

2024

美国家用电器市场趋势报告

【出海广告 就选维卓】

关注我们，获取最新出海营销干货报告



目录



扫描领取报告

01 概述	
2018-2028年美国家用电器行业收入	
美国：电子产品和电器商店销售 (1992-2021)	
美国家用电器商店销售额 (1992-2022)	
2017 年至 2023 年美国电子产品和电器商店月销售额	
2016-2022年全球大型家电出货量，部分地区/国家	
2002-2022年美国厨房和家用电器进口量	
2002-2022年美国家用电器出口额	
02 细分市场	
2018-2028年美国主要家电行业收入	<u>11</u>
2018-2028年美国小家电行业收入	<u>12</u>
美国 2012-2026 年家用电器销量：按细分市场	<u>13</u>
2018-2023年美国 and 欧洲主要家用电器出货量的同比变化	<u>14</u>
03 公司	
2022 年收入排名的全球主要家用和家用电器制造商	<u>16</u>
2019-2023 年美国主要家用电器零售商：按客户满意度	<u>17</u>
2022 年热门洗衣机品牌（按国家/地区划分）	<u>18</u>
2023 年拥有最多的冰箱品牌：按国家/地区划分	<u>19</u>
Whirlpool 2008-2022年全球净销售额：按地区划分	<u>20</u>
2008-2022年惠而浦全球销售额分布：按地区划分	<u>21</u>
04 美国家用电器拥有率	
2023 年美国家用电器拥有量	<u>23</u>
2022年美国智能家电拥有率	<u>24</u>
2023年选定国家主要家用电器的拥有率	<u>25</u>
2022年选定国家/地区的小家电拥有率	<u>26</u>
2013-2021年美国家庭在主要电器上的平均支出	<u>27</u>
2013-2021年美国家庭在小家电上的平均支出	<u>28</u>

WEZO维卓

第01章

概 述

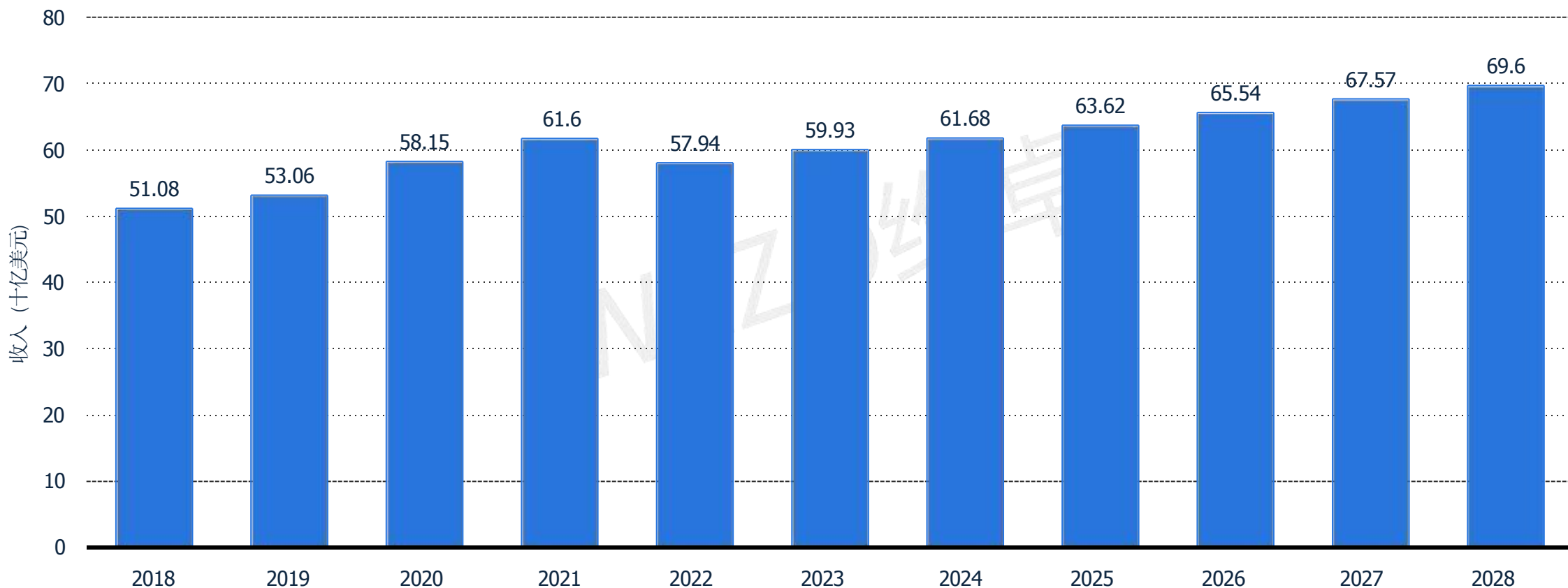


2018-2028年美国家用电器行业收入（十亿美元）

预计2023年至2028年间，美国家用电器市场的收入将持续增长97亿美元（+16.19%）。在连续第六年增长之后，该指标估计将达到696亿美元，因此在2028年达到新高峰。



扫描领取报告



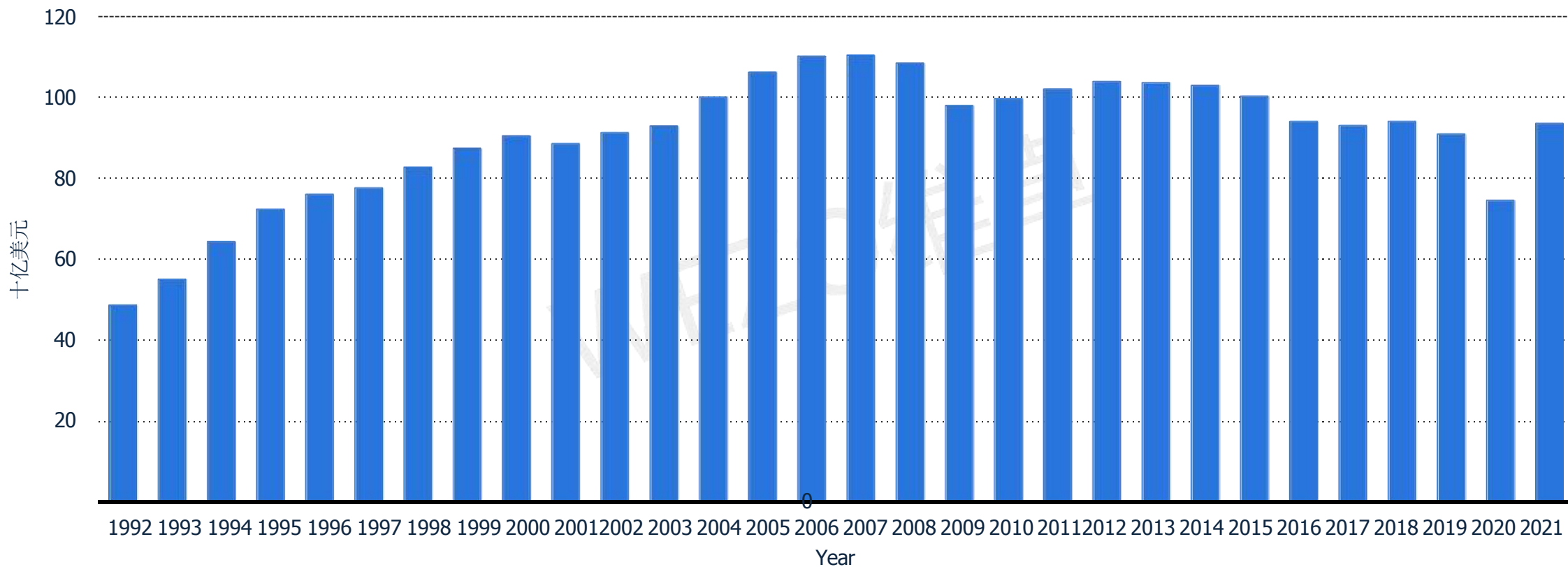
注：美国;2018年至2028年;细分市场包括主要和小型电器：冰箱和冰柜;洗碗机和洗衣机;炊具、烤箱、咖啡机和小型厨房用具;吸尘器和熨斗
资料来源：Statista; Statista Consumer Market Insights

1992 年至 2021 年美国电子产品和电器商店销售额（单位：十亿美元）



扫描领取报告

2021 年，美国电子产品和电器商店的销售额约为 930 亿美元。百思买已成为世界上最大的消费电子产品零售商之一。这家跨国零售商通过三个主要渠道销售产品和服务：零售店、在线和呼叫中心。百思买在203财年创造了约463亿美元的全球收入。



