

GfK全球小家电市场 趋势分析



全球宏观趋势



科技及耐用消费品市场的起起落落

COVID-19 仍持续影响着整个市场的发展



2020

疫情管控政策驱使线上市场的发展



2021

居家办公/网课使得居家品类增长



2022

随着对新冠疫情的恐惧消退，消费者优先考虑现实世界的体验，科技类产品支出放缓



2023

生成式AI和语言大模型引起了人们的强烈兴趣和高度关注

哪些宏观主题将影响2024年的市场？

- **战争和地缘政治**紧张局势继续阻碍全球贸易，对供应链产生重大影响，并阻碍全球共同目标的进展
- 世界各地之间的经济增长和通货膨胀差异很大



- 预计2024年通胀将继续稳定下降，尤其是在发达经济体，但几乎所有经济体的通胀率仍高于央行的目标。预计到2025年年中将实现整体通胀目标。

- 房地产市场的不确定性将影响家庭财富和消费者信心
- 波及全球经济的风险

- 全球经济正在从疫情、俄乌冲突和生活成本危机中缓慢复苏。
- 高利率导致获取信贷更加困难，投资减少，但预计2024年下半年利率会降低，对抵押贷款利率产生积极影响。

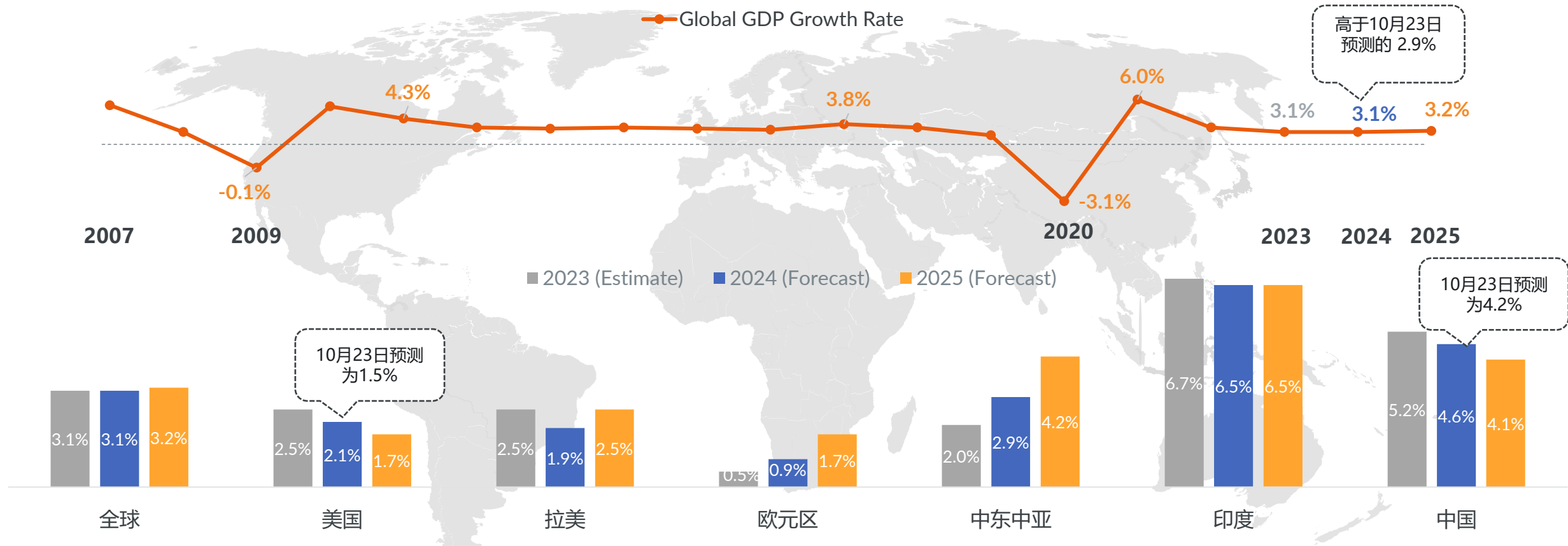
Source: Dec. [2023 World Economic Outlook](#), Foreword.
Global TCG Trends Report Q4 2023 – Global Strategic Insights

全球差异——大部分增长预期来自新兴经济体



2024年美国和中国的预测上调，而欧洲、拉丁美洲和加勒比以及中东和非洲的预测下调

国际货币基金组织（IMF）实际国内生产总值增长率和预测值（%）



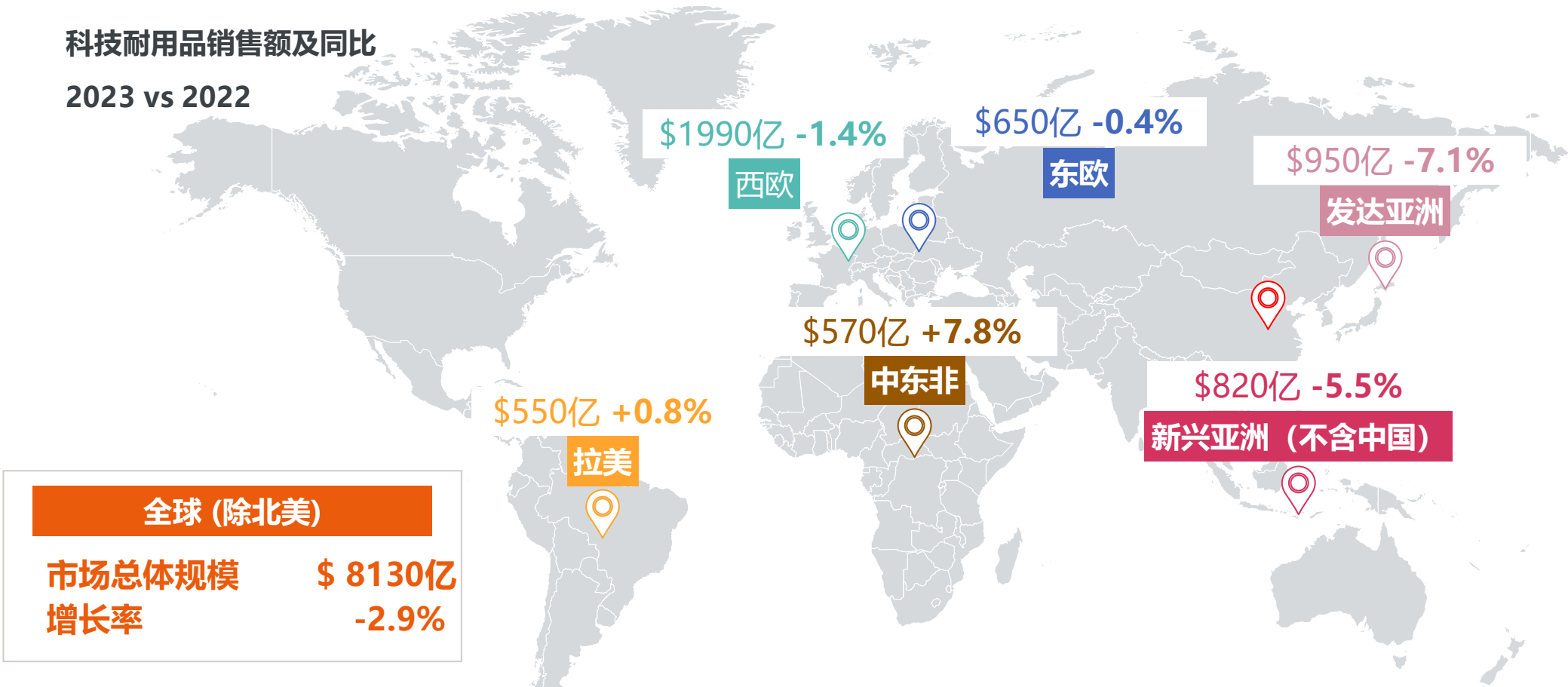
Source: Real GDP growth annual % change IMF Data Mapper| January 2024 |EU Area: AT, BE, CY, DE, EE, ES, FI, FR, GR, IR, IT, LT, LV, LUX, Malta, NL, PT, SK, SI
Middle East & Central Asia: belt from Mauritania to Kazakhstan, incl. North Africa, Somalia, Georgia, Pakistan
[World Economic Outlook – Interim Update \(January 2023\) – Real GDP growth \(imf.org\)](#)
Global TCG Trends Report Q4 2023 – Global Strategic Insights

全球大部分区域呈现不同程度的下滑，中东非表现亮眼



科技耐用品销售额及同比

2023 vs 2022

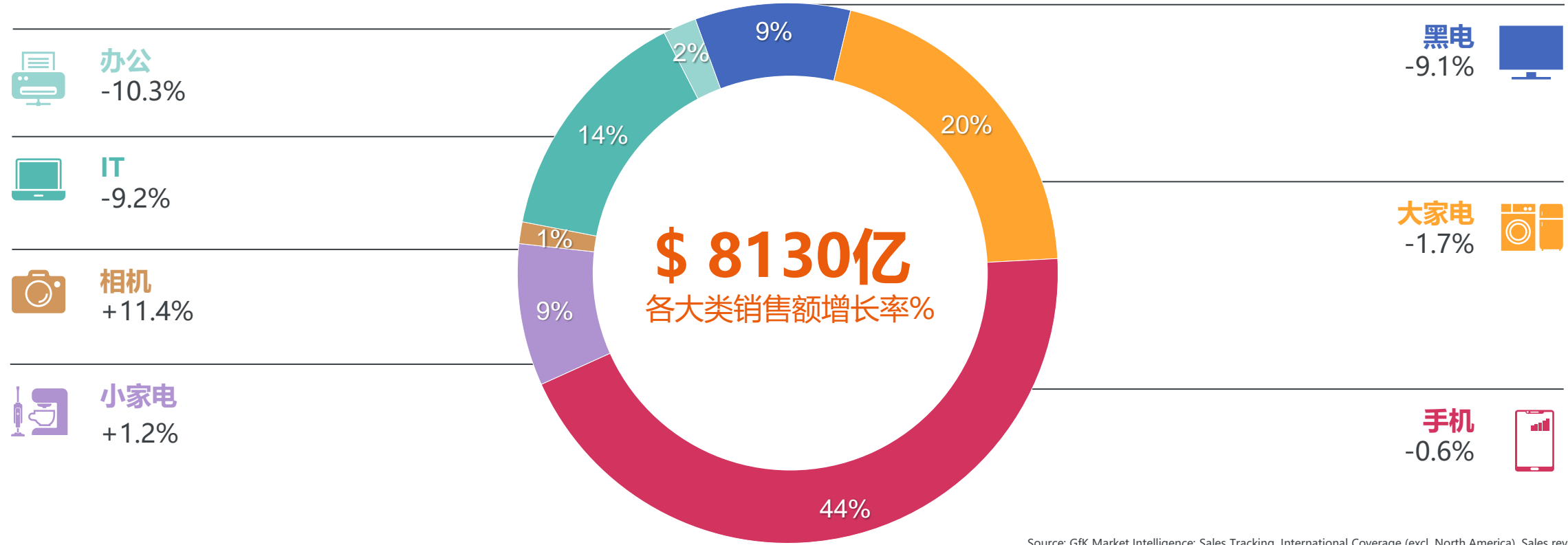


Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, International coverage (excl. North America), Sales revenue growth 2023 vs 2022
CE includes Multifunctional Technical Devices and SDA includes Personal Diagnostics
Global TCG Trends Report Q4 2023 – Global Strategic Insights

