

说数

在这里读懂中国消费

小家电蕴藏大活力

李 瞳

近年来,小家电凭借小巧便捷、功能细分的使用特点,以及灵活的场景应用与精准的需求适配,吸引了各类消费群体关注,成为消费市场中极具活力的增长点。

从产品端看,行业创新持续提速,各类新功能、新形态的小家电产品层出不穷,推动整个小家电消费市场规模稳步扩大。一方面,细分小家电品类快速发展,展现出市场活力。生活电器品类中,气泡水机、腹部按摩器等新产品增速超10倍,成为行业黑马,引领消费潮流迭代;衣物消毒机、电动拖把等清洁类小家电广受欢迎,折射出消费者对健康生活、高效清洁的强烈需求。另一方面,剃须刀、电热水壶、电饭煲等传统刚需小家电仍发挥着市场“压舱石”的作用。其中,剃须刀以11.1%的成交量占比稳居第一位,电热水壶、电饭煲等基础厨电也凭借高频使

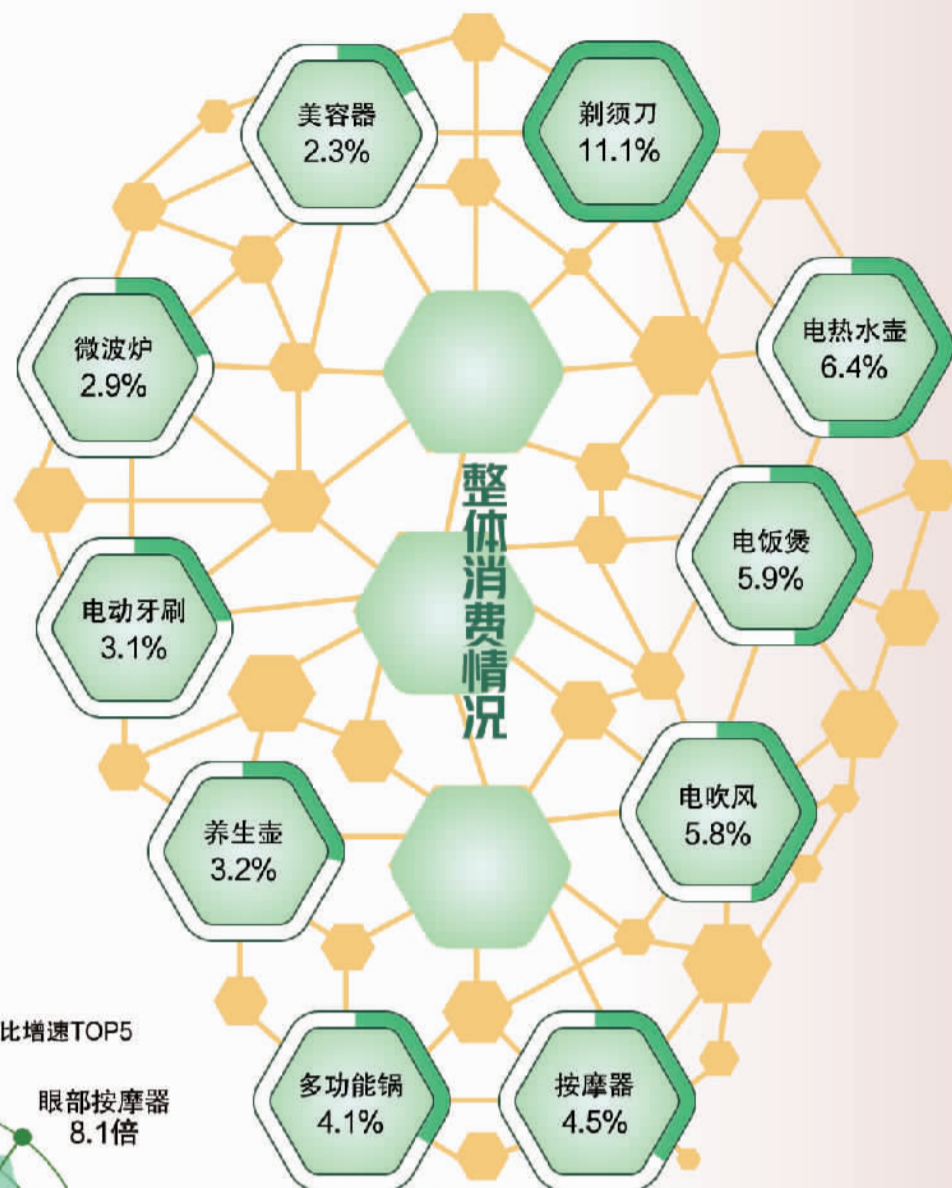
用需求,保持着较高的市场份额。

从消费端看,不同消费群体的偏好差异较为明显,为相关产品迭代升级指明了方向。26岁至45岁群体消费占比超69%,是小家电消费的核心群体,这一群体兼具消费能力和对生活品质的追求,是市场发展的主要推动力量。