

大家电行业分析

Industry Insights

I N D U S T R Y

2024/11



专业 / 高效 / 精准

版权声明

本报告为「炼丹炉」原创，版权归杭州知衣科技有限公司（以下简称“知衣”）所有。

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字、图片和数据采集于网络公开信息，所有权为原著者所有，如该部分素材因客观原因未与权利人及时联系上导致不当使用，请相关权利人随时与我们联系。

任何未经知衣授权使用本报告的相关行为，均为不合法的行为，知衣将保留对相关人员追究法律责任的权利。

免责声明

本报告中行业数据及相关市场预测主要为杭州知衣科技有限公司研究员结合炼丹炉数据系统进行分析所得，仅供参考。

受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点及任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果不承担法律责任。

目录

CONTENTS

大家电行业概况

INDUSTRY OVERVIEW

01

大家电行业细分市场

MARKET SEGMENTS

02

大家电行业趋势洞察

TREND INSIGHTS

03

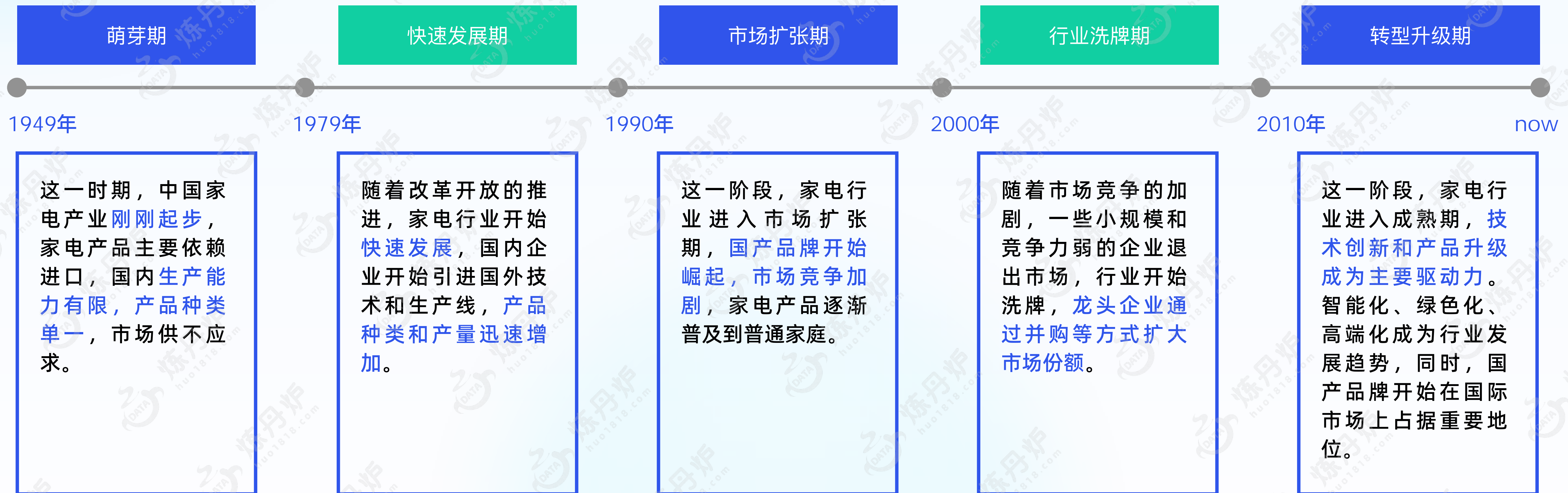
01

大家电行业概况

INDUSTRY OVERVIEW

我国大家电行业处于转型升级的关键时期

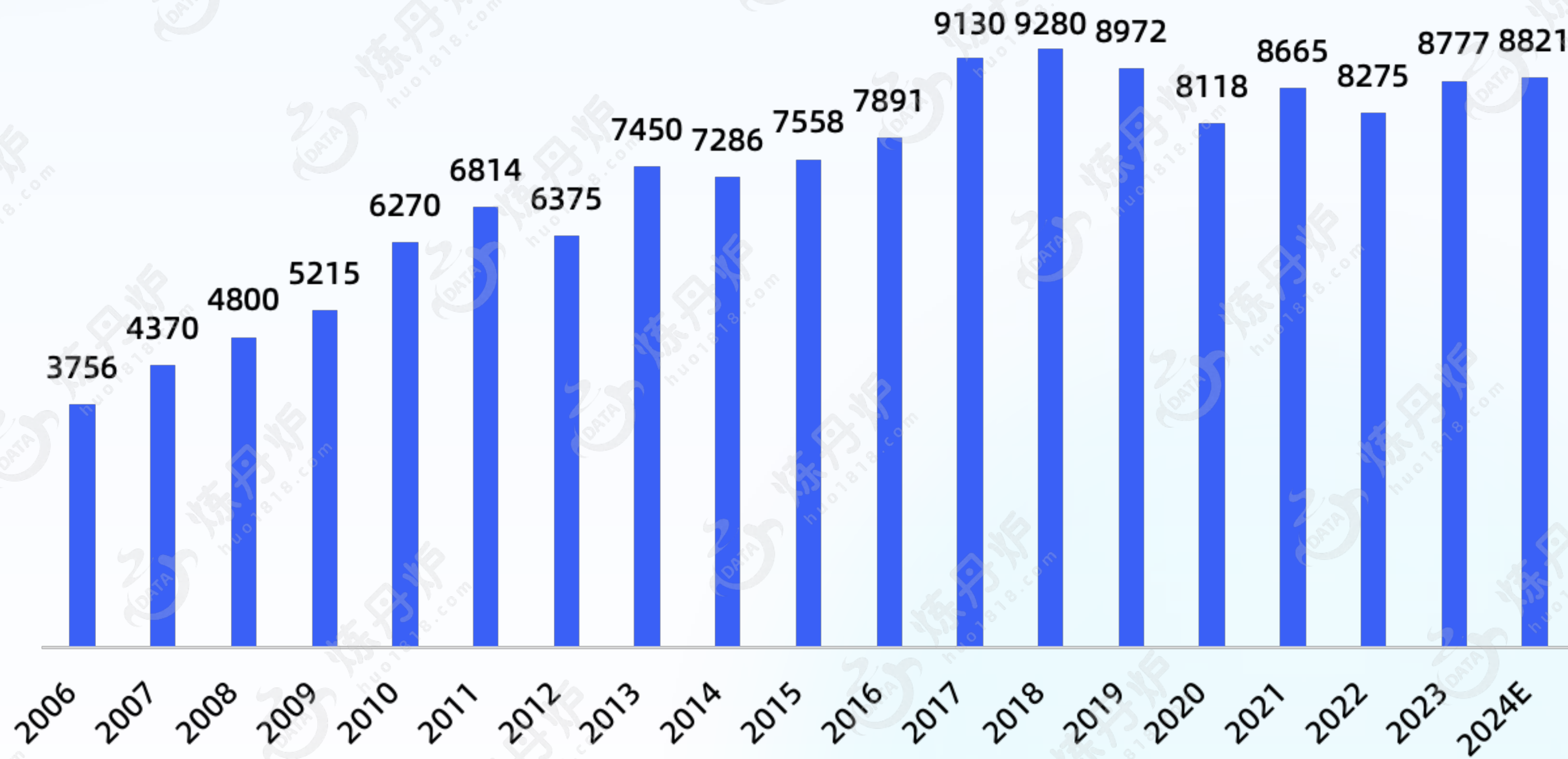
我国大家电行业目前正处于转型升级的关键时期，这一阶段的特点是技术创新和产品升级成为推动行业发展的主要动力。从1949年的萌芽期到1979年的快速发展期，再到1990年的市场扩张期，以及2000年的行业洗牌期，家电行业经历了从依赖进口到国产品牌崛起的转变。现在，家电行业正朝着智能化、绿色化、高端化的方向发展，国产品牌不仅在国内市场中占据重要地位，也开始在国际市场上展现竞争力。



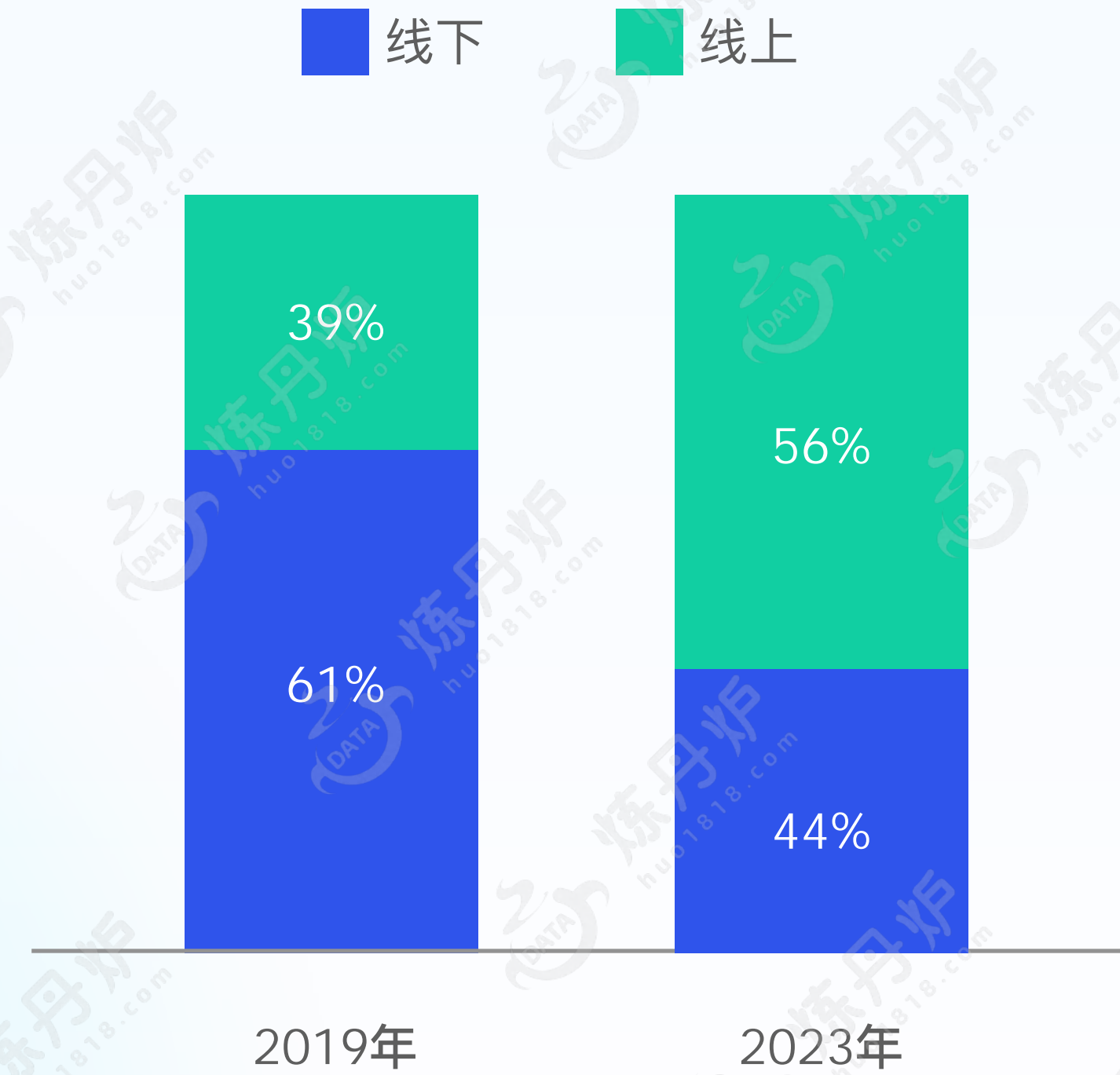
家电行业整体呈上升趋势，线上渠道占比扩大

数据显示，中国纯家电零售市场规模整体呈现出明显的上升趋势，这一增长反映了大家电行业在中国市场的持续扩张和消费者购买力的增强。同时，线上渠道的市场规模占比也在不断扩大，从2019年的39%增长至2023年的56%。这一变化表明，随着互联网技术的发展和消费者购物习惯的改变，线上购物已成为家电零售的重要渠道。

2006-2024年中国纯家电零售市场规模（零售额：亿元）



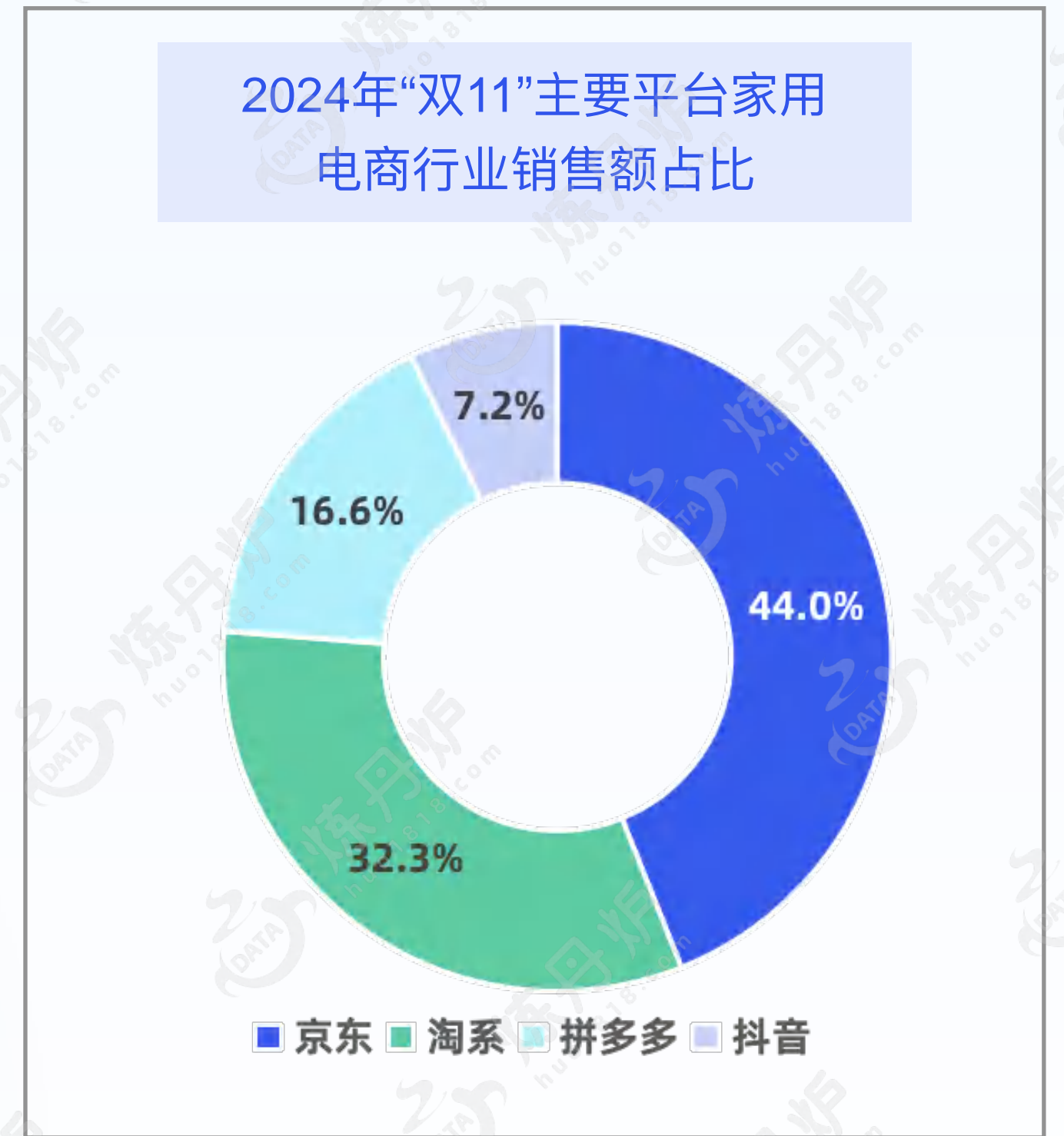
家电在线上线下渠道的市场规模占比



大家电行业线上消费者更侧重于在京东消费，销售受季节与大促影响显著




大家电行业在消费者购买行为上呈现出明显的趋势，尤其是在京东这样的电商平台上，消费者的购买偏好尤为突出。根据市场数据和消费者行为分析，京东平台凭借其强大的物流体系、正品保障以及优质的售后服务，吸引了大量消费者在购买大家电产品时的首选。特别是在夏季，随着气温的升高，空调、冰箱等制冷类大家电的需求激增，使得京东平台上的相关产品销量在夏季表现得尤为亮眼，销售额和订单量均呈现出显著的增长趋势。与此同时，淘系平台（主要指淘宝和天猫）的销售情况则受到大型促销活动的影响更为显著。在诸如“双11”、“618”等大型购物节期间，消费者往往会集中释放购买力，导致销售额在短时间内迅速攀升。



大家电行业品牌集中度高，CR10市场份额各近六成，淘系和京东TOP10品牌重合率高达80%

24年YTD10月大家电品牌排名

淘系 CR10占比:66%			京东 CR10占比:63%		
排名	品牌		排名	品牌	
1	 haier/海尔		1	 海尔 (Haier)	
2	 midea/美的		2	 美的 (Midea)	
3	 gree/格力		3	 小米 (MI)	
4	 miui/小米		4	 格力 (GREE)	
5	 littleswan/小天鹅		5	 小天鹅 (LittleSwan)	
6	 tcl		6	 海信 (Hisense)	
7	 hisense/海信		7	 TCL	
8	 fotile/方太		8	 奥克斯 (AUX)	
9	 aux/奥克斯		9	 容声 (Ronshen)	
10	 robam/老板		10	 创维 (Skyworth)	

注：京东大家电行业合并‘大家电’‘厨卫大电’‘家电配件’三个类目的数据

“以旧换新”政策助力大家电行业，多项补贴计划刺激消费

时间	机构/会议	相关表述
23/12/12	中央经济工作会议	“要以提高技术、能耗、排放等标准为牵引推动大规模设备更新和消费品以旧换新”
24/2/23	财经委会议	“要推动各类生产设备、服务设备更新和技术改造,鼓励汽车、家电等传统消费品以旧换新,推动耐用消费品以旧换新。推动大规模回收循环利用,加强“换新+回收”物流体系和新模式发展。对消费品以旧换新,要坚持中央财政和地方政府联动,统筹支持全链条各环节,更多惠及消费者”
24/3/1	国常会	“要结合各类设备和消费品更新换代差异化需求,加大财税、金融等政策支持,更好发挥能耗、排放、技术等标准的牵引作用,有序推进重点行业设备、建筑和市政基础设施领域设备、交通运输设备和老旧农业机械、教育医疗设备等更新改造,积极开展汽车、家电等消费品以旧换新,形成更新换代规模效应。”
24/3/5	两会政府工作报告	“着力扩大国内需求,推动经济实现良性循环”“稳定和扩大传统消费,鼓励和推动消费品以旧换新,提振智能网联新能源汽车、电子产品等大宗消费。”
24/4/12	商务部等14部门	《推动消费品以旧换新行动方案》,方案明确了消费品以旧换新的重点任务,推动家电以旧换新;推动家装厨卫“焕新”。

淘宝

天猫双11 2024

政府补贴首次叠加双11优惠
超3万款大牌家电6折

多重补贴叠加

- 20% 政府补贴
- +
- 15% 品牌官方立减
- +
- 8% 天猫家电惊喜券

电冰箱 洗衣机 电视机 空调
热水器 燃气灶 吸油烟机 ...

