

经济日报携手京东发布数据——

个性化引领厨具厨电消费



厨房经济

近年来，随着消费者对品质生活的追求不断提高，厨房经济持续升温。消费升级，越来越多人开始美化厨房。烹调正经历从传统的“锅碗瓢盆”向“精致烹饪”转向，随之而来的是“客厅经济”向“厨房经济”的转型。

提质扩容

厨电与厨具产品的迭代升级，不仅让消费者体验到更悦己、更便利的厨房生活，也在引领着行业不断向前发展。当下，消费者对于厨房用品的需求越来越精细，不再局限于最简单基础的功能，而是向着专业化、多功能方向发展，无论是厨房小家电功能越来越专业，还是厨具用品从材质设计到功能的进一步细分，都是消费升级趋势的具体体现。

在当前产业和消费不断升级的背景下，厨电一代接一代更迭，新厨具也层出不穷，不仅功能越来越丰富，操作越来越便捷，颜值也越来越高，这与当下消费者的健康养生需求及追求幸福感的价值观不谋而合。榨汁杯、多功能锅、空气炸锅、加热饭盒等各类“小而美”的厨电让消费者能够轻松地做出各种美食，各类高颜值、多功能的厨具不断进入消费者家中，给消费者带来满满的幸福感与下厨的成就感。

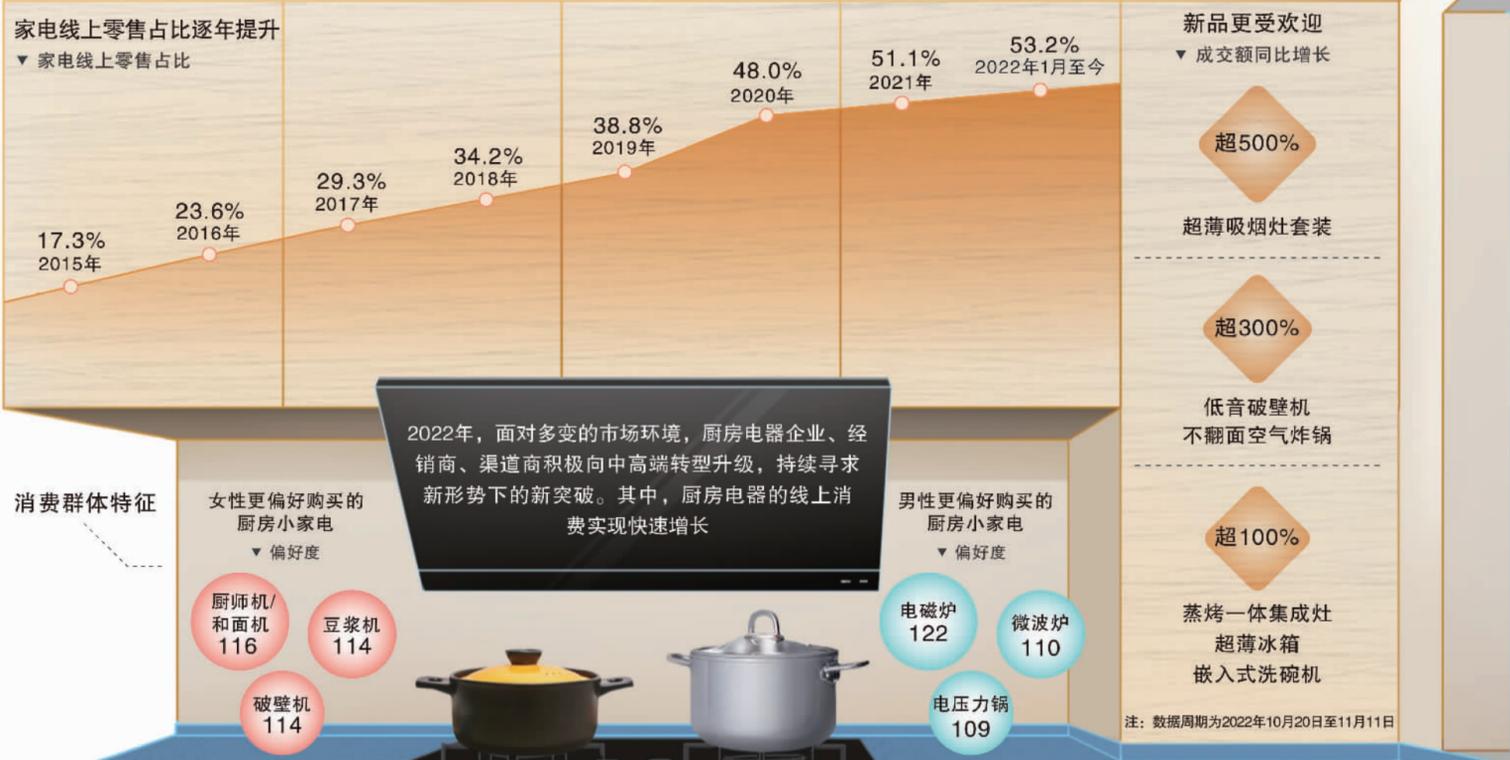
与此同时，随着消费人群不断细分，消费需求也呈现多样化差异。随着Z世代走进厨房，他们在秀厨艺之余还在厨房诠释着自己的独特风格，选购符合自身调性的厨房小家电与厨具用品。对于厨电产品，Z世代人群更追求科技感、智能化；而对于厨具，他们追求有个性，更偏好带黑科技且颜值高的产品，并毫不吝啬将自己喜爱的厨房用品在社交媒体“晒出来”。