消费者信心指数有所改善，但仍处于历史低位



全球（除北美）各品类发展趋势



Sales Value USD (NSP) in % / growth rate YoY in % | B2C Retailer Market | Year To Date: Jan – Dec 2023

Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, International Coverage (excl. North America), Sales revenue growth 2023 vs 2022
CE includes Multifunctional Technical Devices and SDA includes Personal Diagnostics
Global TCG Trends Report Q4 2023 – Global Strategic Insights

小家电市场品牌格局

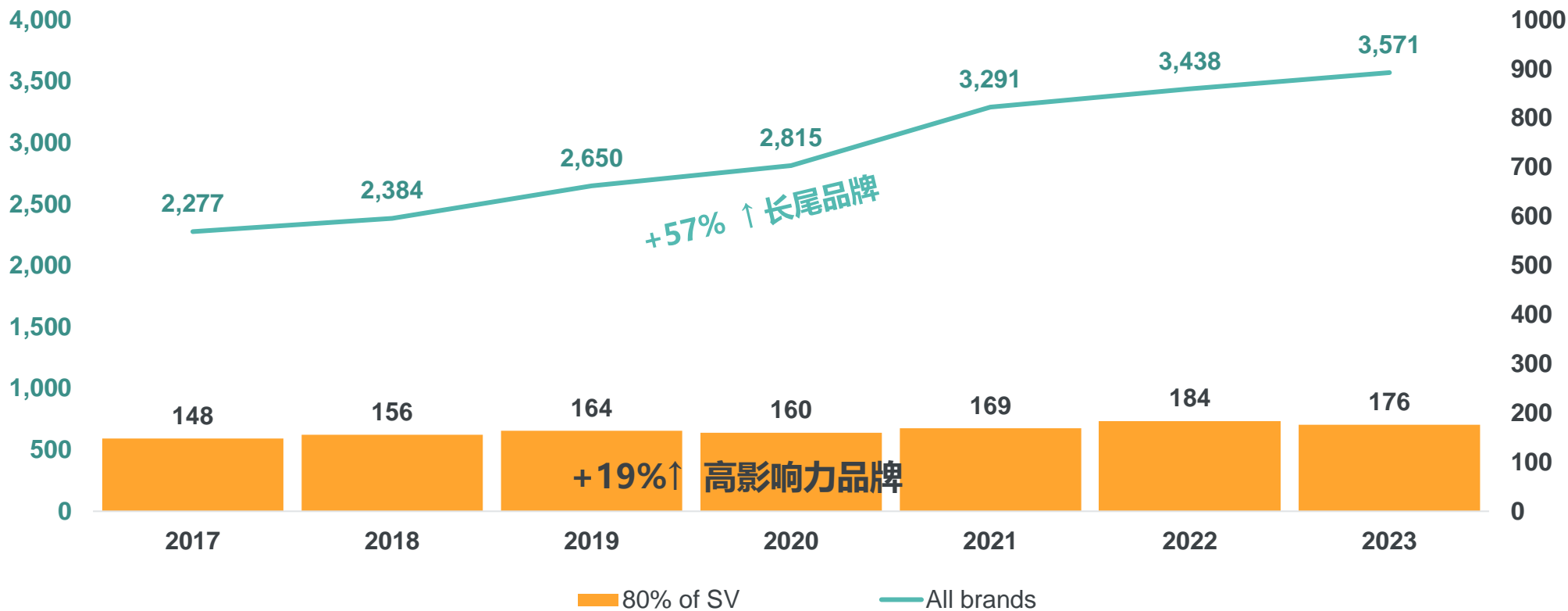


新品牌主要集中在热点类目以及具有区域特征的品类

线上渠道成为这些品牌的重点渠道



7年来的小家电品牌演变：品牌数量



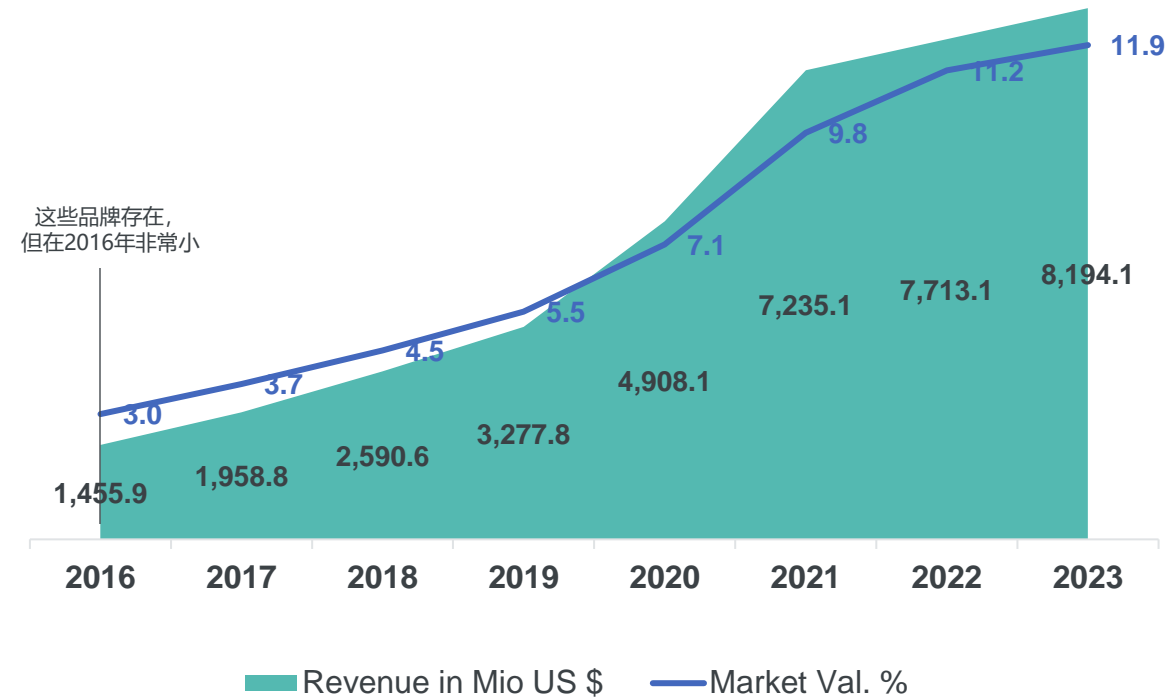
Source: Market Intelligence Sales Tracking Period: 2017-2023 Categories SDA Total Countries: Global ex North America, Greece, India
Top New SDA brands are selected based on their revenue growth from 2013-2023 YTD and the growth rate for the full year 2022
Global SDA Trends Report 1HY 2024-NF.

36%

消费者已经表示愿意
从知名品牌转向更便宜的品牌

Consumer Life 2023

小家电品类中 Top 40 挑战者品牌 销售额份额趋势



Source: Period 2013-2022 Sum of 25 New brands across SDA total The names of the 25 SDA brands can be found in the notes section
Market Intelligence Sales Tracking Categories :
Global SDA Trends Report 1HY 2024-NF

随着品类需求的增加，越来越多的品牌进入该领域

便利性/多功能性/健康性/设计性一直是品类发展的主要驱动因素

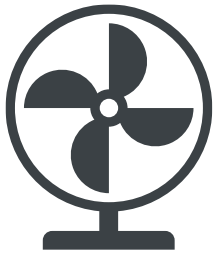


#在市场上占销售额99%的品牌数量变化(#23-#19)