10月14日晚8点现货开售

淘 0.0 天猫 家电抢先购

首期活动时间: 2024年10月14日20点-10月18日 联合家电研究院

京东

便宜5

买家电家居 政府补贴享8折
搜索“家电家居11.11”

京东 家电家居11.11

家电销售领跑双十一，政府补贴提振作用显著

在本次双11大促中，家电品类的销售表现尤为突出，成为整体销售额的领军者。特别值得一提的是，超过20款“国补换新”的家电产品，在李佳琦直播间一天内实现了近4亿元的销售额。这些数据不仅凸显了家电产品在各个销售渠道的强劲需求，也反映了消费者对于家电品类的高度追捧和购买热情。

全网销售额TOP10行业

排名	行业	销额占比
1	家用电器	16.3%
2	手机数码	14.4%
3	服装	14.1%
4	个护美妆	8.2%
5	女鞋/男鞋/箱包	6.5%
6	家具建材	5.4%
7	食品饮料	5.3%
8	电脑办公	4.0%
9	母婴玩家	3.7%
10	运动户外	3.6%



政府补贴叠加天猫双11优惠
家电消费爆发

前1小时
大家电整体成交同比大涨**765%**

前4小时
471个家电品牌在天猫成交翻倍

首日，天猫以旧换新下单**Top5**省市
上海、山东、广东、浙江、四川

消费者“换新”家电品质，高端大品牌销量居前



海尔、美的、小天鹅等品牌销量居前，快速突破亿元销售额，显示出家电品牌在本次大促中的强劲势头。从“以旧换新”实施过程中不难发现，用户在选择换新过程中，绝非单纯是看有补贴的价格便宜，更重要的是家电品质的换新实质，以迭代高端新产品换掉老旧产品。

天猫平台大家电行业销售额TOP5品牌

排名	品牌
1	海尔
2	美的
3	小天鹅
4	TCL
5	小米

京东平台大家电行业销售额TOP5品牌

排名	品牌
1	海尔
2	美的
3	小米
4	小天鹅
5	格力

淘系平台大家电行业销售额TOP10商品

排名	品牌	商品
1	haier/海尔	[政府补贴]海尔386洗烘套装精华洗衣机透视烘干机 376升级款
2	gree/格力	【政府以旧换新补贴】格力官方一级变频3匹空调立式柜机云锦III
3	midea/美的	【政府换新补贴】美的空调立式一级变频3匹客厅家用柜机酷省电
4	gree/格力	【政府以旧换新补贴】格力官方正1.5匹一级能效变频空调挂机云佳
5	haier/海尔	[云溪冠军版]海尔376白洗烘套装精华洗滚筒洗衣机双擎热泵烘干机
6	midea/美的	政府补贴美的酷省电空调家用一级能效卧室大1.5匹变频冷暖挂机
7	haier/海尔	[政府补贴]海尔家用全自动精华洗直驱超薄10kg滚筒洗衣机582
8	gree/格力	【政府以旧换新补贴】格力官方一级变频3匹智能空调柜机云逸II
9	haier/海尔	[政府补贴8折]海尔空调官方1.5匹一级变频冷暖家用挂机劲爽35LCA
10	haier/海尔	[1.1洗净]海尔滚筒洗衣机家用全自动超薄10kg大容量洗脱除菌MAX29

02 大家电行业细分市场

MARKET SEGMENTS

空调、冰箱、平板电视和洗衣机这四个类目在京东和淘系平台的销售表现非常突出，累计占据了近七成的市场份额



24年YTD10月大家电类目排名

淘系 CR10占比:95%		京东 CR10占比:89%	
排名	类目	排名	类目
1	空调	1	空调
2	冰箱	2	冰箱
3	平板电视	3	洗衣机
4	洗衣机	4	平板电视
5	厨房大电	5	油烟机
6	热水器	6	燃气热水器
7	洗烘套装	7	电热水器
8	洗碗机	8	洗碗机
9	集成灶	9	灶具
10	家电配件	10	中央空调

注：京东大家电行业合并‘大家电’‘厨卫大电’‘家电配件’三个类目的数据

02.1

大家电行业细分市场-空调

MARKET SEGMENTS

淘系平台空调类目价格带销量集中，季节性需求显著，高端产品节日热销



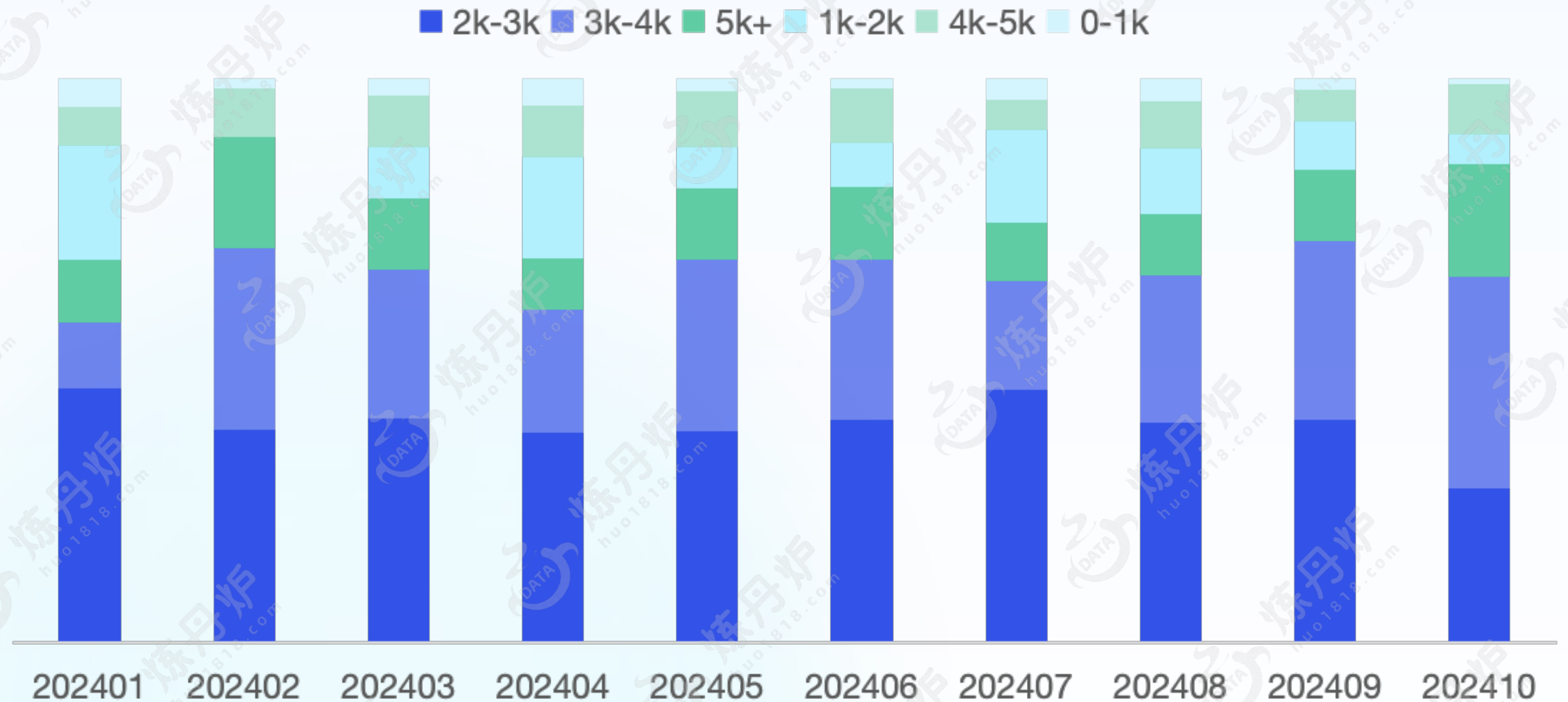
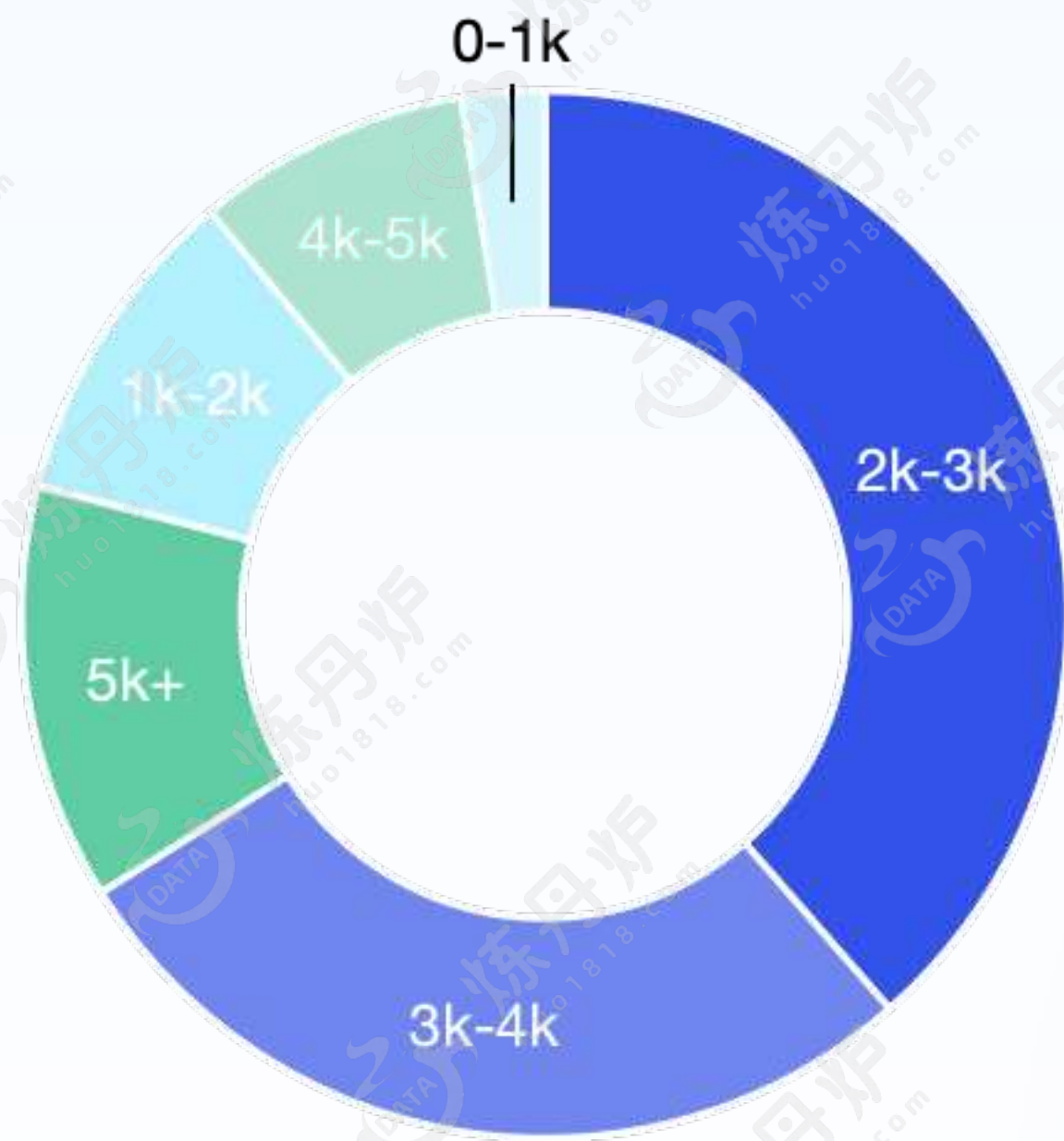
价格带销量分布：

在淘系平台，空调类目的销量主要集中在2k-3k和3k-4k元的价格带，这表明消费者在这两个价格区间的购买力较强

月份销量占比特点：

1k-2k元价格带的销量在1月、4月和7月占比较其他月份有所上升，1月可能受春节前购物潮的影响，4月和7月可能是夏季需求的增加
5k+元以上的高端产品主要集中在2月和10月，消费者可能在春节和“双十一”这些时期更倾向于购买高端产品

24年YTD10月淘系平台主要价格带销量分布



京东平台空调类目1K-3K价格带销量领先，季节性波动影响显著



价格带销量分布：

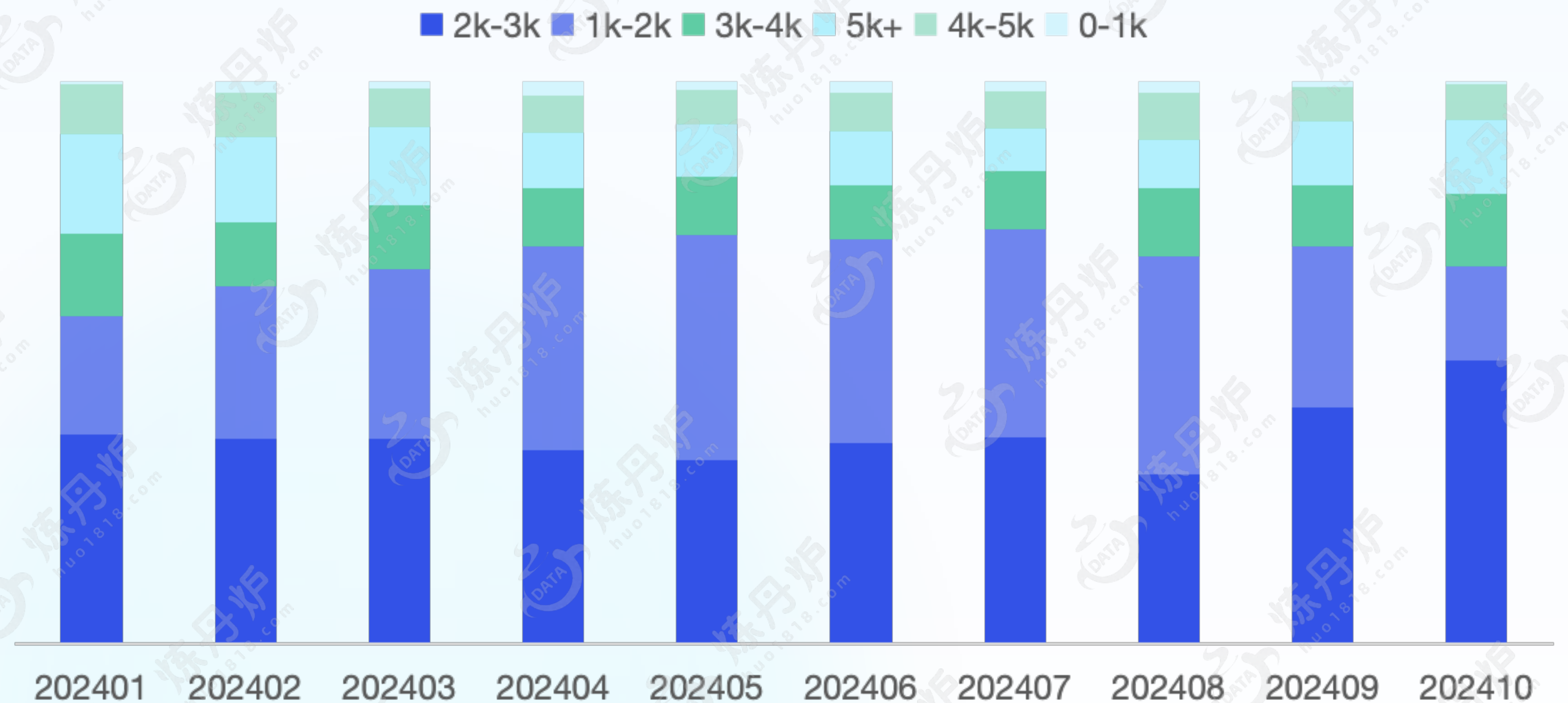
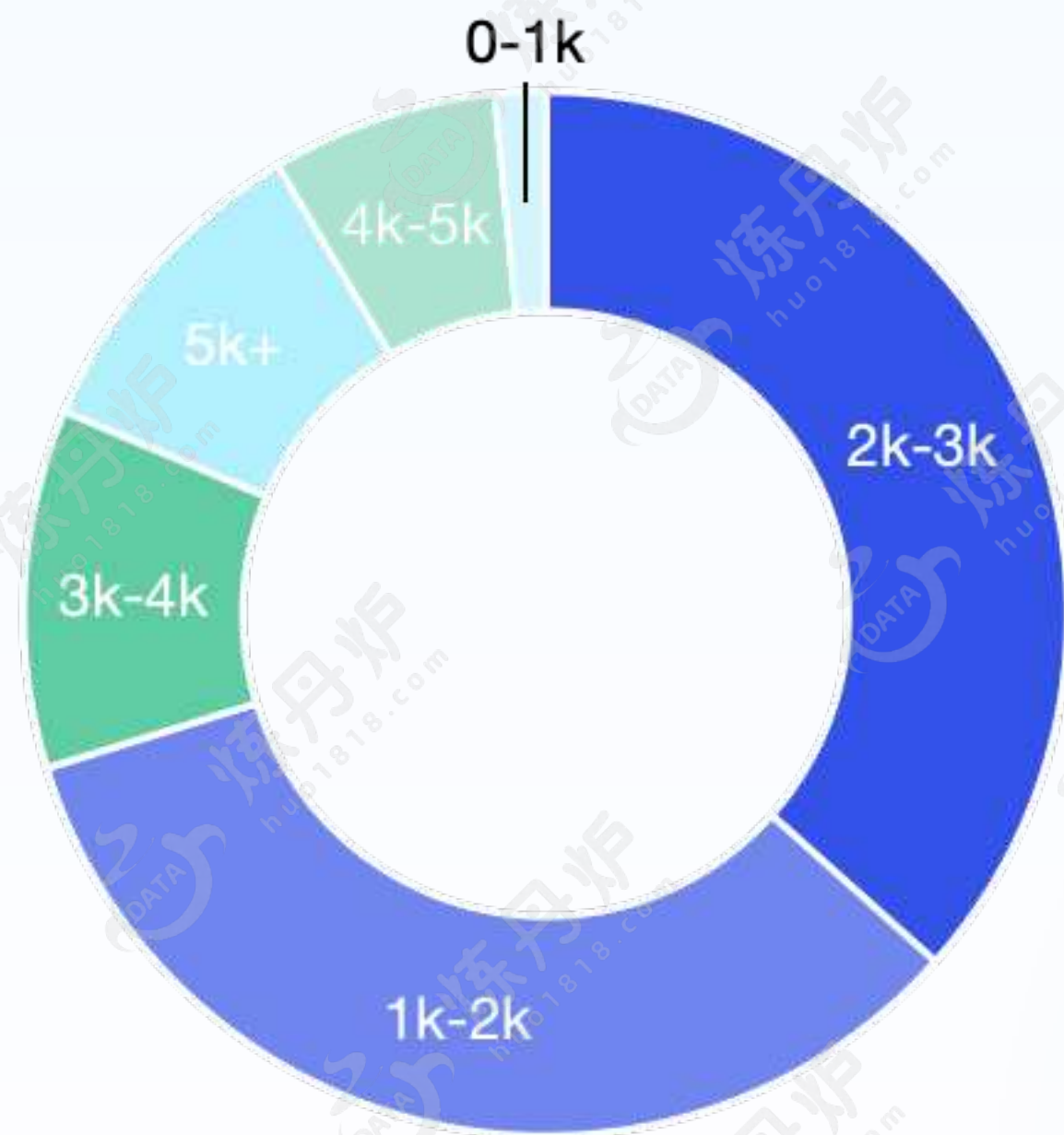
在京东平台，空调类目的销量主要集中在2k-3k元和1k-2k元的价格带，这表明消费者在购买空调时更倾向于选择性价比较高的产品

月份销量占比特点：

1k-2k元价格带的销量主要集中在4-8月，夏季是空调销售的高峰期，消费者对价格更为敏感





















5k+元以上的高端产品主要集中在1、2月和10月，节日期间消费者购买力增强，更愿意投资于高端产品

24年YTD10月京东平台主要价格带销量分布



美的与格力领先，市场集中度高，海尔多品牌战略布局跻身淘京东TOP10

24年YTD10月空调品牌排名

淘系 CR10占比:95%		京东 CR10占比:86%	
排名	品牌	排名	品牌
1	 midea/美的	1	 格力 (GREE)
2	 gree/格力	2	 美的 (Midea)
3	 haier/海尔	3	 小米 (MI)
4	 miui/小米	4	 奥克斯 (AUX)
5	 aux/奥克斯	5	 海尔 (Haier)
6	 华凌	6	 华凌
7	 hisense/海信	7	 海信 (Hisense)
8	 tcl	8	 TCL
9	 leader/统帅	9	 统帅 (Leader)
10	 小超人	10	 科龙 (KELON)