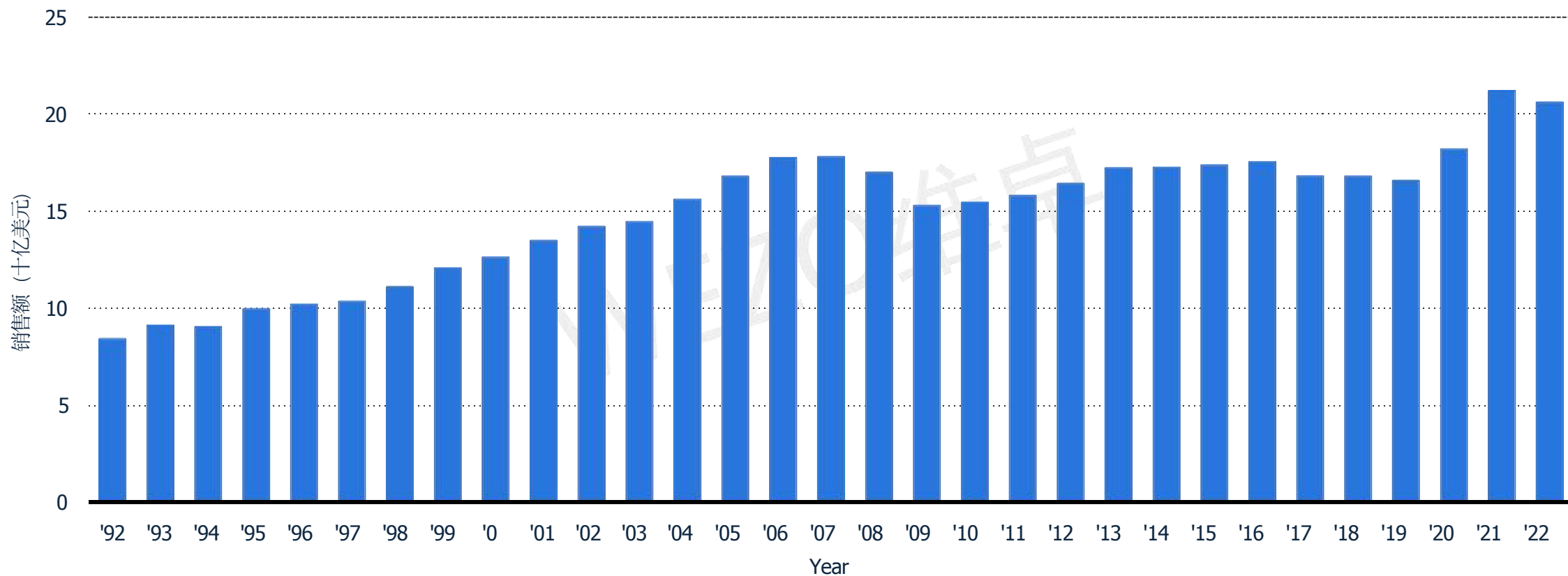
注：美国;1992 到 2022
资料来源：US Census Bureau

1992年至2022年美国电商店销售额（十亿美元）

此时间轴显示了1992年至2022年美国家用电器商店的销售额。2022年，美国电商店销售额约为206亿美元，略低于前一年创纪录的210亿美元。



扫描领取报告



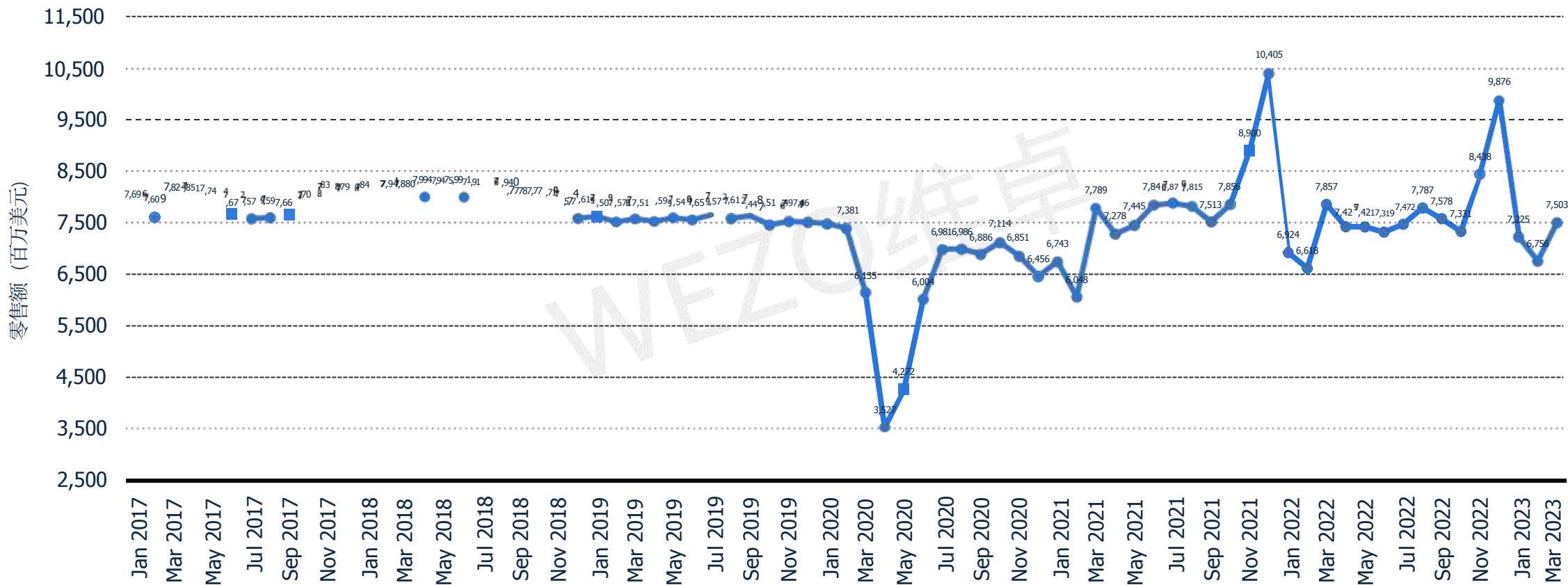
注：美国;1992 到 2022
资料来源：US Census Bureau

2017年至2023年美国电子产品和电器商店的月度零售额（百万美元）

2023年3月，美国电子产品和电器商店的销售额约为75亿美元。百思买是美国领先的电子产品和电器零售商之一。



扫描领取报告



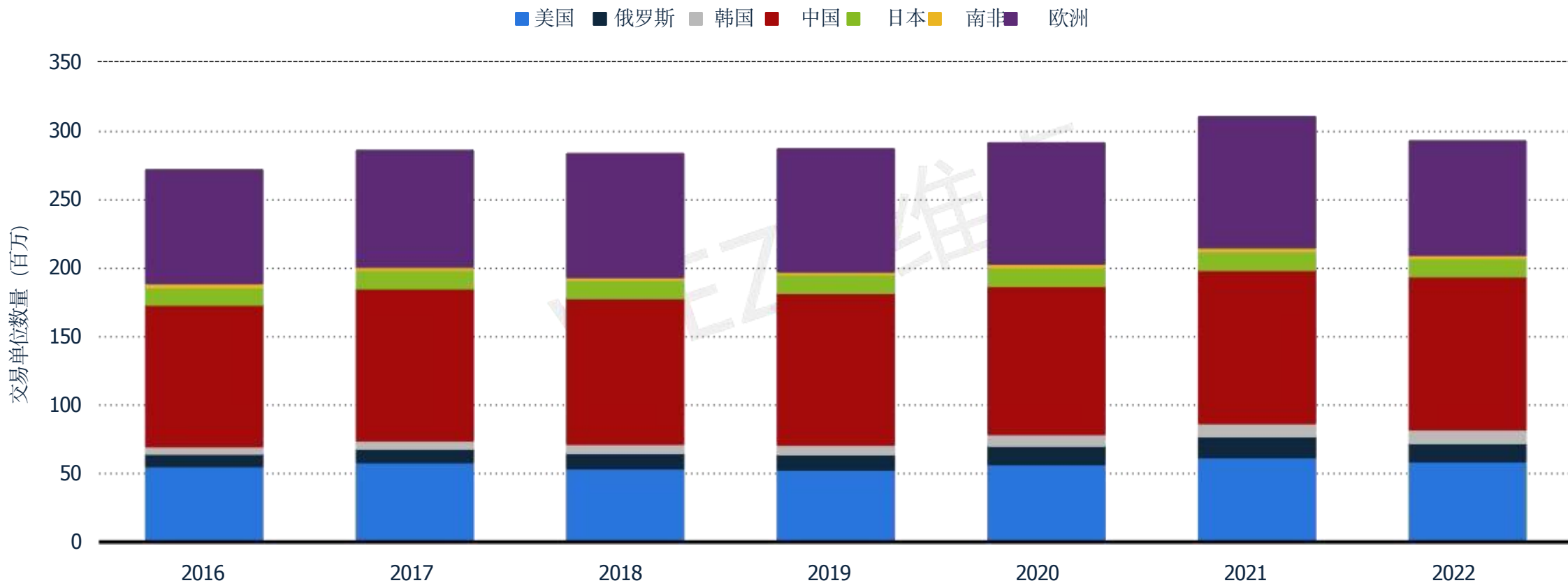
注：美国;2017年1月至2023年3月
资料来源：US Census Bureau

2016年至2022年全球主要家电交易单位数量，按地区/国家划 (单位: 百万台)

中国是主要家电出货量的主要国家，交易量超过 1.083 亿台。
冰箱、冰柜、洗碗机、洗衣机、滚筒式烘干机、抽油烟机和微波炉都 包含在该细分市场中。



扫描领取报告



注: 全球、中国、日本、韩国、俄罗斯、南非、美国;2016 到 2022
资料来源: APPLIA; Website (International Roundtable of Household Appliance Manufacturer Associations (IRHMA))

