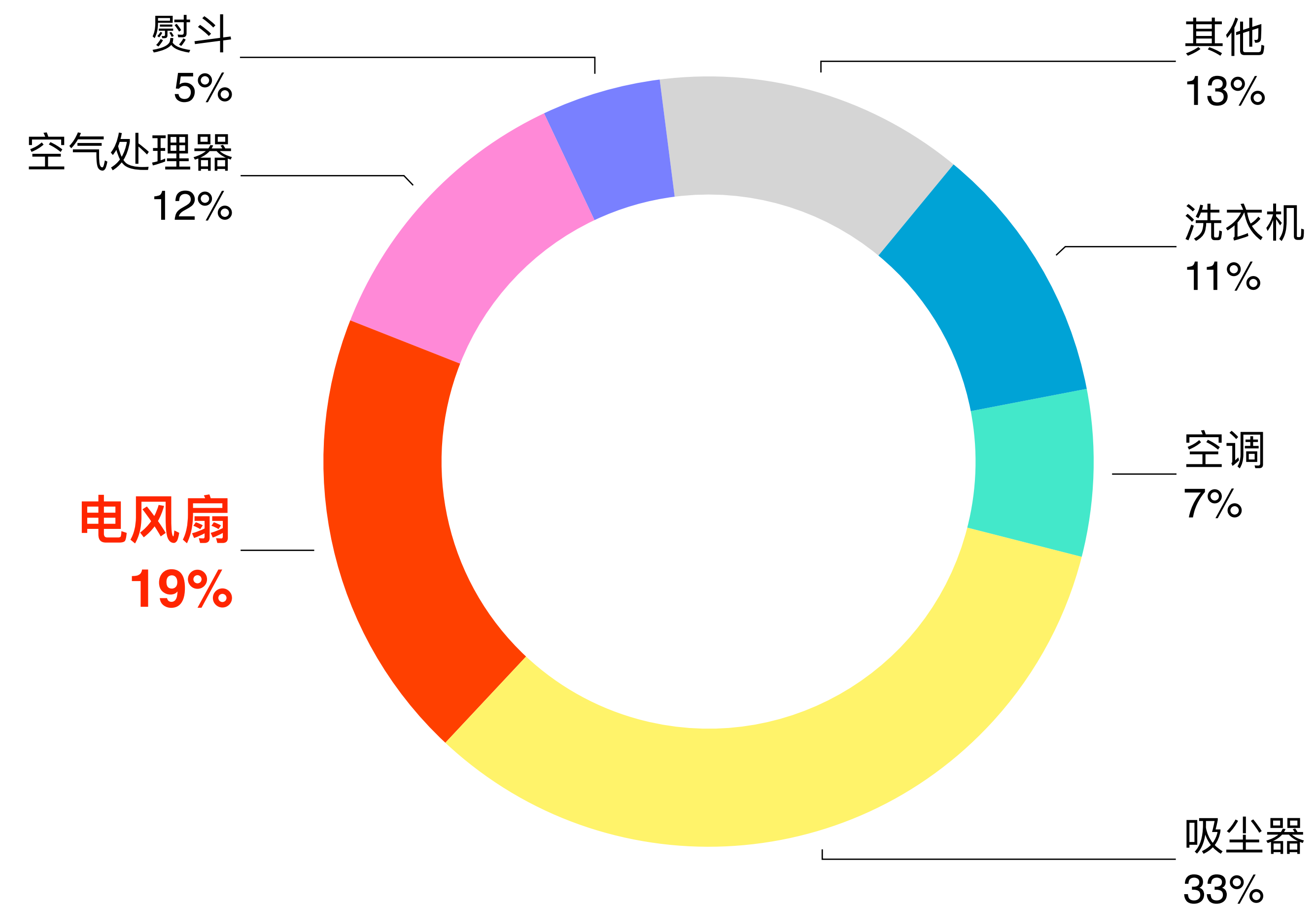
泰国		
	TOP 5 品牌	26%
1	追觅	8%
2	小米	6%
3	Jimmy	4%
4	Airbot	4%
5	Simplus	4%

越南		
	TOP 5 品牌	26%
1	德尔玛	9%
2	Uniq	6%
3	Ecovacs	4%
4	追觅	4%
5	小米	2%

TMO 洞察:

- 东南亚不同国家/地区的领先品牌存在很大差异。
- 领先品牌的优势往往并不明显，仅领先竞争对手几个百分点。例如Deerma德尔玛和小米在菲律宾分别占 14% 和 13%，Tineco添可 和 Dreame追觅在印度尼西亚分别占 13% 和 10%。
- 新加坡地区的领先品牌与该区域其他地区不同，前三分别是Roborock石头科技 (13%)、戴森 (13%) 和本地品牌 Airbot (12%)。

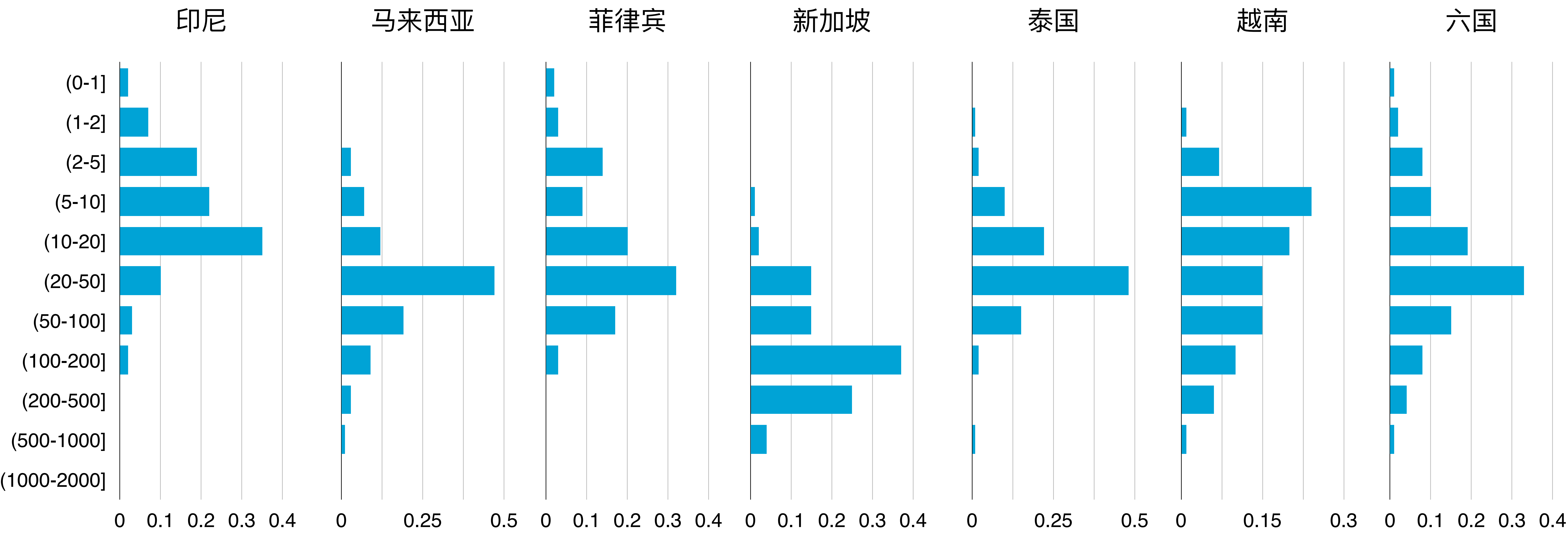
电风扇



TMO 洞察:

- 东南亚国家位于亚热带和热带地区，这意味着这里非常炎热。空调是解决这个问题的一种方案，但还有另一种更便宜、更简单的解决方案：电风扇。电风扇类目的市场份额是空调的两倍多，是家用电器的第二大细分市场 (19%)，仅次于吸尘器。
- 这里涵盖了家庭中使用的各种电风扇——从固定式吊扇（和壁扇）到更加灵活的塔式扇和落地扇，以及台式电扇和手持式电扇。
- 我们查看了 25,000 个 SKU 的销售情况。它们产生了大约 100 万的销售量和 1,000 万美元的收入。

