

Jungle Scout

2021 全球小家电行业 发展报告

行业趋势

产品热点

营销策略

Jungle Scout 出品

更新于: 2021.04



一．全球小家电市场分析	03-26
二．消费者趋势分析	27-37
三．小家电热卖产品分析	38-49
四．小家电产品趋势分析	50-58

01

全球小家电市场分析

- 中国家电行业出口现状
- 全球家电行业的市场表现
- 小家电市场的定义与分类
- 全球小家电市场分析

1

2

3

4



中国家电行业出口现状

2020 年上半年，新冠肺炎疫情的爆发严重影响了全球经济形势，但是，随着国内疫情防控向好态势发展和各项促消费政策的落地生效，大部分行业的生产、销售陆续恢复正常，市场需求也逐步恢复。

根据我国商务部发布的《中国对外贸易形势报告(2020 年秋季)》，2020 年 1-10 月，中国出口主要商品的表现来看：

家用电器的出口量为

27.076 亿台

同比增长

9.7%

出口额达

3670.1 亿

同比增长

19.1%

是继医疗器械和纺织品之后，增长率最高的行业。

商品名称	单位	数量	同比增长 (%)	金额 (亿元)	同比增长 (%)
自动数据处理设备及其零部件	—	-	-	11719.4	10.5
纺织纱线、织物及制品	—	-	-	9084.1	34.8
服装及衣着附件	—	-	-	7768.7	-6.9
集成电路	亿个	2113.5	19.6	6501.7	14.3
手机	万台	76004.8	-3.3	6327.2	-4.6
塑料制品	—	-	-	4660.0	18.0
家用电器	万台	270760.3	9.7	3670.1	19.1
汽车零配件	—	-	-	3126.6	-9.0
家具及其零件	—	-	-	3099.3	7.9
音视频设备及其零件	—	-	-	3014.7	3.4
钢材	万吨	4442.5	-19.3	2575.8	-17.7
通用机械设备	—	-	-	2325.2	7.6
灯具、照明装置及其零件	—	-	-	1994.2	11.7
鞋靴	万双	594389.1	-24.8	1971.6	-22.0
玩具	—	-	-	1843.1	3.0
成品油	万吨	5098.2	-3.4	1513.2	-27.1
陶瓷产品	万吨	1400.6	-19.8	1325.2	-3.4
箱包及类似容器	万吨	162.6	-36.2	1136.1	-25.0
液晶显示板	万个	103506.7	-17.3	1118.2	-10.4
医疗仪器及器械	—	-	-	1043.2	46.0
水海产品	万吨	299.0	-12.4	1038.3	-8.6
船舶	艘	3947.0	-26.2	971.8	-10.3
汽车(包括底盘)	万辆	82.7	-19.1	853.1	-6.7
未锻轧铝及铝材	吨	3980084.3	-17.0	742.7	-15.1

Source: 中国海关统计

中国家电行业出口表现

2020 年二季度开始，国内家电企业产能基本恢复至常态，尤其 6 月份随着国外疫情不断扩散，全球市场对中国供应的依赖大幅增加。

"宅家"防疫、居家办公的推行，使得冰箱、冰柜、微波炉等家电产品需求陡增，人均购买力较强的欧美国家订单大幅增加，家电产品出口形势转好。小家电多数品类累计出口额增速从 7 月开始转正，8 月、9 月均持续增长，且规模持续创新历史最好水平。

海关总署数据显示，2020 年我国家电行业出口额为

4582 亿元
(品类不含彩电)