扫地机器人

+51



电风扇

+58



空气炸锅

+113



电饭煲/压力锅

+27



美发

+12

销售额增速%

23 vs 22	-2%	-8%	37%	-17%	6%
23 vs 19	91%	19%	291%	5%	53%

小家电市场趋势

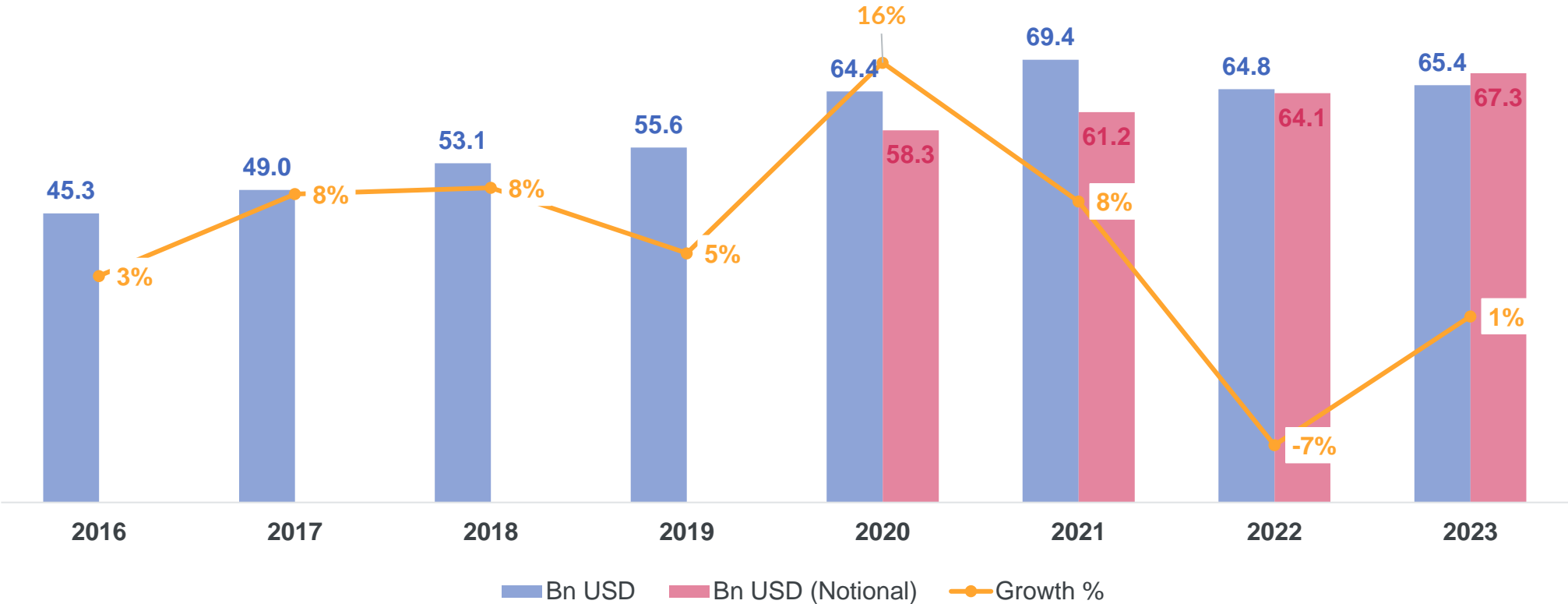


如果没有 COVID-19，市场会如何变化？



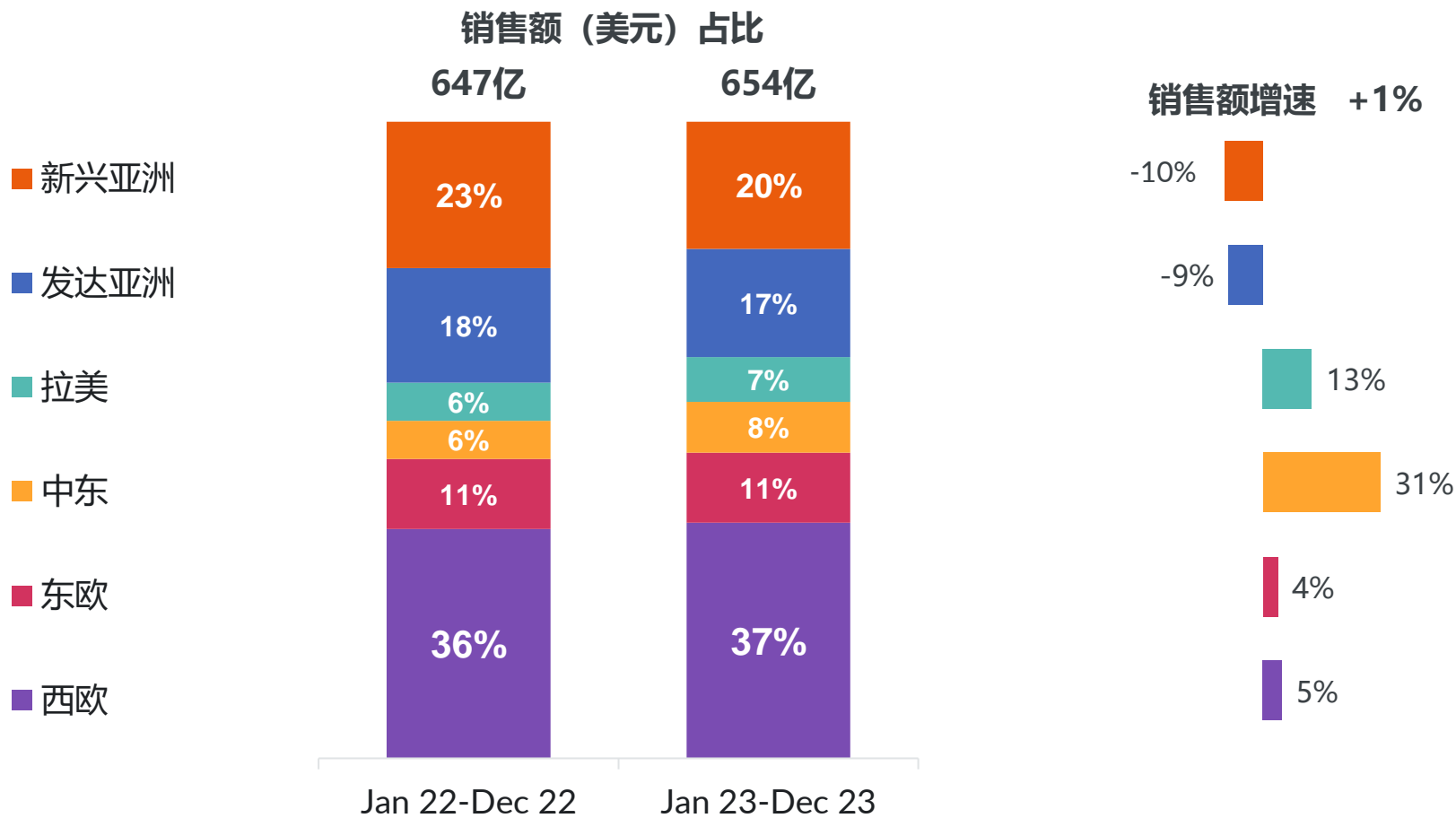
如果没有新冠疫情，因此没有某些市场的中断或饱和，市场预计会以每年+5%的增速发展

小家电长期发展趋势（销售额及增长%）



全球小家电地区趋势及规模占比

西欧市场放缓恢复增长；而中东/拉丁美洲的增长则比其他地区更强

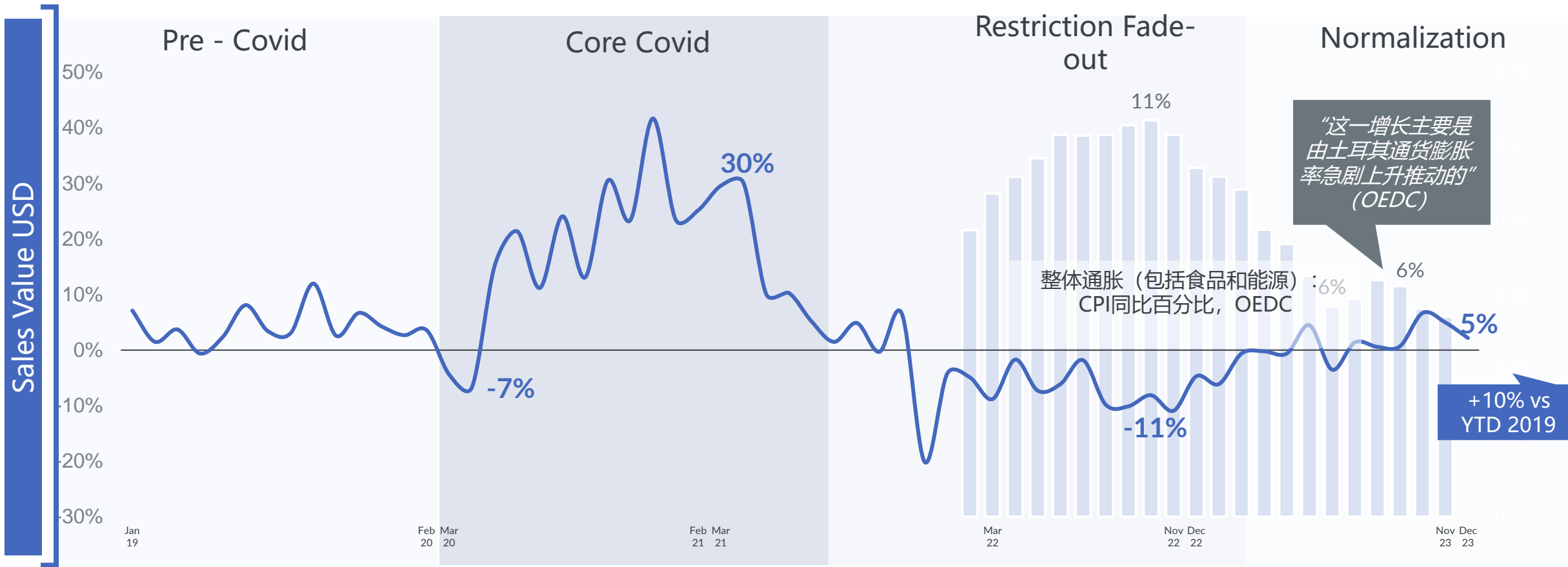


Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking the variance in the growth rate is due to difference in the PG selection used for total SDA computing
Countries : Global ex North America, India
Global SDA Trends Report 1HY 2024-NF.

全球小家电市场从22年12月开始逐步恢复



全球（除北美）小家电市场销售额增速

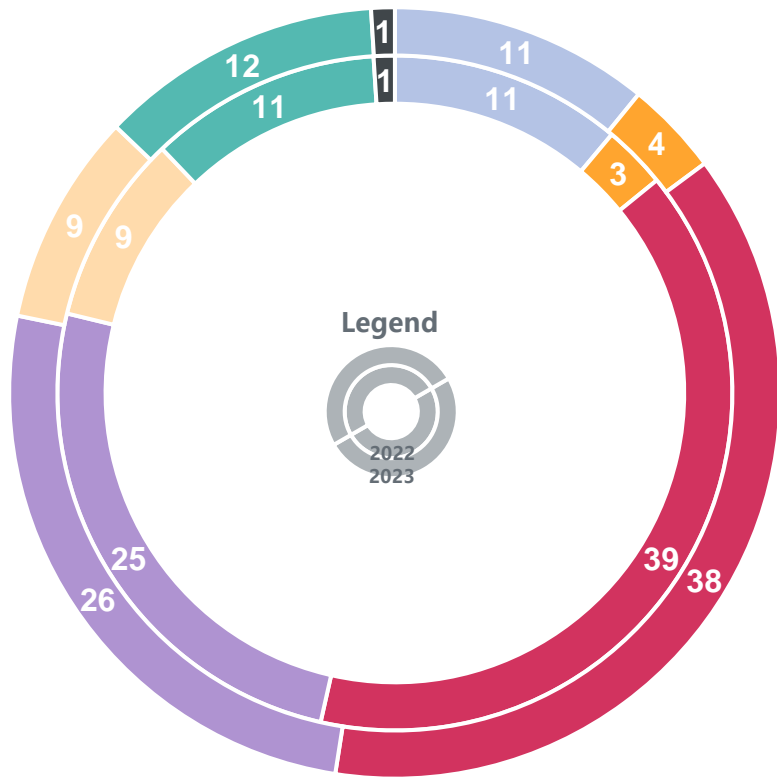
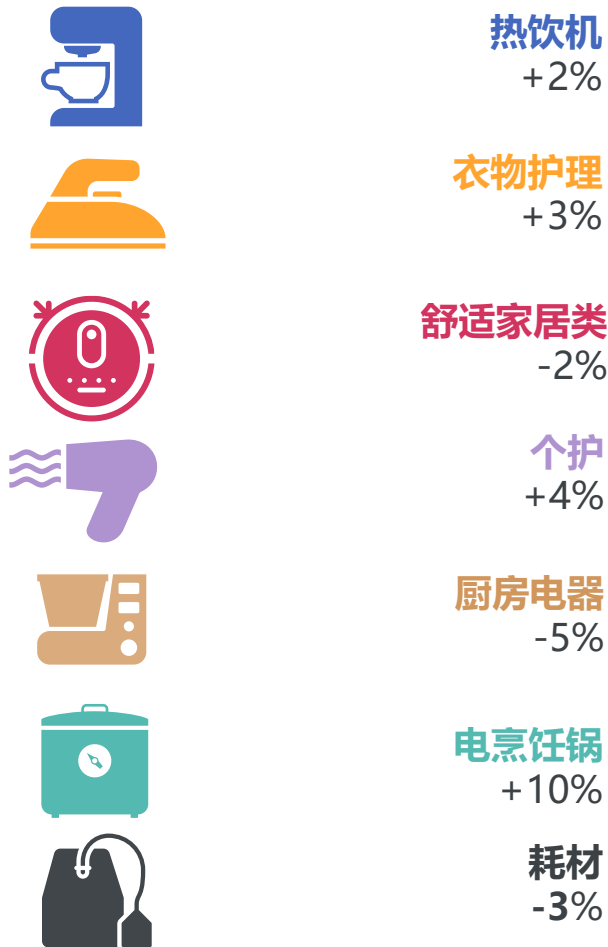