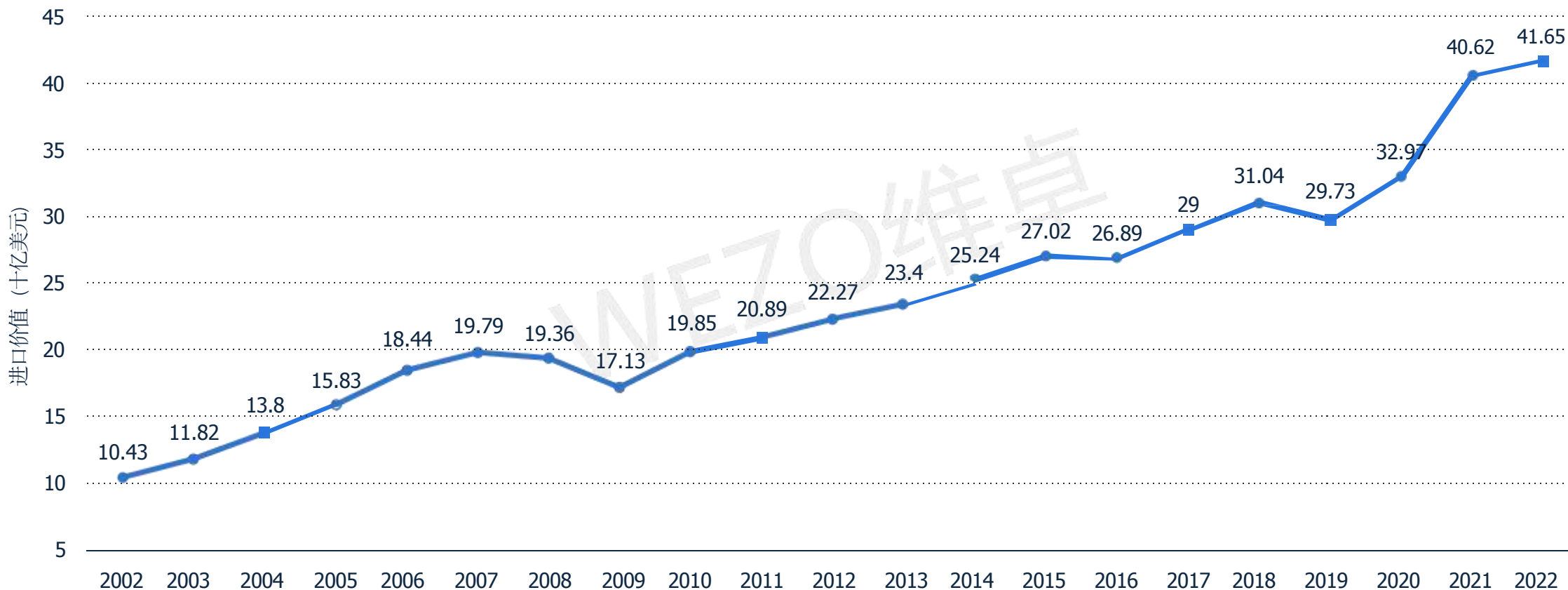
2002年至2022年美国家用和厨房电器进口量（单位：十亿美元）

2021年，美国家用电器和厨房电器进口总额约为406亿美元，远高于上一年。

2022年家用和厨房电器出口额达到约417亿美元，是迄今为止家用和厨房电器进口的最高记录。



扫描领取报告



注：美国;2002 到 2022
资料来源：US Census Bureau

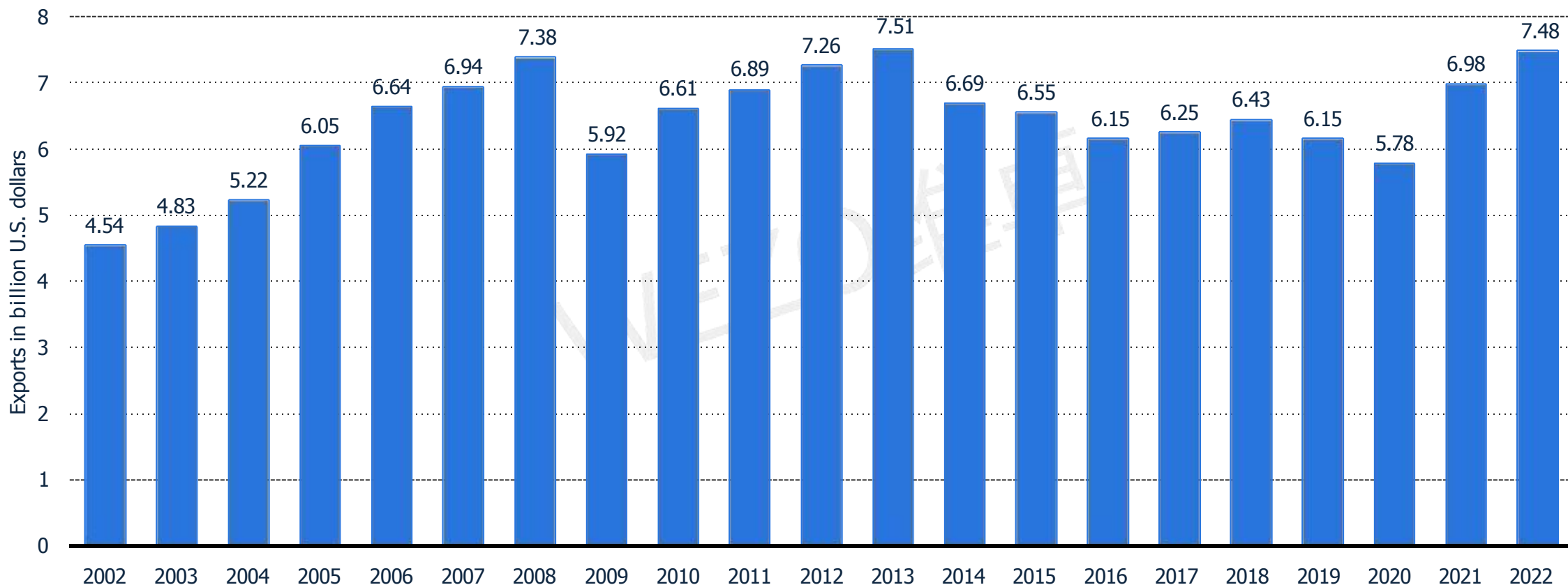
2002年至2022年美国家用电器出口（十亿美元）

2021年家用电器出口近70亿美元，从上一年美国家用电器出口下降中恢复过来。

2022年，家用电器出口额达到约75亿美元，是该类别迄今为止的最高出口额。



扫描领取报告



注：美国;2002年至2022年
资料来源：US Census Bureau

第02章

细分市场

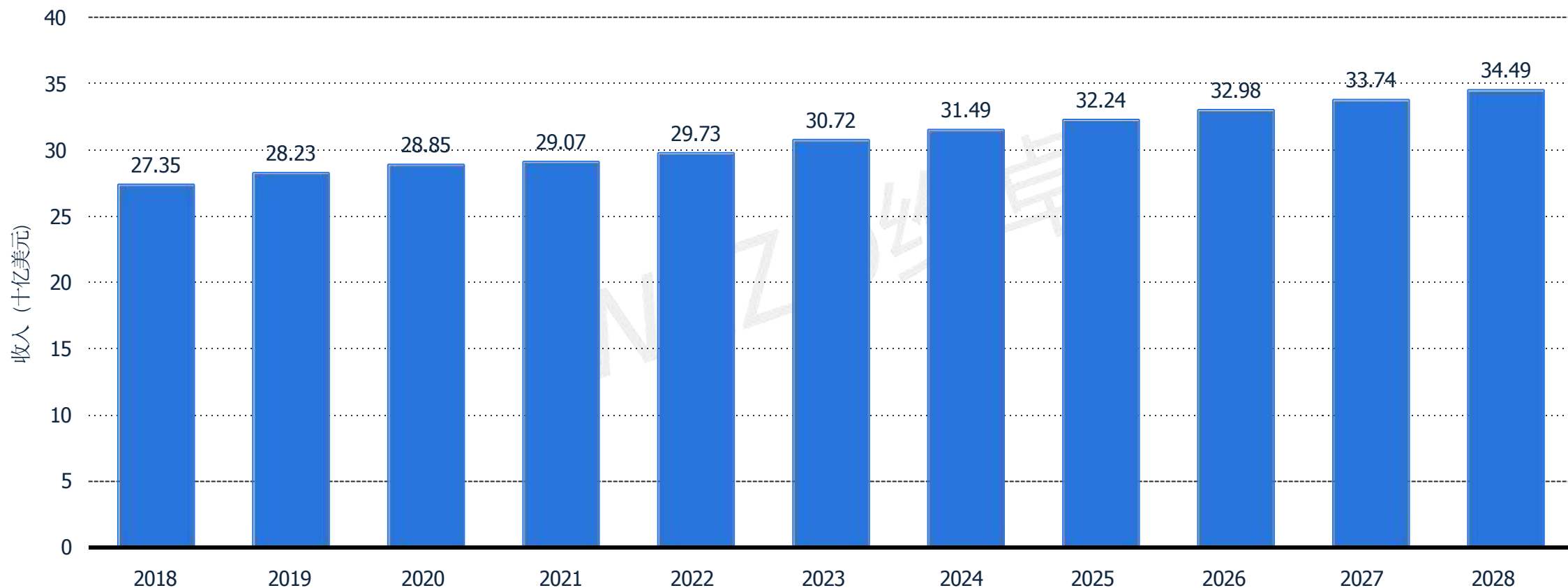


2018-2028年美国主要家电行业收入（十亿美元）

预计2023年至2028年间，美国家用电器市场“主要电器”部分的收入将持续增长38亿美元（+12.37%）。在连续第十年增长之后，该指标估计将达到344.9亿美元，因此在2028年达到新高。值得注意的是，家用电器市场的“主要电器”部分的收入在过去持续增长。