24.2% 同比增长

2020 年 12 月当月，中国家用电器出口额

58.6% 同比增长

7 个月连续两位数增长



Source: 海关总署

2020 年中国对各个国家家电出口的表现

从对各个国家的出口情况看，中国家电业对主要国家和地区出口延续下半年以来的持续改善态势，东盟地区表现强劲。规模和增速均处于近十年来最好水平。

2020年前3季度，继续扭转上半年的负增长局面，增速为近十年来最高。

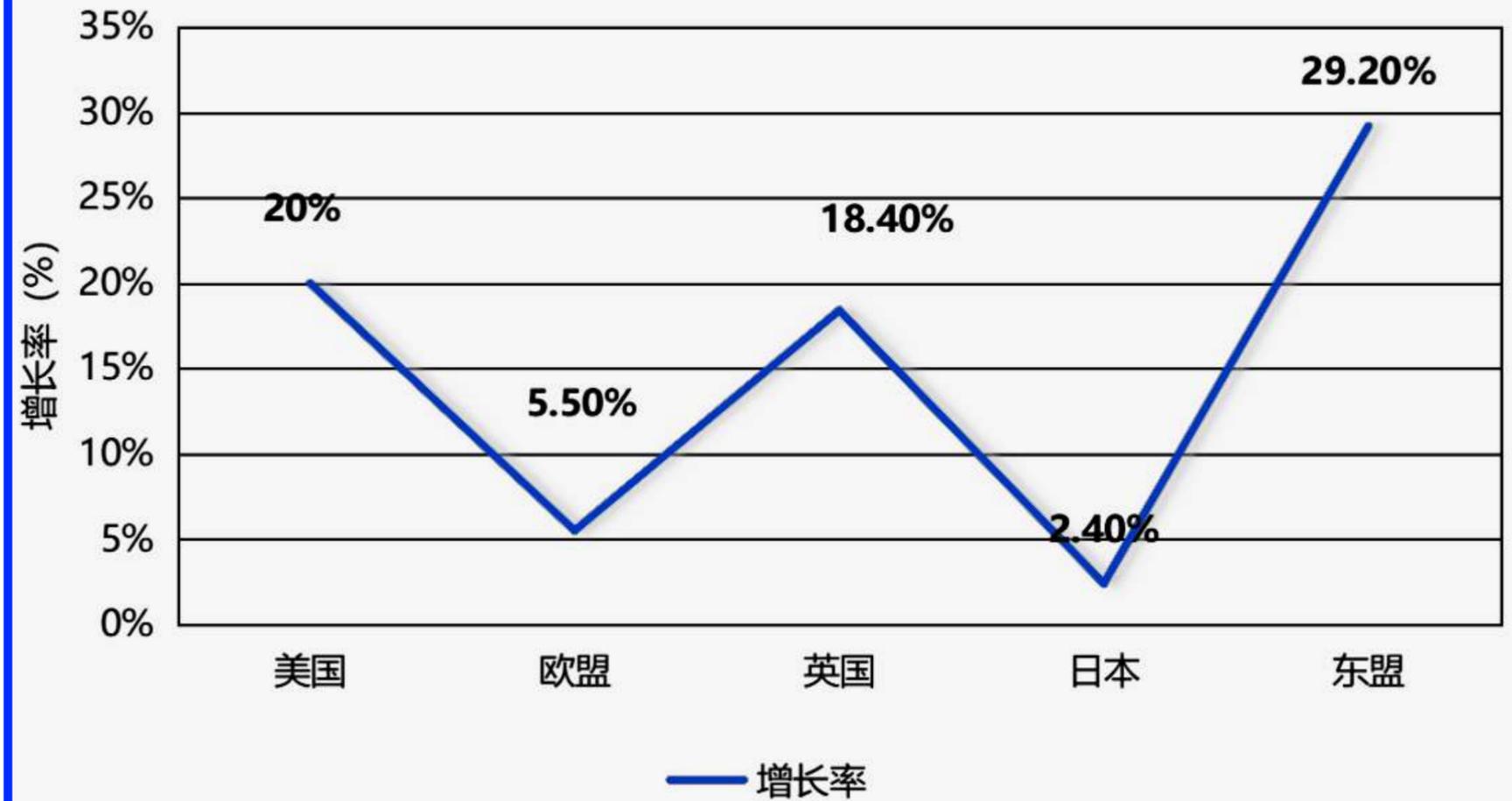
前三季度对东盟国家累计出口额

29.2% 同比增长

我国对美国累计出口额

20% 同比增长

中国对各个国家的出口额同比增长



Source: 海关总署

全球家电市场表现