小家电市场恢复正增长的速度快于整体耐用消费品



电烹饪和个人护理产品是增长的驱动力

Sales Value USD (NSP) in % / growth rate YoY in % | All Brands | SDA Total | Global | Jan-Dec 2023



全球(除北美)	
销售额	\$654亿
增速	+1%

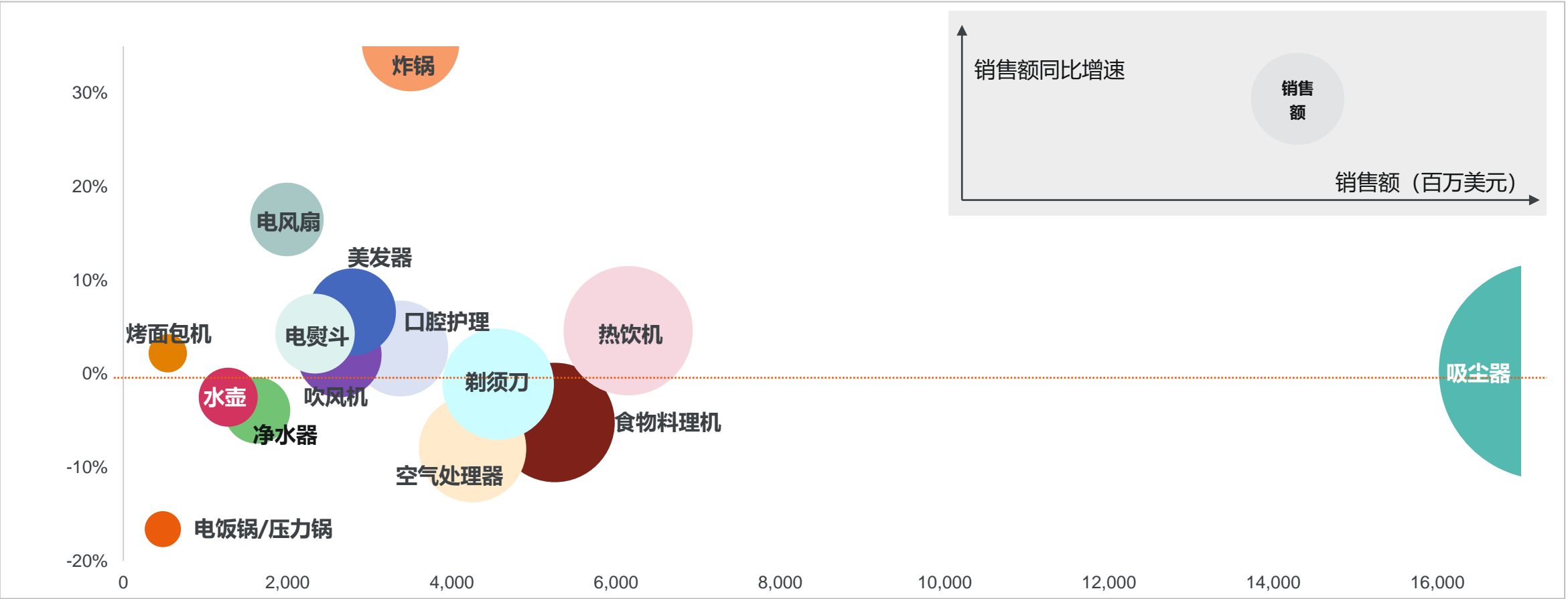
在充满挑战的市场条件下，炸锅和美发产品表现出色



多变的气候条件和高温导致对风扇的需求增加

15个主要小家电类目（83%占比）

Global(67) | Jan-Dec 2023 | SDA PGs



Source: GfK Market Intelligence: Sales Tracking, comparison Jan-Dec 2023 to ; All GfK panelmarket excl. Greece, South Africa
Global SDA Trends Report 1HY 2024-NF.

热门产品趋势



小家电市场的主要驱动因素



简易化

- 产品使用的便捷性与智能
- 为消费者节省时间
- 产品物有所值



健康化

- 对健康生活追求的提升
- 预防疾病的需求
- 减少人力劳动时间



差异化

- 产品性能优异
- 产品具备特有且领先的功能



高端化

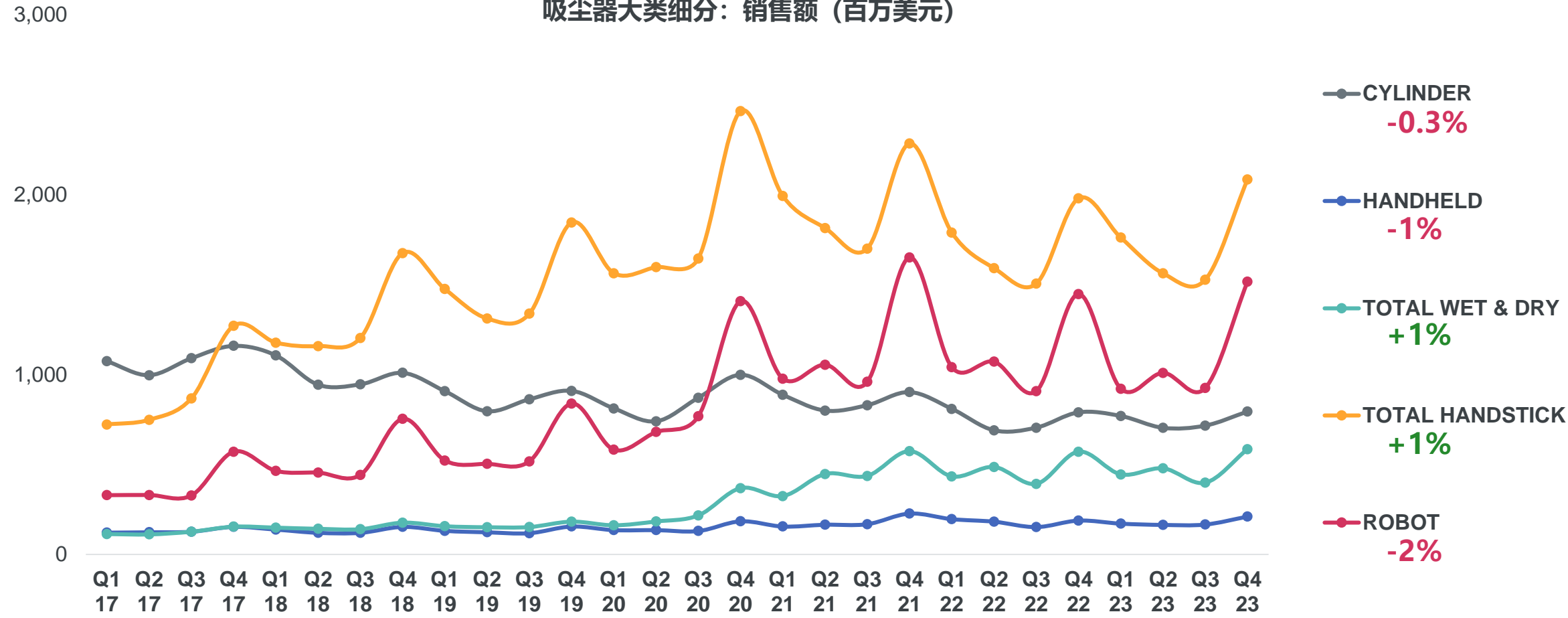
- 逐渐扩大的中产阶级群体
- 消费者对品牌的标榜
- 高端化所赋予产品更多的特质