扫描领取报告



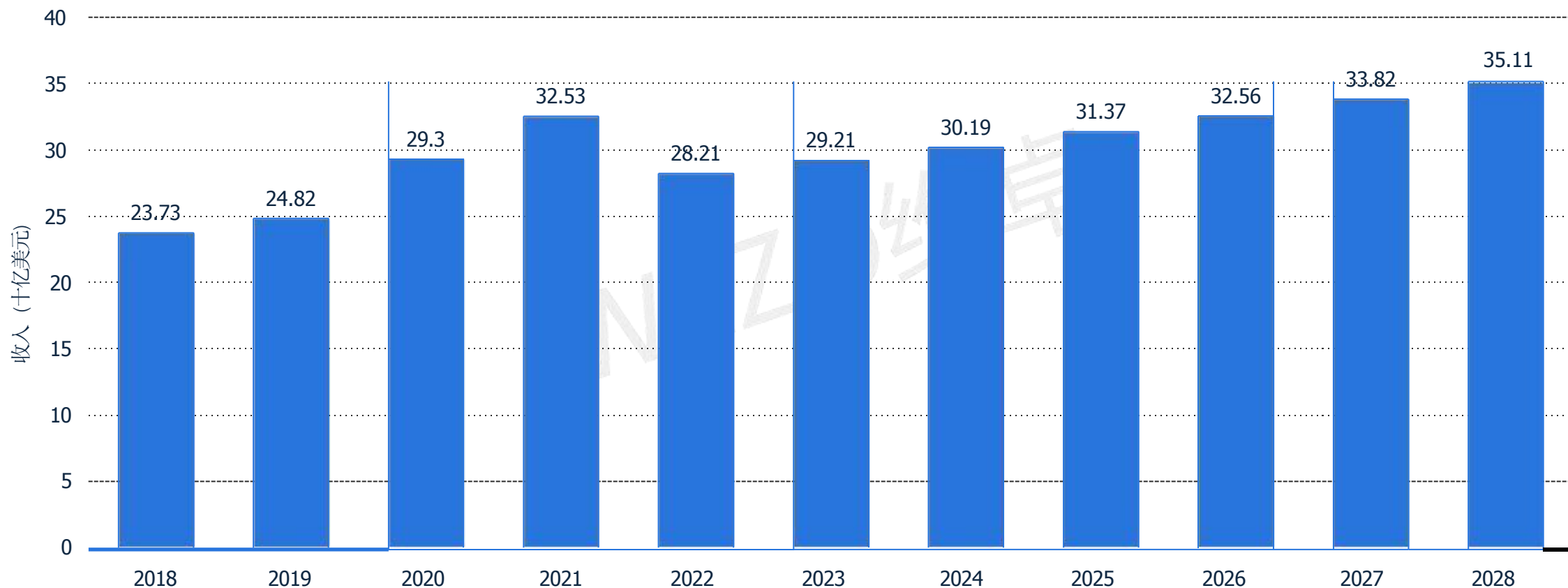
注：美国；2018年至2028年；细分市场包括主要电器：冰箱和冰柜；洗碗机和洗衣机；炊具和烤箱
资料来源：Statista; Statista Consumer Market Insights



扫描领取报告

2018-2028年美国小家电行业收入（单位：十亿美元）

预计美国家用电器市场“小家电”部分的收入将在2023年至2028年间持续增长，总计59亿美元（+20.2%）。在连续第六年增长后，该指标预计将达到351.1亿美元，因此在2028年达到新高。



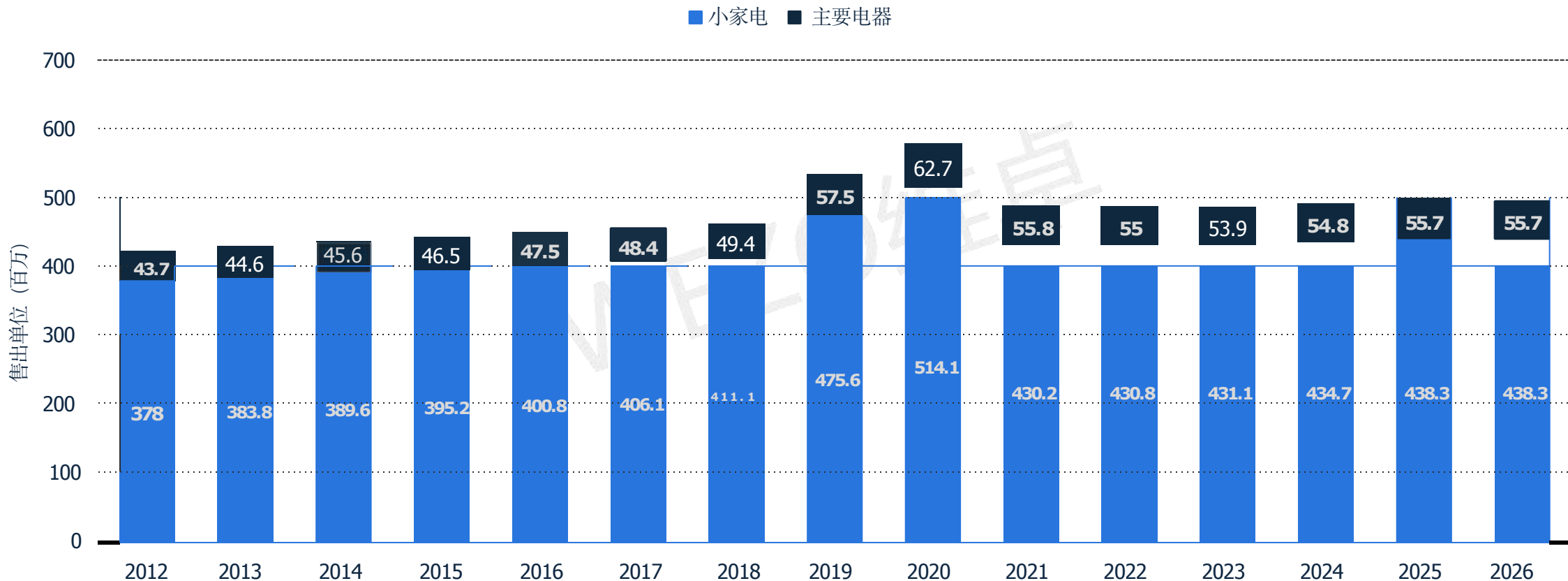
注：美国;2018 到 2028
资料来源：Statista; Statista Consumer Market Insights



扫描领取报告

2012年至2026年美国家用电器销量（单位：百万台），按细分市场划分

预计到2020年，美国小家电的销量将达到约5.141亿台。主要家用电器，包括冰箱、冰柜、洗碗机、洗衣机、炊具和烤箱，预计到2020年将达到6270万台。



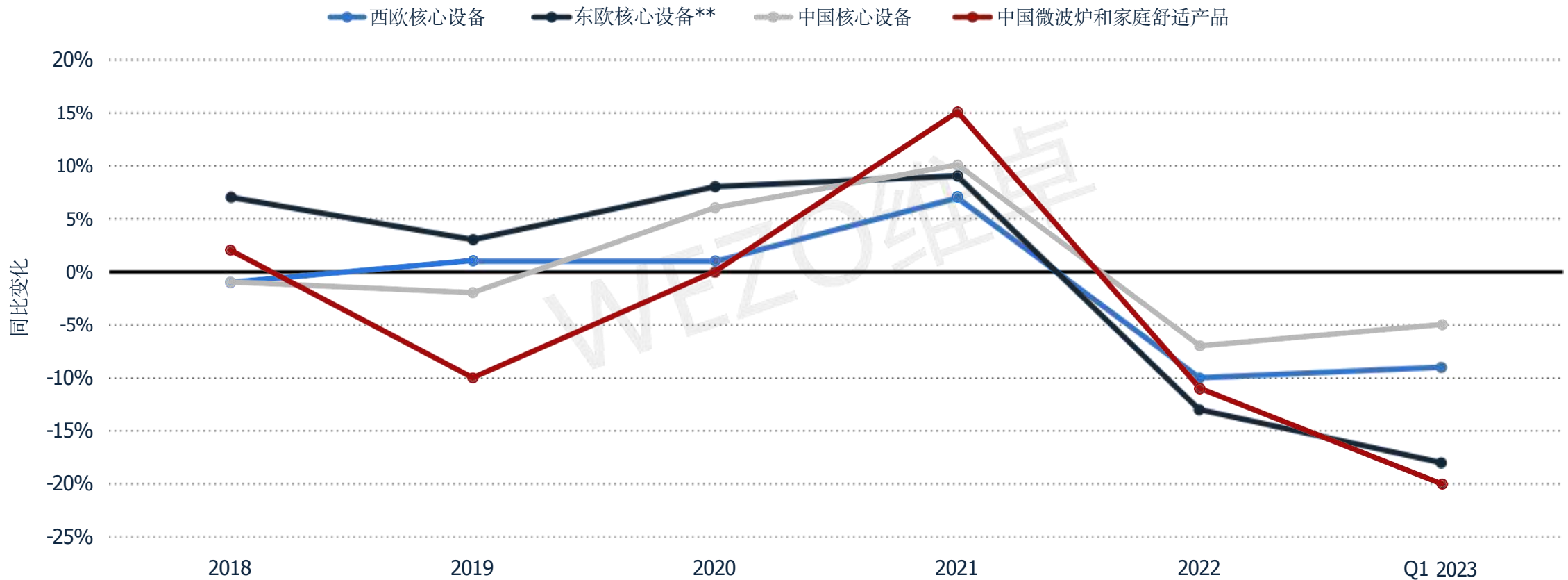
注：美国；细分市场包括主要和小型电器：冰箱和冰柜；洗碗机和洗衣机；炊具、烤箱、咖啡机和小型厨房用具；真空吸尘器和熨斗
资料来源：Statista; Statista Consumer Market Insights