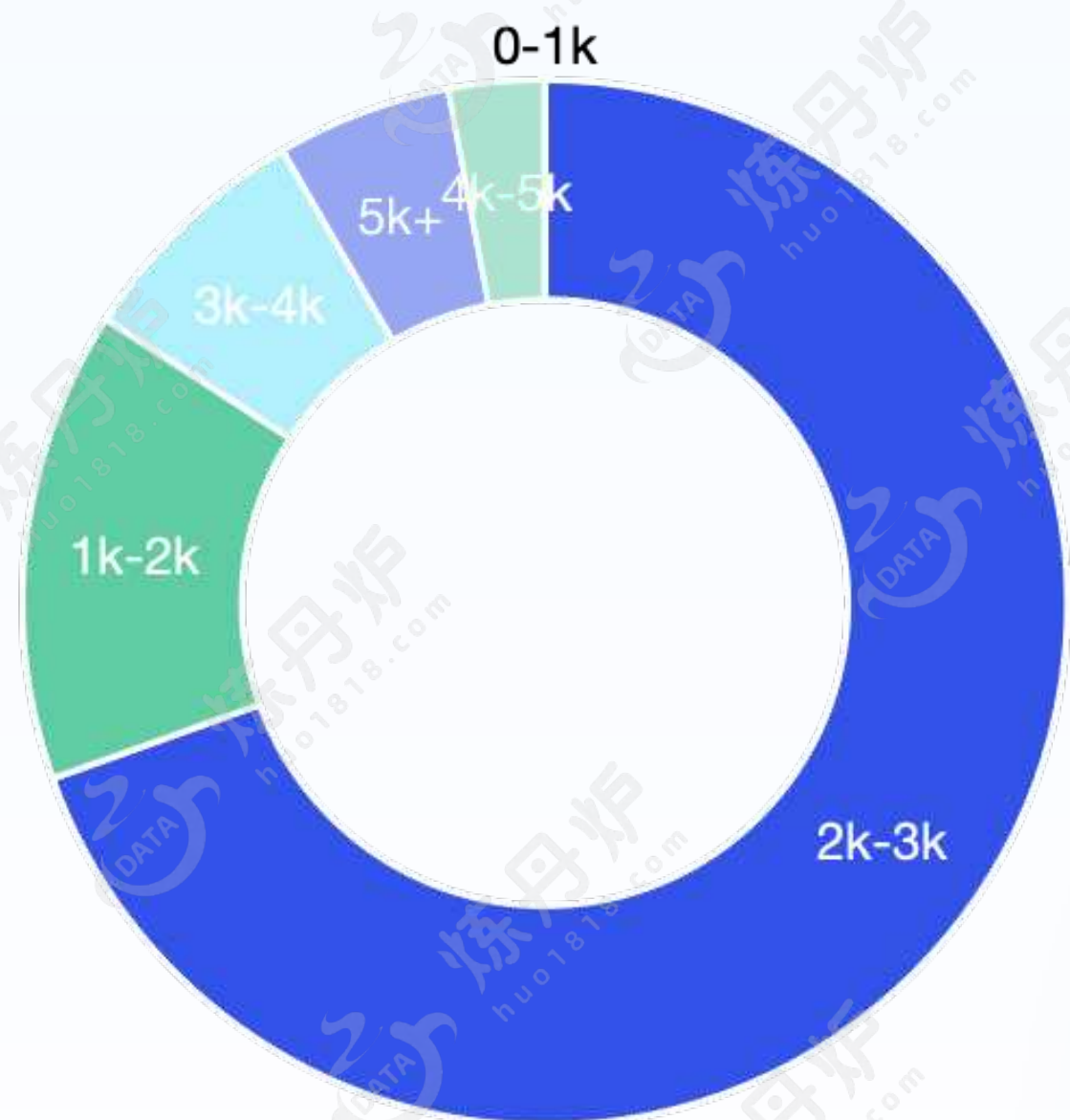
注：京东大家电行业合并‘大家电’‘厨卫大电’‘家电配件’三个类目的数据

小米空调类目2K-3K元价格带销量领先，“巨省电”系列受青睐

价格带销量分布：小米空调销量主要集中在2k-3k元这个价格带，约占小米整体的近七成，这表明消费者在购买小米空调时，更倾向于选择性价比高的产品

热销品分析：这款空调是小米“巨省电”系列的一款产品，该系列是小米空调的一个重要系列，以其高性价比、高能效和智能化功能，成为小米智能家居生态系统中的一个重要组成部分，而小米生态链的协同效应，使得用户在购买了小米手机、电视、路由器等其他智能设备后，更倾向于购买小米空调，以实现智能家居的无缝连接

24年YTD10月小米空调主要价格带销量分布



小米热销品

商品名称：**【政府补贴20%】小米巨省电空调挂机冷暖1.5匹一级能效变频智能**

参考售价：2599

补贴后到手价：1839.2

核心卖点：



- 新一级能效：**这款空调具备新一级能效，APF值高达5.27，相较于同类产品，它的节能性能更为出色
- 优化静音设计：**将噪音有效降低至18dB（A），为用户带来更为宁静的使用体验
- 智能控制：**支持米家APP远程操控和小爱同学语音控制，提供便捷的智能体验。
- 快速冷暖：**“30s速冷 60s速热”采用全直流变频架构和高效的压缩机，配合智能双模式节能技术，制冷制热效果迅速且稳定。
- 智能自清洁：**具备内外机自动清洁功能，有效减少细菌滋生
- 温湿双控功能：**0.5度精细调温技术和45%~65%湿度范围控制，确保室内温度湿度的精准调节
- 外观设计：**外形美观，色彩温和，时尚大气，能很好地融入到室内装饰中
- 空调三榜蝉联：**天猫热卖榜，热销榜，好评榜三榜蝉联top1

卖家服务与物流体验并重，安装质量与速度成关键考量因素

声量维度(16)

声量数及占比

24年YTD10月空调类目正向声量维度分布



空调类目“卖家服务”正向二级声量维度分布

声量维度(16)

声量数及占比



评价词云

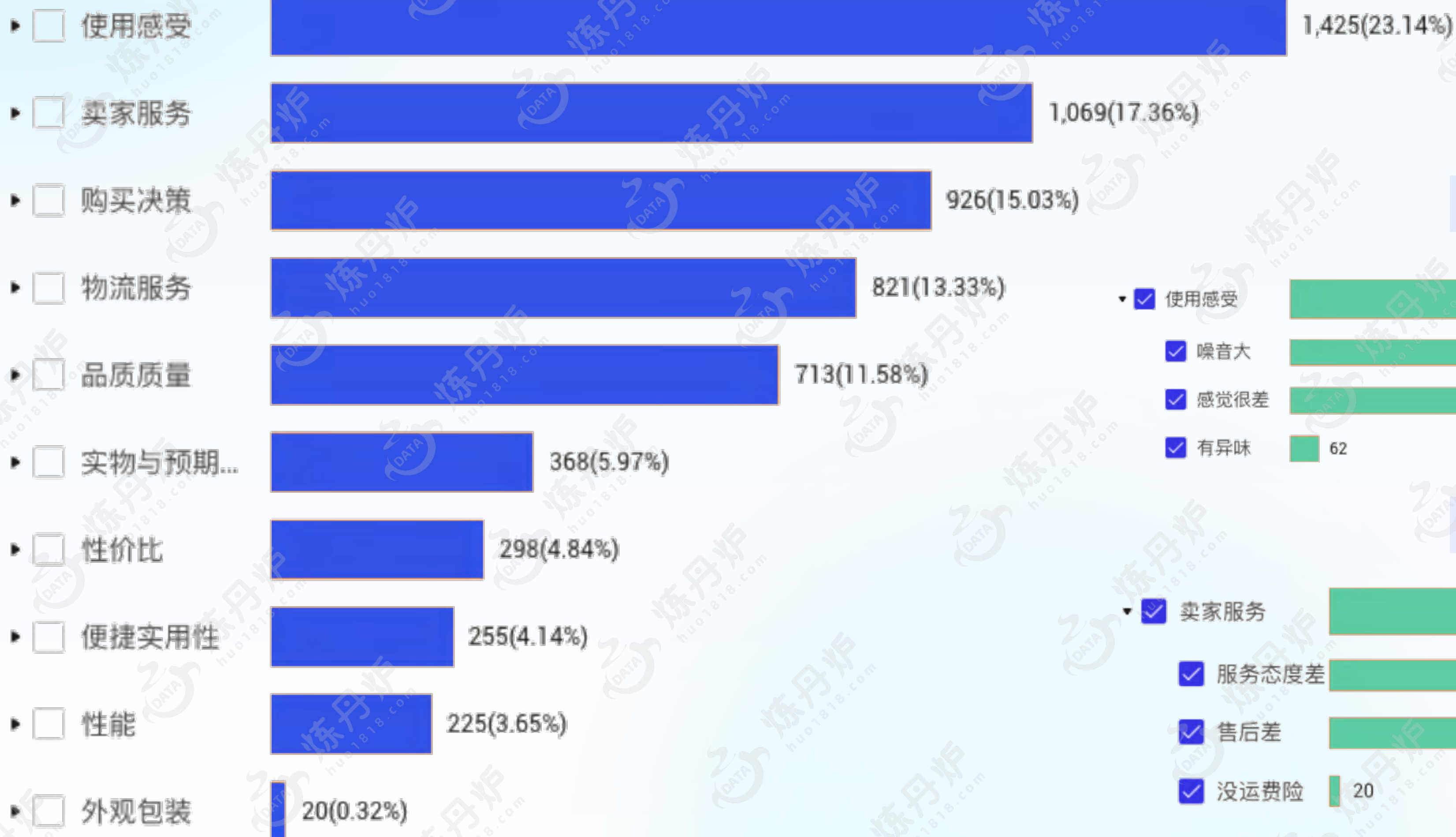


降低噪音设计与提高客服服务质量是空调类目改进的重要方向

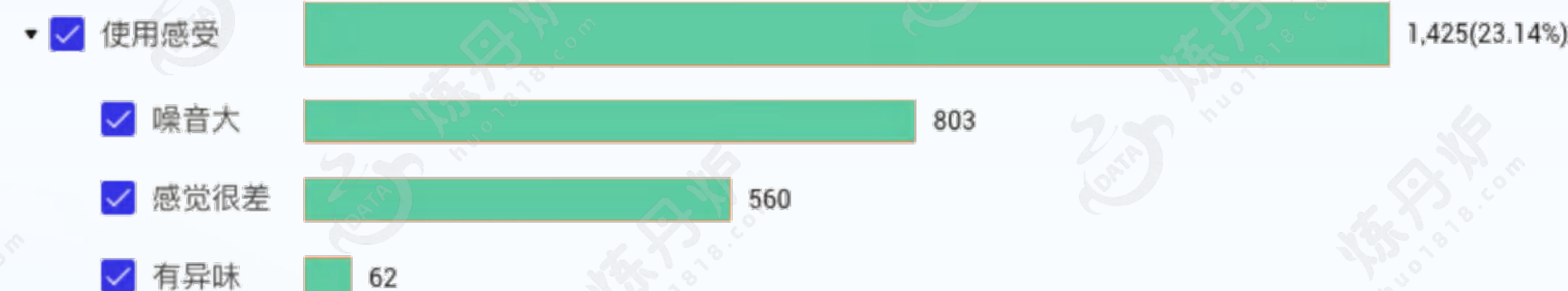
声量维度(10)

声量数及占比

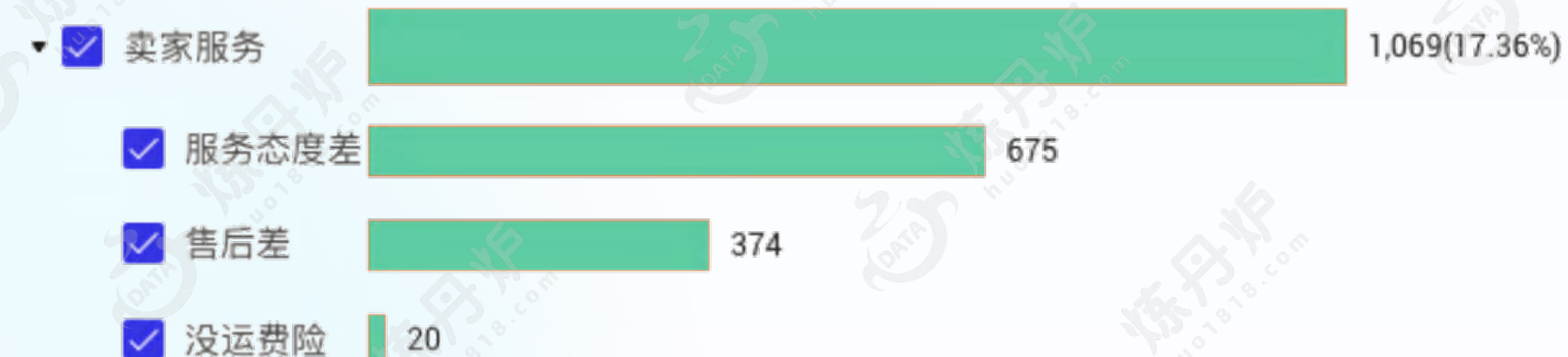
24年YTD10月空调类目负向声量维度分布



空调类目“使用感受”负向二级声量维度分布



空调类目“卖家服务”负向二级声量维度分布



02.2

大家电行业细分市场-冰箱

MARKET SEGMENTS

淘系平台冰箱类目：0 - 1K、5K +、1K - 2K 元价格带为主要销量区，各价格带销量占比受季节和促销影响呈现不同月份高峰

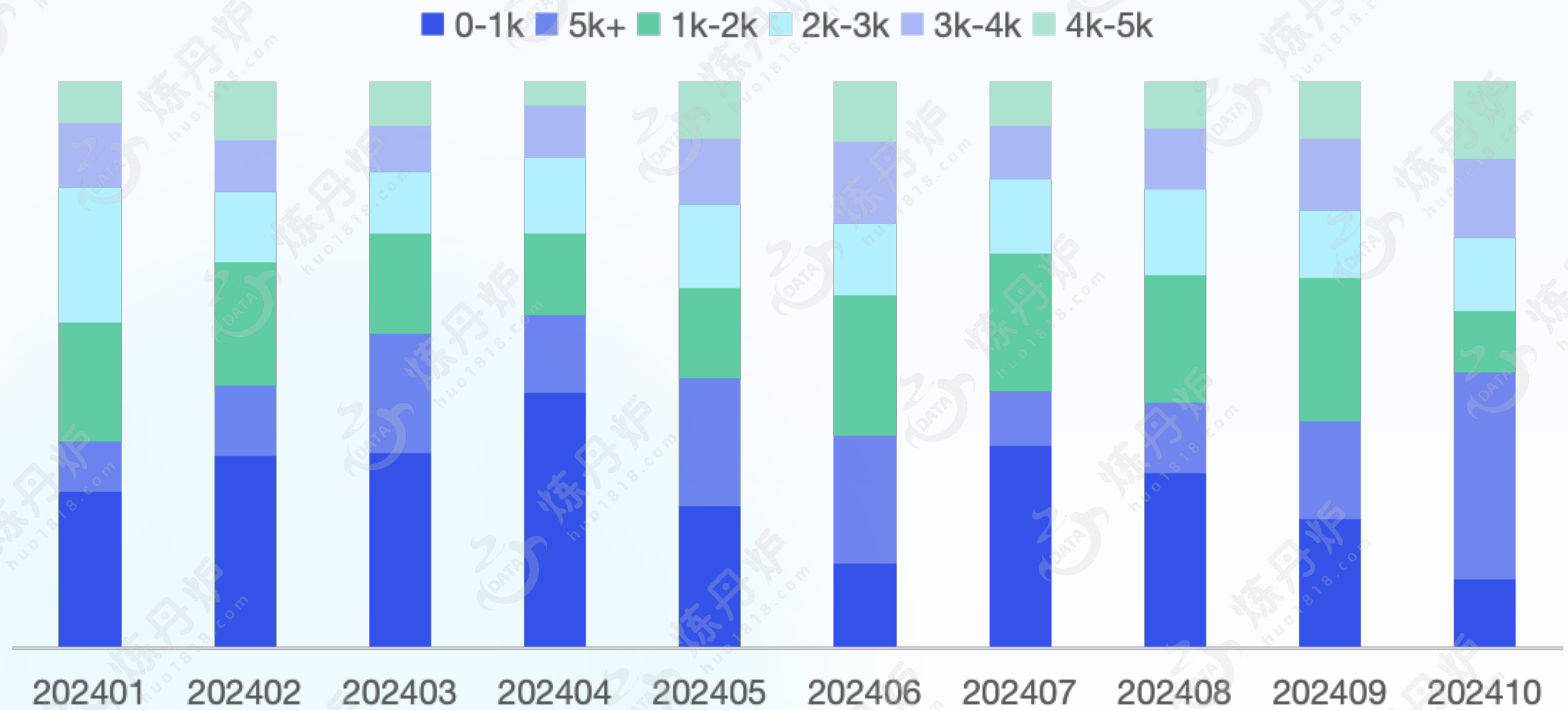
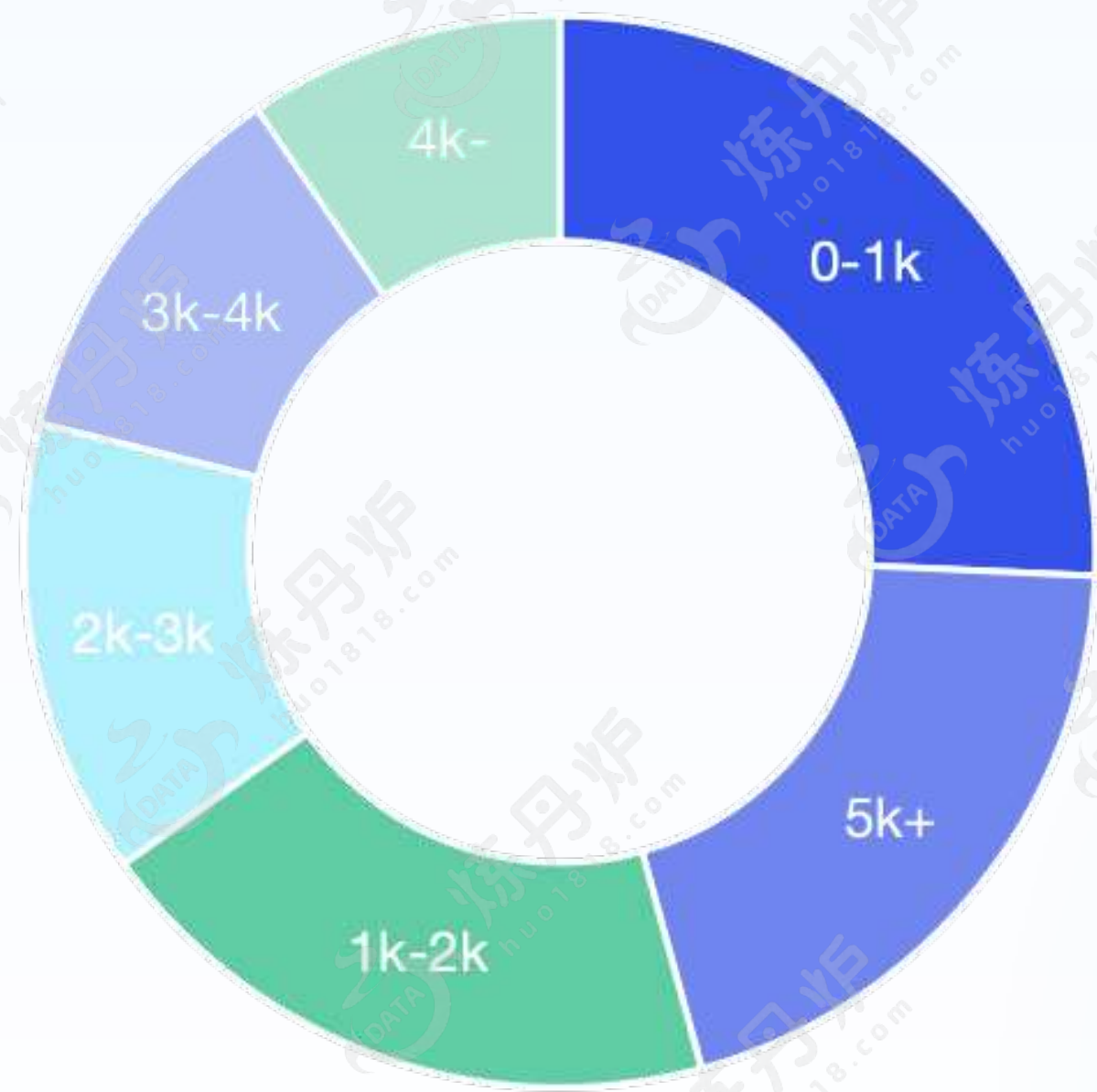


价格带销量分布：在淘系平台，冰箱类目的销量主要集中在0-1k，5k+和1k-2k元的价格带，这三个价格带分布较均衡，这表明这三个价格带在市场中都有稳定的需求

月份销量占比特点：0-1k元价格带在2-4月和7-8月的占比尤为突出，其中4月份达到顶峰。这可能与春季和夏季的换季需求有关，消费者在这些时期更倾向于购买性价比较高的冰箱