清洁电器：洗地机产品成为23年最有潜力的细分品类

持续不断的产品创新继续推动高端价位的增长



吸尘器大类细分：销售额（百万美元）

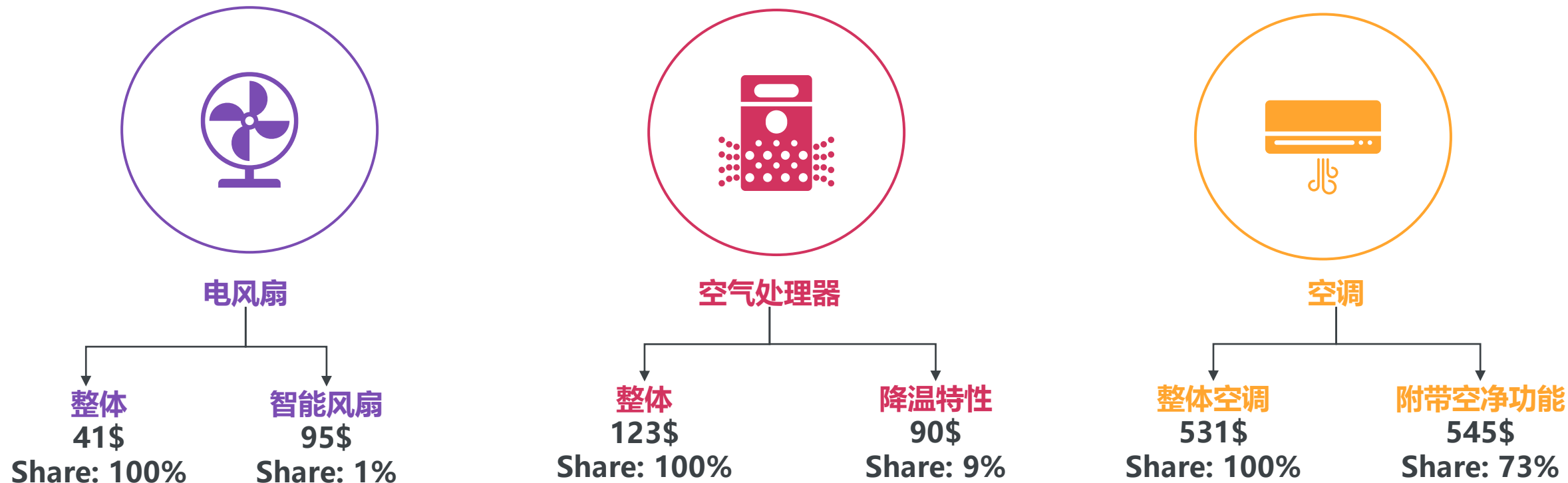


环境电器：

根据消费者的购买力、地区的污染情况以及能源价格，消费者会选择某一类产品

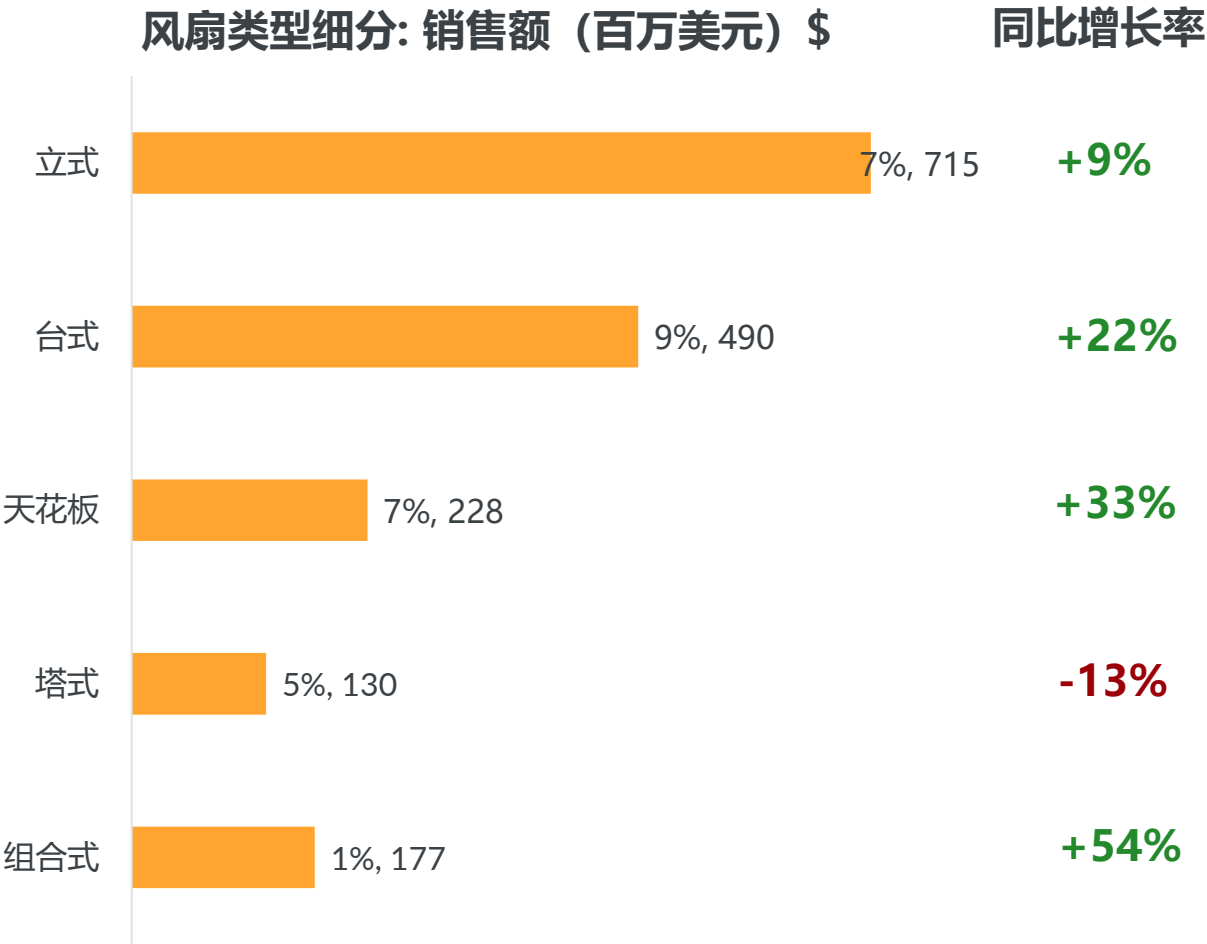


产品均价及其份额：



Source: Market Intelligence Sales Tracking Period :Jan-Dec 2023 Scope: All GfK Panelmarket tracking markets Share= Value Share %
Air treatment includes Air cooling, air cleaner, humidifiers , dehumidifiers, aroma diffusers etc. Share is calculation only for total category
Global SDA Trends Report 1HY 2024-NF.

尽管炎热的夏季和气候变化造成的天气波动导致市场增速放缓，但风扇仍实现了增长



灯扇组合

1.2亿美元 +72%

远程控制

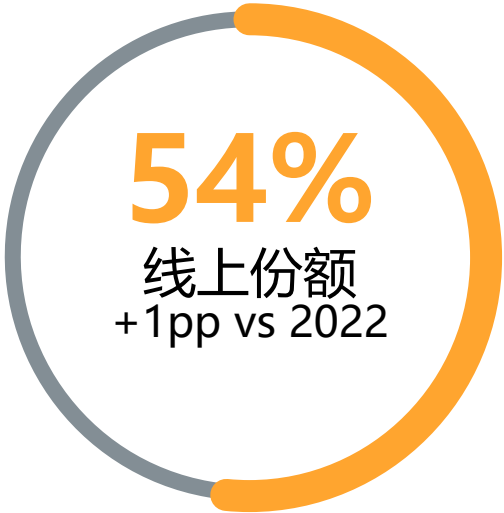
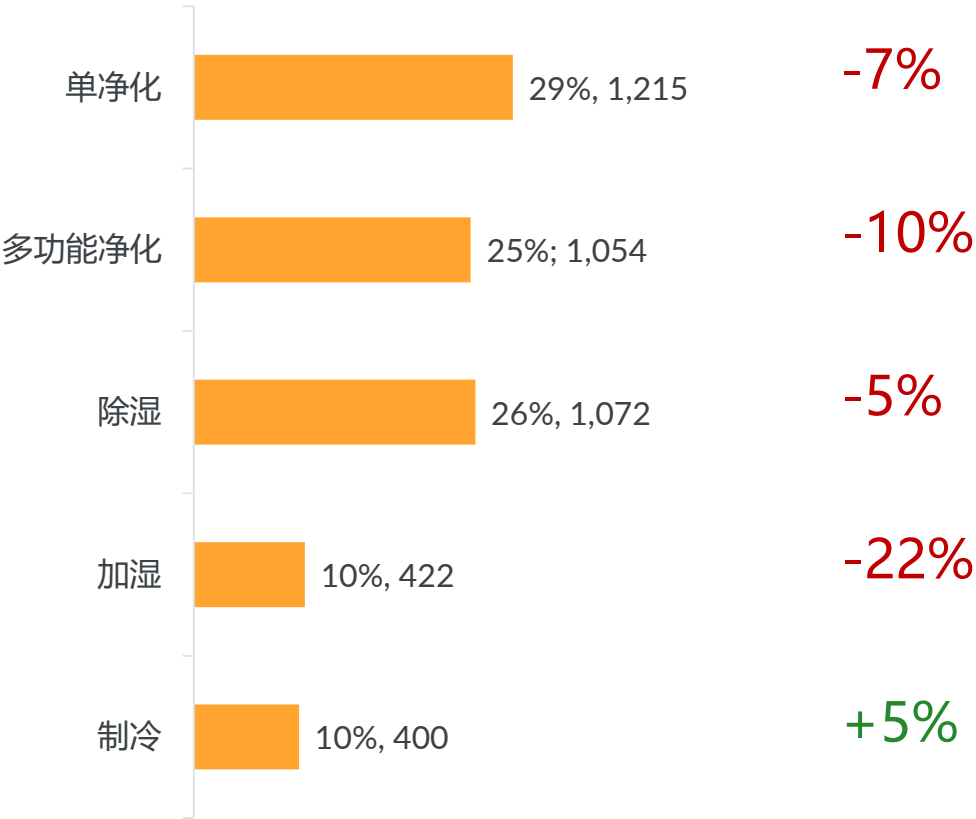
4.1亿美元 +13%

Source: Market Intelligence Sales Tracking Period : Jan 23-Dec 23 Countries: Global excl. North America, Global SDA Trends Report 1HY 2024-NF.

传统空气处理品类在经历2021年初强劲的销售后下滑



空气处理器细分
(销售额及其占比, 百万美元)

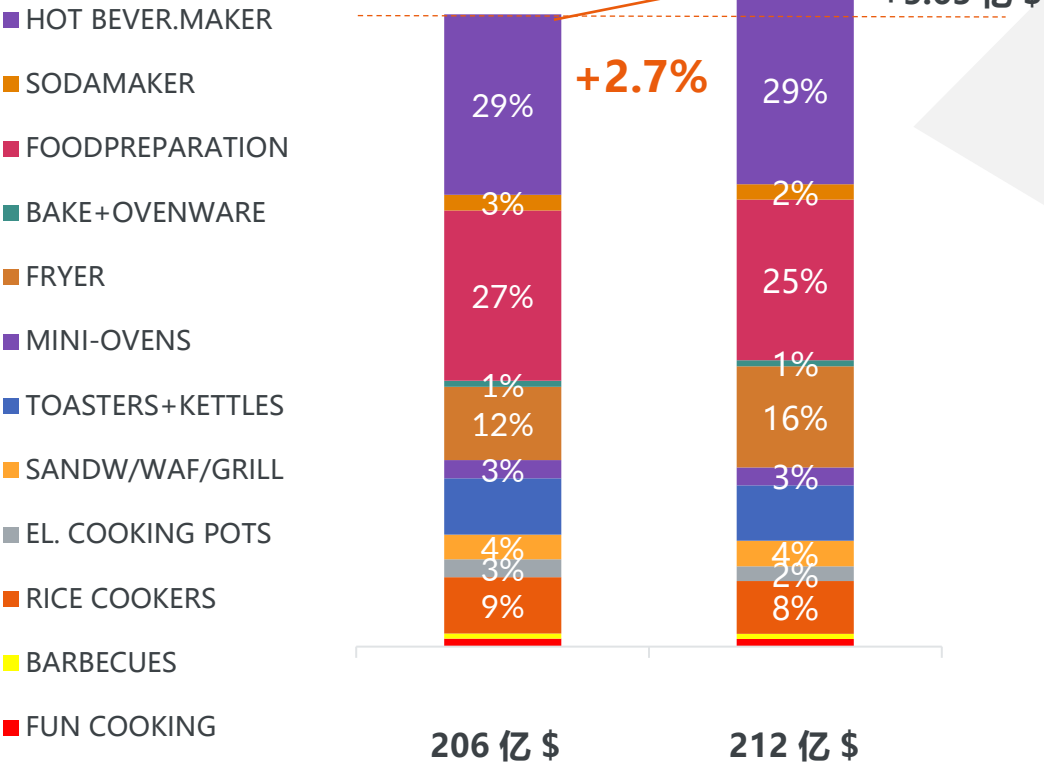


Source: Market Intelligence Sales Tracking Period Jan-Dec 2023 Global GfK Panelmarket excluding North America,