调查数据显示，
2020 年全球家电市场产生的总收入

5509.73 亿美元

1.6% 同比增长

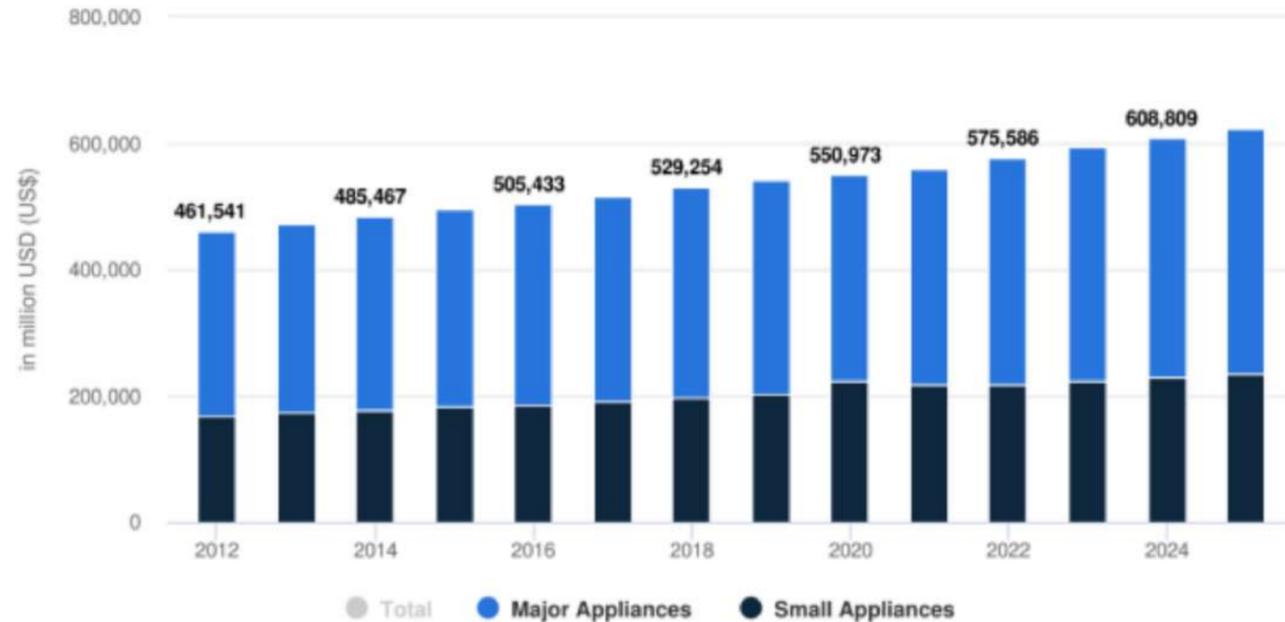
得益于小家电产品销量的大幅增长，
全球家电市场的总销量为

456.963 亿件

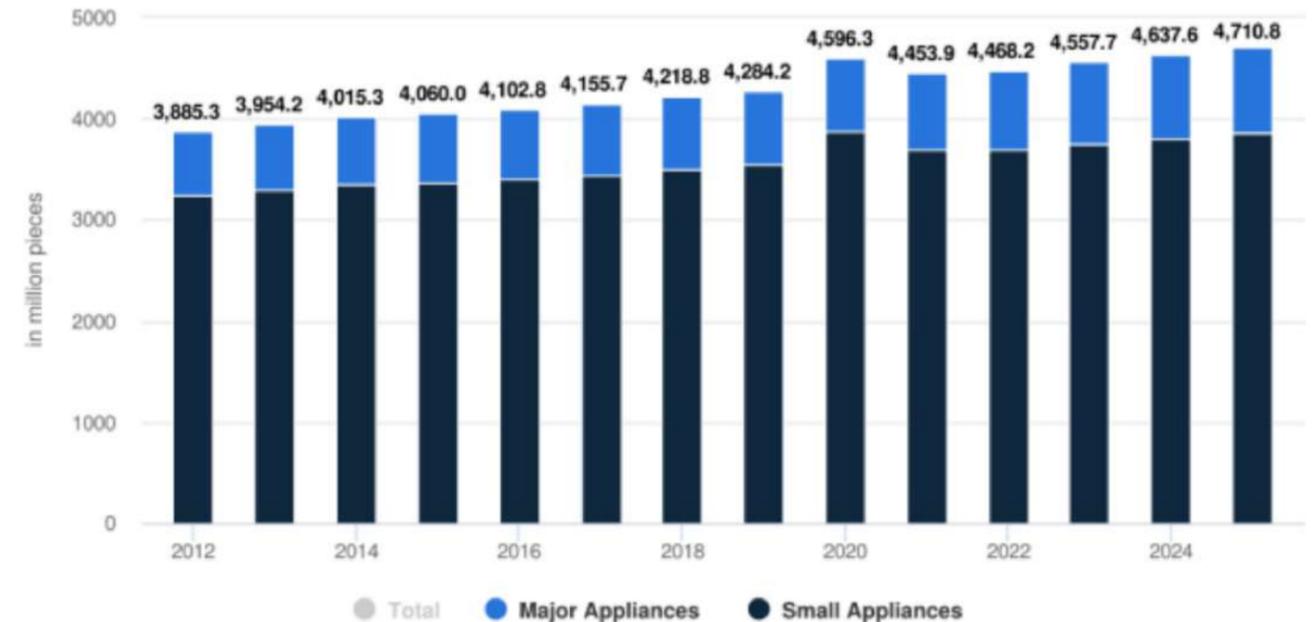
7.7% 同比增长

全球家电市场表现

Household Appliances - Revenue by Segment
million USD (US\$) (Worldwide)



Household Appliances - Volume by Segment
million pieces (Worldwide)