5k+元的高端价格带在3月、5-6月和10月份的占比较为突出，其中10月份的占比达到顶峰。这可能与大促期间消费者购买力增强，更愿意投资于高端产品有关。

24年YTD10月淘系平台主要价格带销量分布



京东平台冰箱类目：低价带为主，1K - 2K 价格带夏季需求增加、中高端价格带春节受青睐

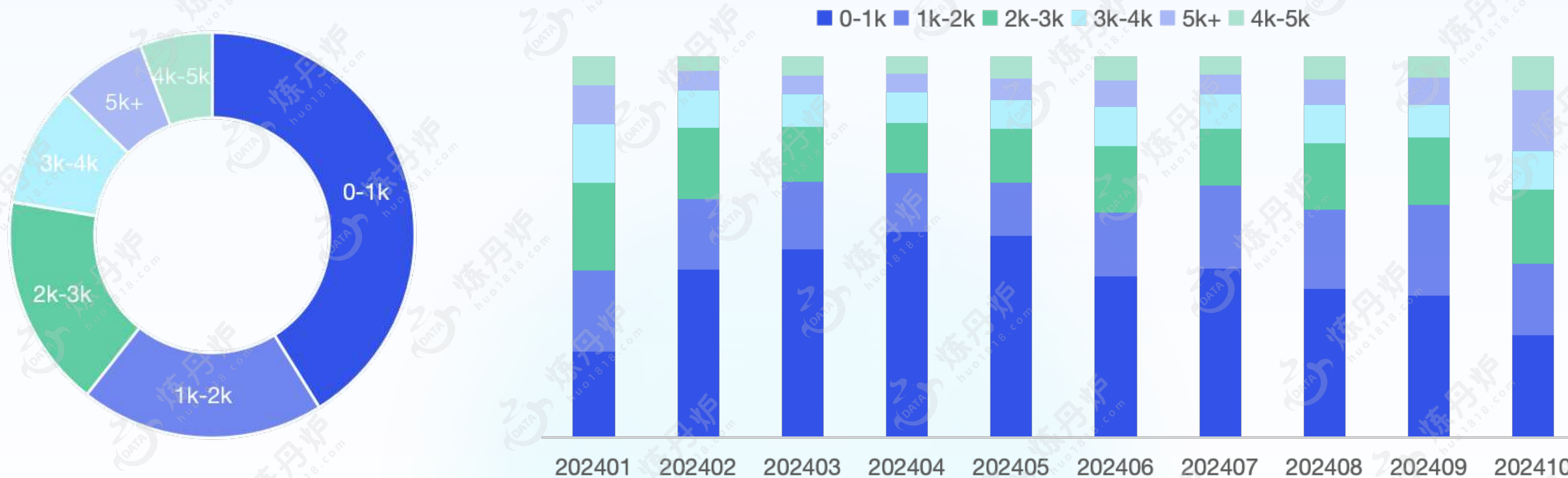


价格带销量分布：在京东平台，冰箱类目销量在 0 - 1k价格带占比最高，近 40%，1k - 2k和2k - 3k 元价格带次之且占比相近，各近 20%，整体呈现低价区间销量比重较大的分布特点

月份销量占比特点：



1k-2k元价格带主要集中在7-9月，这可能与夏季高温导致的冰箱需求增加有关，在这一时期，消费者更倾向于购买性价比较高的冰箱
2k-3k和3k-4k元价格带在1月的销量占比突出，这可能与春节期间消费者购买力增强，更愿意投资于中高端产品有关。

24年YTD10月淘系平台主要价格带销量分布



TOP10 品牌淘京排名趋同，海尔稳居第一占近三成份额

24年YTD10月冰箱品牌排名

淘系 CR10占比:87%			京东 CR10占比:79%		
排名	品牌		排名	品牌	
1		haier/海尔	1		海尔 (Haier)
2		midea/美的	2		美的 (Midea)
3		ronshen/容声	3		容声 (Ronshen)
4		casarte/卡萨帝	4		小米 (MI)
5		meiling/美菱	5		卡萨帝 (Casarte)
6		leader/统帅	6		TCL
7		siemens/西门子	7		美菱 (MeiLing)
8		tcl	8		西门子 (SIEMENS)
9		mijia/米家	9		松下 (Panasonic)
10		panasonic/松下	10		统帅 (Leader)

注：京东大家电行业合并‘大家电’‘厨卫大电’‘家电配件’三个类目的数据

美的冰箱高端价格带更受青睐，多元营销策略驱动品牌增长与换新潮流



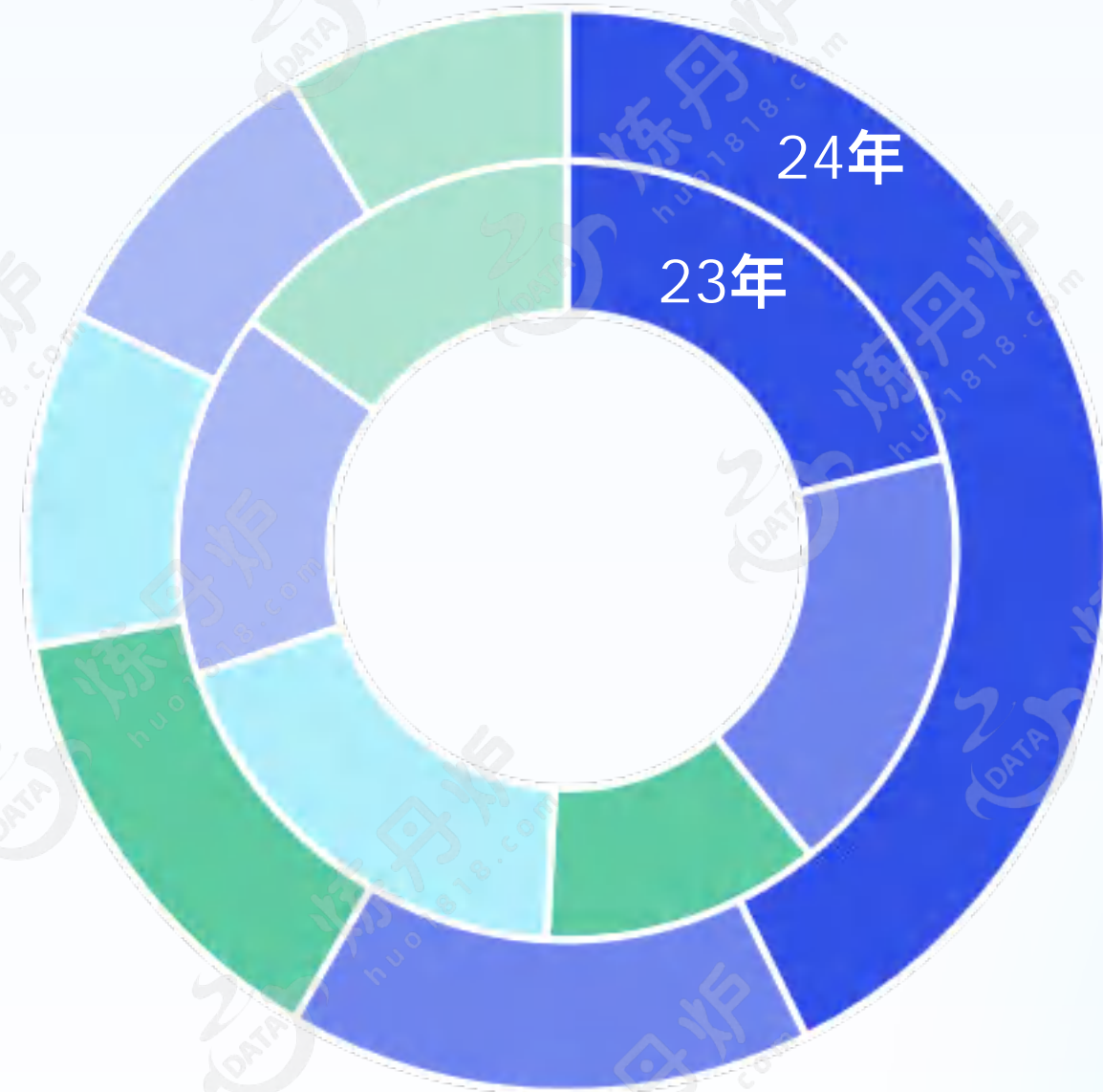
价格带销量分布：美的冰箱5k+元这个价格带需求增长突出，显示出消费者对高品质、高价位段冰箱的欲望逐年增强。

营销策略分析：美的冰箱在武汉、内江市、和田地区、青岛等地开展以旧换新活动，包括价格抵扣等优惠和趣味活动，同时进行服务升级推出免费厨改服务，还举办了青岛站冰箱全民领（鲜）跑体育赛事，并且与抖音联手开展“万人共赴美的盛宴”超级品牌日活动，与《唐宫夜宴》IP合作，通过多种创新方式取得佳绩，树立品牌形象。

3年YTD10月 VS 24年YTD10月美的冰箱主要价格带销量分布

营销策略

■ 5k+ ■ 1k-2k ■ 2k-3k ■ 4k-5k ■ 0-1k ■ 3k-4k



美的 × 以旧换新

2024年，美的冰箱在武汉（3月1日 - 12月31日）、内江市、和田地区（11月2日 - 11月11日）、青岛（5月17日）等地开展以旧换新活动，优惠包括价格抵扣、叠加补贴、抽奖及各类免费服务和趣味打卡活动。



美的 × 免费厨改服务

美的冰箱进行服务升级，推出免费厨房局改服务，引领冰箱换新消费新潮流。以购美微晶口感保鲜冰箱为例，消费者不仅可享受到最高减免1200元的局部厨改服务，还可享受压缩机10年免费包换。



美的 × 体育赛事

8月10日傍晚，由青岛市体育产业发展中心主办、美的集团青岛运营中心等承办的美的冰箱全民领（鲜）跑·青岛站在天泰体育场开跑，3公里赛程吸引300多名夜跑爱好者，现场互动可领精美礼品，提升了品牌的知名度和影响力。



美的 × 《唐宫夜宴》

美的集团与抖音联手开展“万人共赴美的盛宴”超级品牌日活动，围绕“家电焕新”，与《唐宫夜宴》IP合作，采取“优价货全”策略，通过创意视频、合作多位抖音头部及垂类达人等多种创新方式，强化激发消费者认知与需求，获3亿曝光和2亿销售额，树立品牌标杆，彰显责任与活力。



消费者重使用感、功能（制冷、保鲜、抗菌尤受关注）、尺寸和卖家服务



24年YTD10月冰箱类目正向声量维度分布



冰箱类目“功能”正向二级声量维度分布



保鲜效果也很好 是否智能控制：能 智能控制 制冷无霜 抗菌保鲜效果很好 冷冻效果很好 冷冻效果好
 制冷很快 抗菌保鲜效果：好 制冷效果好 制冷很快
 无霜的 制冷好 功能齐全 抗菌保鲜效果 制冷效果非常好 抗菌
是否智能控制 抗菌保鲜效果 保鲜效果好 无霜
 制冷效果也很好 制冷快 制冷效果很好 制冷很好 抗菌保鲜效果好
 保鲜效果不错 是否智能控制：是
 是否智能控制：好 保鲜效果很好 制冷也快 抗菌保鲜效果：抗菌

优化降噪、散热系统的设计并加强生产环节的质量监控是冰箱类目改进的重要方向

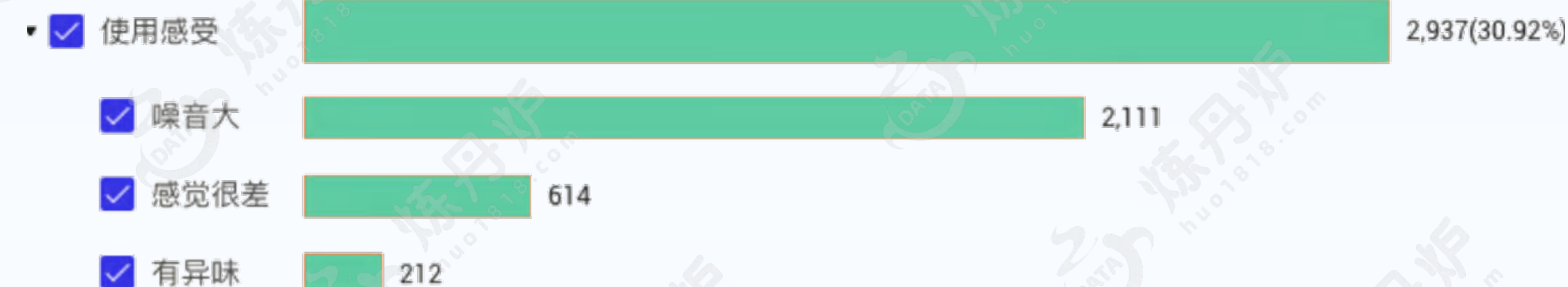
声量维度(10)

声量数及占比

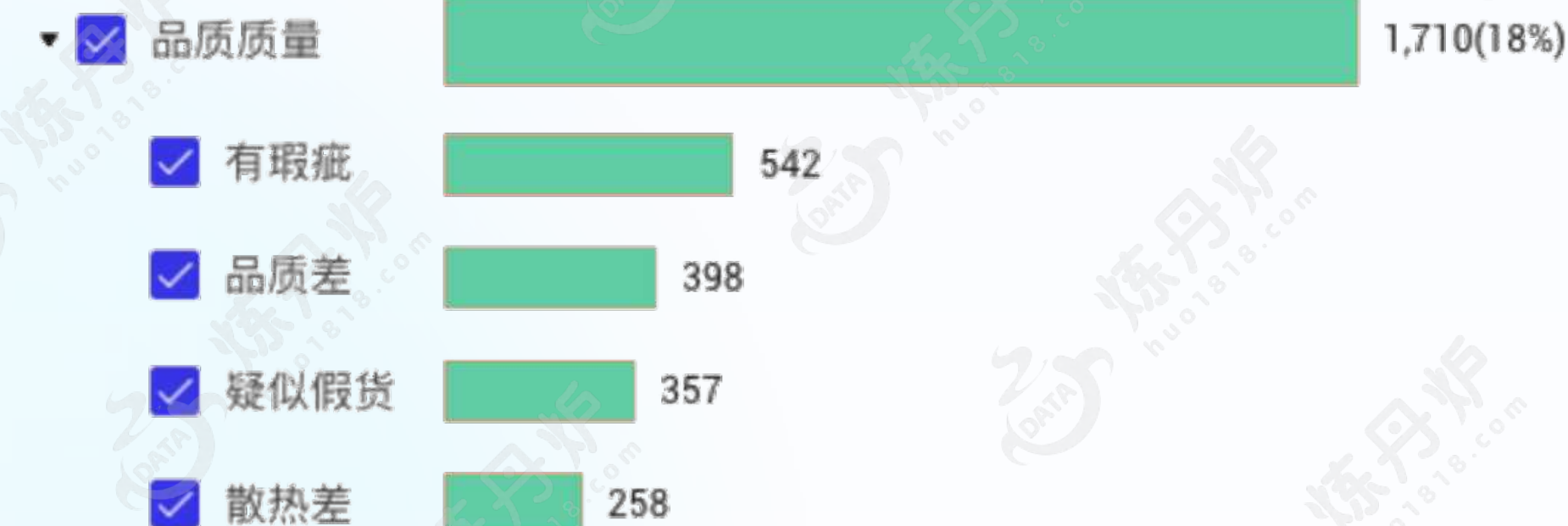
24年YTD10月冰箱类目负向声量维度分布



冰箱类目“使用感受”负向二级声量维度分布



冰箱类目“品质质量”负向二级声量维度分布



02.3

大家电行业细分市场-平板电视

MARKET SEGMENTS

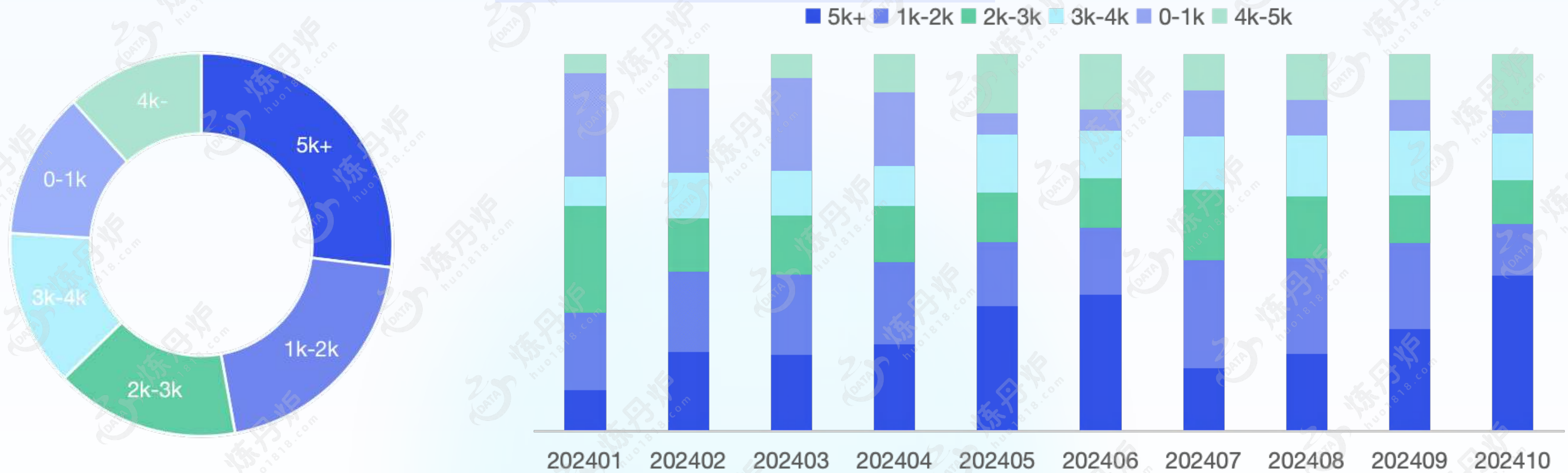
淘系平台平板电视类目：中低价位段受特定月份影响显著，高端产品在促销期销量激增



价格带销量分布：在淘系平台，平板电视类目的销量主要集中在5k+和1k-2k元的价格带，这表明消费者在购买平板电视时，更倾向于选择高端或者性价比高的产品

月份销量占比特点：0-1k元价格带在1-4月的占比突出，或受新年新开始的心里预期影响，而该价格段的产品价格相对较低，消费者更容易做出购买决策；1k-2k元价格带在7-9月的占比突出，这一时期是学生放暑假、家庭聚会和休闲娱乐的高峰期，该价格段价格亲民又能满足日常需求，对于一般家庭来说是比较理想的选择；4k-5k和5k+的高端价格带在5-6月和10月份的占比较为突出，其中10月份的占比达到顶峰。这可能与大促期间消费者购买力增强，更愿意投资于高端产品有关。