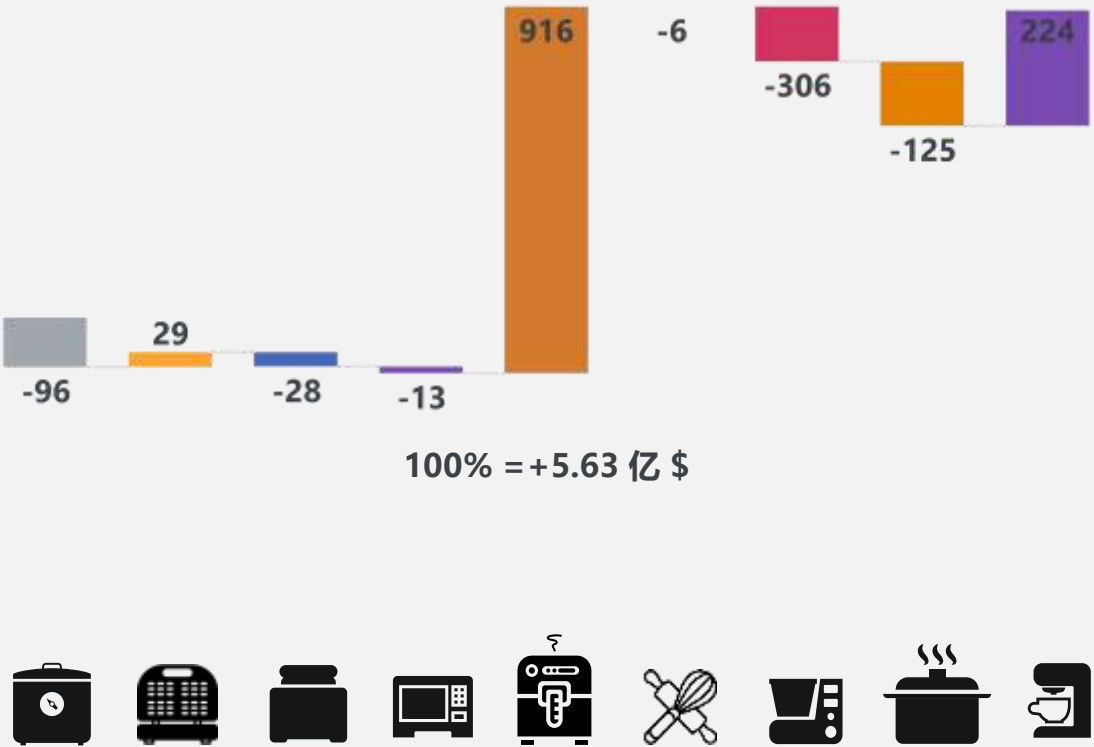
厨小电：由于居家就餐趋势导致的产品饱和，加上新冠疫情期间消费者提前购买，大部分细分品类出现了销量下滑的现象



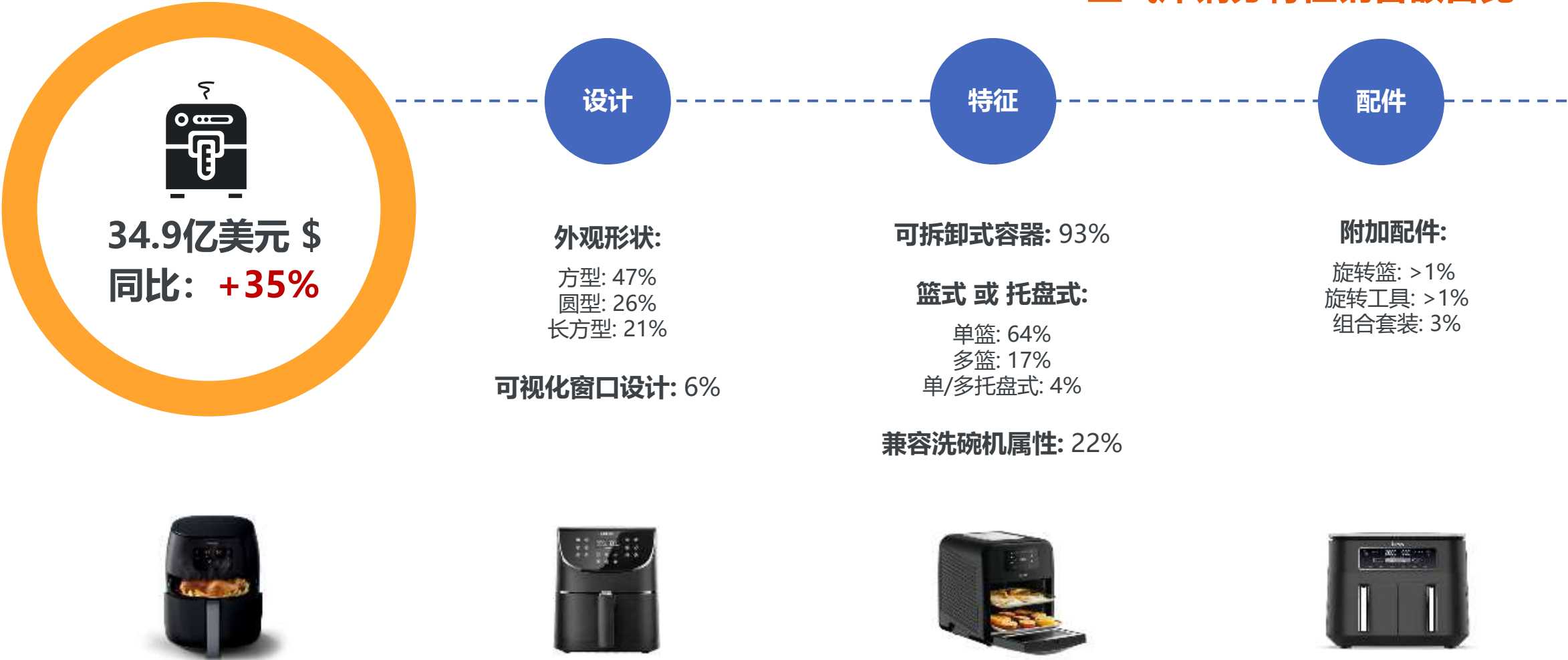
厨小电品类份额:



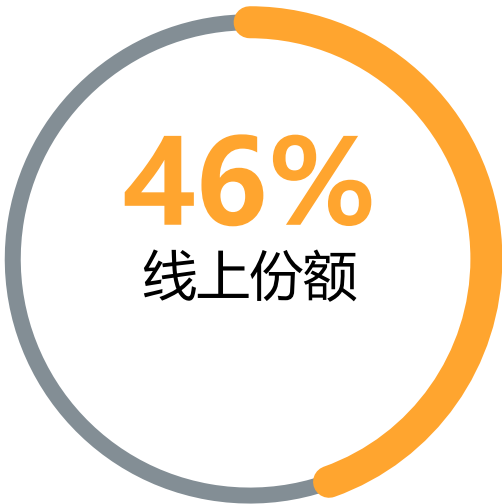
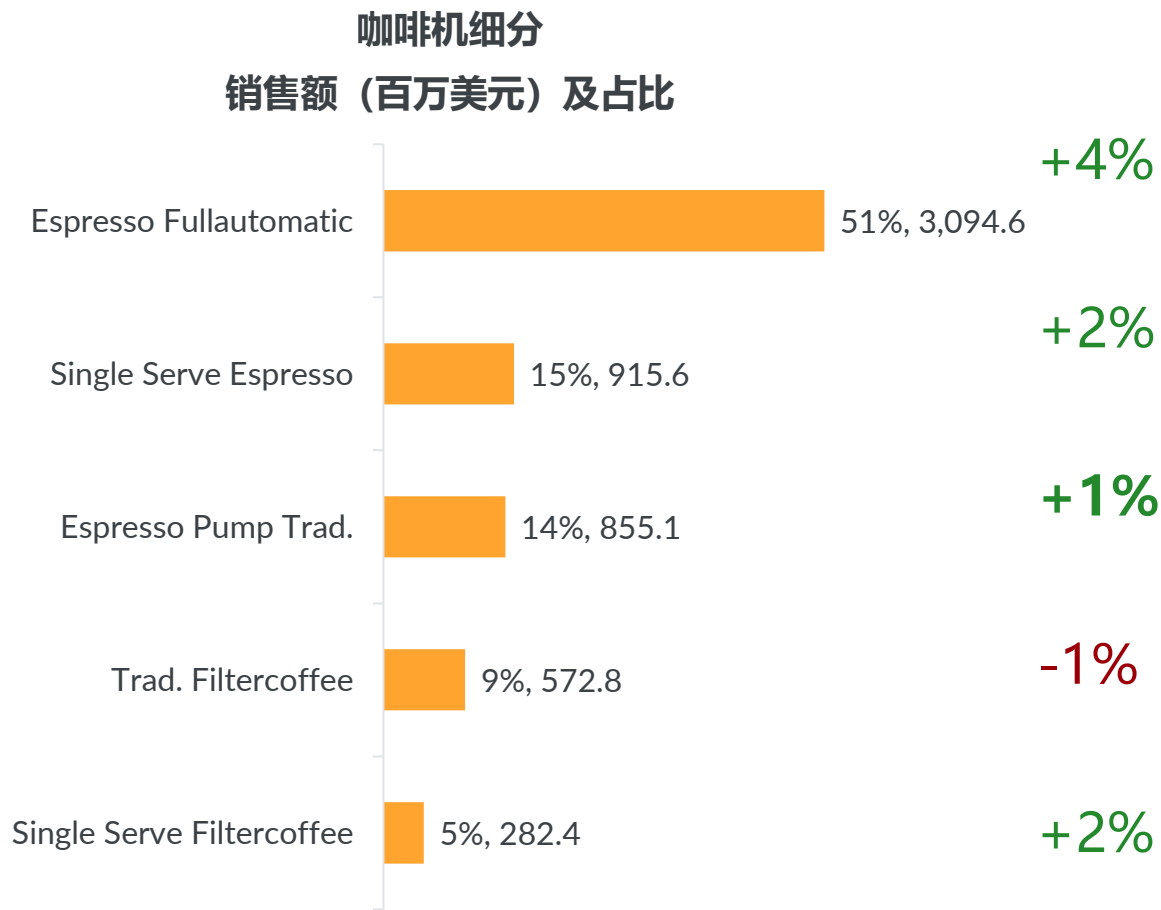
Contribution towards growth per PG in FY 2023