扫描领取报告

2018年至2023年美国 and 欧洲核心家用电器出货量的年度变化*

尽管核心家用电器出货量在 2020 年和 2021 年稳步增长，但自 2022 年以来和截至 2023 年第一季度，出货率一直在下降。这适用于所有主要的家用电器市场，无论是西欧、东欧还是美国。最大的增长是 2020 年至 2021 年间美国微波炉和家庭舒适产品的激增，出货量增长了 15%。



注：欧洲、美国;2017年至2023年;* 核心电器包括：冰箱、冰柜、洗衣机、滚筒式烘干机、独立式炊具、嵌入式烤箱、嵌入式炉灶、抽油烟机和洗碗机。 ** 不包括来自土耳其的数字。
资料来源：AHAM; Electrolux

第03章

代表性企业

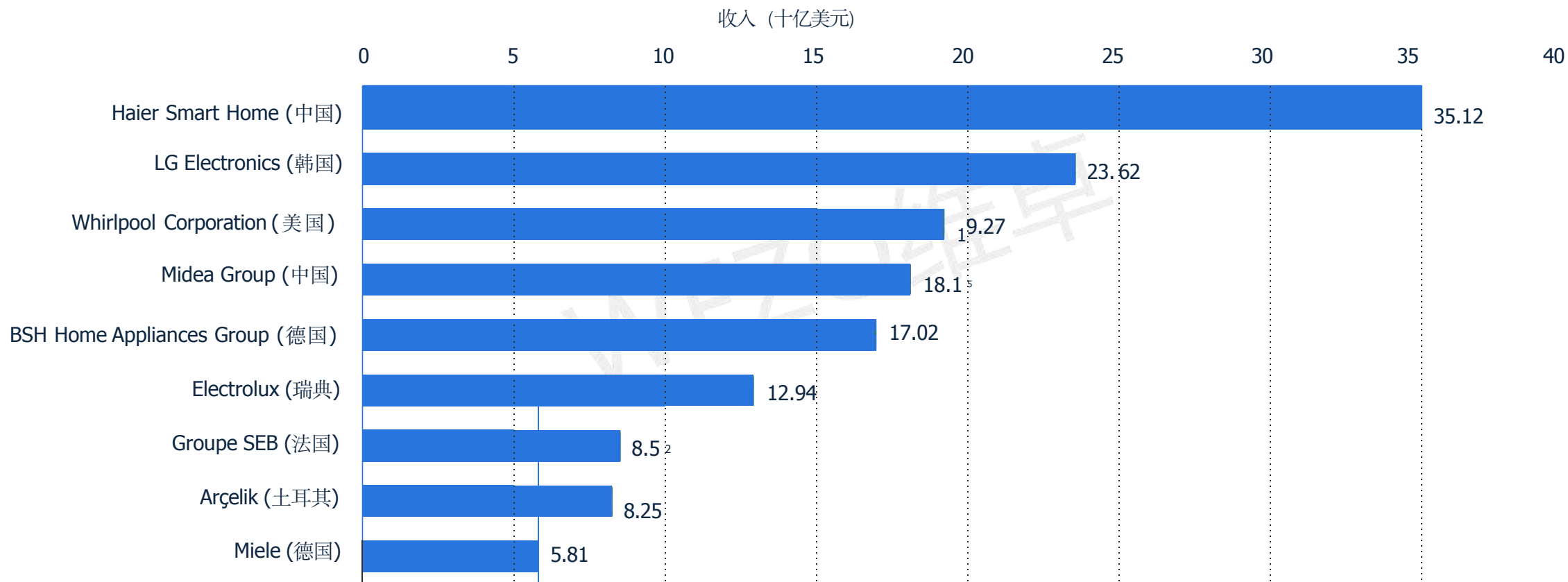




扫描领取报告

2022 年按收入排名的全球领先家电制造商 (单位: 十亿美元)

2022年, 全球六家家电制造商的收入超过100亿美元, 其中海尔智能家居以约350亿美元领跑排名。其他年收入超过100亿美元的公司是LG, 惠而浦, 美的, 博西家电和伊莱克斯。



注: 全球;2022;数据来自公司财务报告

资料来源: Arçelik; BSH; Electrolux; Groupe SEB; Haier; LG Electronics; Midea; Miele & Cie.; Statista; Whirlpool Corporation

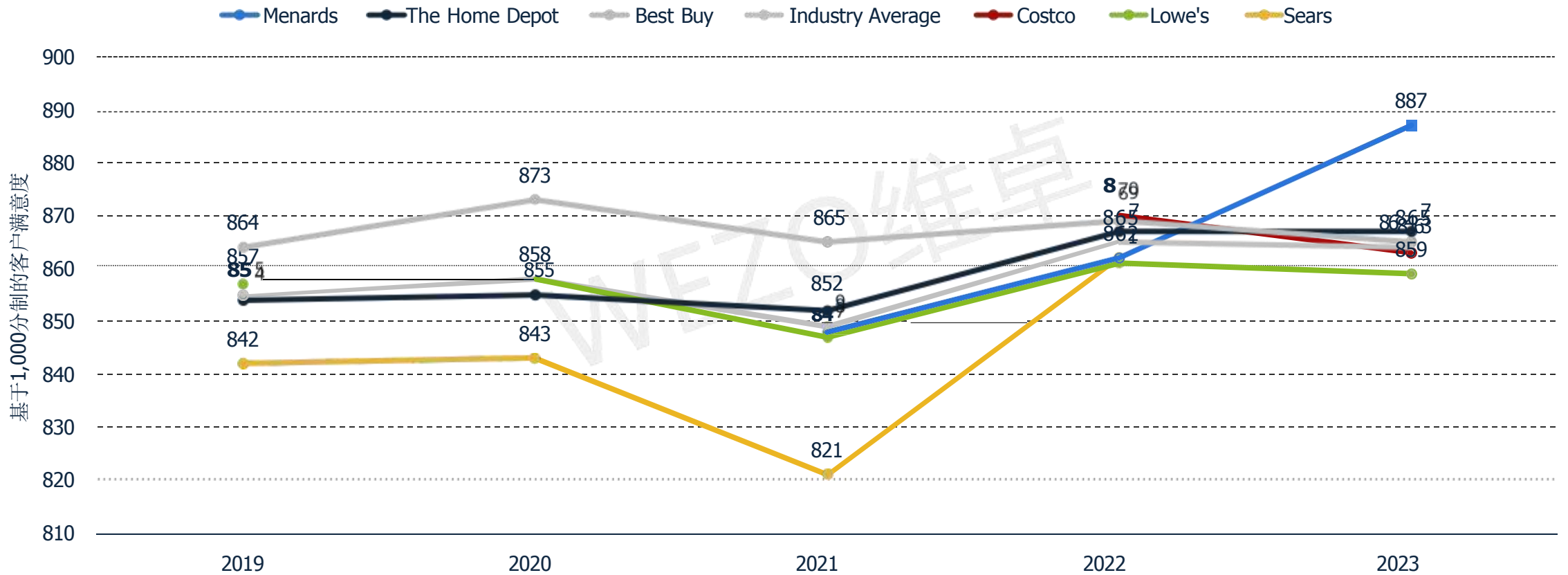


扫描领取报告

2019 年和2023 年美国主要家电零售商，按客户满意度划分

2022 年，Costco 以870 分的成绩成为美国家用电器零售商的最高分。

2023 年，Menards 和家得宝在家电零售商满意度排名中名列前茅，得分分别为 887 分和867 分。



注：美国；2022年12月至2023年3月；21,062名受访者；在过去12个月内从大型家电零售商处购买电器的客户
资料来源：J.D. Power

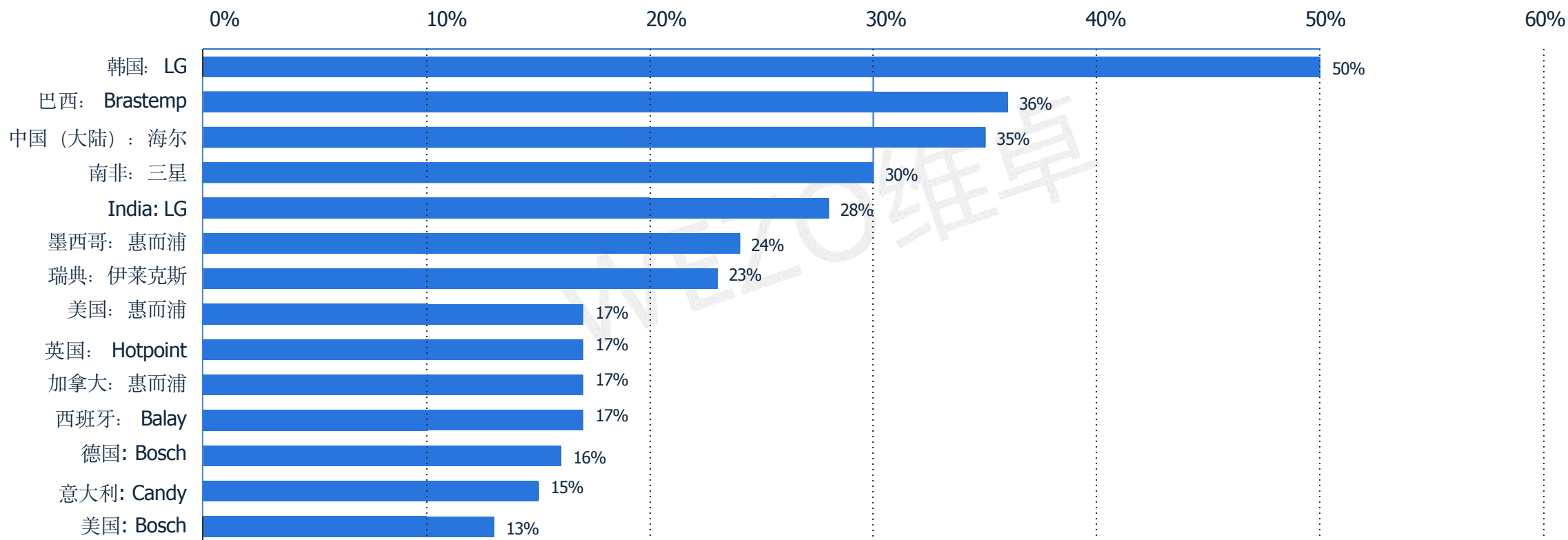


扫描领取报告

2022 年最受欢迎的洗衣机品牌（按国家/地区划分）

2022 年，LG 是其本土市场韩国以及印度和俄罗斯最受欢迎的洗衣机品牌。另一方面，在北美，惠而浦是美国和加拿大最受欢迎的洗衣机品牌。在许多情况下，国内品牌在大多数市场比其他国家的品牌更受欢迎。中国也是如此，中国跨国家电和消费电子公司海尔就是其中之一。