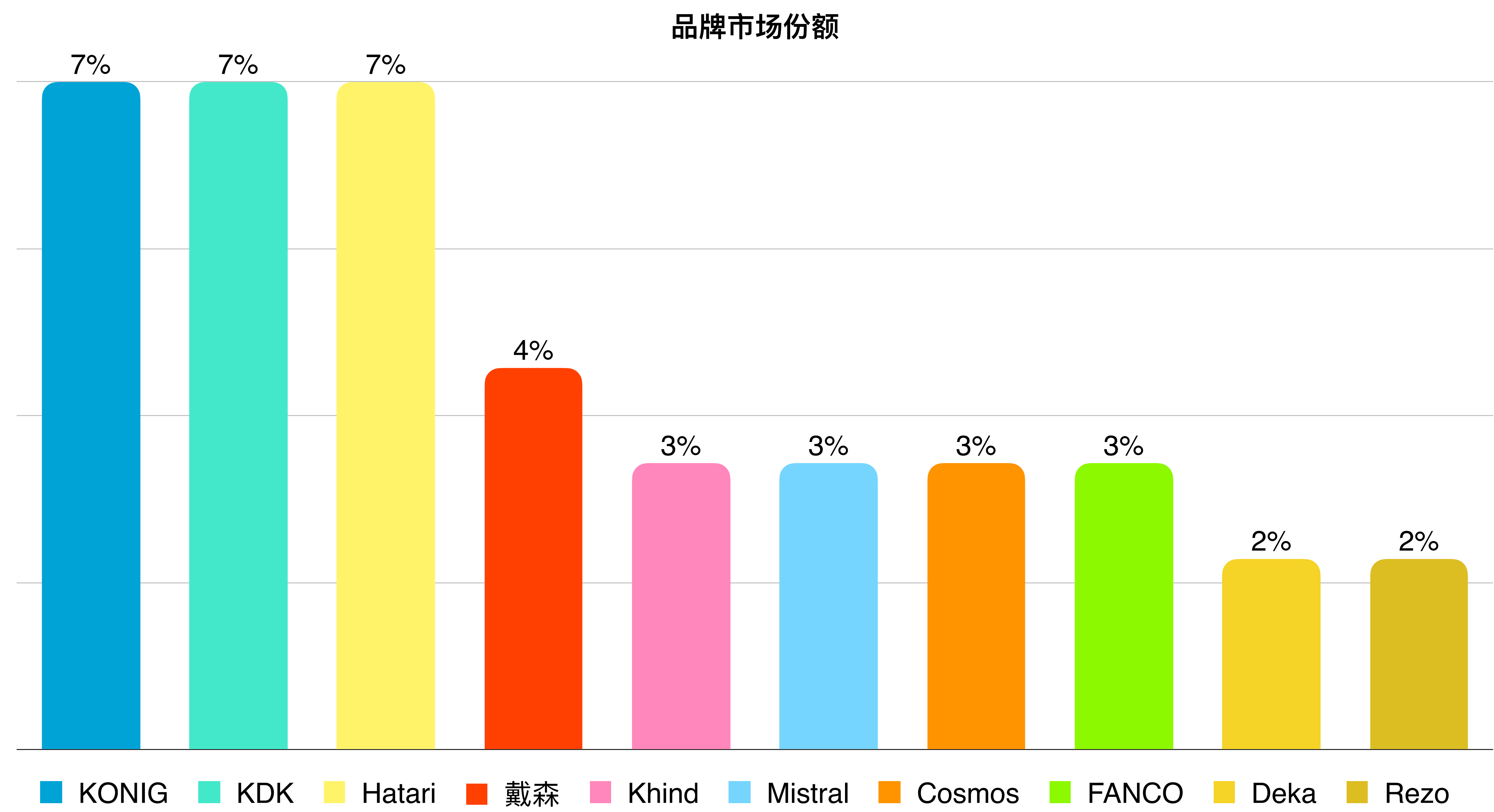
电风扇-价格区间



TMO 洞察:

- 正如我们此前论述的，这是一个特别多样化的类别，包含各种用途和尺寸的电扇。因此，价格范围相当广泛。主要销售额峰值在 20-50 美元的价格区间内。
- 各国的价格区间分布很广，主要销售额的峰值在分布在不同的价格区间内。**越南**销售额峰值所在的价格区间最低，在5-10 美元价格区间内。**新加坡**销售额峰值所在的价格区间最高，在100-200美元价格区间内。
- 此外，价格区间在200-500 美元内的产品大约占总销售额的四分之一。

电风扇-TOP 10 品牌



TMO 洞察:

- 该细分市场没有明确的领导者，前三位的品牌分别仅占市场份额的 7%，它们分别是来自德国的 Konig、来自日本的 KDK（Kawakita Denki Kigyousha）和泰国品牌 Hatari。

电风扇-按国家/地区 TOP 5 的品牌

印尼		
	TOP 5 品牌	35%
1	Cosmos	12%
2	Sekai	9%
3	Advance	5%
4	Maspion	5%
5	Nagoya	3%

马来西亚		
	TOP 5 品牌	40%
1	Khind	11%
2	Deka	9%
3	Rezo	8%
4	KDK	7%
5	松下	5%

菲律宾		
	TOP 5 品牌	11%
1	NEVIS	3%
2	Asahi	3%
3	Maxim	2%
4	MAIMEITE	2%
5	YOWXII	1%

新加坡		
	TOP 5 品牌	47%
1	KDK	17%
2	FANCO	10%
3	Mistral	9%
4	戴森	7%
5	GALAXY	4%

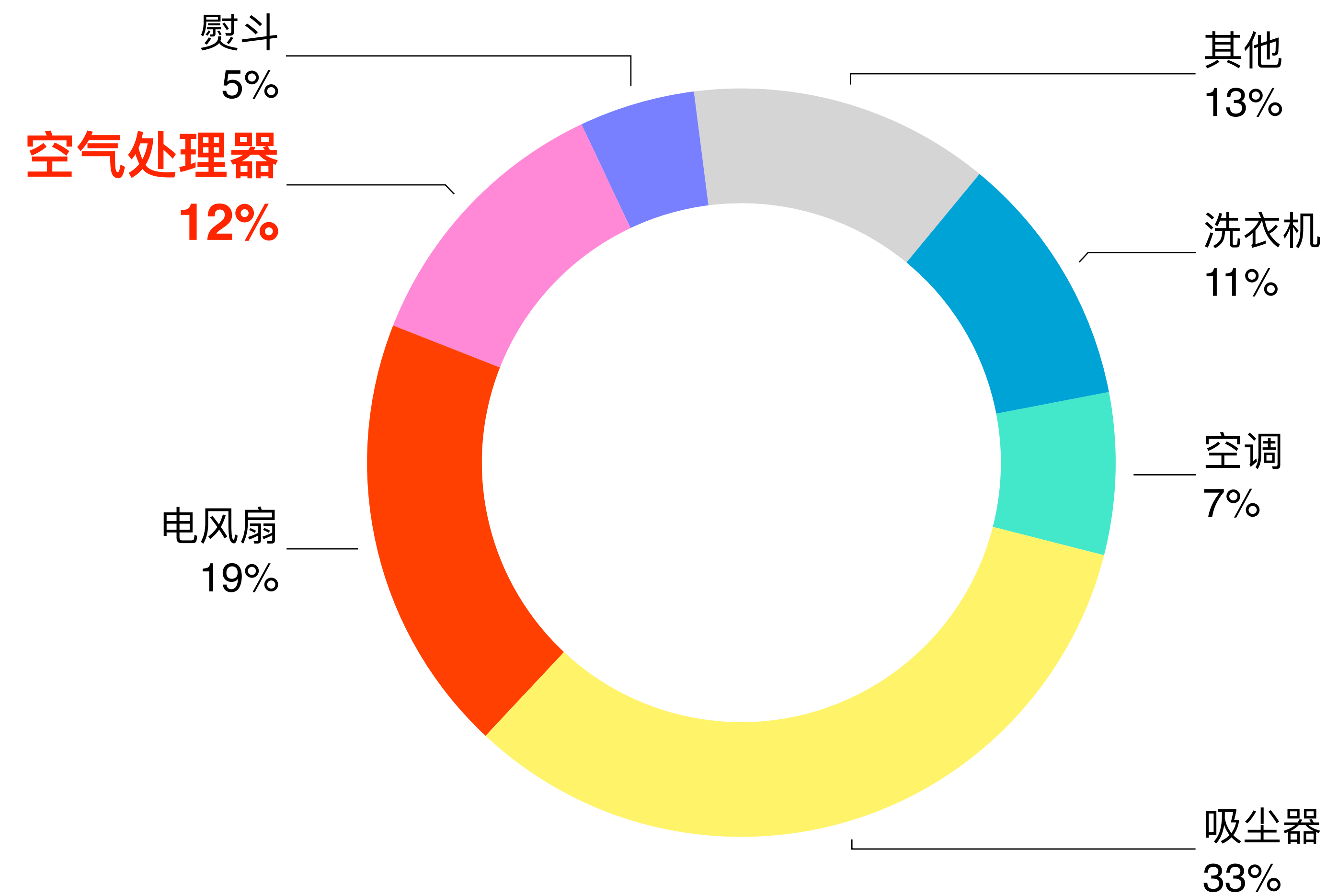
泰国		
	TOP 5 品牌	30%
1	KONIG	12%
2	Hatari	12%
3	三菱	3%
4	MIRA	1%
5	飞利浦	1%

越南		
	TOP 5 品牌	24%
1	Senko	8%
2	戴森	5%
3	美的	4%
4	JISULIFE	4%
5	东芝	2%

TMO 洞察:

- 如果我们按国家/地区来看待领先品牌，视野就会有变化。在某些国家，例如菲律宾，没有明确的市场领导者，头部品牌仅占据 3% 的市场份额。
- 然在另一些国家，领先品牌的占有率可以成功达到两位数：如 Cosmos在印度尼西亚占12%， Khind在马来西亚占11%， KDK在新加坡占17%， Konig 和 Hatari分别在泰国占12%。

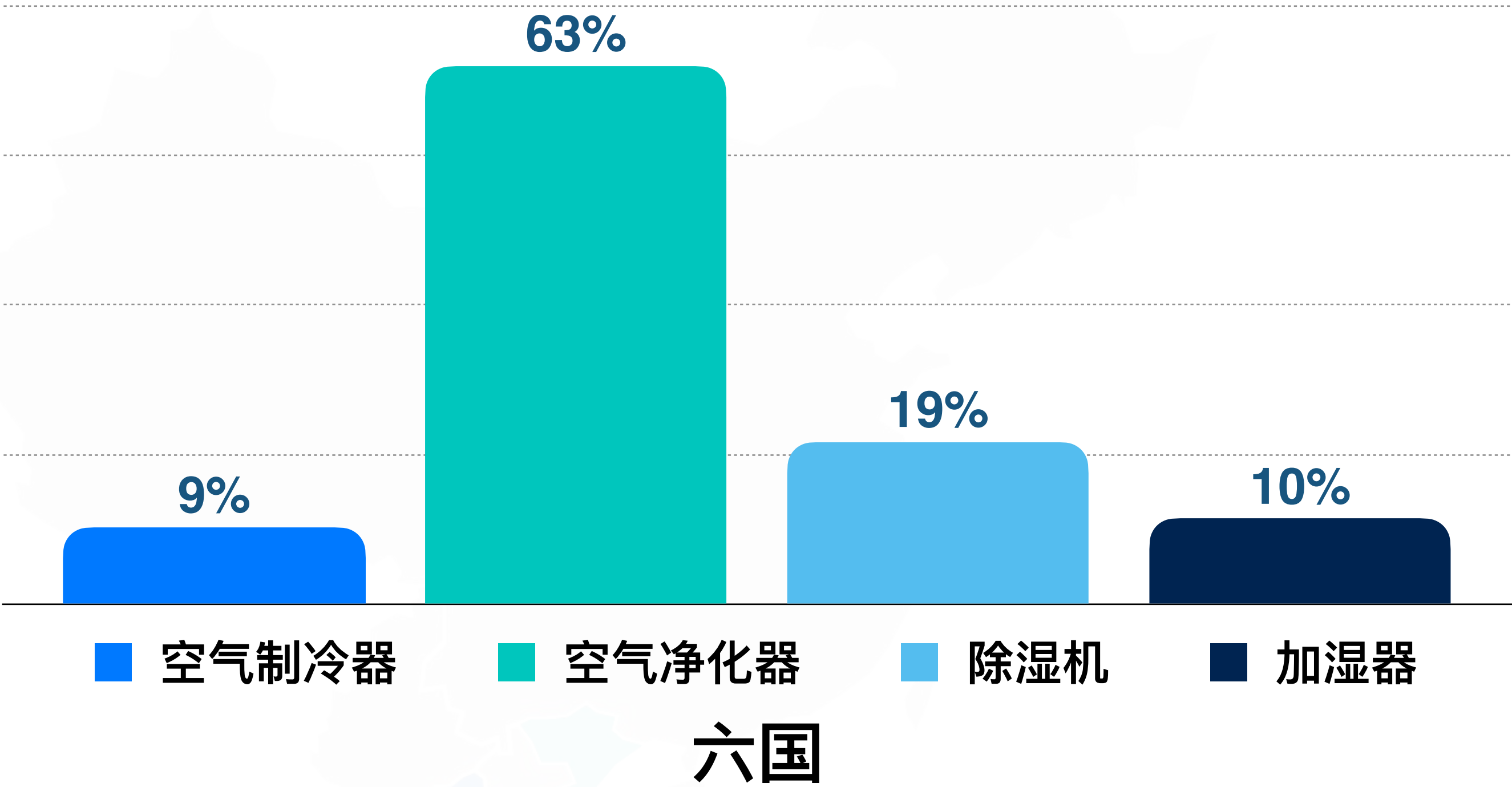
空气处理器



TMO 洞察:

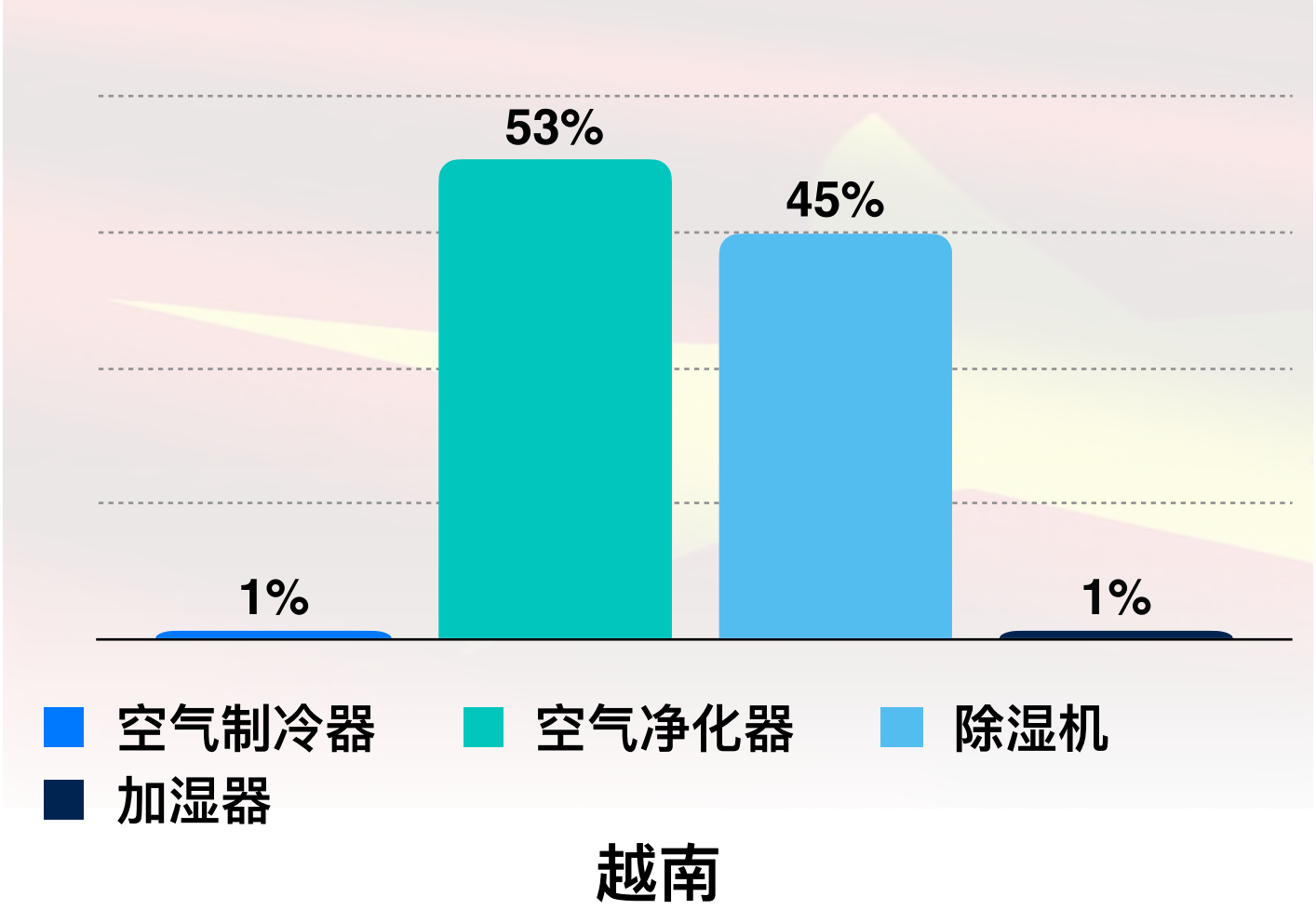
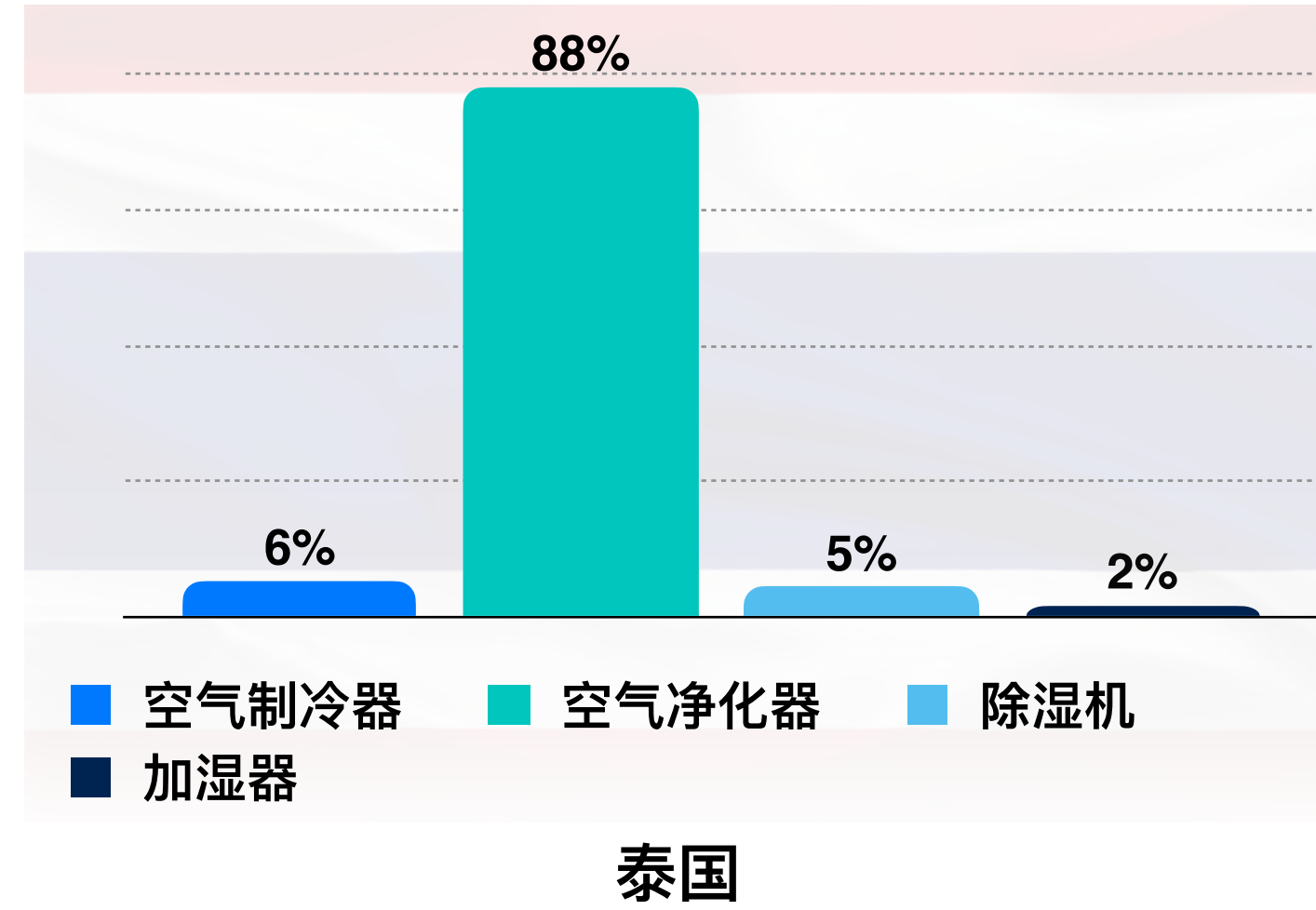
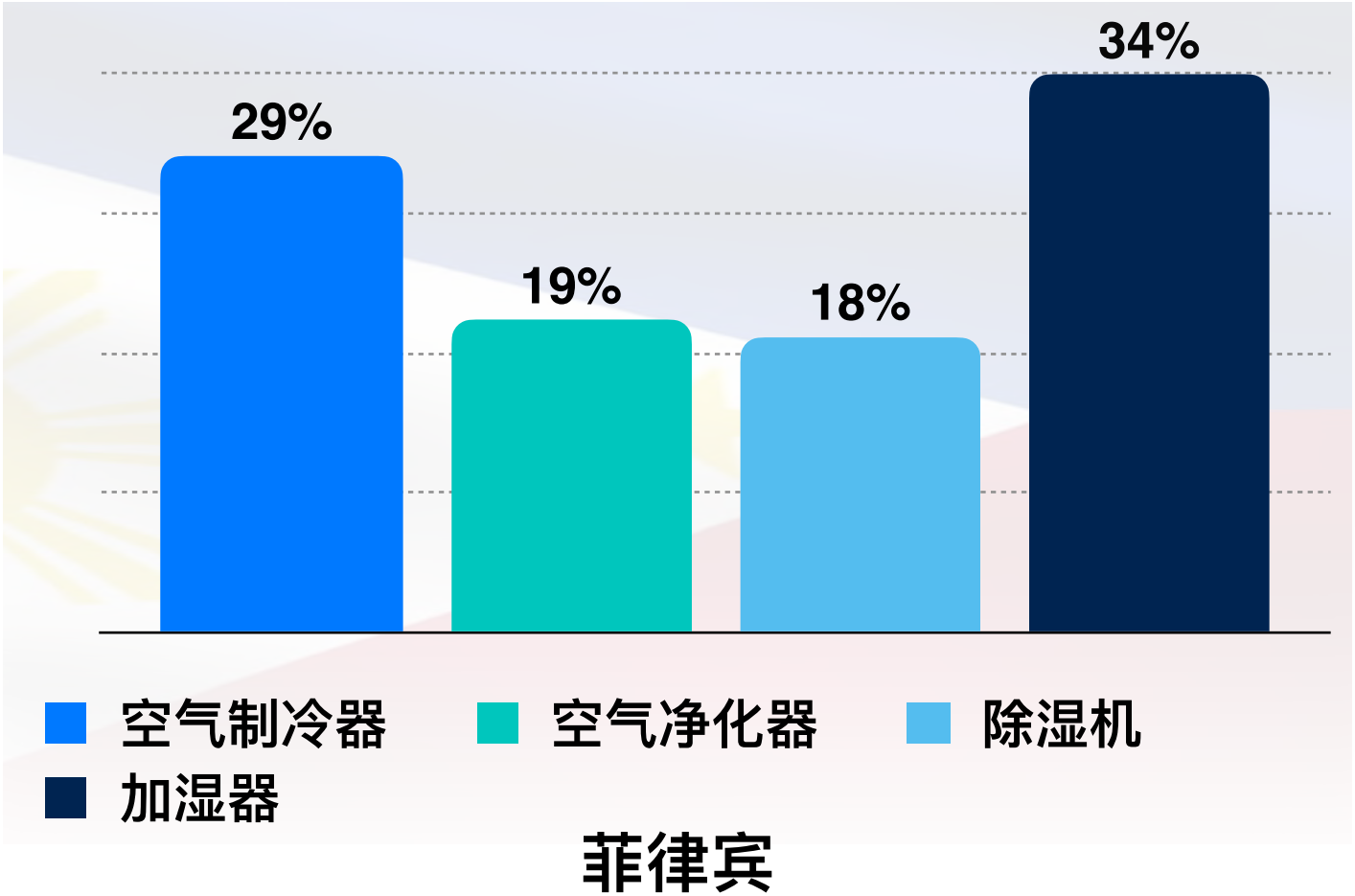
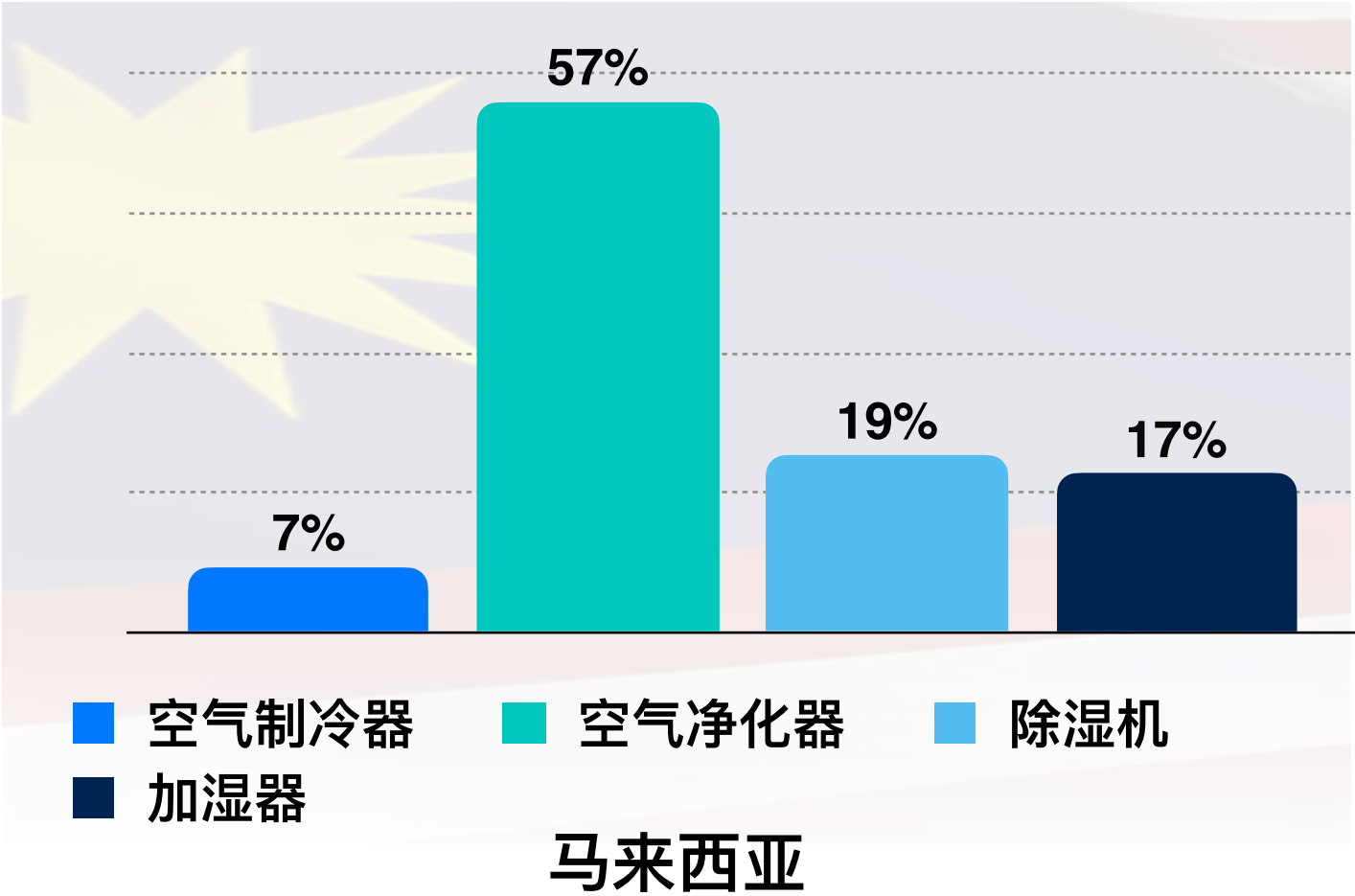
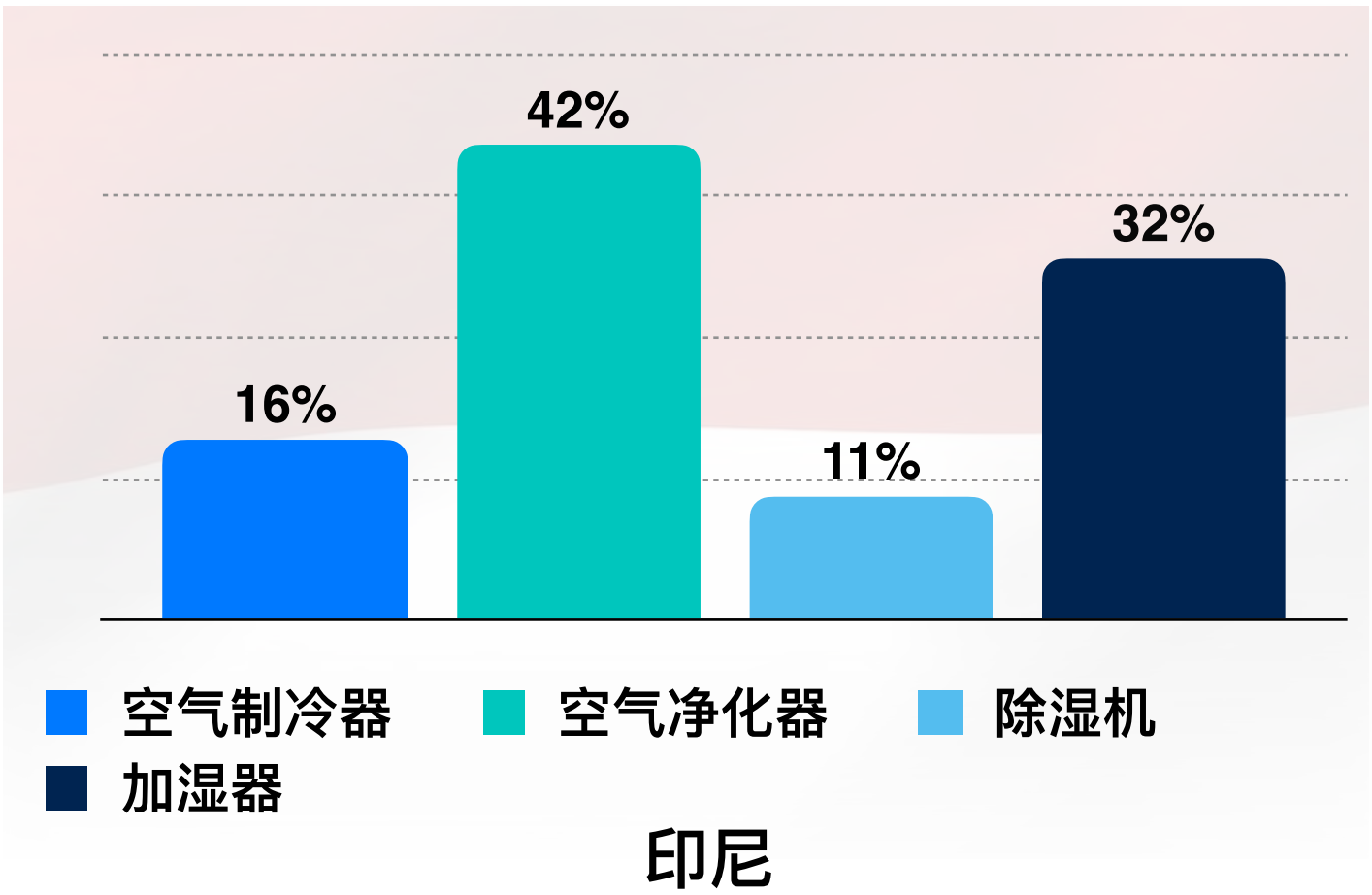
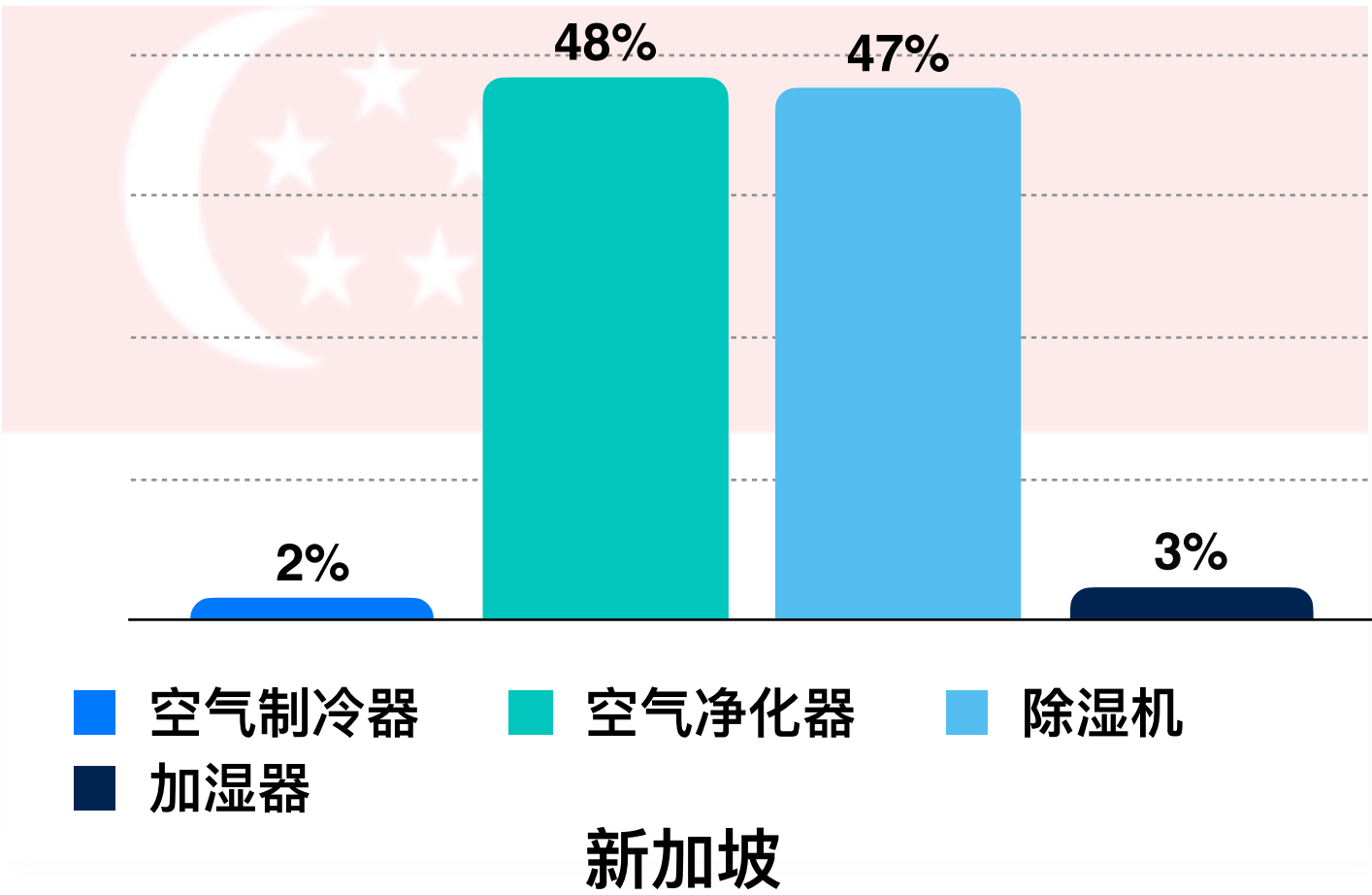
- 空气处理器是与空调和风扇部分有些相关的，是我们观察到的另一个能够以某种方式改变空气的电器类目，包括空气净化器、加湿器和除湿器——我们将它们归类为“空气处理器”类别。
- 空气处理器是一个相当大的品类，占整个家电市场的约12%。针对该领域，我们研究了11,000个SKU。这些SKU产生了400,000的销售量和约700万美元的销售额。
- 此外，如果将所有与空气相关的东西（如风扇和空调）合并为一个领域，它们将成为市场上占比最大的领域，占据总销售额的38%。然而，由于使用场景有很大的不同，我们（以及电子商务平台的目录导航）将它们视为几个不同的类别。