全球家电市场收入 – 2020

全球家电市场销量 – 2020

Source: Statista.com

全球家电市场的收入情况

根据 Statista 的最新预测，
2020 年，全球小家电市场的收入为

2241 亿美元

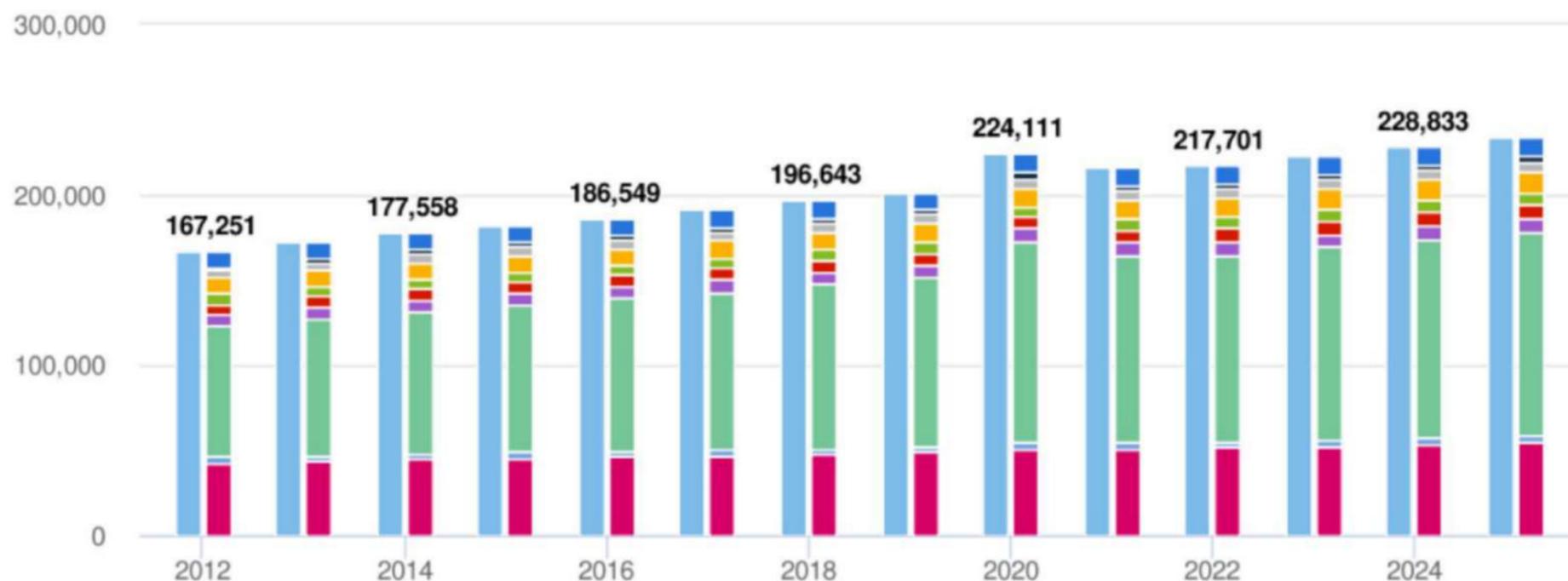
同比 2019 年，收入增长了

11%

预计到 2025 年，全球该市场的收入将达到

2234.2 亿美元

Small Appliances - Revenue by Segment
million USD (US\$) (Worldwide)



(受新冠疫情的影响，2020 年小家电市场的增长幅度超过往年平均水平，2021 年回落之后，将以疫情之前的正常幅度增长。)