在消费偏好上,年轻群体偏爱衣物消毒机、生发梳等新潮健康产品;中年群体热衷腹部按摩器、眼部按摩器等养生类产品;中老年群体对腰部按摩器、茶饮机等实用型健康家电需求旺盛,展现出全年龄段健康消费的共性趋势。不同性别消费者的差异也十分明显。男性消费者青睐家庭影音类产品,女性消费者更青睐蒸脸仪、注氧仪等个人美容护理产品。

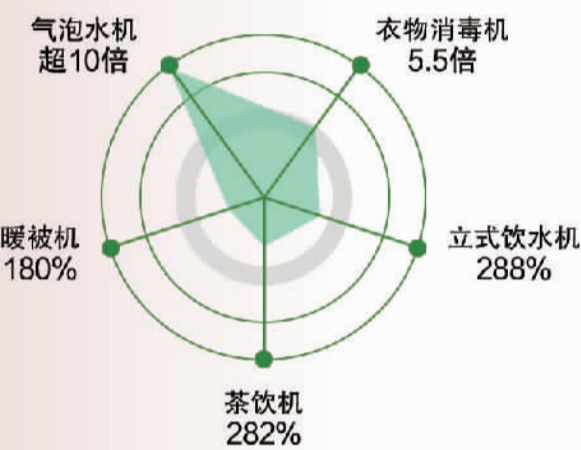
区域消费同样值得关注。广东省以14.4%的成交量占比居榜首,江苏、四川、山

东、河南等人口大省紧随其后,反映出消费能力与人口规模对小家电市场的直接影响。消费升级趋势在不同区域均有体现,小家电已成为全国范围内普及度较高的消费品类。

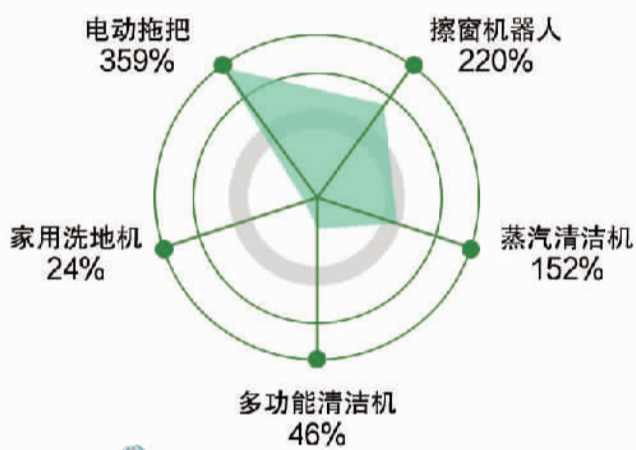
小家电是中国家庭生活品质化发展的一个重要载体。整体来看,小家电市场已告别单纯的功能普及阶段,正朝着健康化、精细化、场景化方向加速升级。健康养生、清洁高效、个性化护理成为消费主流,各年龄段、不同性别的消费者都在根据自身需求选择适配的小家电产品。未来,小家电企业应持续聚焦细分市场,围绕健康、养生、美容等核心需求推出创新产品,同时兼顾不同区域、不同年龄层的消费特点,通过丰富品类和升级品质,在激烈的市场竞争中脱颖而出。