24年YTD10月淘系平台主要价格带销量分布



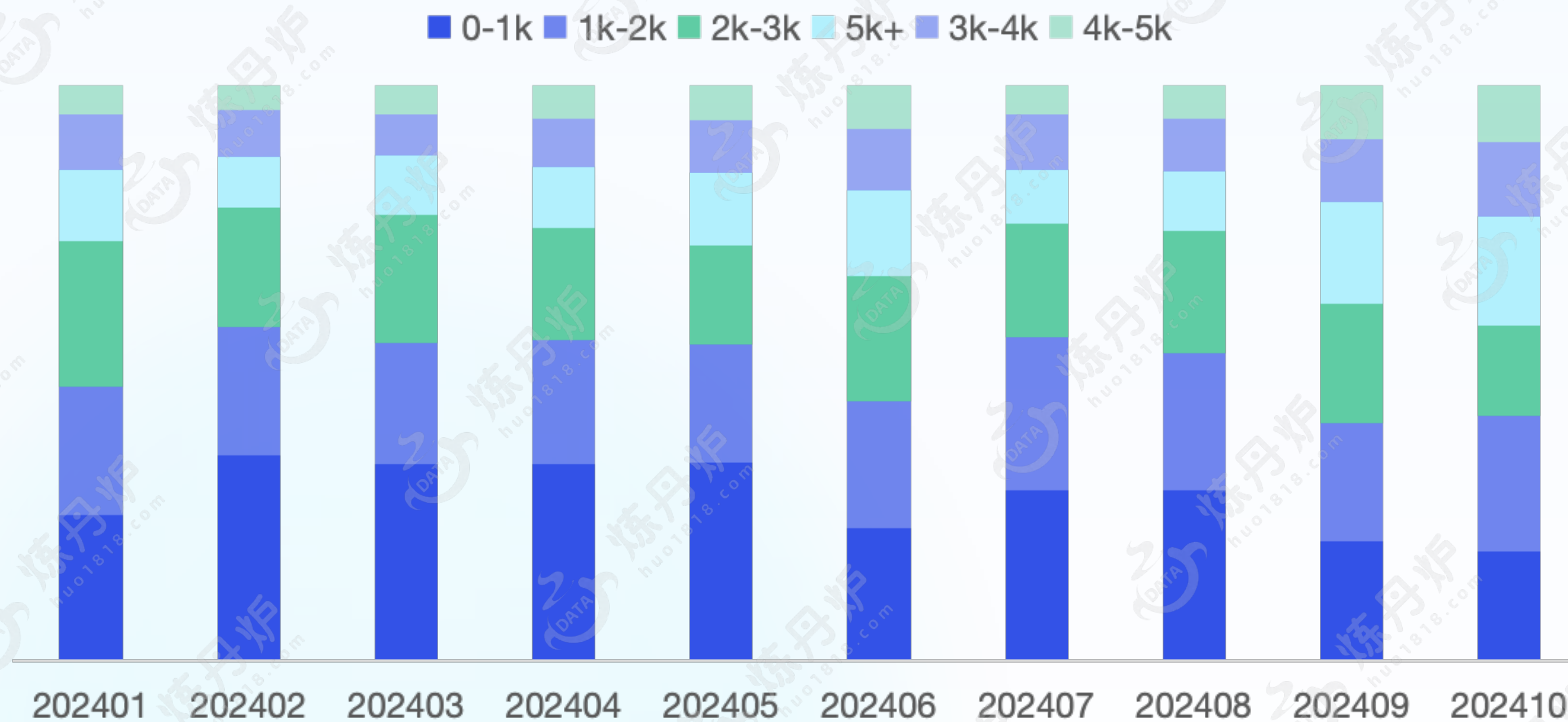
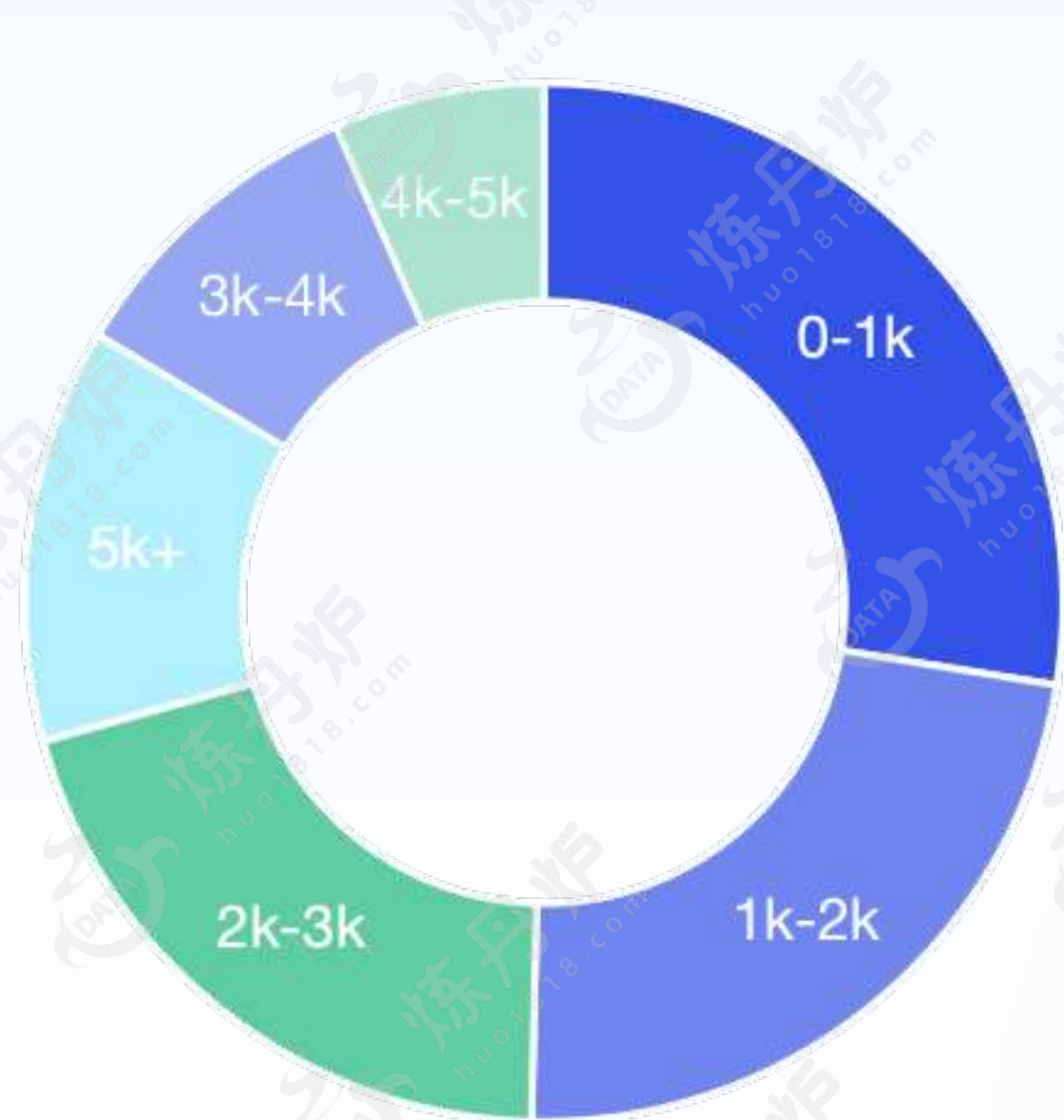
京东平台平板电视类目：中低端性价比产品为主，部分价格带因季节和特殊需求呈销售高峰



价格带销量分布：在京东平台，平板电视类目的销量主要集中在0-1k、1k-2k和2k-3k元的价格带。这表明消费者在购买平板电视时，更倾向于选择性价比较高的产品


















月份销量占比特点：1k-2k和2k-3k价格带全年销量占比分布相对均匀，这两个价格段的产品在全年都有稳定的市场需求。5k+的高端价格带在6月和9-10月份的占比较为突出，6月或受年中大促的影响，9-10月是传统的结婚旺季和乔迁新居的高峰期，新婚夫妇和新入住家庭通常会更注重家电的品质和档次，希望为新的家庭生活配备更好的设备。

24年YTD10月淘系平台主要价格带销量分布



TCL、小米和海信势均力敌，淘系平台海信与其子品牌VIDDA双双跻入TOP

24年YTD10月平板电视品牌排名

淘系 CR10占比:93%			京东 CR10占比:89%		
排名	品牌		排名	品牌	
1		tcl	1		小米 (MI)
2		miui/小米	2		海信 (Hisense)
3		hisense/海信	3		TCL
4		skyworth/创维	4		创维 (Skyworth)
5		vidda	5		雷鸟
6		ffalcon/雷鸟	6		索尼 (SONY)
7		changhong/长虹	7		华为 (HUAWEI)
8		haier/海尔	8		三星 (SAMSUNG)
9		sony/索尼	9		长虹 (CHANGHONG)
10		samsung/三星	10		康佳 (KONKA)

注：京东大家电行业合并‘大家电’‘厨卫大电’‘家电配件’三个类目的数据

华为、小米等科技企业借助AIOT生态优势跨界入局助突破



华为：华为的 IoT 生态构建了强大的连接能力和智能平台，为智慧屏的发展提供了坚实的基础，使其能够与其他智能设备实现无缝对接和协同工作，提升了用户的使用体验。

小米：小米拥有庞大的 IoT 生态链企业，形成了完整的智能家居生态系统。用户可以通过小米电视作为控制中心，方便地管理和控制家中的各种智能设备，增强了用户对小米品牌的粘性和认可度。

华为智慧屏

芯片优势：搭载麒麟 AI 芯片、鸿鹄智慧显示芯片、凌霄 Wi-Fi 芯片等，从底层芯片端进行创新和革命，带来体验上的升级。

功能亮点：不仅是家庭观影娱乐的中心，更是整合全场景信息的智慧化中心，可实现基于 HiLink 协议的**终端互联**互通化，能控制家中的智能设备，还能进行微信视频等。



匿名买家
75英寸 官方标配 2024/5/23 12:24:15
手机用的是华为的，所以电视也选择华为，手机打开nfc一秒畅连电视，投屏体验绝了，无网也能投，速度快操作简单，投屏简直太爽啦，玩游戏，k歌，娱乐，尤其是健身屏幕大不要更方便，以后我再也不用对着小小的平板健身了。添加通讯录好友畅连视频通话自带人像追踪功能绝了

小米“手机+AIoT”双引擎

性价比高：以高性价比的产品吸引消费者，在价格上具有较强的竞争力，打破了传统电视行业的价格格局。

功能丰富：拥有强大的智能功能，如远场语音技术、AI 智能控制等，满足了消费者对于智能电视的需求。

生态联动：通过小米日益完善的 **AIoT 联动**能力，电视可与小米手机、小爱音箱等多**终端智能控制**，实现了智能家居的一体化体验。



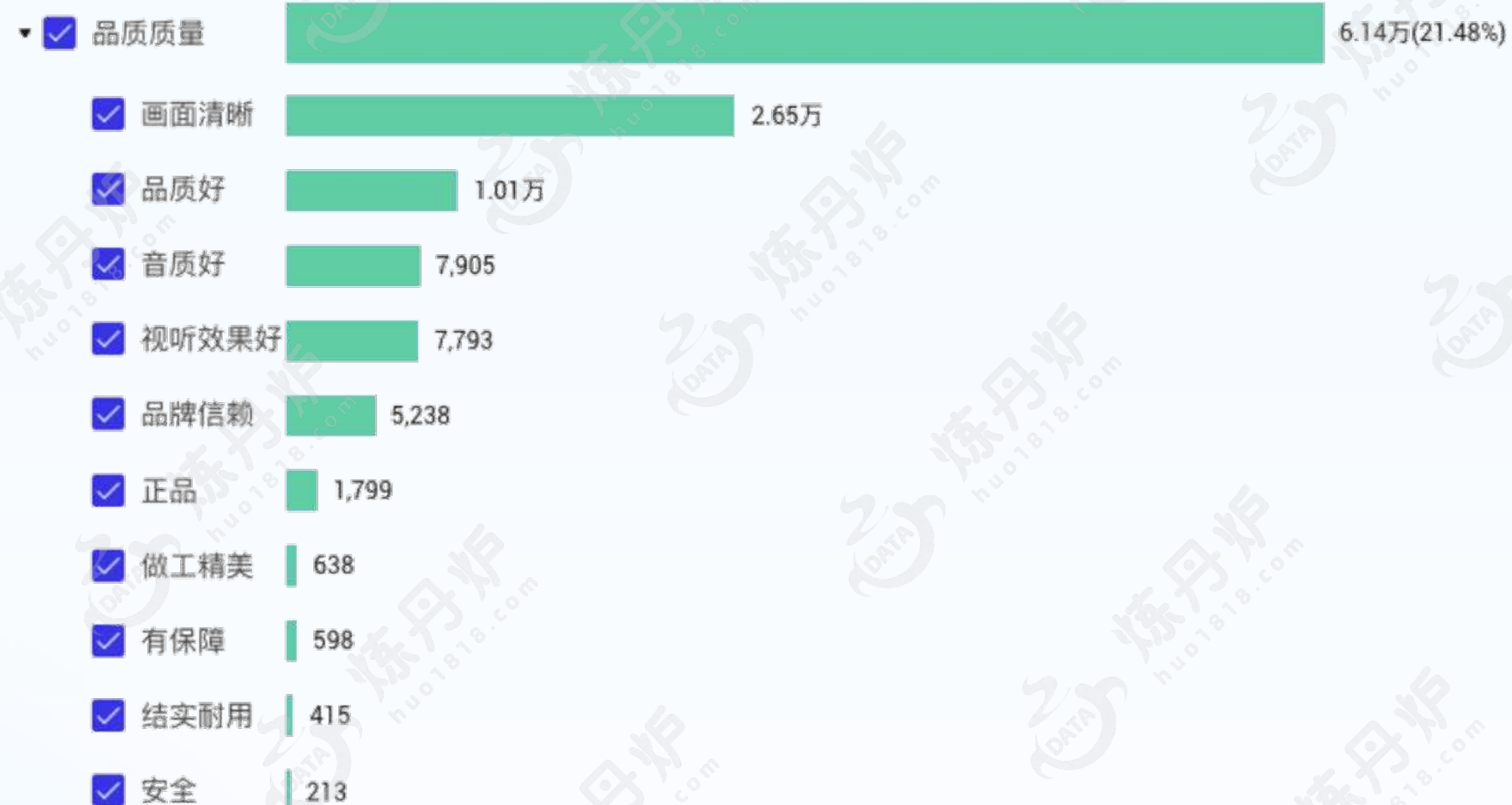
品质质量与卖家服务受青睐，画面、品质、音质和视听效果成关注重点



24年YTD10月平板电视类目正向声量维度分布



平板电视类目“品质质量”正向二级声量维度分布



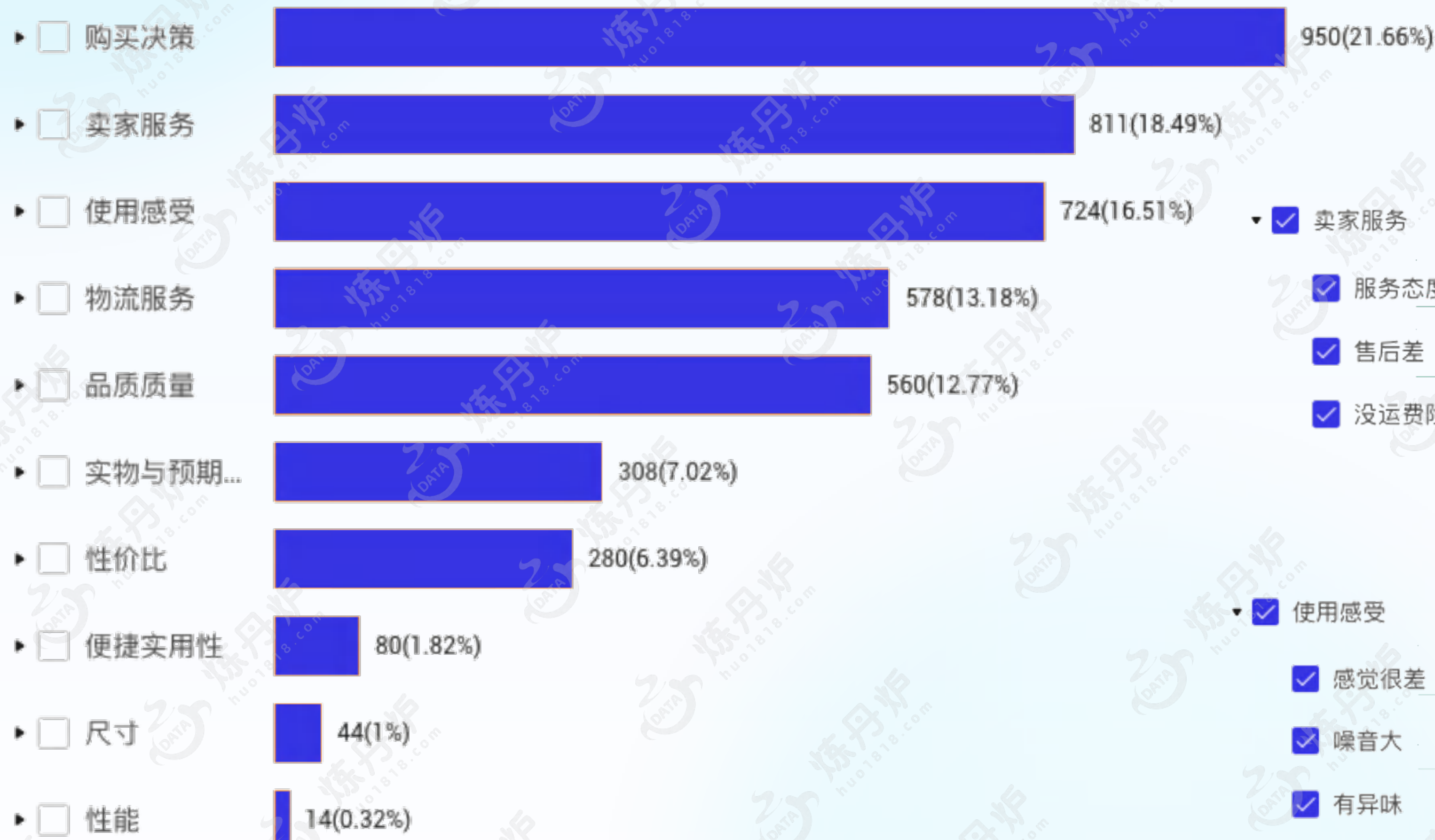
视听效果很好 质量非常好 是正品 音质也好 音质好 视听效果：非常好 高品质
 画质清晰 画面很清晰 音质也不错 画质很好 大品牌值得信赖 画质清晰
 画质清晰 画面很清晰 音质也不错 画质很好 大品牌
 画质很好 音质很好 画质清晰 质量不错 视听效果好
 画质好 音质特别好 画面清晰 清晰度高 画质清晰流畅

提供专业的客服培训和加强售后服务体系并优化降噪设计是平板电视类目改进的重要方向

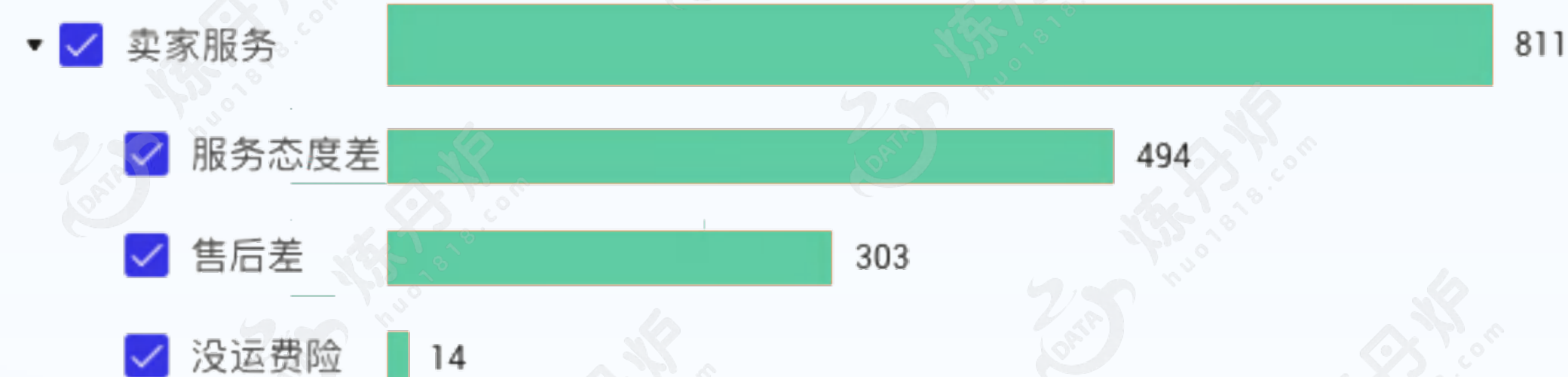
声量维度(10)