拥有电器的家庭比例



注：全球、巴西、加拿大、中国、法国、德国、印度、意大利、日本、墨西哥、俄罗斯、南非、西班牙、瑞典、英国、美国;2022 年第 4 季度;12,197 - 24,015 (因国家而异);18-64岁;受访者[...]
资料来源: Statista Consumer Insights

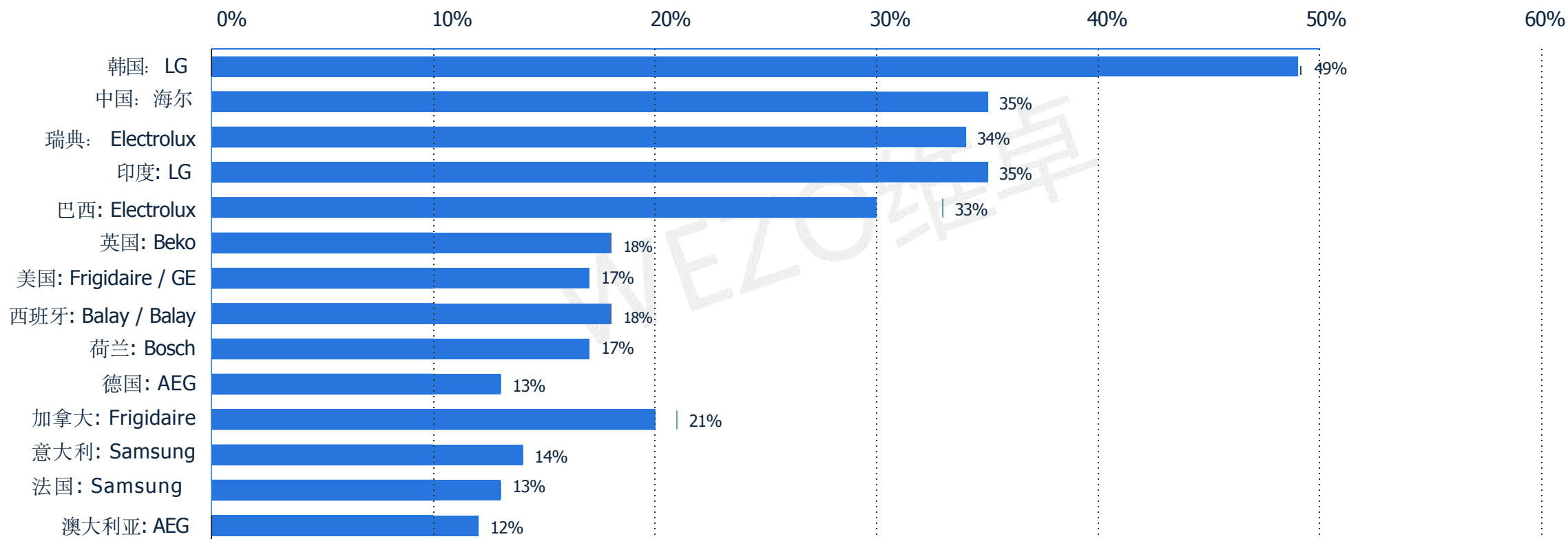


扫描领取报告

2023 年最受欢迎的冰箱品牌：按国家/地区划分

截至 2023 年，德国和奥地利最受欢迎的冰箱品牌是 AEG，而伊莱克斯是瑞典和巴西最受欢迎的品牌。在韩国，LG 冰箱在 2023 年占据主导地位，约有 49% 的受访者表示拥有 LG 冰箱。

拥有电器的家庭比例



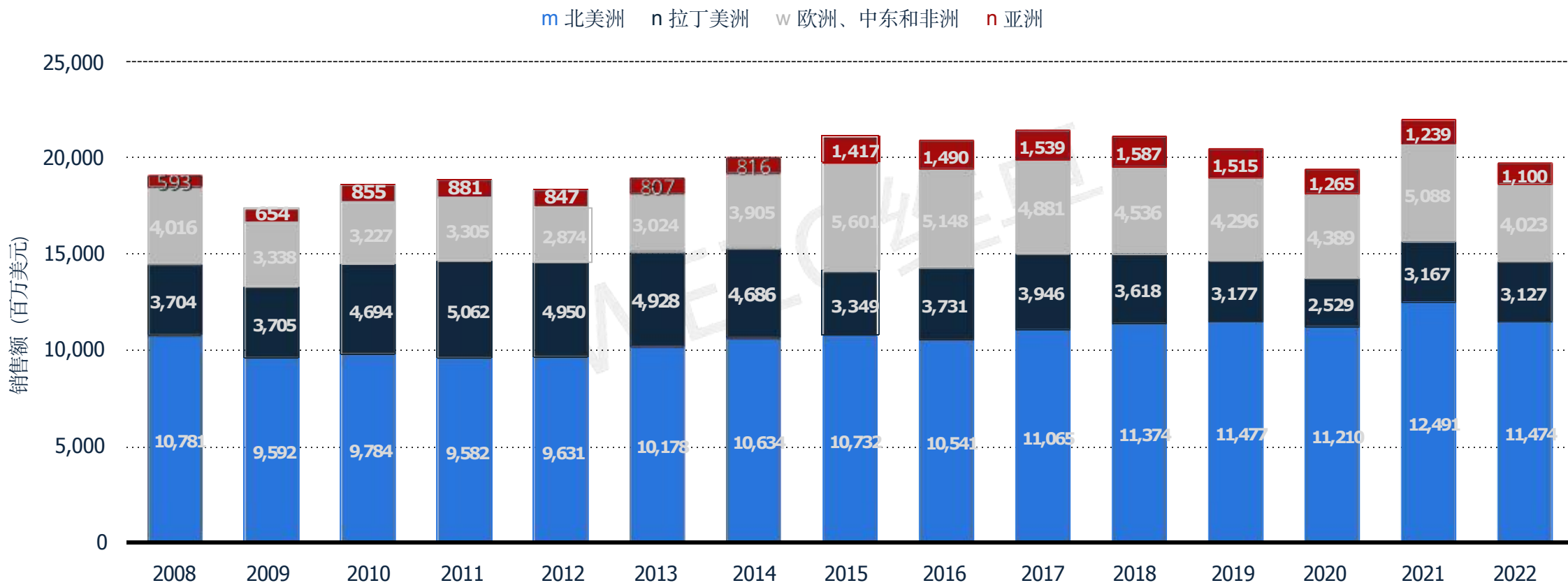
注：阿根廷、奥地利、加拿大、法国、德国、意大利、日本、俄罗斯、西班牙、土耳其、英国、美国；2022年4月至2023年3月；2,086 - 5,050（因国家/地区而异）；18-64岁；家中有冰箱的受访者（拆分样本）
资料来源：Statista Consumer Insights