空气处理器-分类

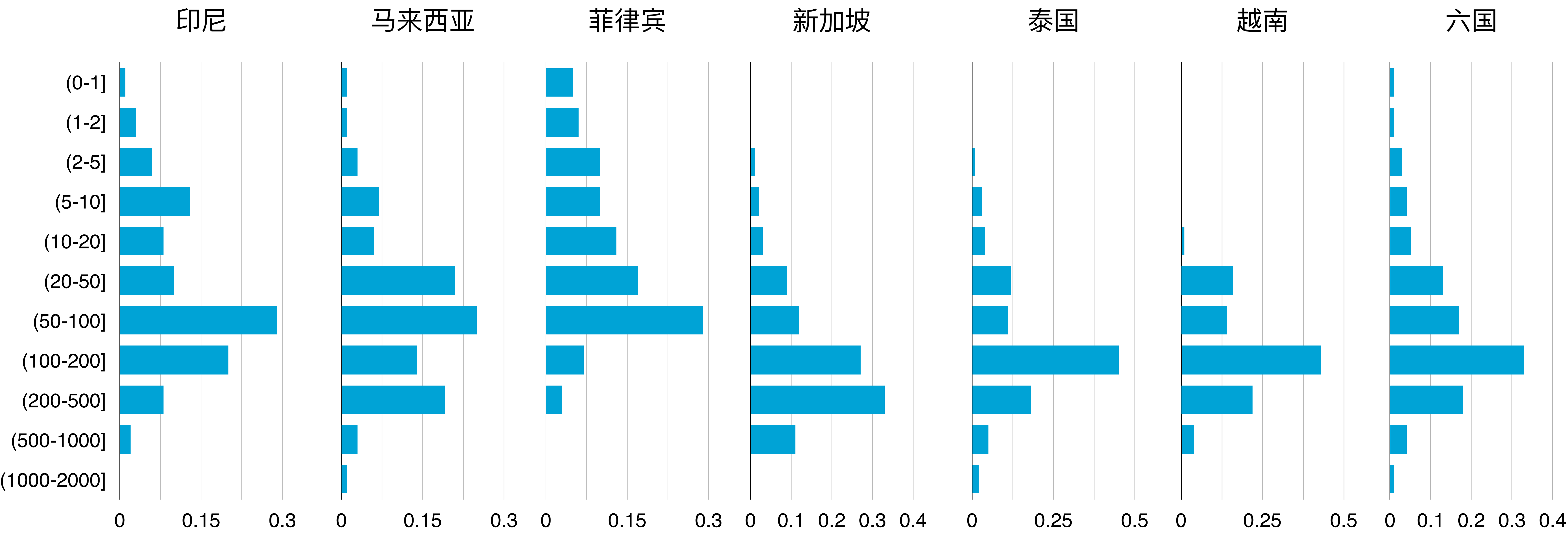


TMO 洞察:

- 空气净化器是该品类中占比最大的类别，占市场的63%。
- 在某些国家，空气净化器的份额比其他国家要大——例如在泰国，它占了88%的份额，远远超过其他类别。这并不奇怪，因为泰国的清迈和曼谷在全球空气污染最严重的城市排名中分别排名第三和第五。
- 空气质量排名的影响并不仅体现在泰国。在马来西亚和越南，市场份额超过50%的空气处理设备是净化器。同理，马来西亚和越南的城市在全球空气污染最严重的城市排名中靠前。
- 新加坡尽管有许多花园和绿地，但也有全球空气污染城市排名第47的城市，这解释了空气净化器48%的市场占比。
- 除湿器和加湿器的组合占该类别的29%。有趣的是，一些国家同时需要这两种电器。但有些国家更偏向于使用除湿器，例如新加坡和越南。
- 空气制冷器，虽然与空调的使用方式相同，但我们更偏向将它归于本类目。与真正的空调主要区别在于，空气制冷器是可移动设备，不需要复杂的安装过程，通常只要放在门框或窗框上即可。



空气处理器-价格区间

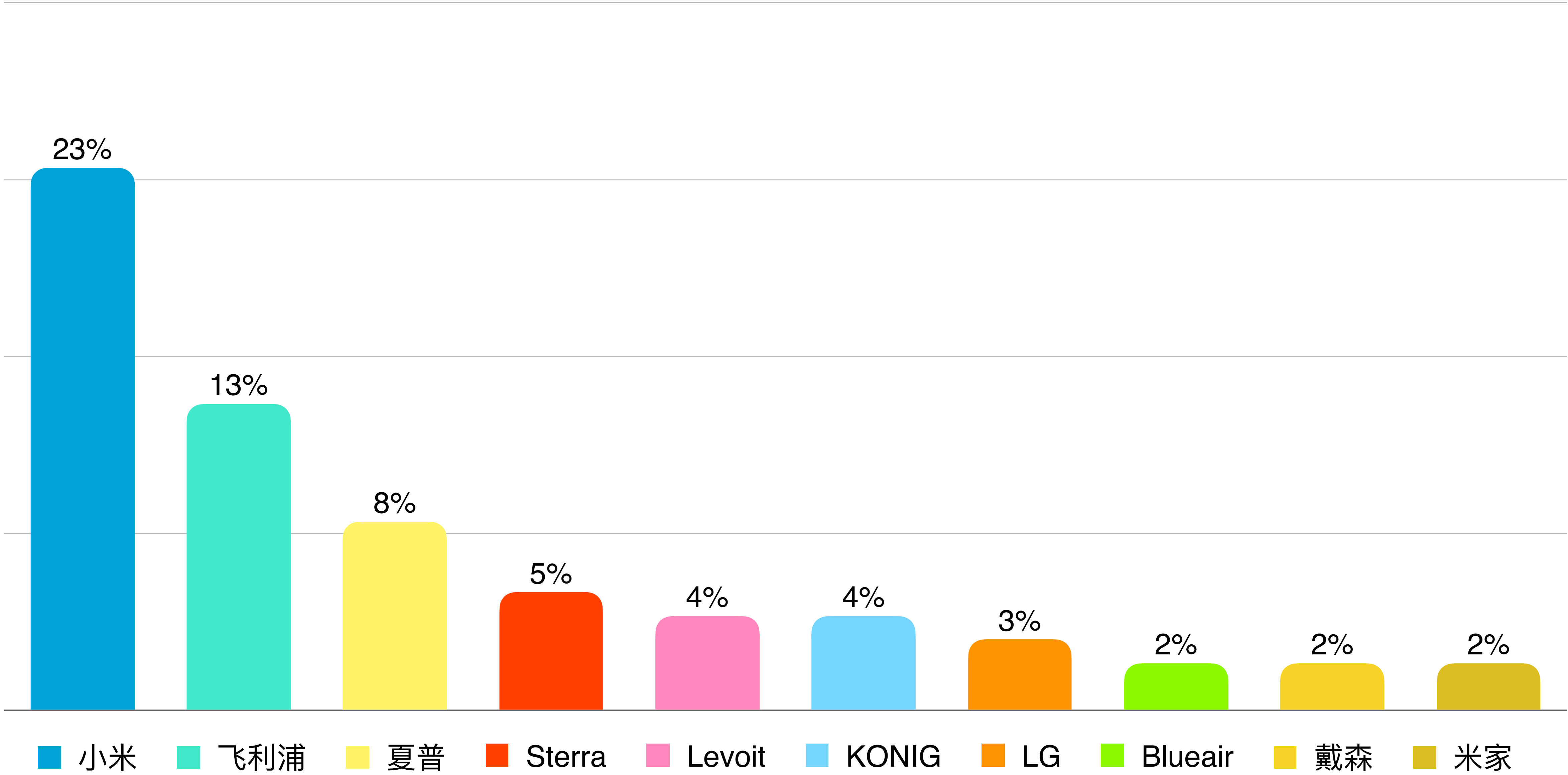


TMO 洞察:

- 在印度尼西亚、马来西亚和菲律宾，销售额的峰值分布在 50-100 美元的价格区间内。
- 在泰国和越南这些存在空气质量问题的国家，销售额峰值所在的价格区间要高出一个台阶，在100-200 美元。
- 新加坡的销售额峰值，照例分布在更高的价格区间内，甚至达到了 200-500 美元。

空气处理器-TOP 10 品牌

品牌市场份额



TMO 洞察:

- 中国品牌小米显然是这一细分市场的领导者，占据了 23% 的市场份额。
- 紧随其后的是荷兰品牌飞利浦，市场份额为 13%。其次是日本品牌夏普，市场份额为 8%。

空气处理器-按国家/地区 TOP 5 的品牌

印尼		
	TOP 5 品牌	28%
1	夏普	13%
2	Notale	5%
3	小米	4%
4	CKL	3%
5	飞利浦	3%

马来西亚		
	TOP 5 品牌	41%
1	小米	20%
2	Samu Giken	8%
3	夏普	5%
4	Sterra	4%
5	米家	3%

菲律宾		
	TOP 5 品牌	15%
1	Iwata	5%
2	小米	4%
3	Youpin	3%
4	Carrier	2%
5	IMARFLEX	2%

新加坡		
	TOP 5 品牌	54%
1	Sterra	21%
2	小米	14%
3	novita	8%
4	飞利浦	7%
5	Levoit	5%

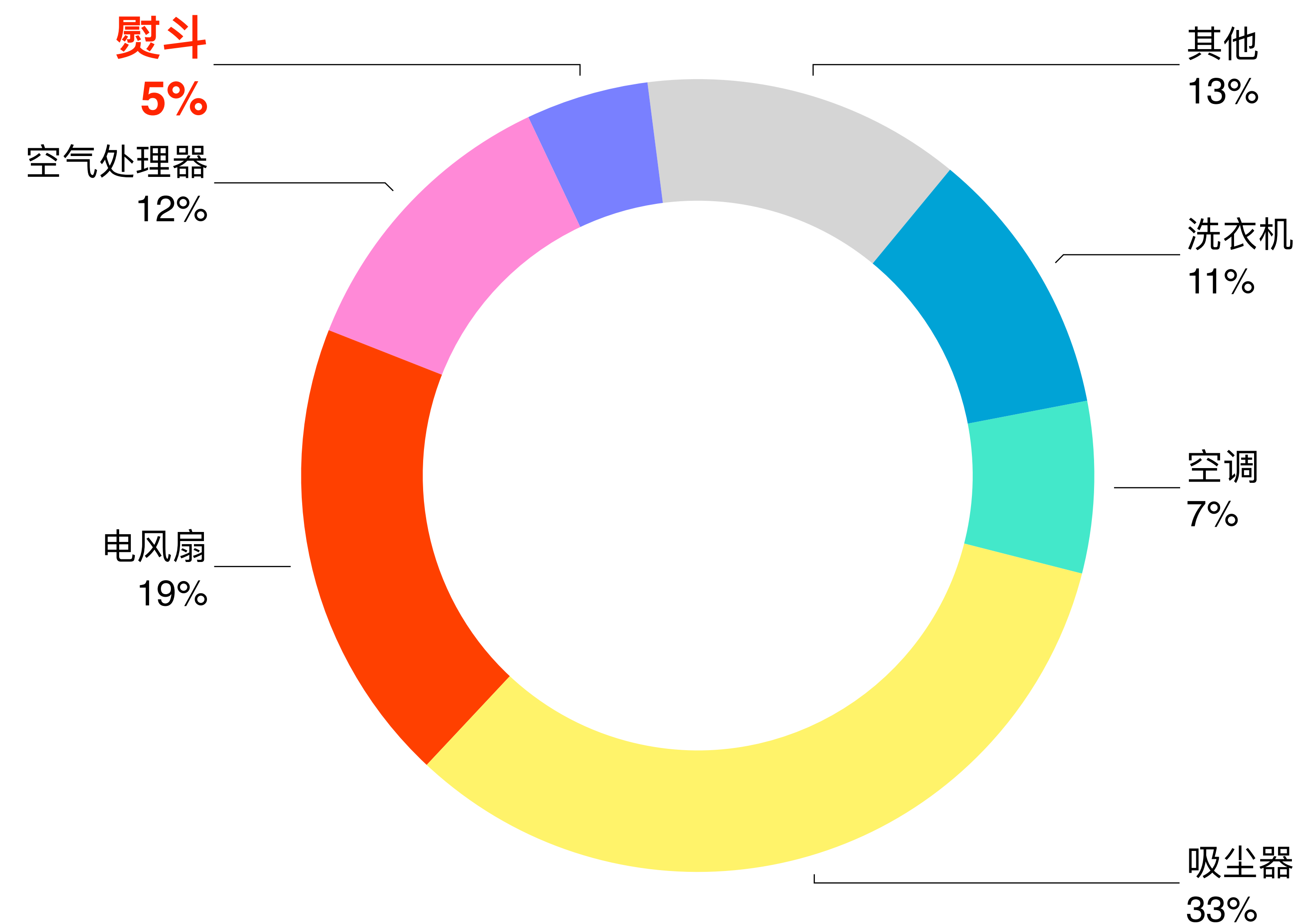
泰国		
	TOP 5 品牌	48%
1	小米	19%
2	飞利浦	15%
3	夏普	6%
4	KONIG	5%
5	Levoit	3%

越南		
	TOP 5 品牌	47%
1	小米	18%
2	夏普	11%
3	BOSINGWA	8%
4	FUJIHOME	6%
5	三星	4%

TMO 洞察:

- 在马来西亚、泰国和越南这3个国家中，小米是排名第一的品牌。
- 在新加坡，小米仅排在第二名，被当地空气和净水器制造商 Sterra 超越。
- 菲律宾没有明确的领先品牌。即使是最受欢迎的日本品牌岩田也只占据了 5% 的市场份额。在这种情况下，排名第二的小米也只有 4% 的市场份额。

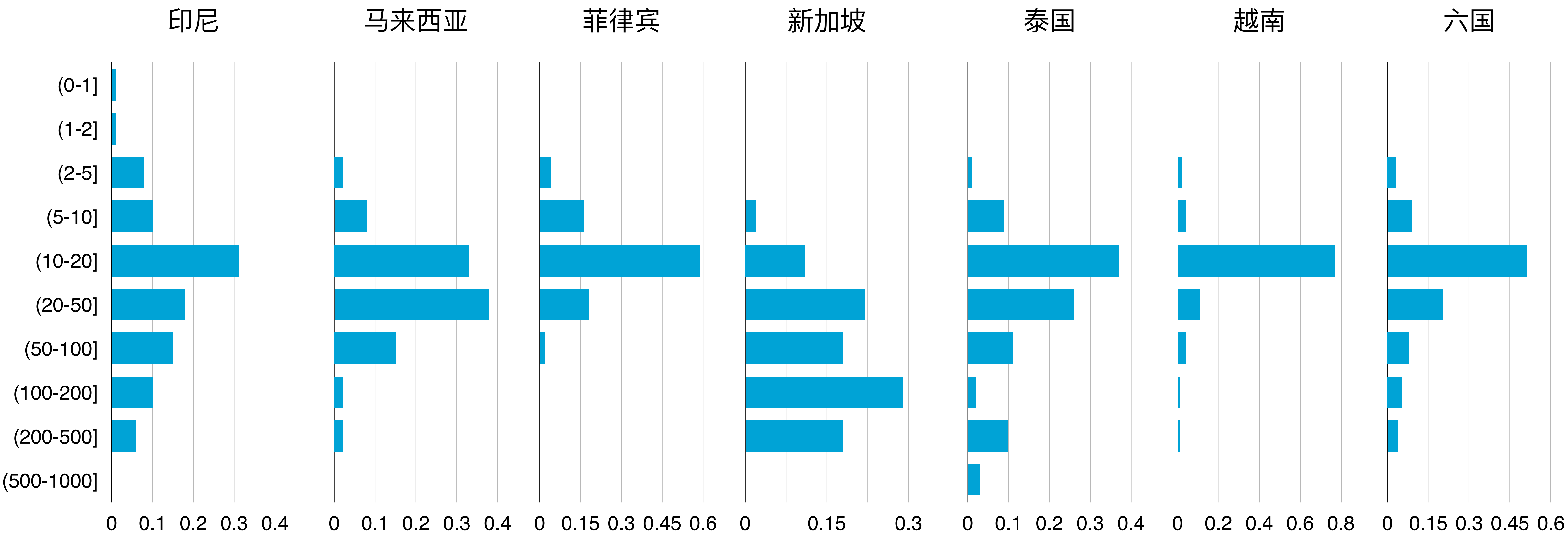
熨斗



TMO 洞察:

- 熨斗、蒸汽熨斗或类似的设备几乎是家庭日用品的重要组成部分。该细分市场约占所有家电销售额的 5%。
- 我们研究了近 4,000 个 SKU。它们在近 20 万的销售量中产生了约 270 万美元的销售额。

熨斗-价格区间

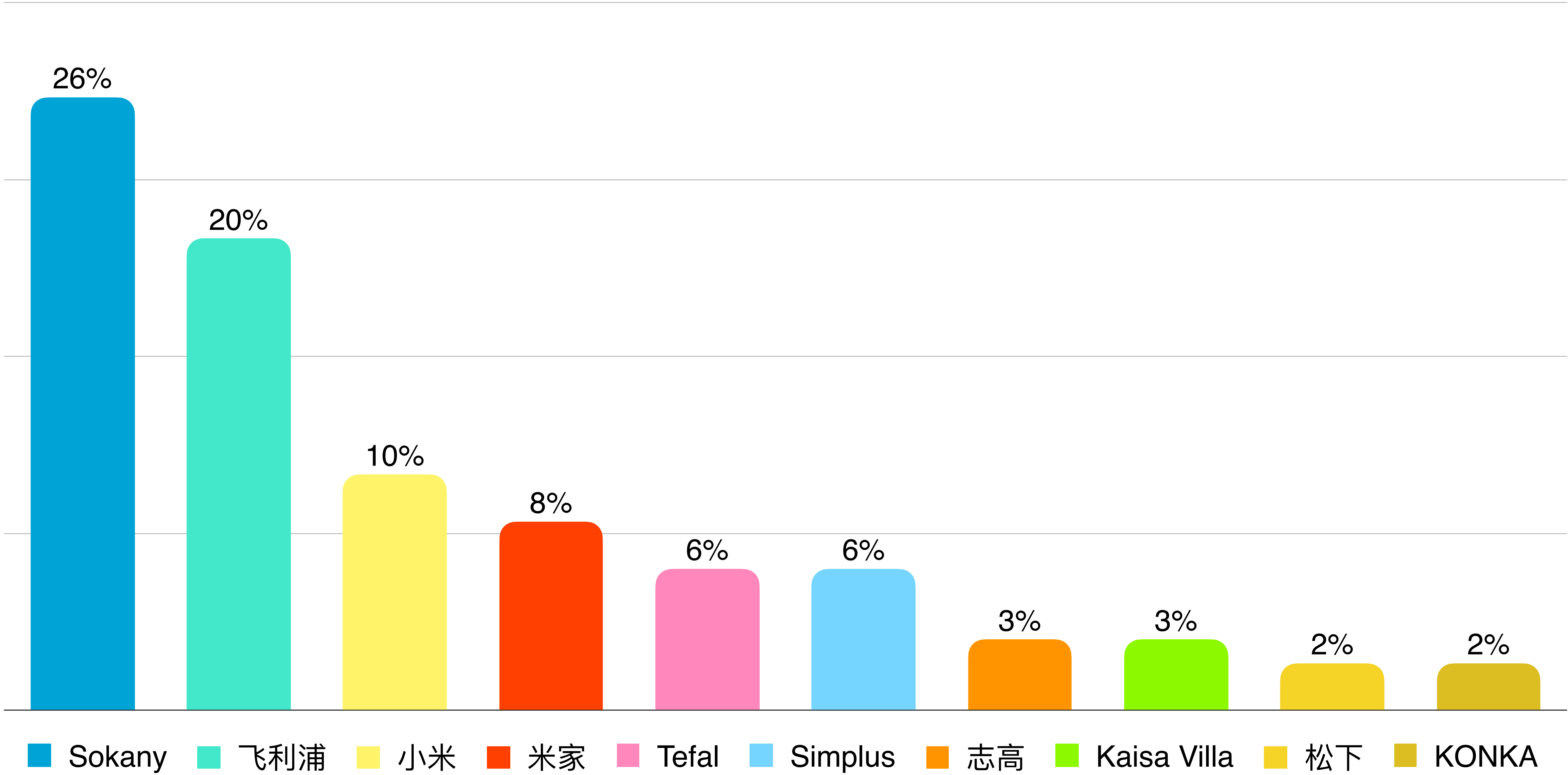


TMO 洞察:

- 综合看来，10-20美元是东南亚六国销售额占比最高的价格区间。在印度尼西亚、菲律宾、泰国、越南，大部分的销售额来自该价格区间的产品。
- 马来西亚销售额占比最高的熨烫设备分布在 20-50美元的价格区间内，但与10-20美元的产品的销售额差距并不大。
- 在新加坡，大部分销售额来自价格区间在100-200 美元的电器。

熨斗-TOP 10 品牌

品牌市场份额



TMO 洞察:

- 该类别中两个最突出的领导者是中国品牌Sokany (26%) 和荷兰品牌飞利浦 (20%)，两者合计几乎占据了该细分市场的半壁江山。
- 排名第三和第四品牌是小米和米家。米家实际上是小米的子品牌。因此，如果我们将这两个份额结合起来，小米将以 18% 的市场份额稳居第三。

熨斗-按国家/地区 TOP 5 的品牌

印尼		
	TOP 5 品牌	40%
1	飞利浦	26%
2	Simplus	6%
3	松下	3%
4	Silver Star	3%
5	小熊电器	3%

马来西亚		
	TOP 5 品牌	40%
1	飞利浦	15%
2	Simplus	8%
3	米家	8%
4	Tefal	6%
5	KONKA	3%

菲律宾		
	TOP 5 品牌	31%
1	小米	13%
2	飞利浦	9%
3	Simplus	5%
4	米家	3%
5	Deerma	2%

新加坡		
	TOP 5 品牌	75%
1	飞利浦	29%
2	Tefal	20%
3	小米	16%
4	松下	7%
5	Simplus	4%

泰国		
	TOP 5 品牌	66%
1	米家	29%
2	飞利浦	19%
3	Osaka	7%
4	Tefal	7%
5	Simplus	3%

越南		
	TOP 5 品牌	85%
1	Sokany	63%
2	志高	8%
3	飞利浦	7%
4	米家	5%
5	小米	3%

TMO 洞察:

- 飞利浦是印度尼西亚、马来西亚和新加坡这三个国家最受欢迎的品牌。Sokany 在越南拥有特别强大的优势地位 (63%)。
- 泰国和菲律宾的领先品牌是小米，以及小米的子品牌米家。
- 在越南排名第二的Chigo（志高），是另一个受欢迎的中国品牌。

结语

- 东南亚家电市场潜力巨大，仍有许多尚未开发的机会。这份市场洞察涵盖了一些家电类别，但从数据中还可以获取丰富的额外信息，例如比较技术特性、分析品牌价格分布和平均评分，以及跟踪销售数字的变化趋势。
- 如果您有兴趣深入了解家用电器市场或东南亚任何其他市场，欢迎随时联系TMO Group。我们可以与您合作，帮助您实现目标。

作者



Jing Zhou
Business Director
TMO Group



Dmitry Kvasov
Digital Marketing Manager
TMO Group



TMO Group 客服号



关于探谋网络科技

*TMO Group*是一家国际性的数字商务解决方案提供商，在阿姆斯特丹，上海，成都和香港设有办事处，致力于为大中型企业在跨境电商，*B2B*数字化转型，数据智能和云增值服务领域提供前沿的技术解决方案。

Commerce - Data - AI 我们大力倡导数据驱动，与客户紧密合作提供数据体系的规划，数据贯穿自前期的市场洞察，用户行为数据的流程设计，捕获，分析到运营优化，为您未来的数字化转型运筹帷幄。我们引领客户从最初的商务需求，策划，设计到开发，并为客户提供长期的技术支持以及由智能营销和云计算赋能的托管服务。

积累多年的电商实施和品牌出海的经验，我们已经为国内外多家企业提供针对中国和境外尤其是东南亚，欧洲和北美市场的多个解决方案，重点服务企业为*B2C*、*D2C*模式下的健康美妆行业，以及*B2B*数字化转型全行业。我们致力于和客户一起成长并形成长期共赢的合作伙伴关系。

想了解最新关于东南亚电子商务的信息和见解，请发送电子邮件至info@tmogroup.asia订阅，
并在社交媒体上关注我们，或扫描下方二维码关注我们的微信官方帐户：



微信公众号：TMO Group



关注更多“探谋网络科技”官方账号