声量数及占比

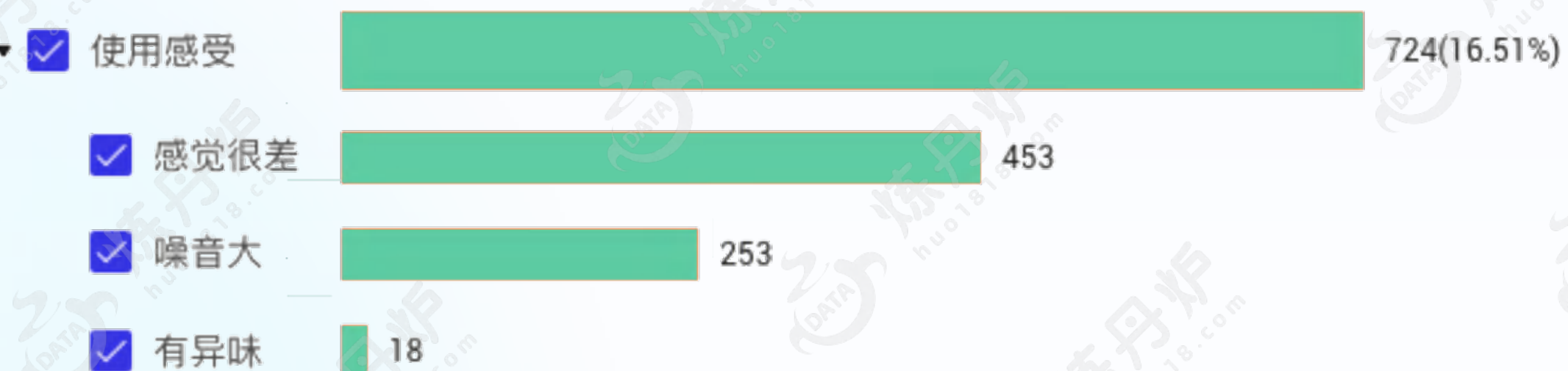
24年YTD10月平板电视类目负向声量维度分布



平板电视类目“卖家服务”负向二级声量维度分布



平板电视类目“使用感受”负向二级声量维度分布



02.4

大家电行业细分市场洗衣机

MARKET SEGMENTS

淘系平台洗衣机类目中低端产品受青睐，年中促销推动消费升级

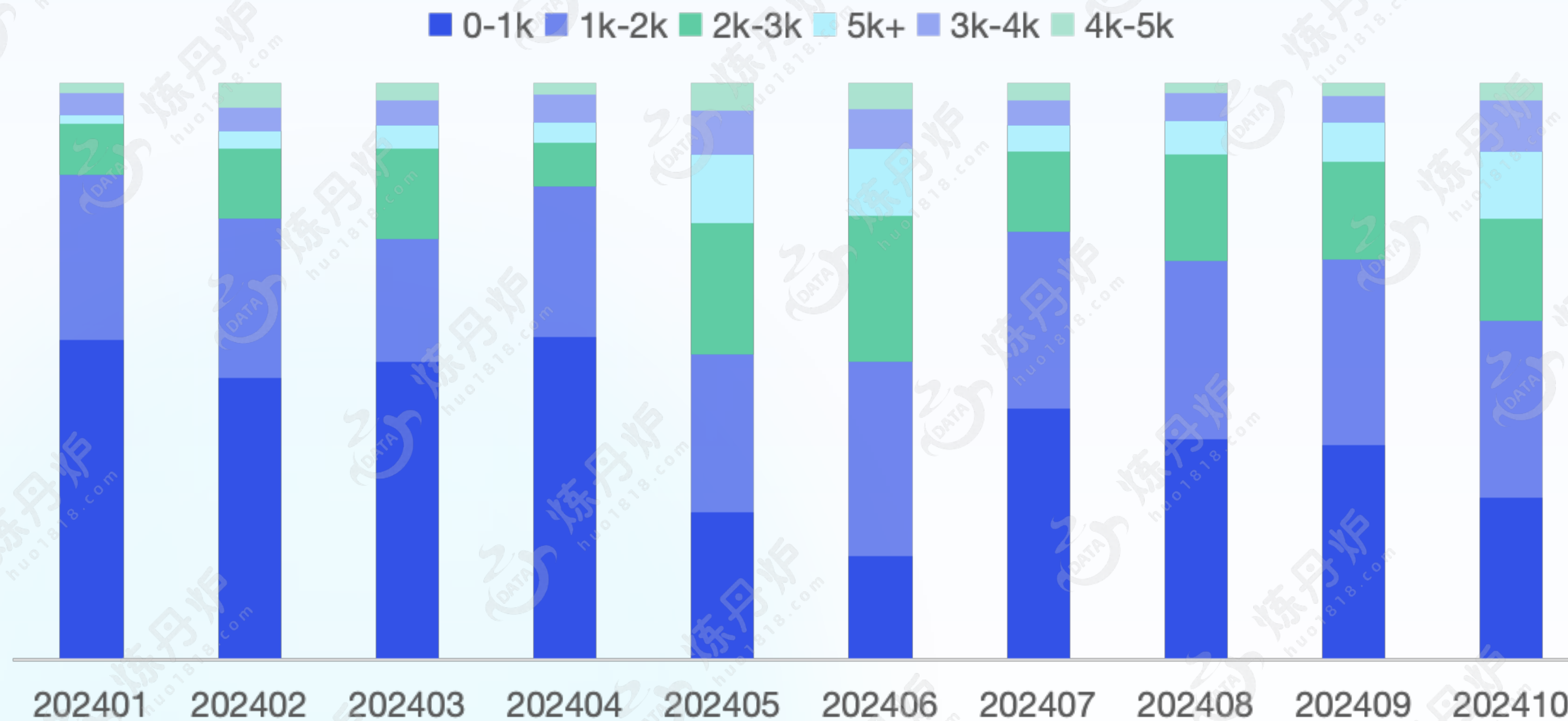
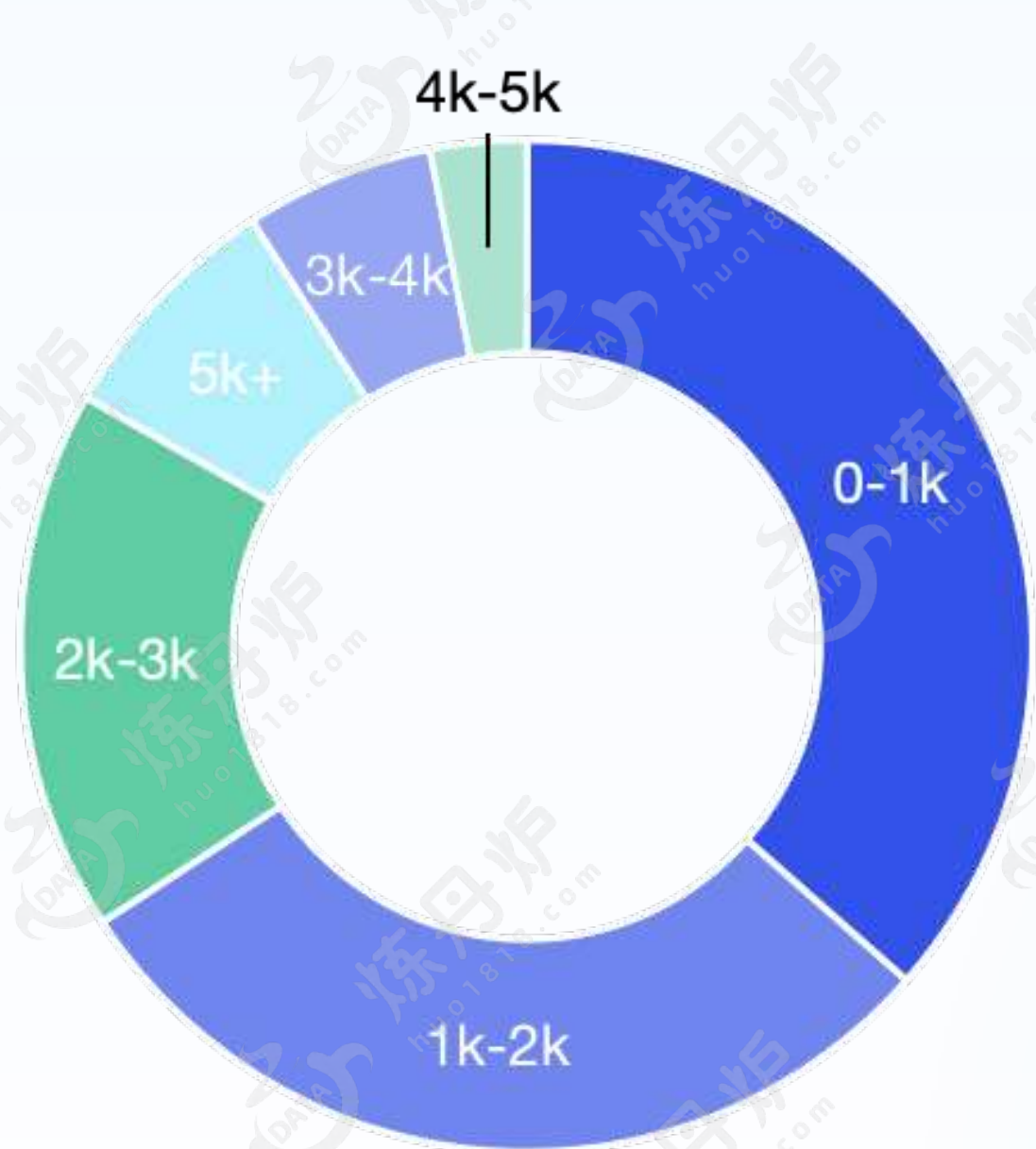


价格带销量分布：在淘系平台，洗衣机类目的销量主要集中在0-1k和1k-2k元的价格带，这表明消费者在购买洗衣机时，更倾向于选择性价比较高的产品

月份销量占比特点：0 - 1k 元价格带的销量主要集中在在1-4月，年初是家庭大扫除和更新家电的时期，消费者在新年有改善生活品质的愿望，是价格敏感的消费者首选

2k - 3k元价格带的销量主要集中在在5-6月，受年中大促影响，对于原本价格稍高的 2k - 3k 价格带洗衣机来说，优惠后的价格更能被消费者接受，促使部分消费者选择升级购买。

24年YTD10月淘系平台主要价格带销量分布



京东平台洗衣机类目低价产品为主，新年和夏季功能需求增加促进消费升级

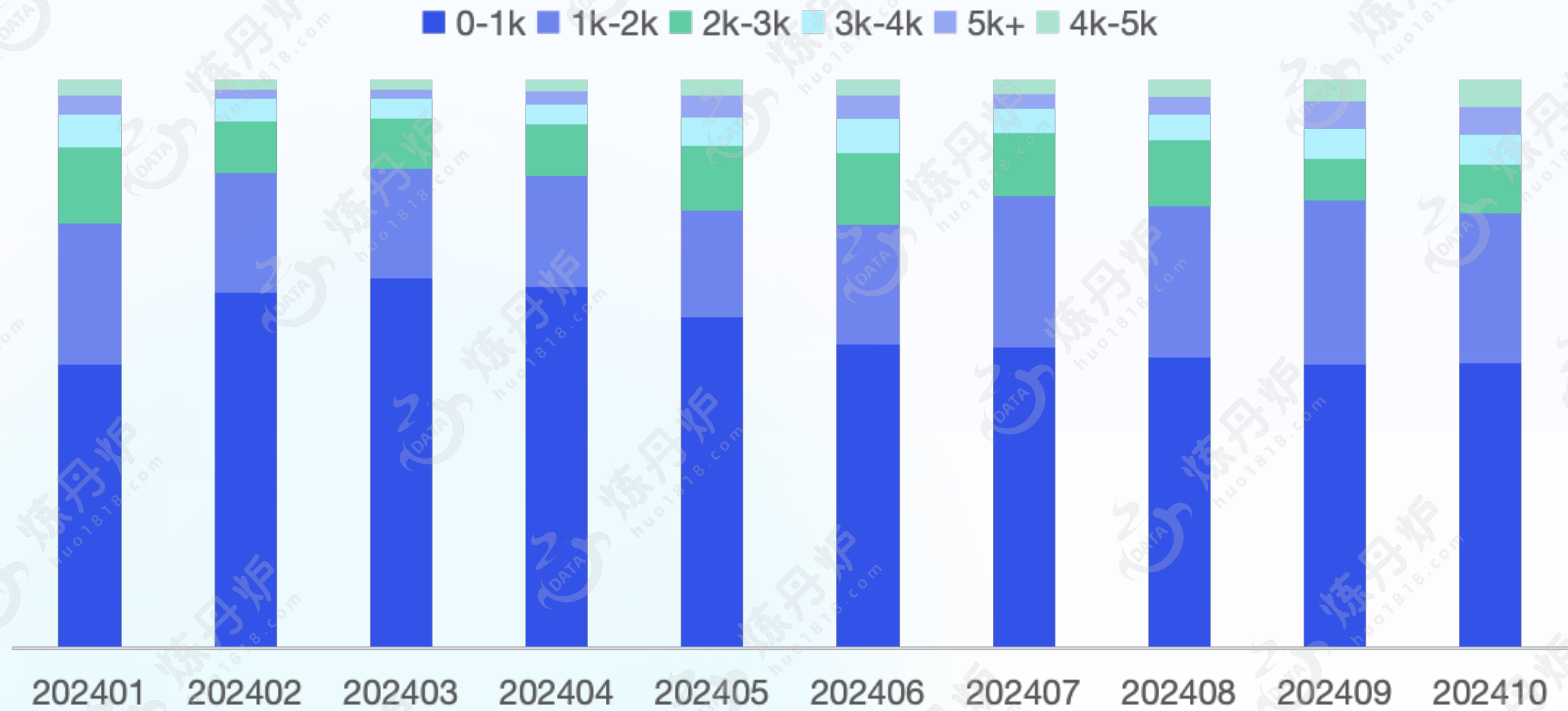
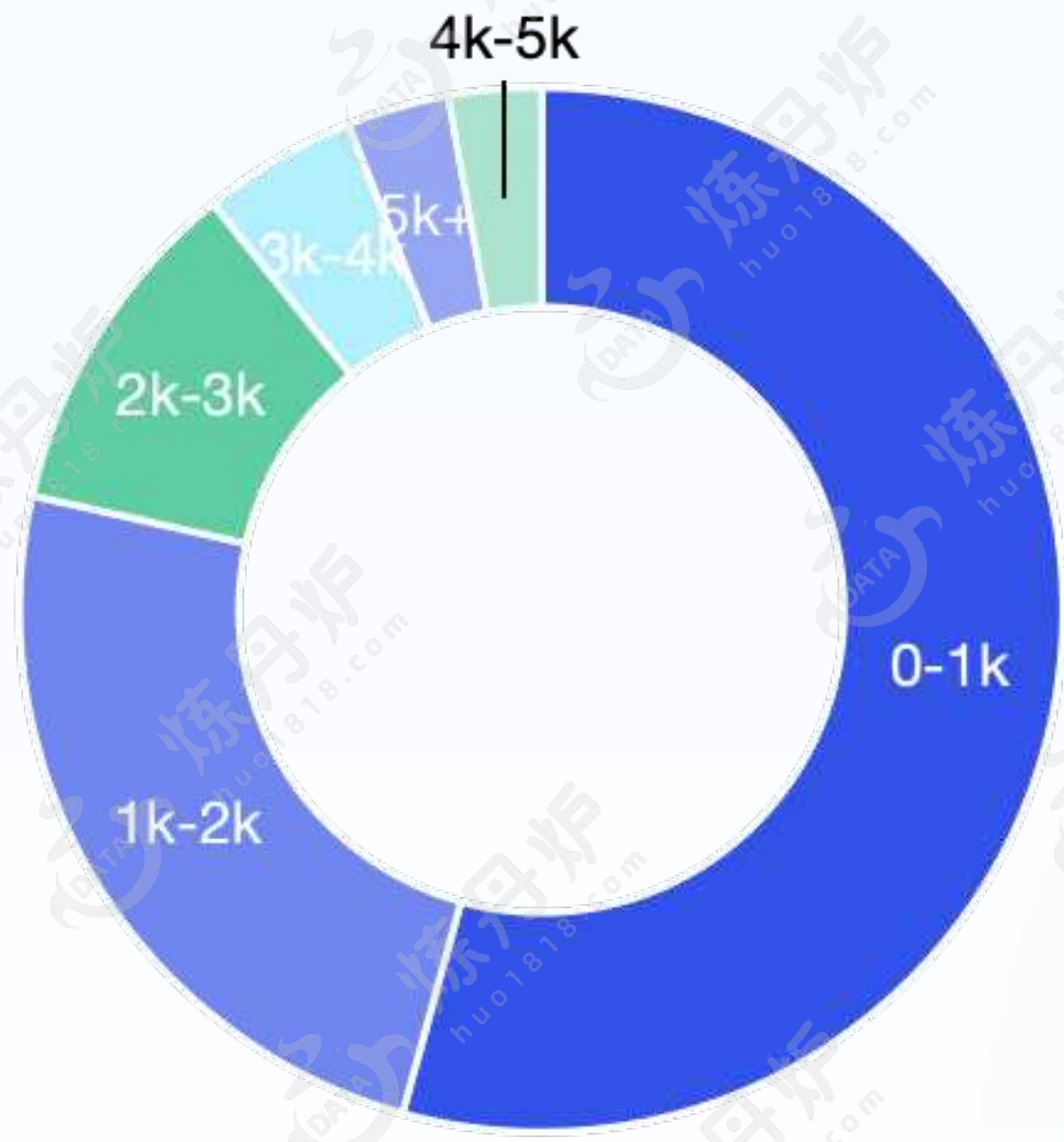


价格带销量分布：在京东平台，洗衣机类目的销量主要集中在0 - 1k 价格带，占比超五成，说明大部分消费者倾向于购买价格低廉的洗衣机，追求基础的洗衣功能。1k - 2k 价格带次之约20%

月份销量占比特点：0-1k元价格带的销量主要集中在2-5月，这个时期是家庭大扫除和考虑更新小型家电的时候，消费者更愿意购买性价比高的低价洗衣机来满足基本洗衣需求。

1k - 2k和2k-3k元的价格带的销量在1月，7-8月较其他月份占比都有上升，1月是新年前后，同时也可能有年终奖等额外收入，7 - 8月是夏季，衣物换洗频繁，消费者对洗衣机的洗净效果、节能等功能需求增加，这些综合因素促使部分消费者选择升级购买功能更丰富的洗衣机

24年YTD10月淘系平台主要价格带销量分布



淘京海尔、小天鹅市占近六成，海尔多品牌战略布局跻身淘京东TOP10

24年YTD10月洗衣机排名

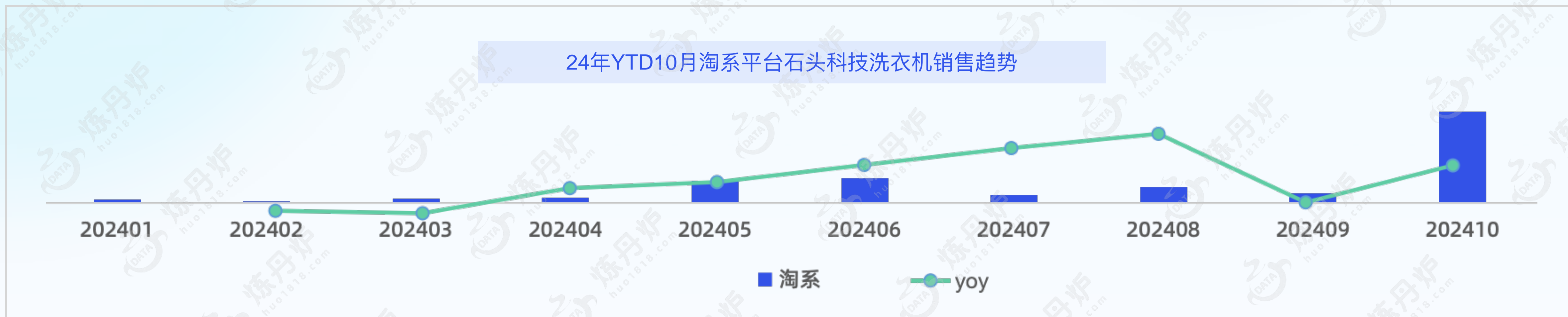
淘系 CR10占比:89%			京东 CR10占比:85%		
排名	品牌		排名	品牌	
1	 haier/海尔		1	 海尔 (Haier)	
2	 littleswan/小天鹅		2	 小天鹅 (LittleSwan)	
3	 midea/美的		3	 美的 (Midea)	
4	 panasonic/松下		4	 松下 (Panasonic)	
5	 siemens/西门子		5	 西门子 (SIEMENS)	
6	 mijia/米家		6	 米家 (mijia)	
7	 leader/统帅		7	 统帅 (Leader)	
8	 casarte/卡萨帝		8	 TCL	
9	 chigo/志高		9	 志高 (CHIGO)	
10	 roborock/石头		10	 卡萨帝 (Casarte)	

注：京东大家电行业合并‘大家电’‘厨卫大电’‘家电配件’三个类目的数据

石头科技洗衣机首创分子筛低温烘干技术引领洗烘一体机



24年YTD10月淘系平台石头科技洗衣机销售趋势



用户需求洞察

传统洗衣晾晒繁琐，用户烘干需求大，但热泵技术贵且体积大、冷凝技术伤衣且易返潮。针对内衣分开洗需求、“懒人经济”趋势及南方雨季烘干难题，研发洗烘一体机，提供创新方案

首创分子筛低温烘干技术

- 低温烘干，对衣物损伤小，适合高档衣物
- 节能环保
- 无需手动清理毛屑

案例：石头洗烘一体机Z1 系列为例，烘干温度接近 37°C，对真丝、羊毛等昂贵面料损伤极小



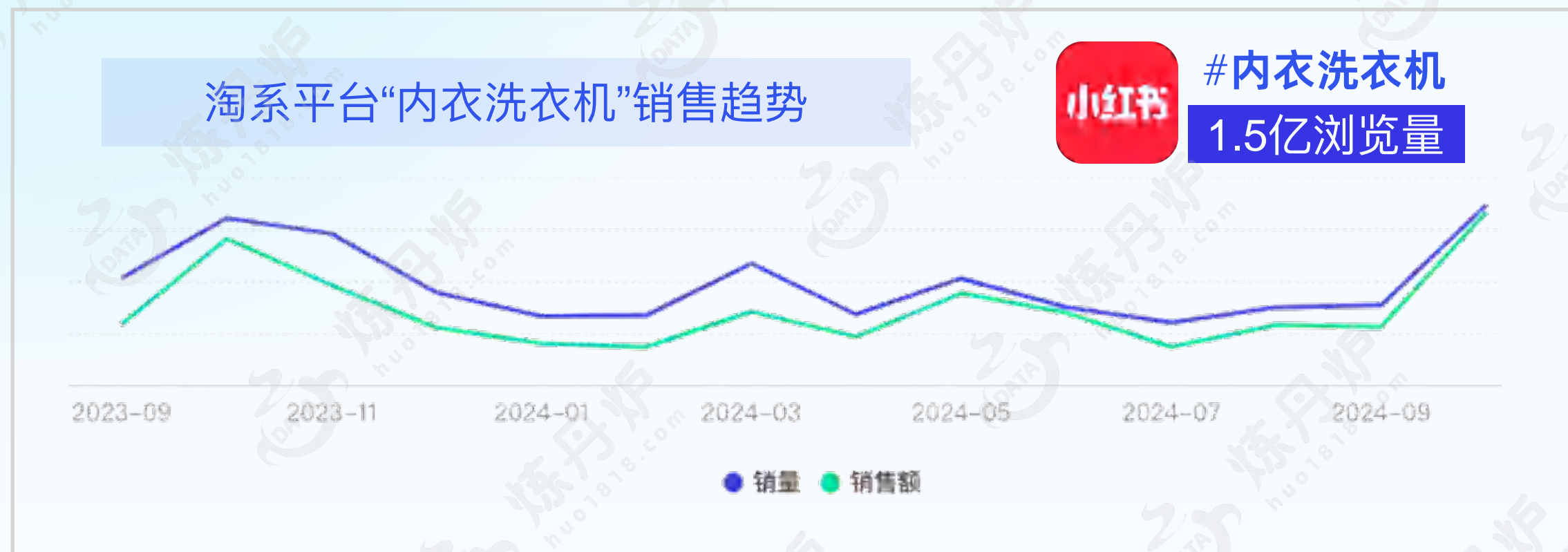
营销策略

烘干一座城：针对广东梅雨天、回南天衣物潮湿痛点开展活动。

丝绸博物馆跨界：通过特展展示石头分子筛低温烘干技术在丝绸护理的优势，体现科技与文化融合。

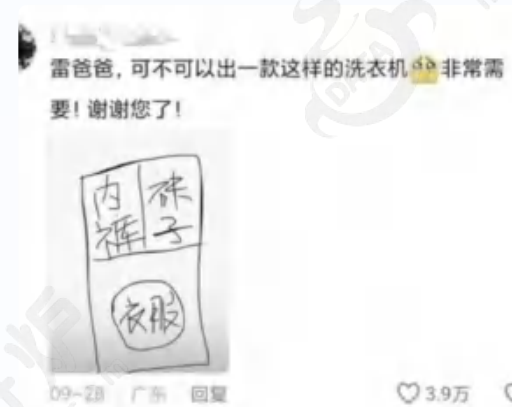


精细洗涤需求促内衣洗衣机细分市场增长，分区洗衣机或成行业升级新方向



用户需求洞察

雷军表示，三四年前就留意到很多家庭因分区需求买两台洗衣机，但占地问题突出，于是想到做分区洗衣机，产品推出后较受欢迎。洗衣机分区是家庭的刚性需求，有的家庭用两台洗衣机分别洗内衣和外套，有的家庭甚至每个成员都有专属洗衣机