惠而浦 2008 年至 2022 年的净销售额（单位：百万美元），按地区划分

2022 年，惠而浦公司的大部分销售额来自北美，因为它带来了 115 亿美元的最大净收入。第二大地区是欧洲、中东和非洲地区，同年只有 40 亿美元。



扫描领取报告



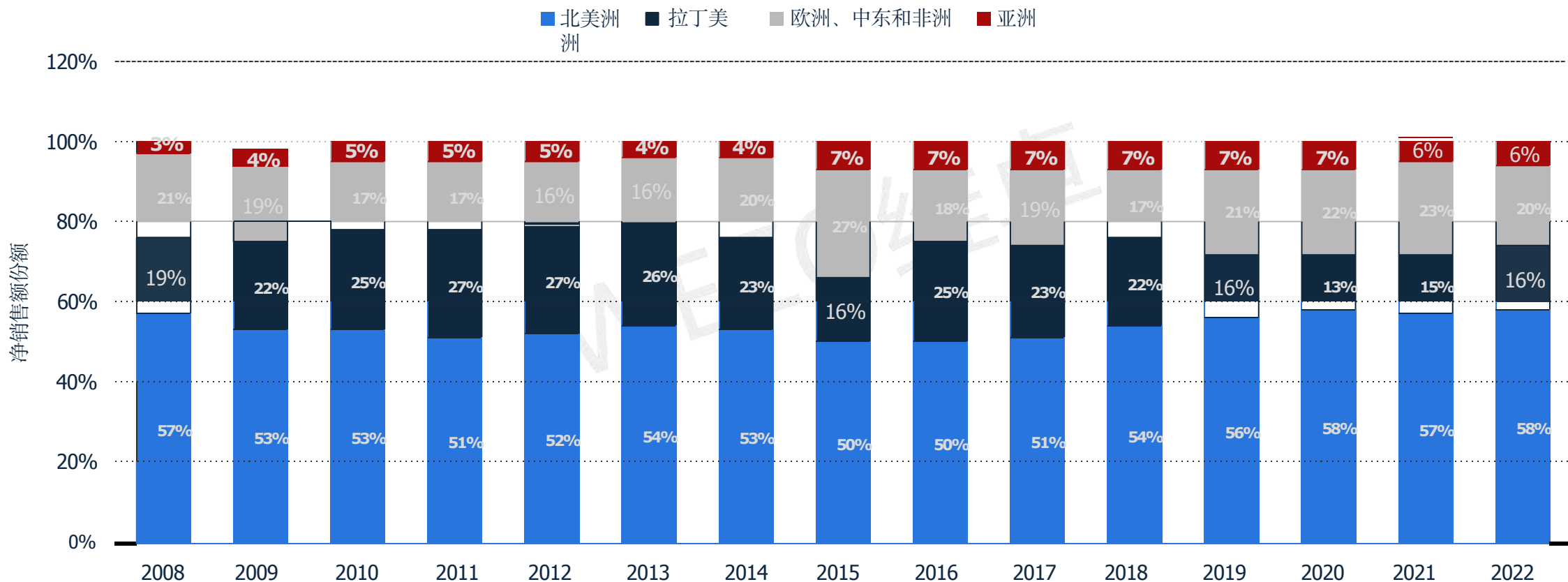
注：全球;2008年至2022年;* 2013年之前的数据取自之前的财务报告 更多资料来源：Whirlpool Corporation



扫描领取报告

2008 年至 2022 年惠而浦净销售额分布：按地区划分

2022 年，惠而浦公司约 58% 的净销售额来自北美。自 2016 年以来，拉丁美洲的净销售额份额持续下降。但从 2021 年开始，这一趋势出现了小幅逆转。



注：全球;2008年至2022年;* 2020年之前的数据取自以前的报告。阅读更多资料来源：Whirlpool Corporation

第04章

美国家用电器拥有率



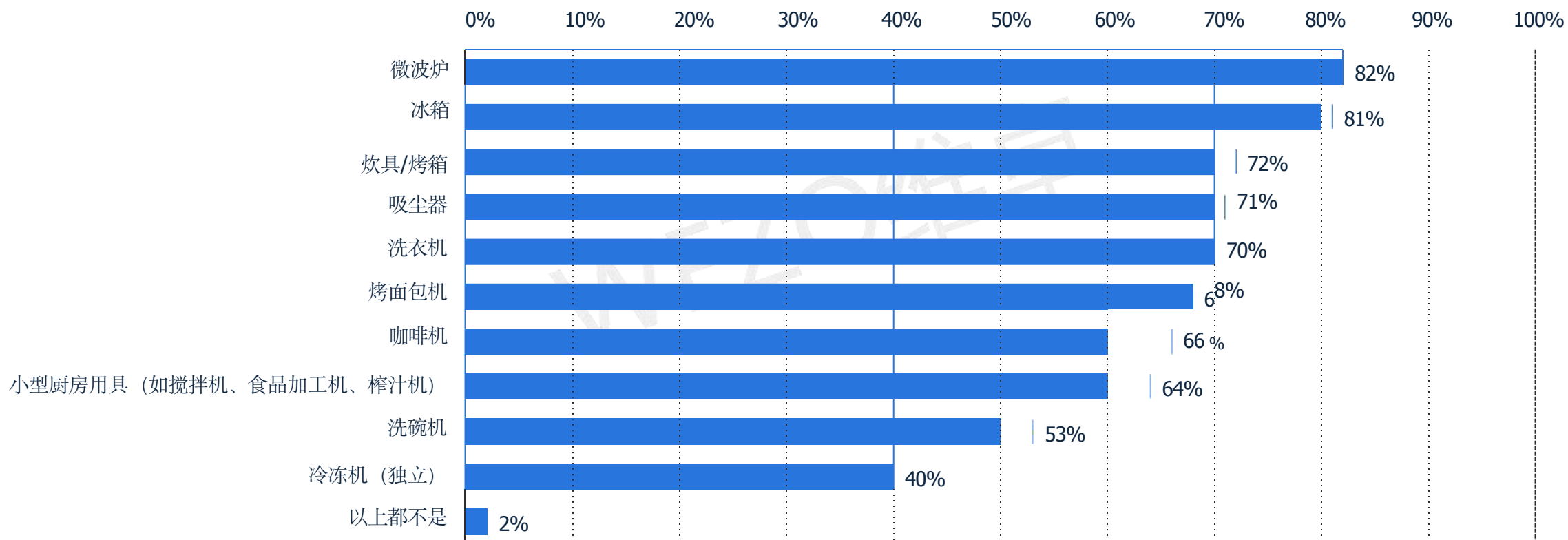
截至 2023 年 6 月美国的家用电器拥有量

“微波炉”和“冰箱”是我们关于“家用电器拥有量”的调查中美国消费者的前两个答案。



扫描领取报告

受访者比例



注：美国；2022年7月至2023年6月；10011名受访者；18-64岁
资料来源：Statista Consumer Insights

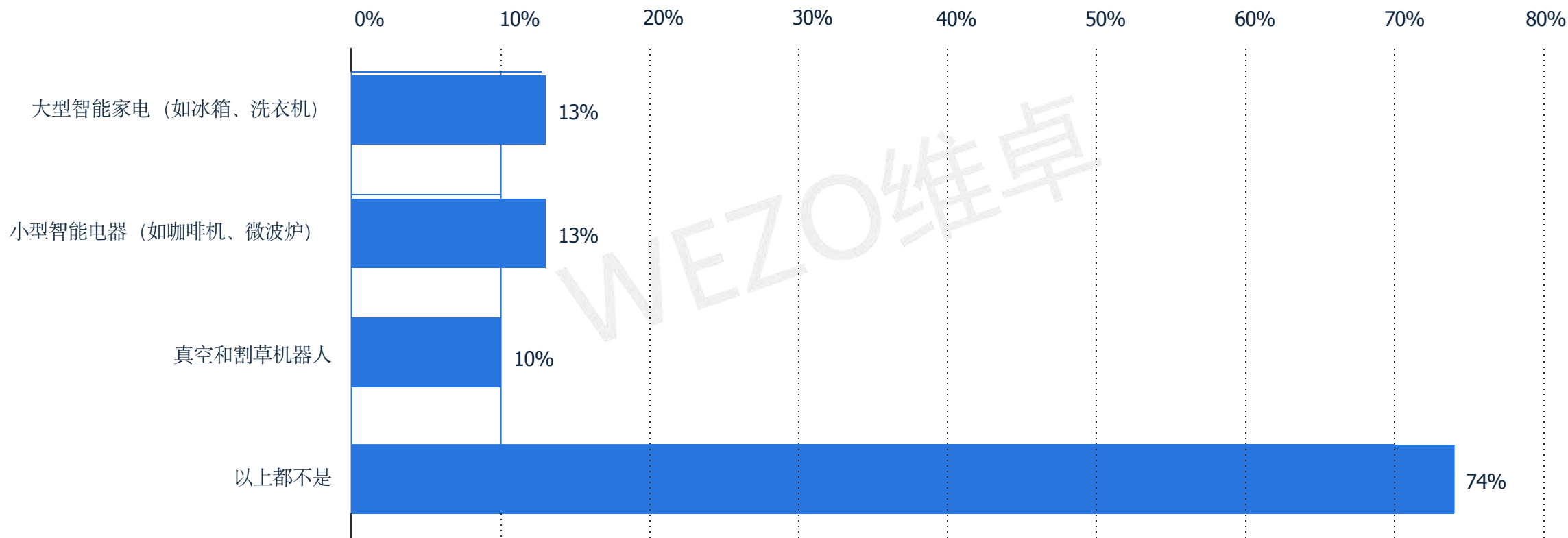
2022年美国智能家电拥有率*

根据2022年Statista的一项调查，美国13%的家庭拥有主要的智能电器。13名受访者还拥有小型智能家电。反过来，只有10%的受访者拥有吸尘器或割草机器人。



扫描领取报告

拥有智能家电的受访者比例



注：美国，2022年第4季度；59,934名受访者；18-64岁；拥有智能家居设备；*可以有多个答案。
资料来源：Statista Consumer Insights

2023年全球部分国家家庭主要家电拥有率

根据 2023 年 Statista 全球消费者调查，烤箱、洗碗机、冰柜、微波炉、冰箱、吸尘器和洗衣机等主要电器由世界各地的许多家庭拥有。不过，在比较各个国家时，拥有率存在差异。例如，炊具/烤箱由美国，西班牙，英国，意大利，俄罗斯和土耳其的许多家庭拥有，其中超过90%的家庭拥有、



扫描领取报告

	炊具/烤箱	洗碗机	冷冻机 (独立)	微波炉	冰箱
阿根廷	92%	14%	32%	67%	84%
巴西	91%	30%	43%	78%	96%
加拿大	81%	59%	52%	86%	86%
中国 (大陆)	47%	31%	34%	61%	80%
法国	83%	63%	51%	85%	90%
德国	87%	71%	49%	75%	91%
印度	59%	24%	31%	46%	79%
意大利	85%	64%	40%	68%	94%
日本	50%	29%	25%	89%	91%
墨西哥	70%	8%	21%	79%	61%
俄罗斯	85%	25%	26%	83%	96%
南非	78%	28%	50%	91%	91%
韩国	36%	23%	18%	87%	92%
西班牙	90%	63%	34%	91%	94%