Source: Statista.com

全球家电市场的收入情况

根据 Statista 的最新预测，
2020 年，全球大家电市场的收入为

3268.6 亿美元

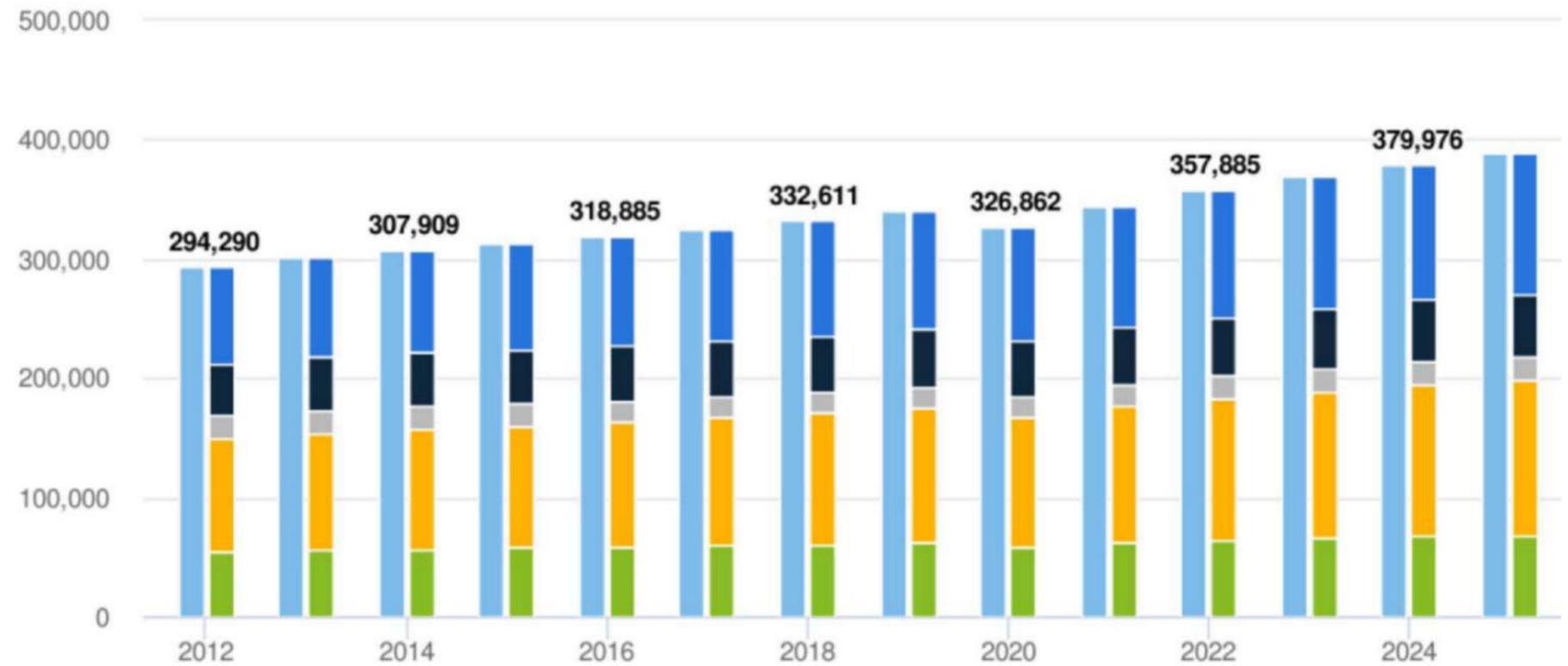
同比 2019 年，收入下降

3.9%