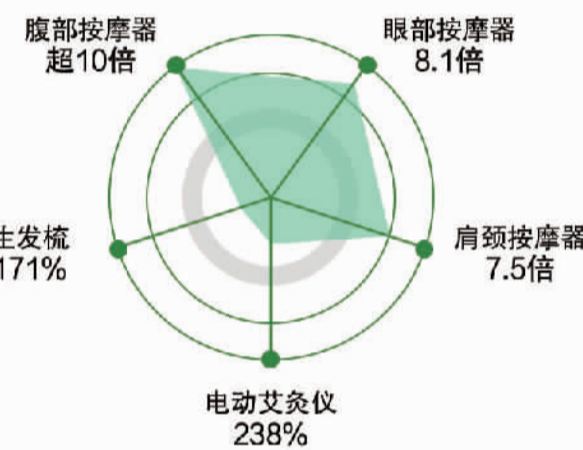
生活电器类小家电成交量同比增速TOP5



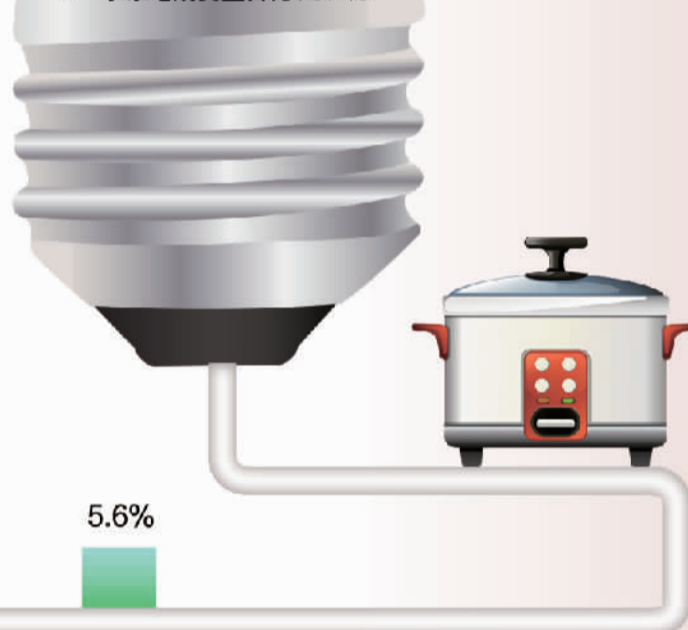
清洁类小家电成交量同比增速TOP5



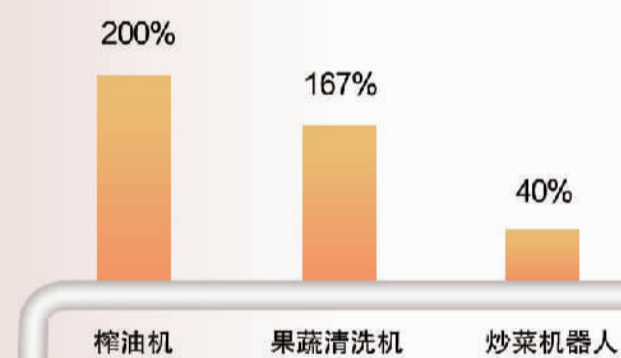
个人护理类小家电成交量同比增速TOP5



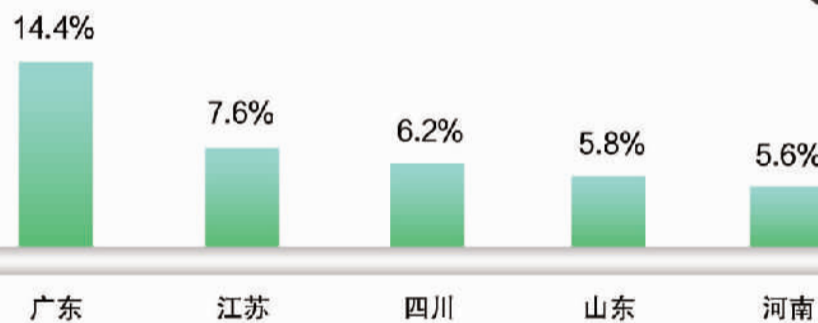
小家电成交量占比TOP10



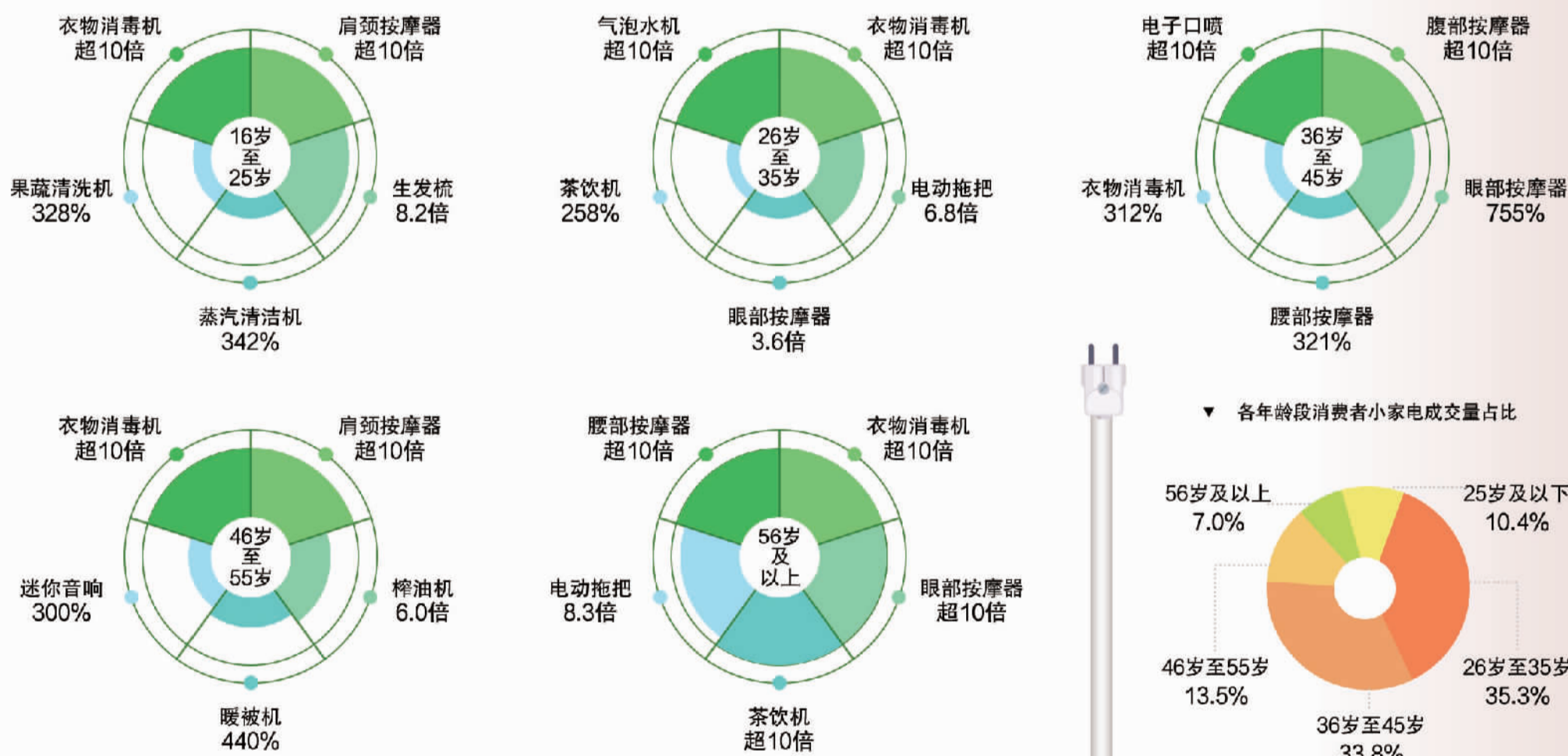
厨卫小家电成交量同比增速TOP3



小家电成交量占比TOP5省份