Z世代的崛起给厨具、厨电的品类创新，渠道拓展也带来了新的机遇。企业需不断拓宽营销渠道，实现多渠道触达用户，同时推动用户需求洞察，延伸拓展出更多差异化产品以满足不同消费人群的细分需求。随着消费者生活方式的改变，未来厨具、厨电在高端化、智能化、细分化等方面依然有很大发展空间，行业潜力有待进一步释放。

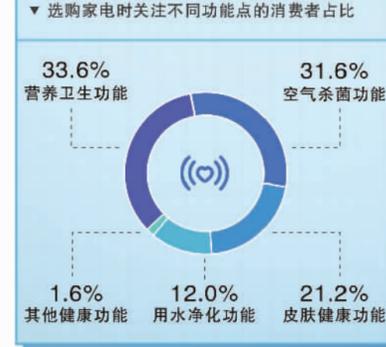
（作者系京东消费及产业发展研究院院长）

说数

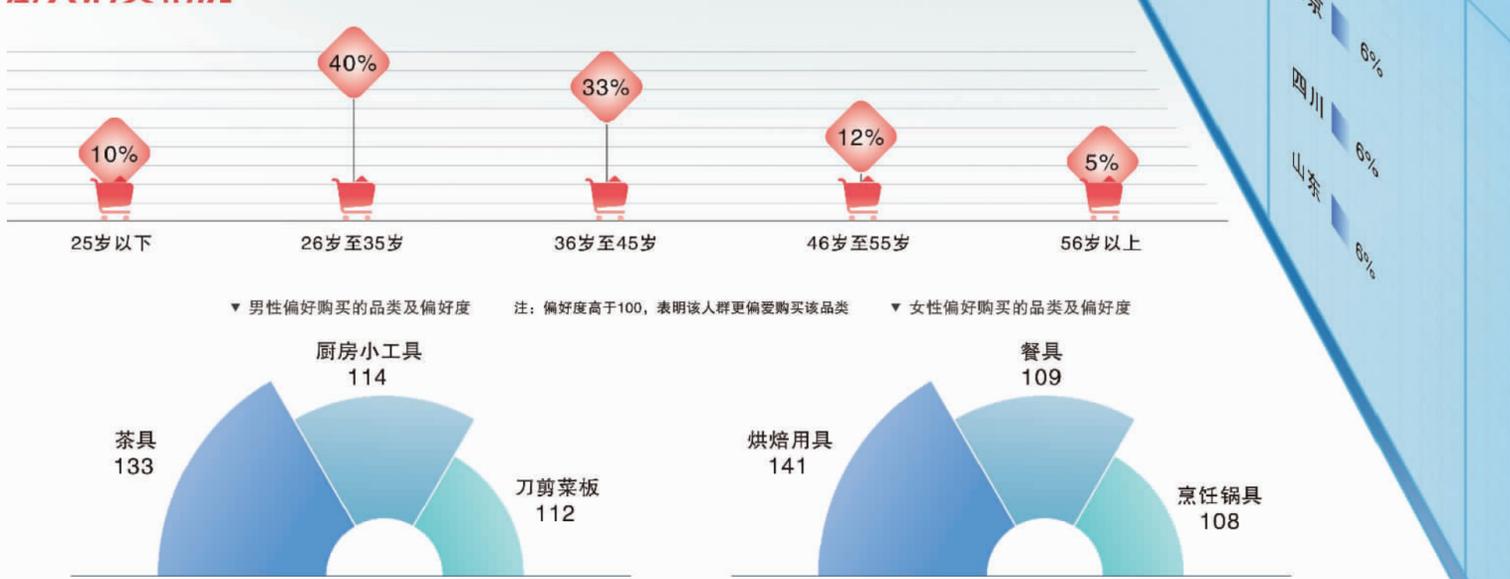
厨房电器消费



健康属性成“刚需”



厨具消费情况



面对消费者日益提升的需求和激烈的市场竞争，厨房家电企业需要在产品端和渠道端加快能力升级。从产品端来看，企业需加大研发，打开品类扩张空间，并凭借技术优势在日益激烈的竞争中构建产品壁垒。从渠道端来看，企业应持续提升供应链效率，增强行业竞争力。在消费升级的驱动之下，家电产品智能化、健康化发展趋势越发明显，这也是厨房家电产品迭代升级的必由之路。

随着消费者的需求越来越多样化、精细化，厨具制造企业要不断革新新技术，开发新的材质与工艺以满足持续变化的需求。特别是在颜值经济和消费品质升级的背景下，消费者除了关注厨具的材质及细分功能，对厨具的颜值也有一定的期待。因此，厨具制造企业既要深挖不同用户的个性化需求，也要在厨具的外观设计上下功夫，厨具产品既要有“面子”也要有“里子”。

消费趋势变化

- 超500%：潮流水杯、珐琅锅、户外咖啡具等
- 超200%：旅行茶具、锅具套装、保温壶等；铝钛箔保鲜膜、有钛不粘锅等新材料趋势品类
- 超150%：智能科技水杯、厨房收纳品类
- 超60%：炒锅、煎锅、咖啡具、保温杯等



更多内容 扫码观看