预计到 2025 年，该市场的收入将达到

3883.9 亿美元

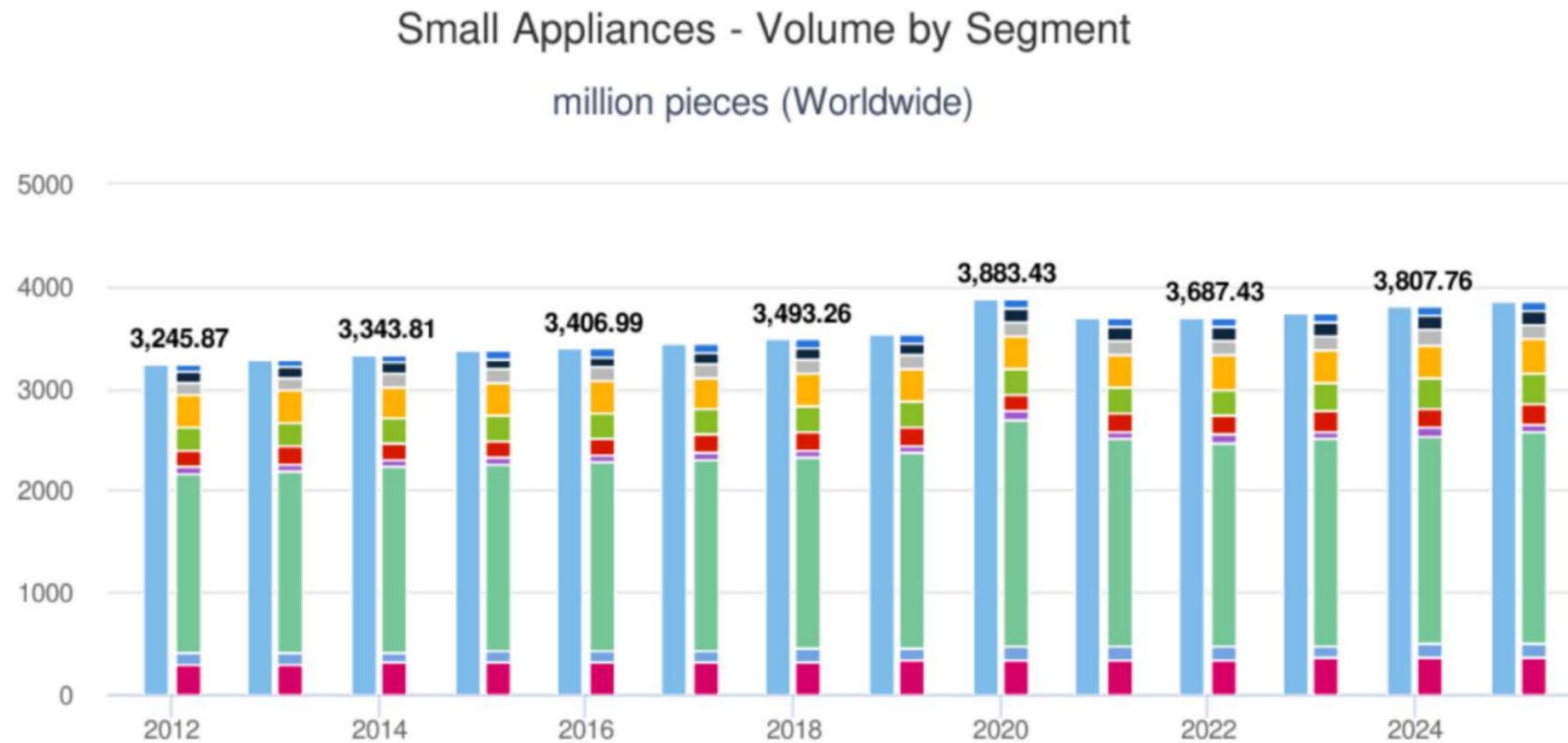
Major Appliances - Revenue by Segment
million USD (US\$) (Worldwide)