产品优势

双滚筒结构，大筒洗普通衣物，小筒洗内衣等，实现分区洗涤，避免混洗不卫生问题。
双洗烘功能，两筒可同时洗烘且互不干扰，提高效率
尺寸上比传统分区洗衣机小，适合小户型和小家庭，契合单身经济趋势。
价格方面，其定价 4999 元，相比卡萨帝过万、海尔和小天鹅 5000 元左右的价格更亲民，有价格竞争力。



米家洗衣机 双区洗 双洗烘

话题热度攀升

这种“听劝”的营销方式使小米分区洗衣机多平台热度飙升，且冲热搜榜第四



消费者对卖家和物流服务较满意，其中对物流的配送准时，发货，运送速度尤为关注



24年YTD10月洗衣机类目正向声量维度分布



洗衣机类目“物流服务”正向二级声量维度分布



优化降噪和防漏水设计并加强品牌保护和市场监管是洗衣机类目改进的重要方向

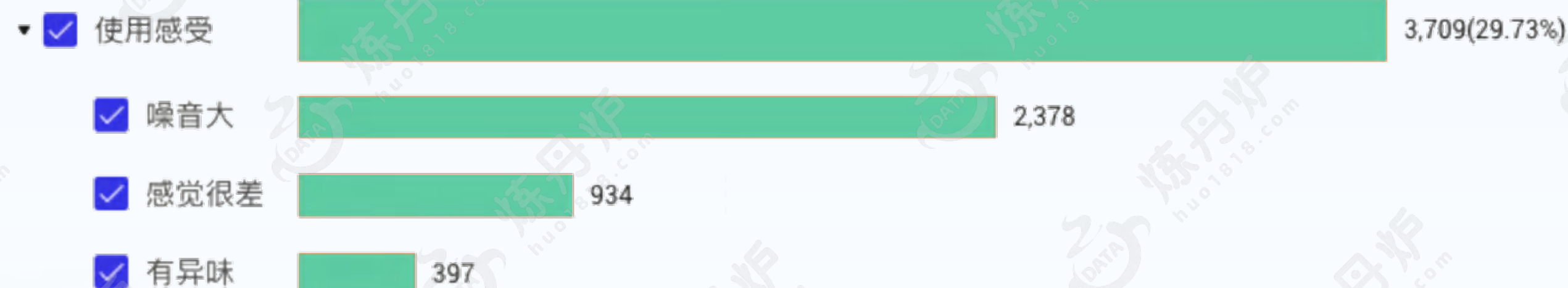
声量维度(11)

声量数及占比

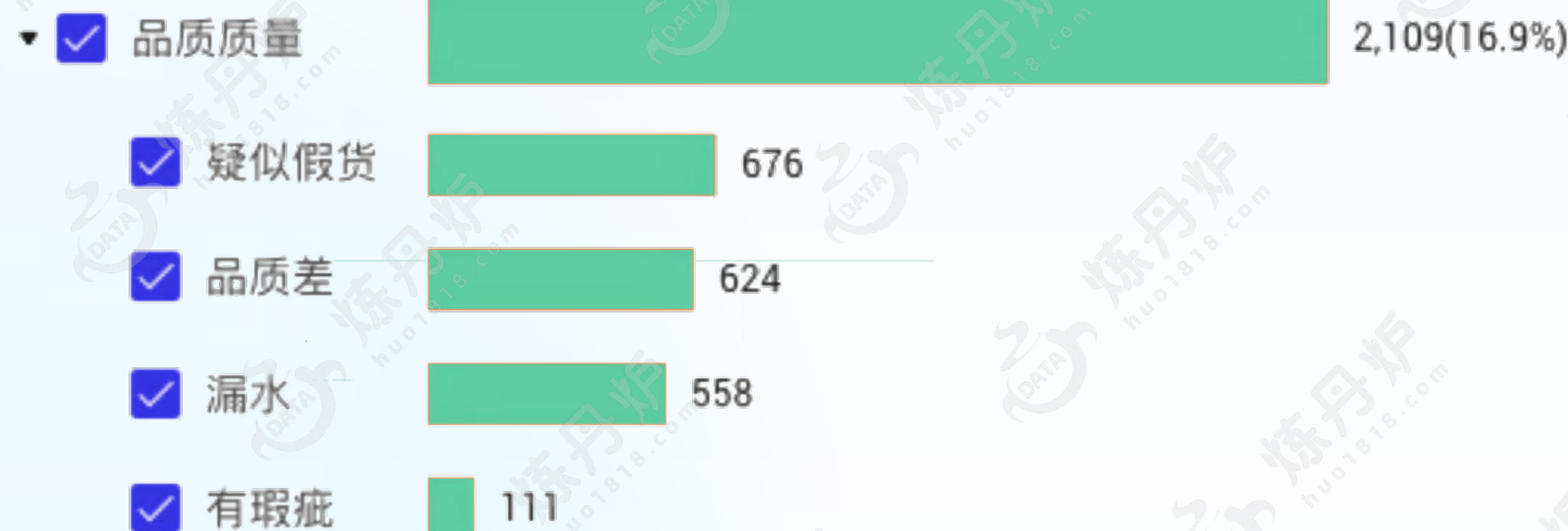
24年YTD10月洗衣机类目负向声量维度分布



洗衣机类目“使用感受”负向二级声量维度分布



洗衣机类目“品质质量”负向二级声量维度分布



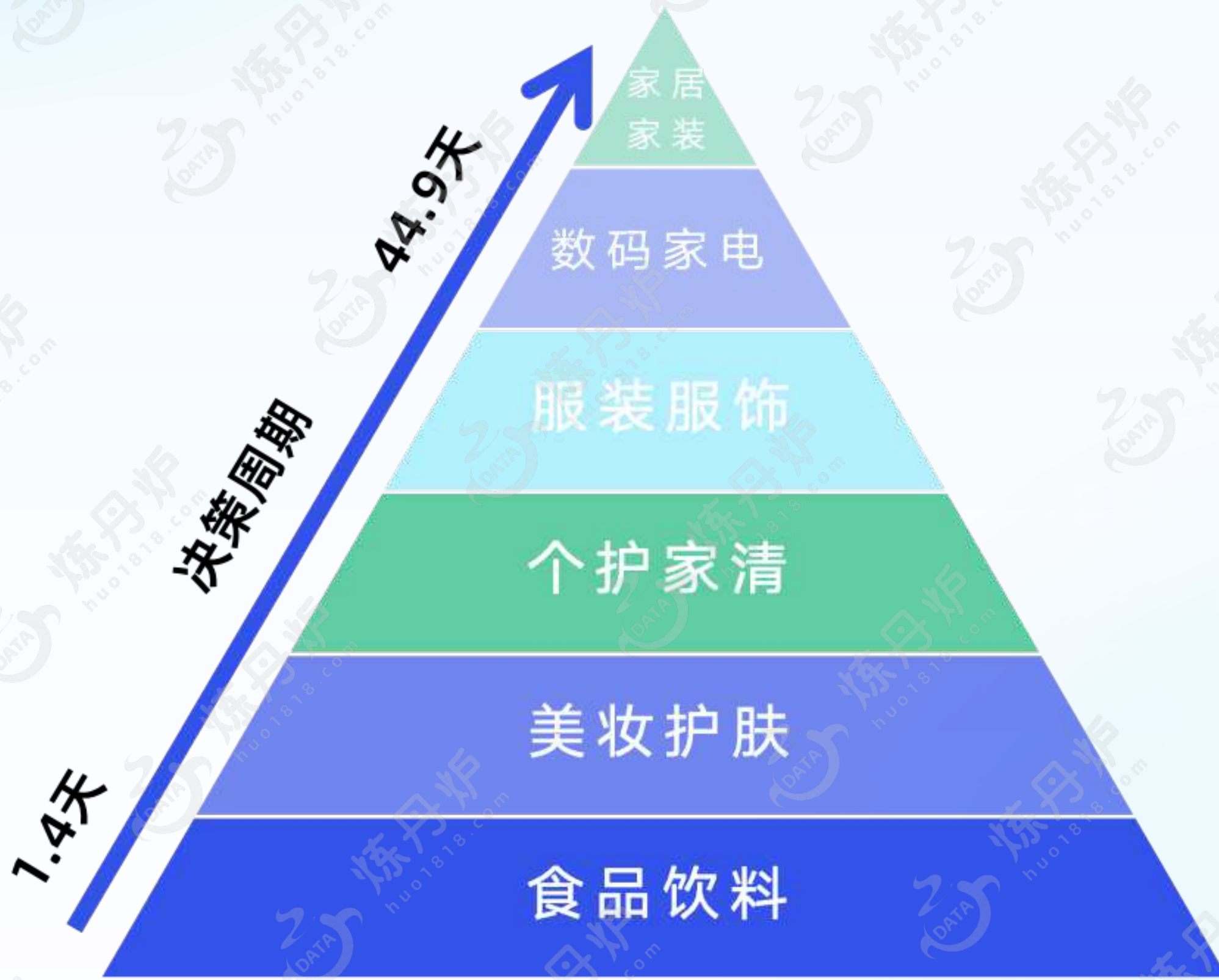
03

大家电行业趋势洞察

TREND INSIGHTS

大家电决策及更换周期长、产品同质化高，寻找品牌细分差异化卖点是关键

近些年随着宏观经济的发展，人民可支配收入水平不断提高，整个家电市场已经进入产业成熟和稳定期。冰箱、电视、洗衣机在国内家庭中的普及率越来越高，同时出现的问题是：大型家电属于耐用品类，短期内复购率低。这也就造成了国内大型家电市场逐步出现饱和、产品愈加同质化的状态。



冰箱商品修饰词

大容量 一级 超薄
节能 无霜 变频
双开 小型 四门 冷藏
两门 三门

平板电视商品修饰词

高清 全面 智能
移动 老式
壁挂 一体机 时尚
超薄 智慧 超清
一级 超高清 小型

空调商品修饰词

三相 静音 变频 舒适
一级 变频 立式
小型 壁挂式 两用 一体机
智能 节能 移动
壁挂 落地式 单冷 挂式 圆柱 一体 中央

洗衣机商品修饰词

双桶 半自动 全自动 自动 一体
一级 小型 一体机
变频 智能 大容量 超薄 节能
老式 双缸 高温

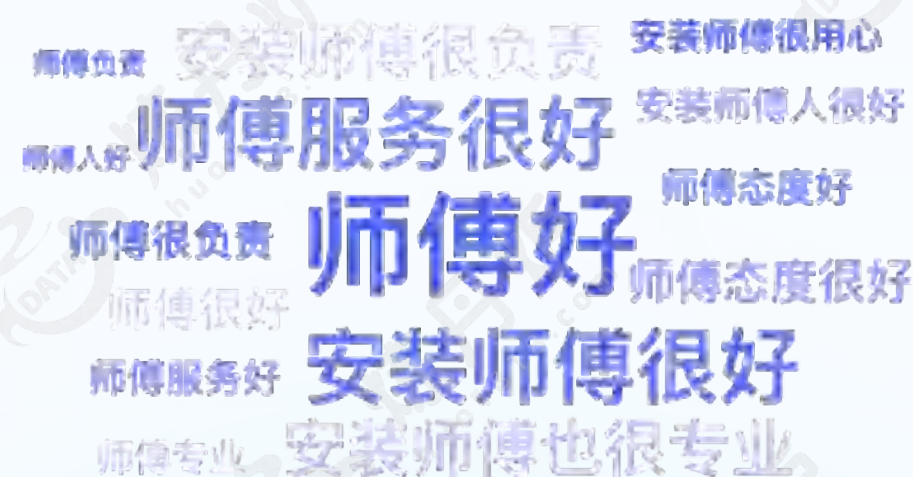
大家电服务周期长，售前售后服务是消费者首要关注点

从家电行业的消费者评价声量分布图中可以看出，售前和售后服务的质量直接影响着消费者的购买决策和使用体验。优质的售前服务能够为消费者提供专业的产品咨询和选购建议，而完善的售后服务则能够及时解决消费者在使用过程中遇到的问题。因此，家电企业应重视售前售后服务的建设，提升服务质量，以满足消费者的需求，赢得市场竞争优势。

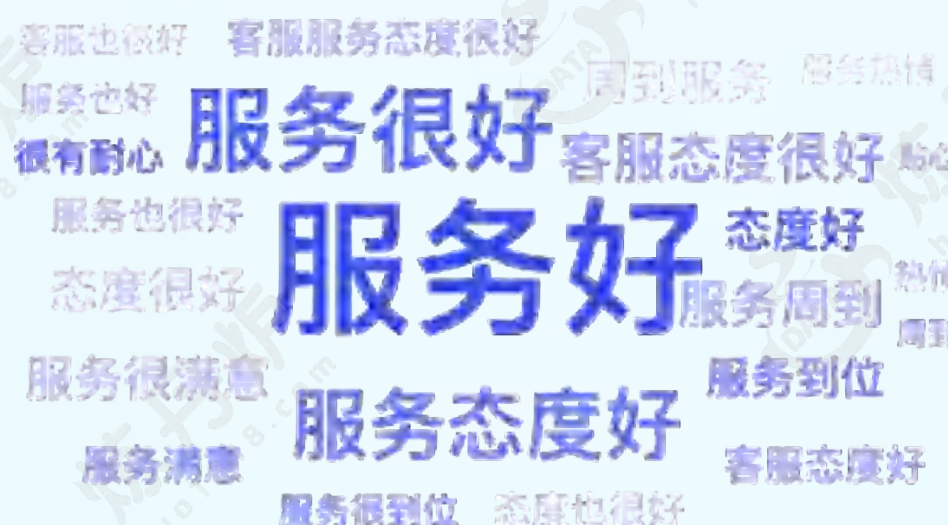
大家电行业消费者评价声量分布



安装师傅相关评价词云



客服服务相关评价词云



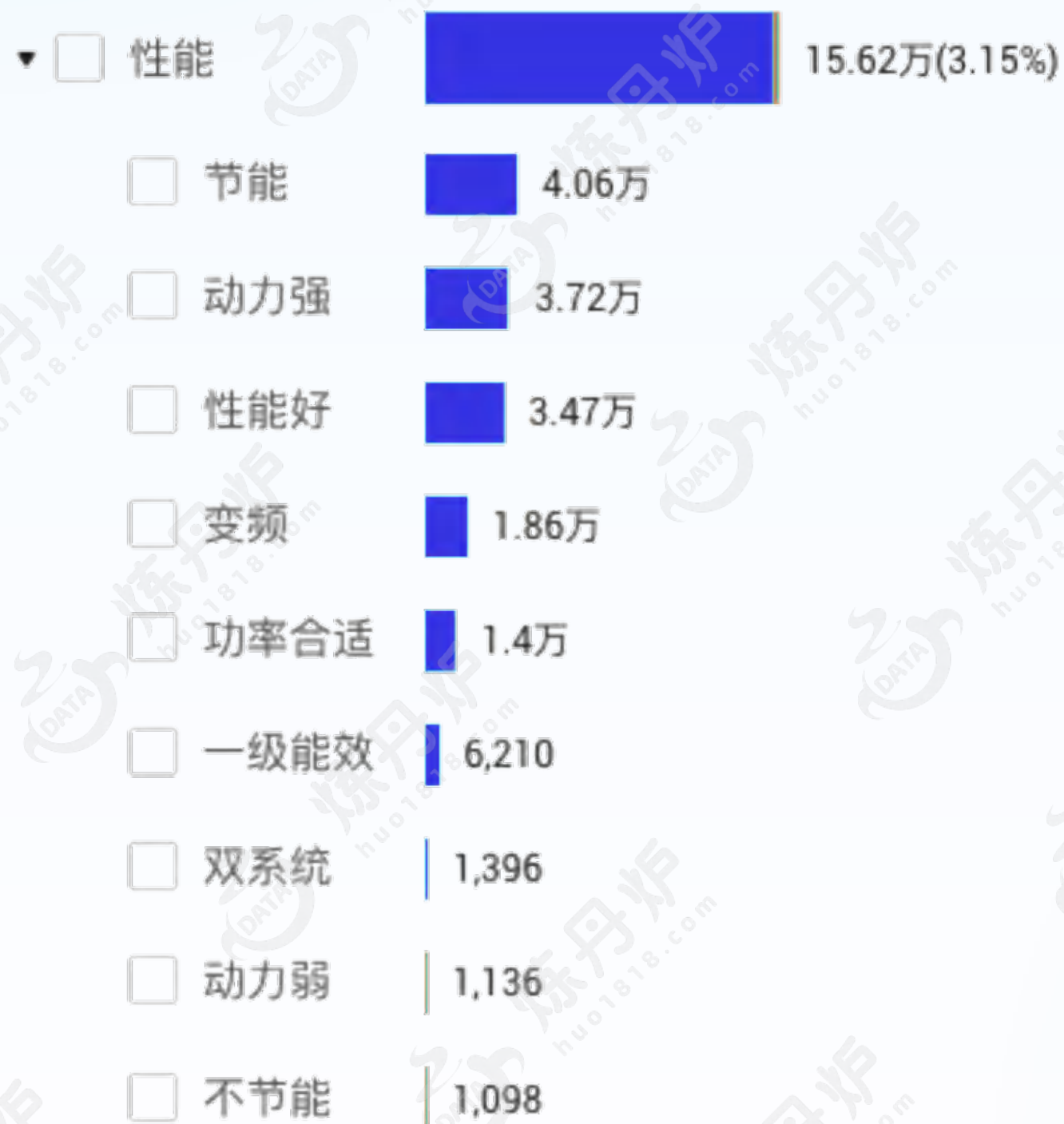
卖家服务二级声量分布



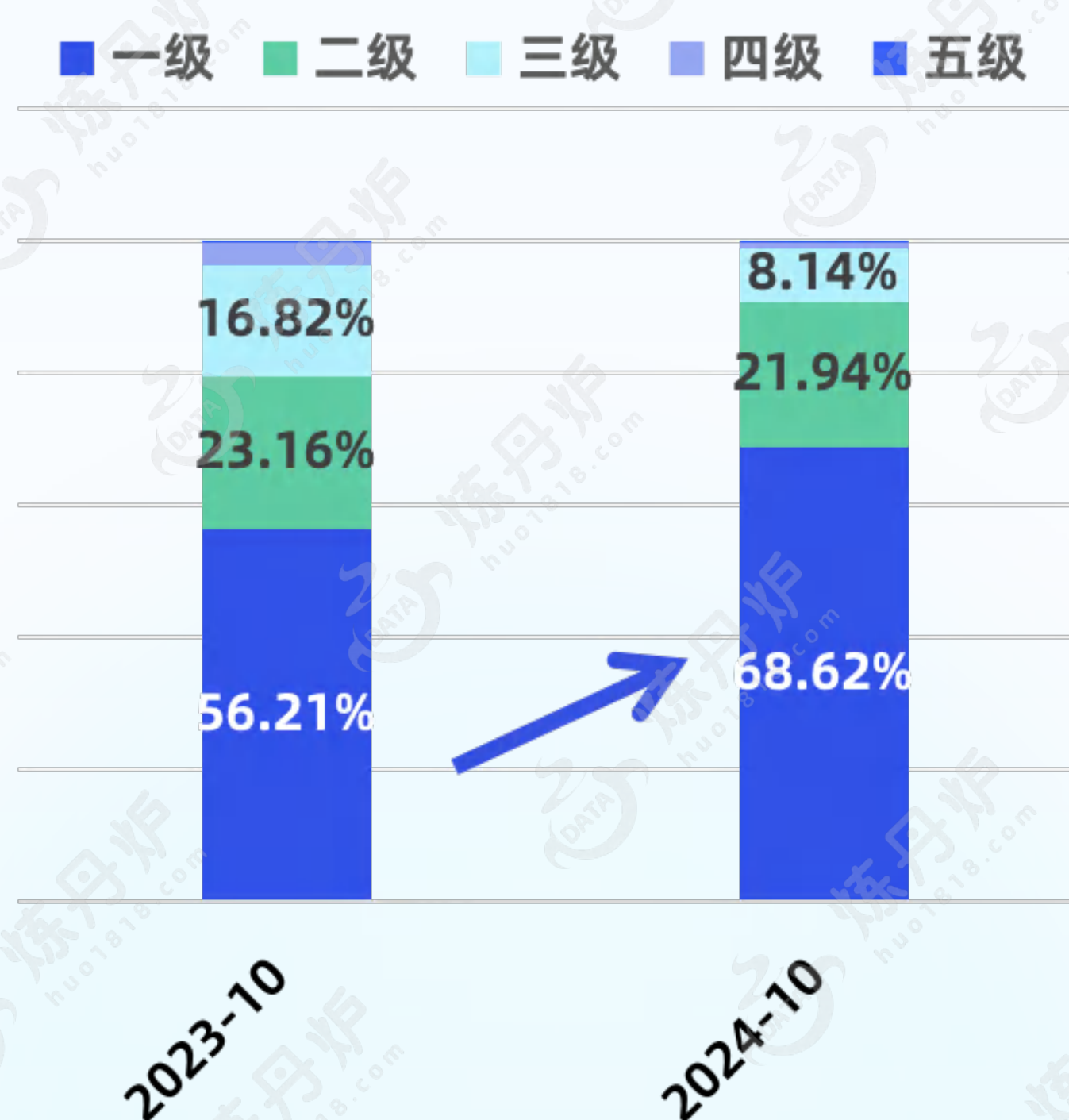
绿色节能是消费者核心需求，驱动新型能源技术变革

在大家电行业中，消费者对绿色节能产品的需求正推动着行业的技术变革。节能和动力强的产品性能属性受到消费者的高度关注。数据显示，一级能效产品销量占比达到68.62%，灶具热效率销量中68%热效率产品环比增长90.44%，这反映出市场对高效产品的强烈偏好。这种趋势不仅促进了家电产品的节能减排技术升级，也预示着智能家居和电气化产品将在未来得到更广泛的应用。