注：阿根廷、奥地利、加拿大、法国、德国、意大利、日本、俄罗斯、西班牙、土耳其、英国、美国;2023年第一季度;509 - 10,006 (受访者人数因国家而异);18-64 岁
资料来源: Statista Consumer Insights

2022年全球部分国家户用小家电率

根据2022年Statista全球消费者调查，搅拌机、食品加工机、榨汁机、咖啡机和烤面包机等小家电被世界各地的许多家庭拥有。不过，在比较各个国家时，拥有率存在差异。例如，奥地利、德国、法国、瑞典和西班牙的许多家庭都拥有咖啡机，其中超过75%的家庭拥有咖啡机。



扫描领取报告

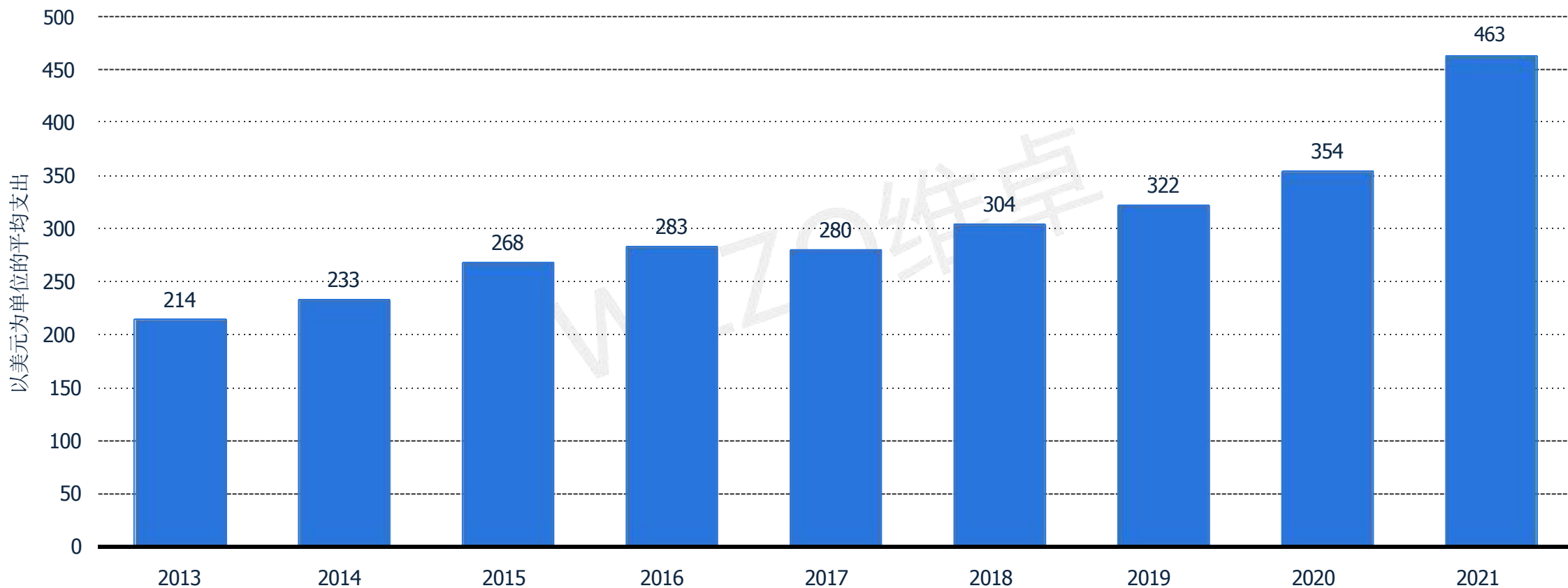
	咖啡机	烤面包机	小型厨房用具（如搅拌机、食品加工机、榨汁机）
奥地利	85%	79%	81%
巴西	46%	43%	79%
加拿大	70%	81%	73%
法国	79%	66%	67%
德国	81%	80%	75%
意大利	71%	57%	79%
墨西哥	62%	41%	74%
荷兰	72%	51%	66%
南非	27%	74%	65%
韩国	40%	43%	48%
西班牙	78%	77%	73%
瑞典	77%	79%	72%
英国	47%	82%	68%

2013年至2021年美国家庭在主要电器上的平均年支出（美元）



扫描领取报告

美国主要家用电器的年均支出从 2013 年的 214 美元增长到 2021 年的 463 美元。



注：美国;2013 到 2021
资料来源：Bureau of Labor Statistics

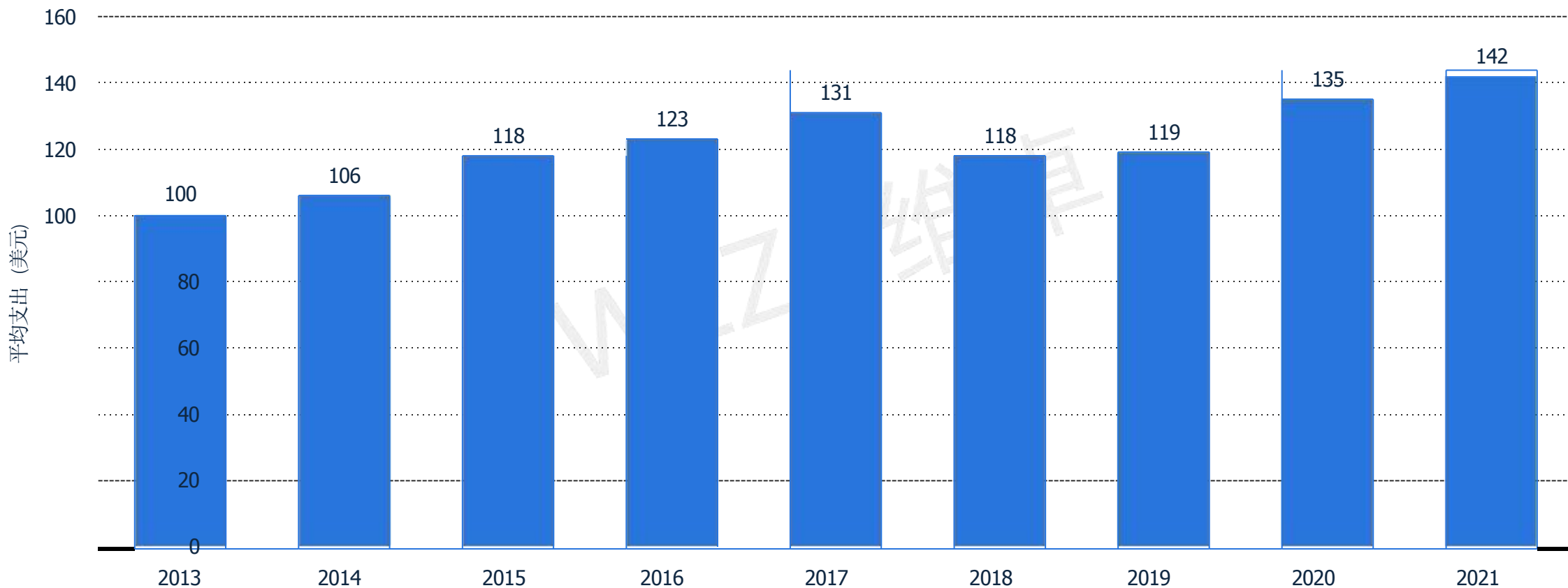


扫描领取报告

2013 年至 2021 年美国家庭在小家电和杂项家庭用品方面的年均支出

2021 年，美国每个家庭平均在小家电和其他杂项家庭用品上花费 143 美元。

多年来，小家电的平均支出一直在波动，但至少自2013年以来一直达到或超过100美元。



注：美国;2013 到 2021
资料来源：Bureau of Labor Statistics

数据来源



扫描领取报告

AHAM
APPLiA
Arçelik
BSH

Bureau of Labor Statistics
Electrolux
Groupe SEB
Haier

J.D. Power
LG Electronics
Midea

Miele & Cie.
Statista

Statista Consumer Insights
Statista Consumer Market Insights
US Census Bureau

Website (International Roundtable of Household Appliance Manufacturer Associations (IRHMA))
Whirlpool Corporation

WEZO 维卓

版权声明



扫描领取报告

- 本报告著作权由维卓出海研究院整理而成，部分数据、文字或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。
- 未经允许，不得以任何形式或手段复制、抄袭、影印、翻译本报告的任何部分。
- 凡转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字、数据、观点的，应注明来源（WEZO 维卓公众号），同时不能删减或改写内容。
- 报告内容仅供一般性参考，不能用于商业用途，不应视为针对特定事务的意见或依据。
- 若有业务输出需求，欢迎联系维卓商务经理：18630366650（郭先生）。

WEZO 维卓

关于维卓出海研究院

洞悉全球，发掘商机

服务客户



扫描领取报告

WEZO维卓旗下行业研究分析品牌，致力于通过科学、有效的研究体系，帮助中国出海企业洞察全球数字营销行业发展脉络，把握出海增长机遇，为出海企业提供持续、长效的发展价值。

目前，我们已成功发布20+份精心打造的行业报告，涵盖了电商、游戏、移动应用、品牌客户等多个领域。欢迎下载报告，与我们一同探索全球市场的机遇与未来!



出海广告 就选维卓

【智慧营销 驱动未来】

关注我们，获取最新出海营销干货报告