空气炸锅分特征销售额占比 %

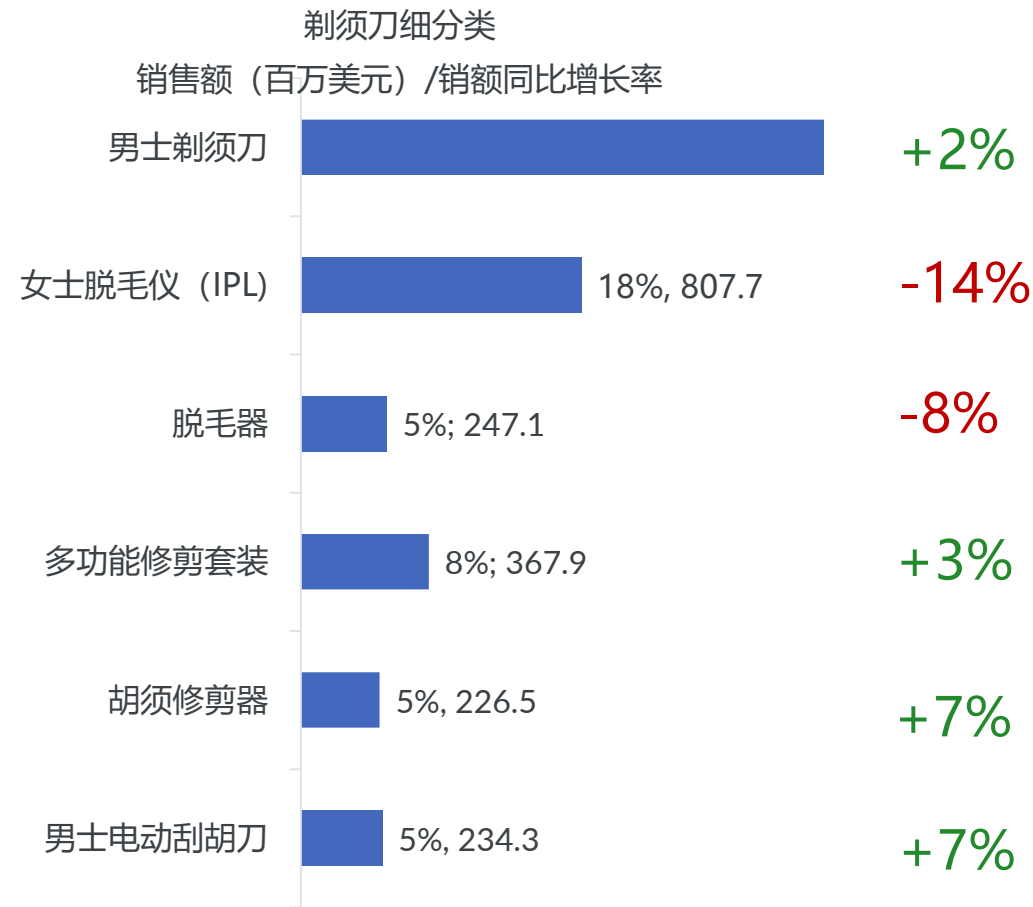


咖啡机：大多数咖啡细分市场已恢复增长，全自动咖啡市场尤其强劲



个护：剃须刀，经历了相当长一段时间的下滑后反弹

与男性剃须刀相比，女性脱毛部分有所下降



Source: Market Intelligence Sales Tracking Period Jan-Dec 23 Global GfK Panel market excluding North America
PRJ 249348 - RG 5614161 – Shavers
Global SDA Trends Report 1HY 2024-NF

剃须刀：市场已相当饱和，但细分市场仍在持续增长

头部剃须刀和便携式剃须刀是我们看到正在增长的两个细分市场



0.4亿\$
+12%

带有剃头功能的男士剃须刀
(全球趋势)

1.8亿 \$
+26%

便携剃须刀
(中国趋势)

Mijia
S100



Yoose
Y1



Braun
5603



Yoose
Mini



Flyco
FS890



Philips
PQ888



Panasonic
ES-CM30



美容仪：96% 的美容仪用于护肤，其他用于手部/脚部/睫毛



嫩肤和淡化色素沉着是这些产品的主要卖点，而基于光照的产品则是一个主要的增长细分市场

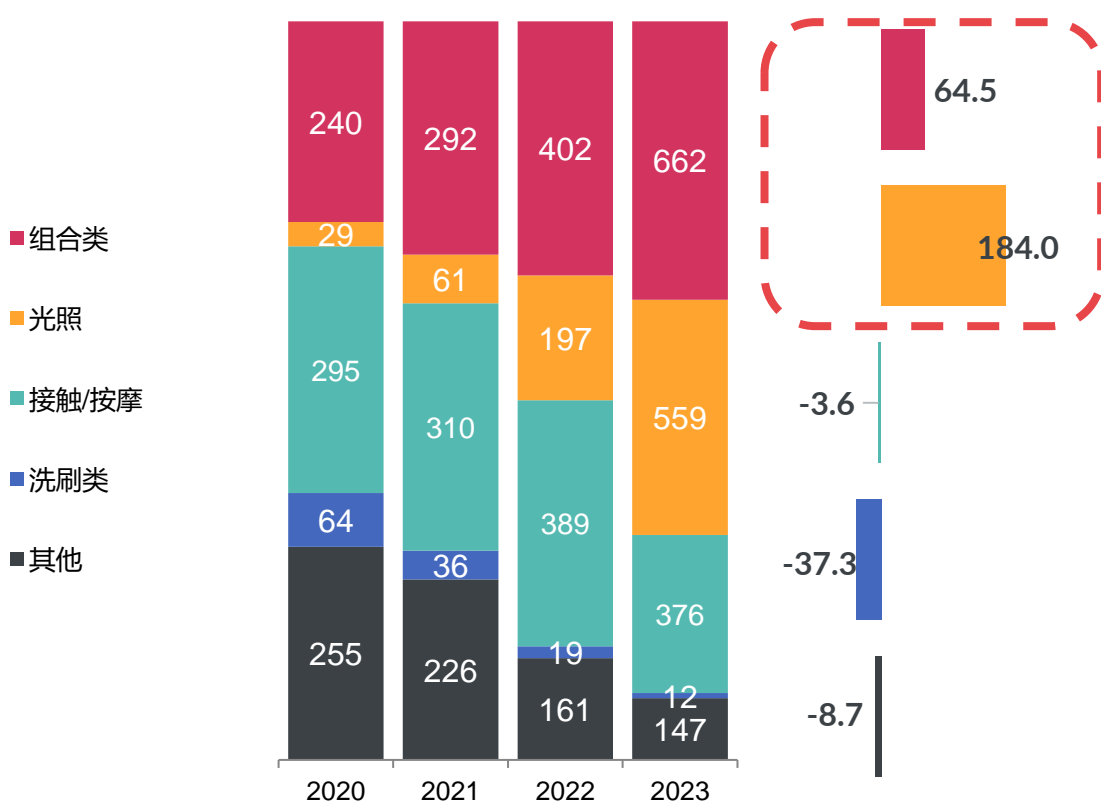
按功能划分市场份额(Val%)

2022-2023



按技术类别市场划分(Val%)