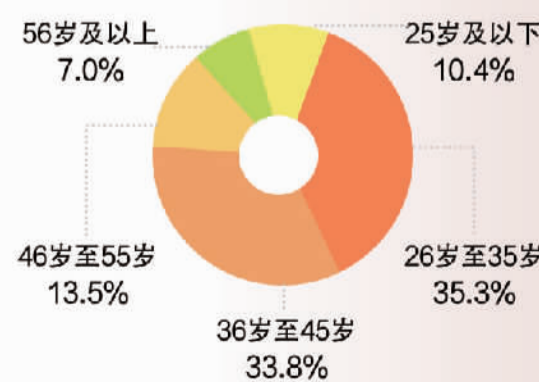


各年龄段消费者小家电成交量增速TOP5

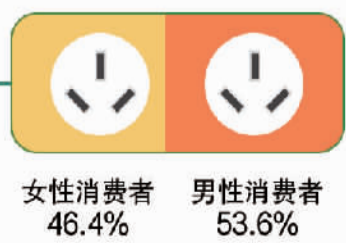


消费者特征

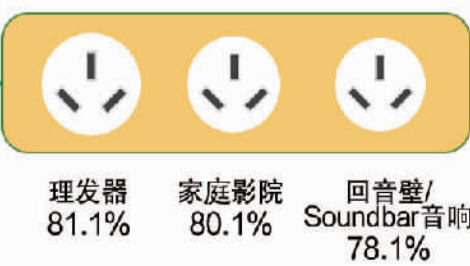
各年龄段消费者小家电成交量占比



不同性别消费者小家电成交量占比



男性消费者小家电成交量占比TOP3



女性消费者小家电成交量占比TOP3



数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 林蔚



更多内容 扫码观看

数据周期: 2026年2月14日至3月28日