大家电行业消费者“性能”声量分布



大家电线上市场能效等级结构



2024年9月灶具热效率销量及环比

属性值	销量	销量环比
1 63%	50.84万	-29.85%
2 62%	7.44万	-35.25%
3 65%	6.05万	3.84%
4 64%	4.38万	33.19%
5 68%	4.08万	90.44%
6 67%	3.45万	55.03%
7 59%	1.61万	-39.71%
8 70%	9,986	32.02%

大家电行业智能化趋势显著，用户高度认可智能家电

大家电行业的深度智能化趋势显著，用户评价反映出对智能家电的高度认可。智能空调通过构建用户数据模型定制空气解决方案，实现节能；智能冰箱能识别食材并监控环境参数，保证最佳保存条件；智能洗衣机自动识别衣物种类和重量，提供适宜洗涤程序。这些创新提升了用户体验，并推动了品牌间在技术创新和市场推广方面的竞争。未来，家电产品将更加集成化、个性化和生态化，以更好地融入智能家居系统，满足消费者对智能化生活的期待。

大家电行业消费者关于智能化的评价词云



很智能

智能空调：美的全屋空气解决方案



- 智能识别与调控：系统能够主动识别室内空气质量，并自动调节以维持最佳的空气状态。
- 智能联动：与家居生态APP拓展操控，实现设备间的智能联动，提升用户体验

智能冰箱：西门子智能冰箱



- 智能控温：冰箱内置的智能系统能够实时监测冰箱内部的温度和湿度，确保食物在最佳的保鲜环境中储存。
- 智能互联：通过智能互联功能，用户可以通过手机APP远程监控冰箱状态，进行温度调节等操作，提高使用的便捷性。

智能洗衣机：米家双筒洗衣机

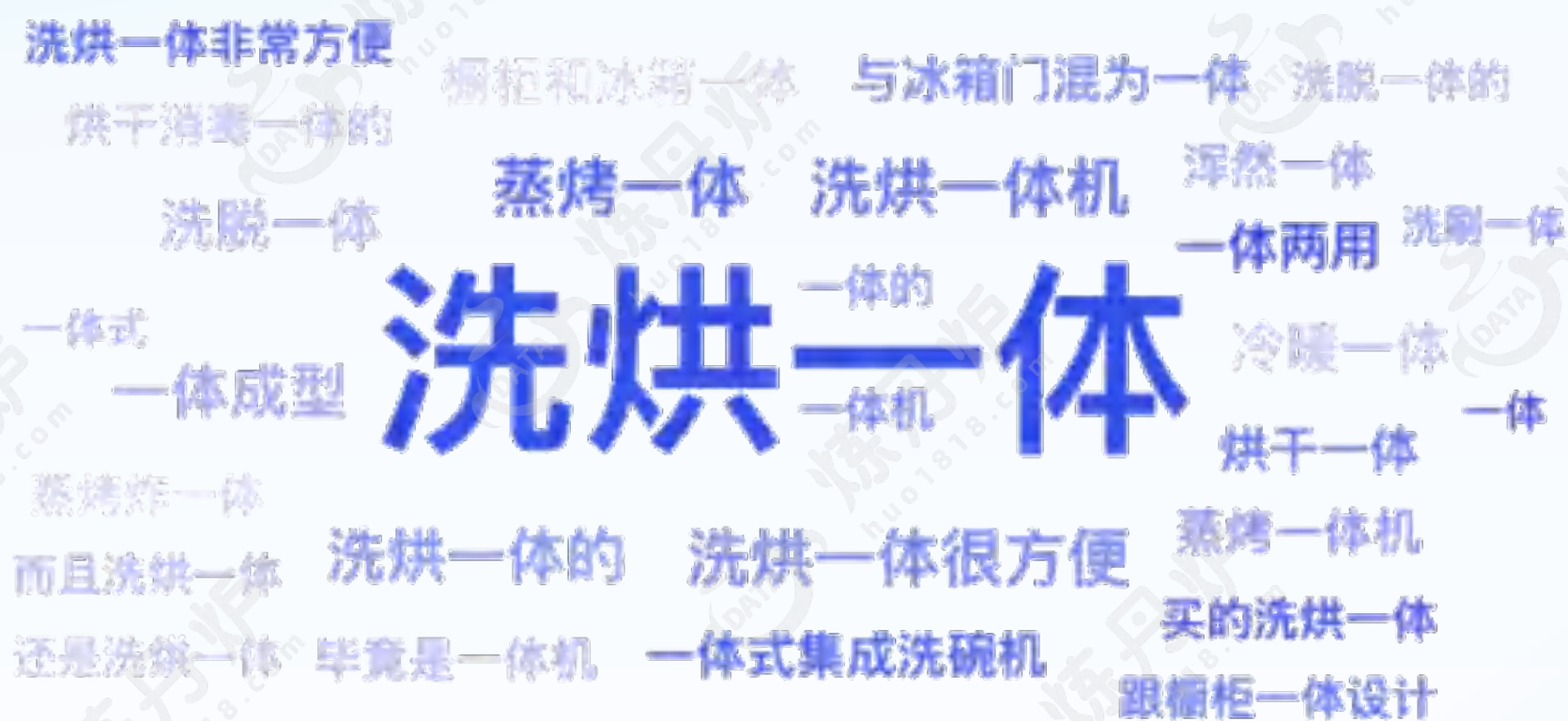


- 双区洗&双洗烘：拥有目前行业唯一双筒独立烘干系统，上筒和下筒各自拥有独立的烘干风道和风机配置，能够同时进行独立烘干过程，引领分区洗烘新趋势。

大家电行业正向集成化、一体化和生态化方向发展

随着生活水平的提高，消费者对家电产品的需求不再局限于单一功能，而是追求多功能、高效率的使用体验。技术创新推动了一体化家电产品的出现，使得产品能够在有限的空间内实现多种功能，提高了产品的实用性和便利性。市场竞争加剧也促使各大家电企业推出具有创新性的一体化家电产品。未来，随着技术的不断进步和消费者需求的不断变化，一体化家电产品将会得到更加广泛的应用和发展。

大家电行业消费者关于一体化的评价词云



洗烘一体洗衣机

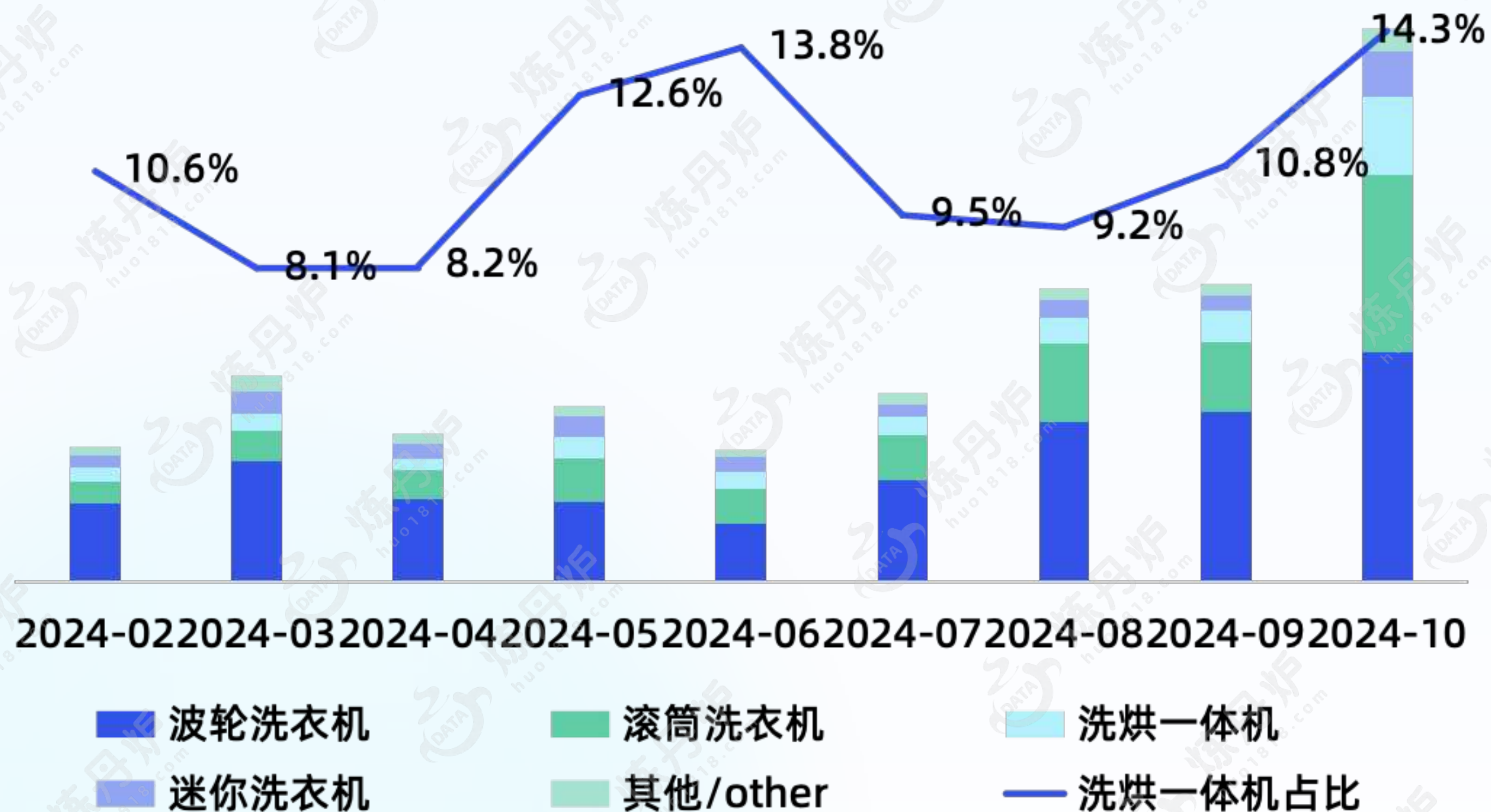


一体化集成灶



蒸烤一体

洗衣机品类产品类型结构及洗烘一体机占比



空间利用追求极致化，嵌入美学家电匹配整体家居

嵌入式家电的发展趋势正朝着空间利用的极致化和美学设计的深度整合方向发展。随着现代家居设计理念的演进，消费者越来越注重家居空间的高效利用和整体美观。嵌入式家电以其节省空间、整洁美观的特点，成为现代家居的优选。这类家电产品能够完美地融入橱柜或墙面，不仅最大化地利用了有限的居住空间，还与整体家居装饰风格相协调，提升了家居的审美价值。

大家电行业消费者关于嵌入式款式的评价词云

又是零嵌入式的 嵌入式很好看 完美嵌入柜体 全嵌入 零嵌入
嵌入式安装 嵌入式位置刚好 零嵌入式 嵌入刚刚好
完美嵌入了 超薄嵌入 零嵌入 嵌入式 冰箱完美嵌入 0嵌入的
嵌入完美 刚好嵌入 嵌入
超薄零嵌入 零嵌入的
嵌入式冰箱 完美的嵌入
正好嵌入 完全嵌入 嵌入式的 0嵌入 完美嵌入柜子
做的嵌入式 完美零嵌入 完美嵌入橱柜 零嵌入冰箱 无缝嵌入
0嵌入式 嵌入很完美 嵌入的刚刚好 完全能够嵌入 嵌入式刚刚好

完美嵌入

卡萨帝星悦冰箱零嵌



博世纯嵌致薄5D油烟机



[纯平全嵌]小天鹅滚筒洗衣机



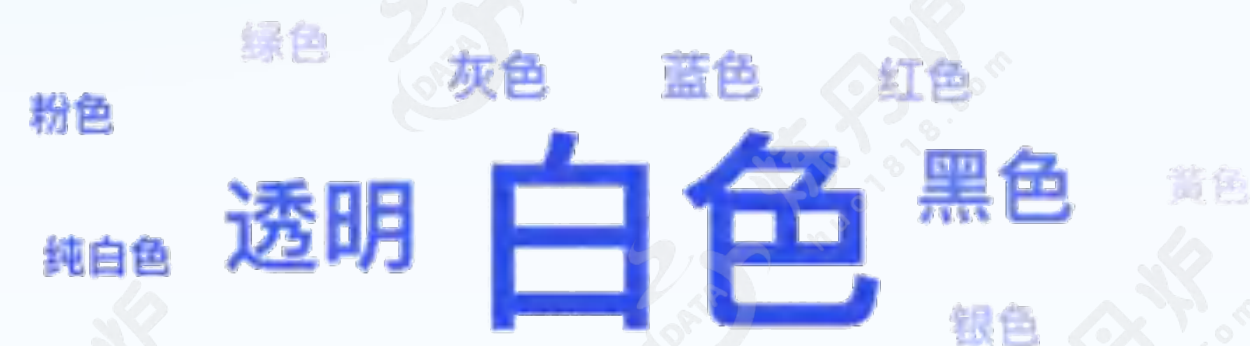
方太洗碗机嵌入式



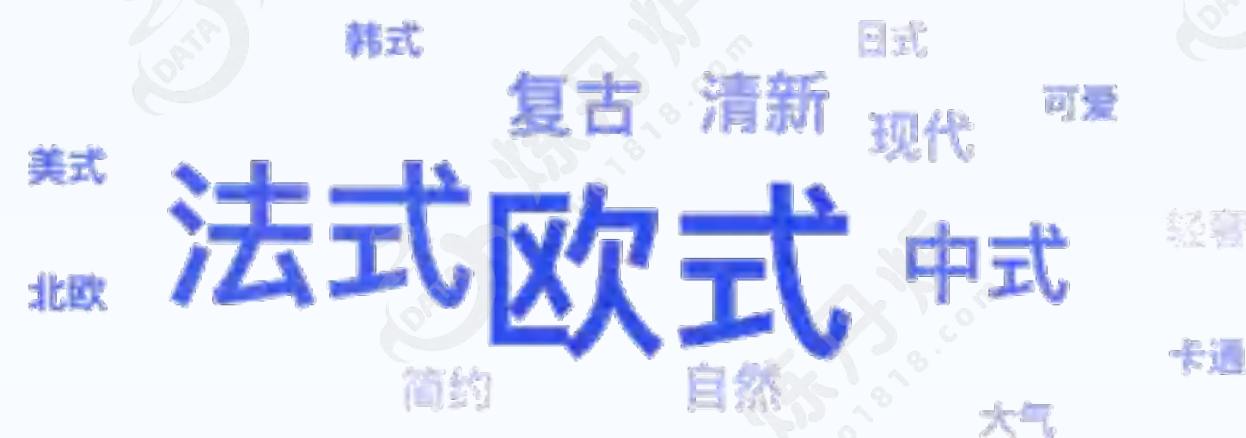
消费者关注家电颜值，色彩风格多样化满足个性化需求

根据炼丹炉消费者说数据，家电评价声量中产品款式颜色讨论截至今年10月达到1.93万，这表明外观设计已成为消费者购买决策的重要因素。企业通过创新设计和多样化的风格来吸引消费者，如北欧、简约、现代等风格的产品受到市场欢迎。同时，家电产品颜色也趋向多样化，粉色、透明、蓝色等色彩的引入，满足了消费者对个性化和美观的追求。此外，品牌合作和个性化产品，如Hello Kitty限量洗衣机，也成为吸引年轻消费者的手段。这些趋势推动了家电行业在设计创新上的不断进步，以适应消费者对高颜值家电产品的需求。

大家电行业颜色相关商品热词分布



大家电行业风格相关商品热词分布



Smeg（斯密格）：将家电转化为艺术品

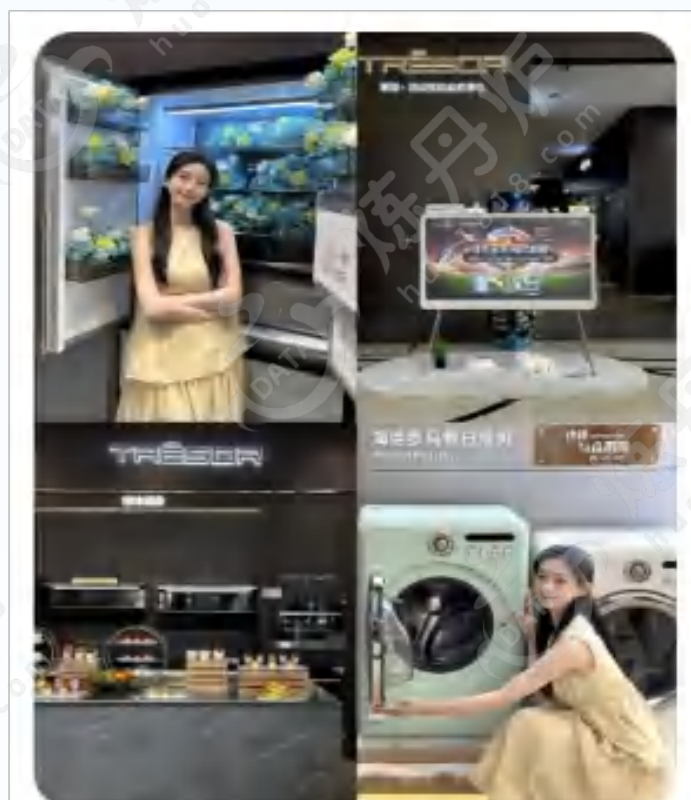
Smeg以其独特的意式设计风格、联名设计合作以及著名的产品线而备受瞩目，尤其以其冰箱系列闻名于世。Smeg的设计理念融合了意式美学和创新思维，将传统和现代相结合。他们的产品不仅具有出色的性能，还注重将家居电器转化为精致的艺术品。



颜值家电 长在审美上的白色集成灶

美的集成灶

291



颜值福音！在杭州找到了梦想中的家电

cheesebb

174



居家| Hello Kitty限量洗衣机

爱旅行的某某某

4862



Smeg经典冷藏冷冻系列产品



SMEG X FIAT 500 冰柜

EFFICIENT GROWTH IN
PERFORMANCE

扫码免费试用炼丹炉
获取更多数据



INTELLIGENT
DECISION MAKING