2022-2023

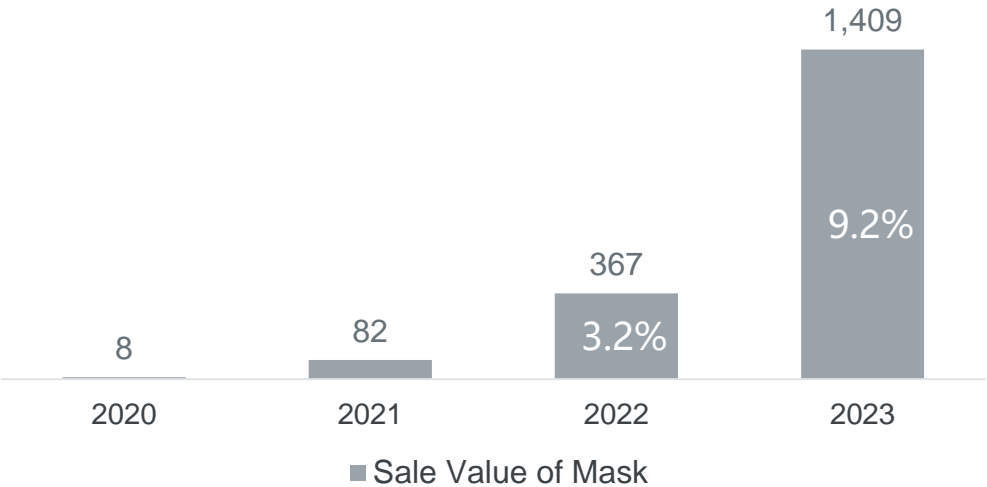


美容仪：面罩类（中国）

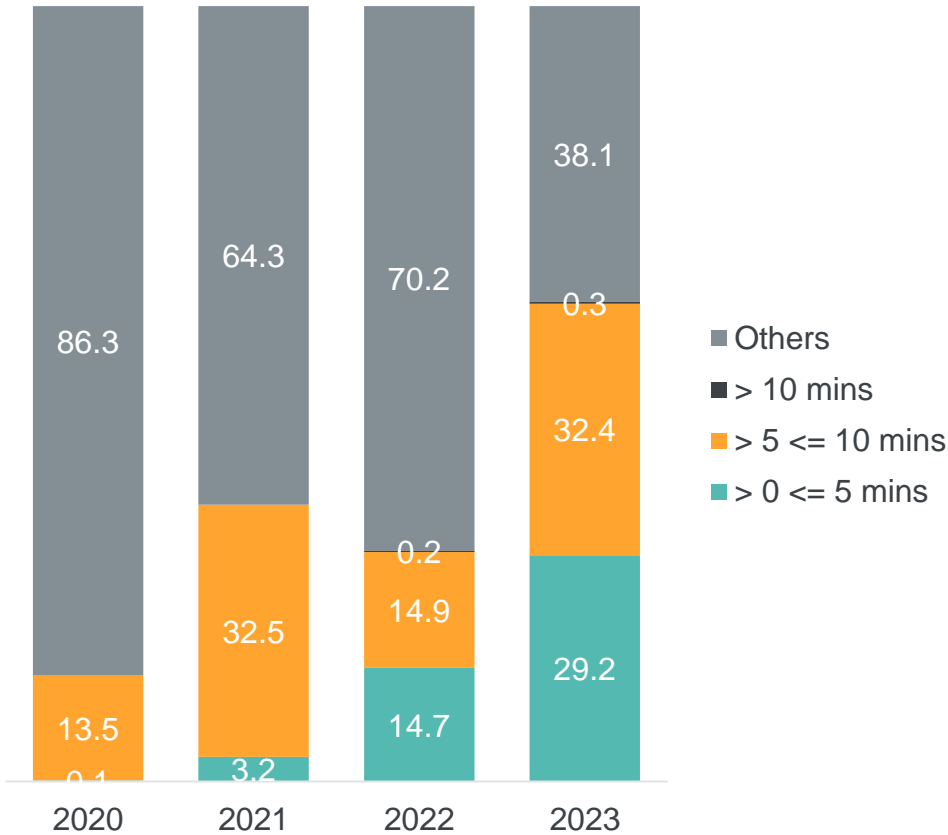
头部品牌纷纷推出面罩造型产品，更方便日常使用



面罩类美容仪销售额及占比(百万元)
2020-2023 | Currency: CNY



使用时长细分(销售额百分比)
2020-2023 |



渠道发展趋势



新冠疫情限制的放宽使传统零售业（部分）反弹



“我需要随时随地选购商品及获取相关服务”
——GfK用户调研

36%↑
global respondents agreeing

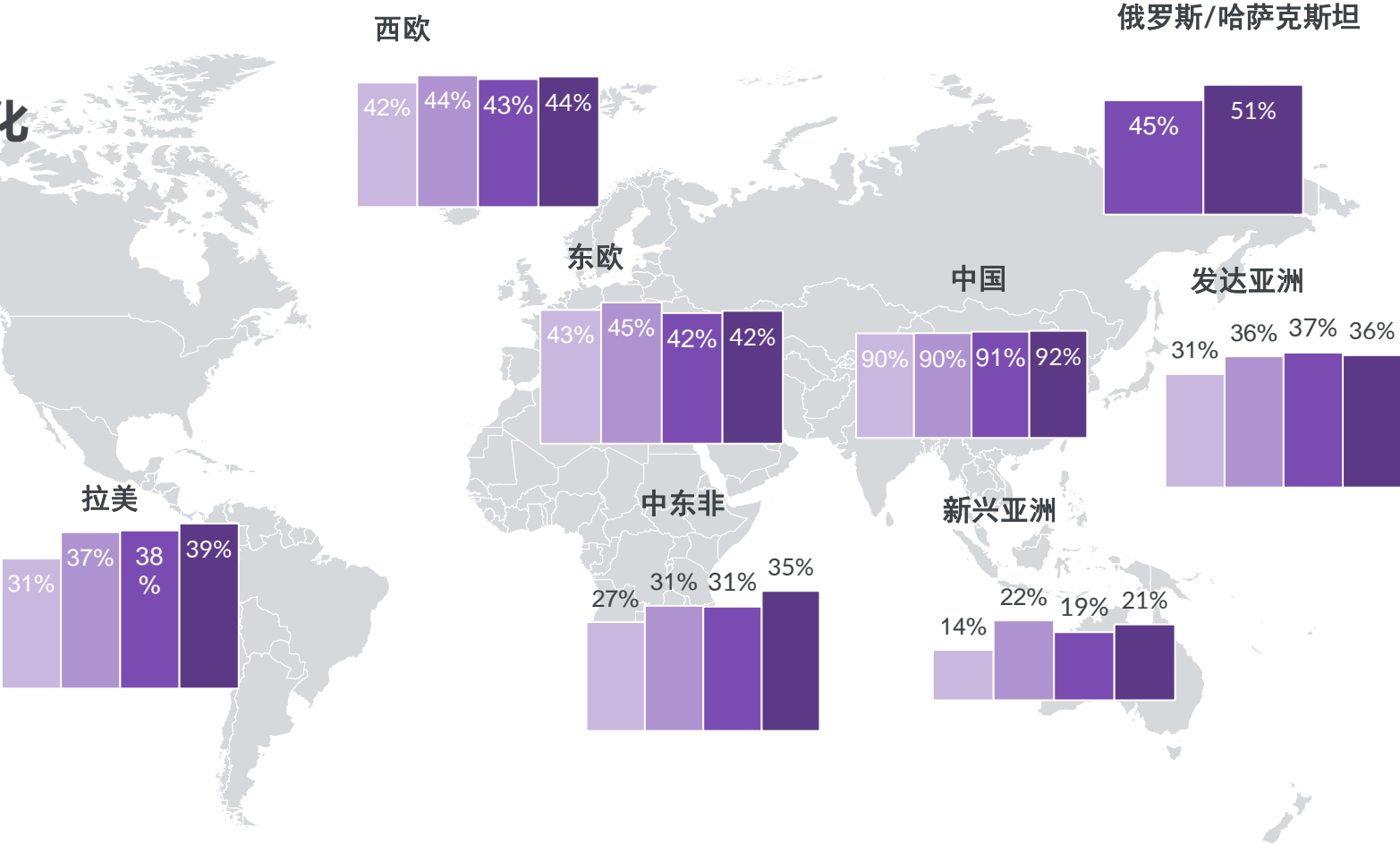
小家电线上市场份额变化

Value share % online sales

Global Share: 49%
Growth: +1.1%

YTD = Jan -Dec

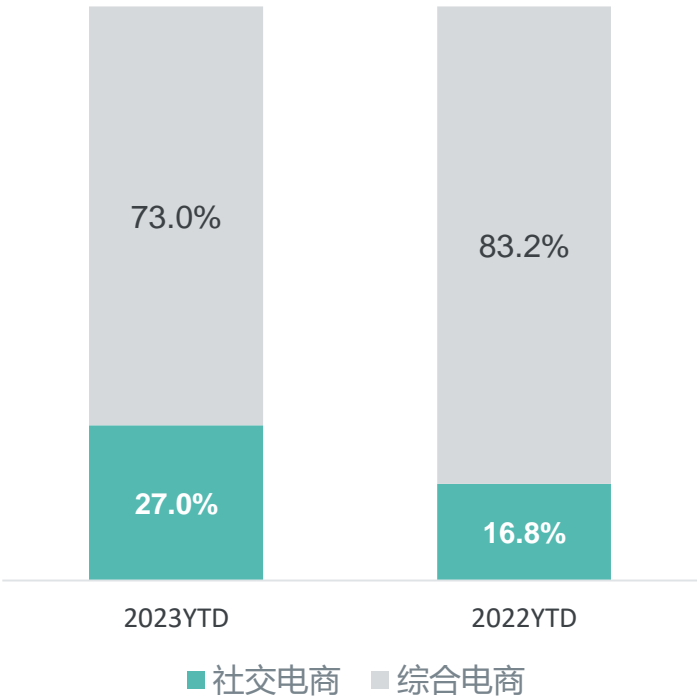
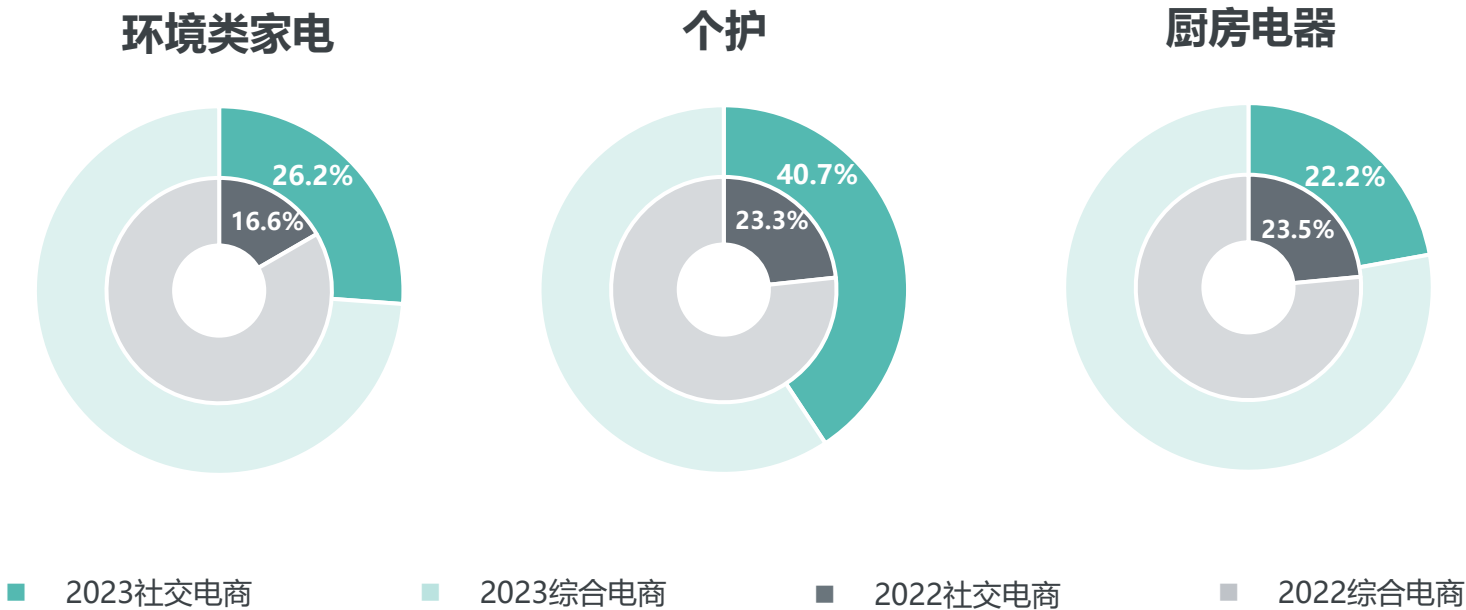
- YTD 2023
- YTD 2022
- YTD 2021
- YTD 2020



社交电商发展突飞猛进，价格也与综合电商基本一致



中国小家电渠道表现
2022 VS. 2023



宏观经济

由于地缘政治紧张局势和选举带来的波动性，今年将充满挑战，但小家电类目预计会比科技及耐用消费品整体更快恢复。

核心品类及驱动因素

洗地机、咖啡机、护发产品重回增长轨道令人鼓舞。但要保持2024年的持续增长，仍需要创新和新产品开发

长期趋势

便利（智能、多功能）、健康、卫生、高端化以及一定程度上的可持续发展特性是未来的发展趋势

渠道

由于小家电的价格及其产品形态，与其他科技及耐用消费品相比，线上份额比较高。社交电商渠道成为热门增长渠道。

促销

促销活动是小家电类目内部高端产品增长的主要驱动力。2023年的促销活动力度很大，但我们预计2024年的折扣力度将会有所缓和

展望 2024

预计小家电行业在2024年将继续保持增长轨迹，全年增长率约为3%。

Thank you!

欢迎发送邮件至 marketing-china@gfk.com 联系我们



关注GfK官方微信号
获取行业最新洞察



“GfK市场洞见”小程序
指尖获取科技全品类数据!