随着发达国家陆续开始接种疫苗，2021年下半年海外疫情可能逐步得到控制，预计2021年下半年全球家电市场的收入将恢复疫情前常态水平。

Source: Statista.com

全球家电市场的销量情况



2020 年，全球小家电的销量为

38.83 亿件

同比增长

9.6%

预计 2021 年会有所回落，同时保持缓步增长
到 2025 年，全球小家电的销量将达到

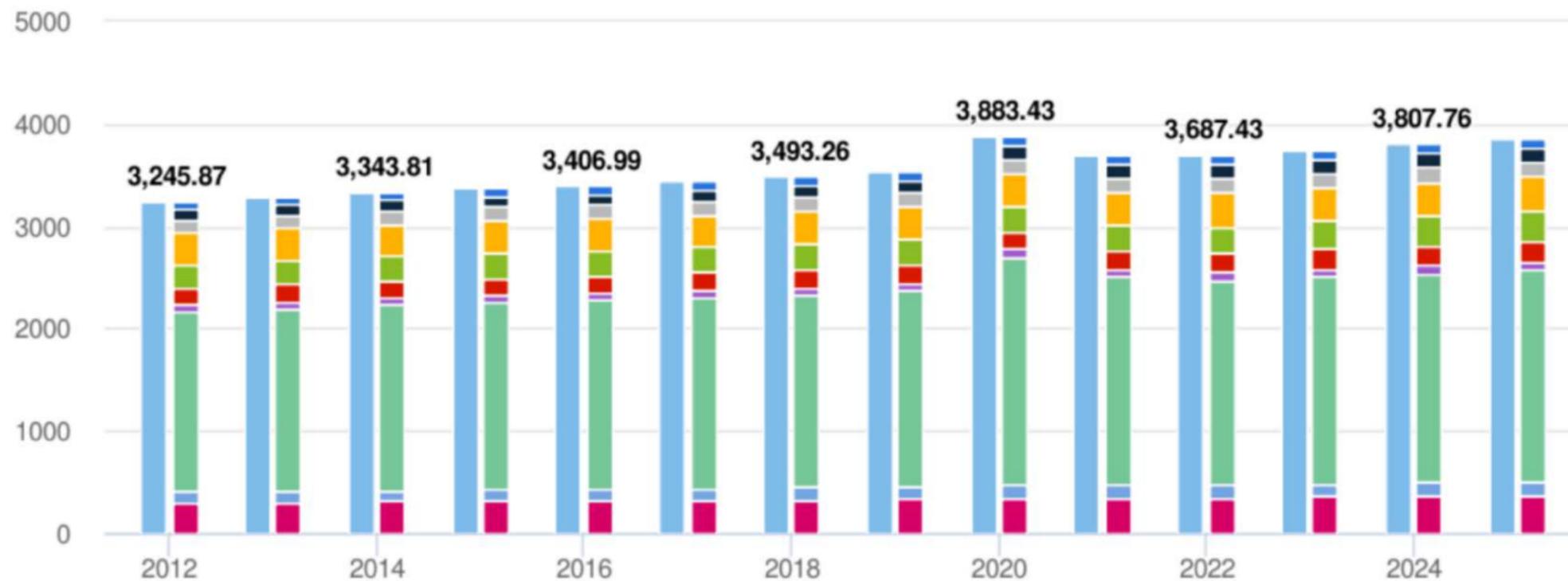
38.63 亿件

Source: Statista.com

全球家电市场的销量情况

Small Appliances - Volume by Segment

million pieces (Worldwide)



2020 年，全球大家电的销量为

7.13 亿件

同比下降

3.9%

但是从 2021 年开始快速增长
预计到 2025 年大家电的销量将达到

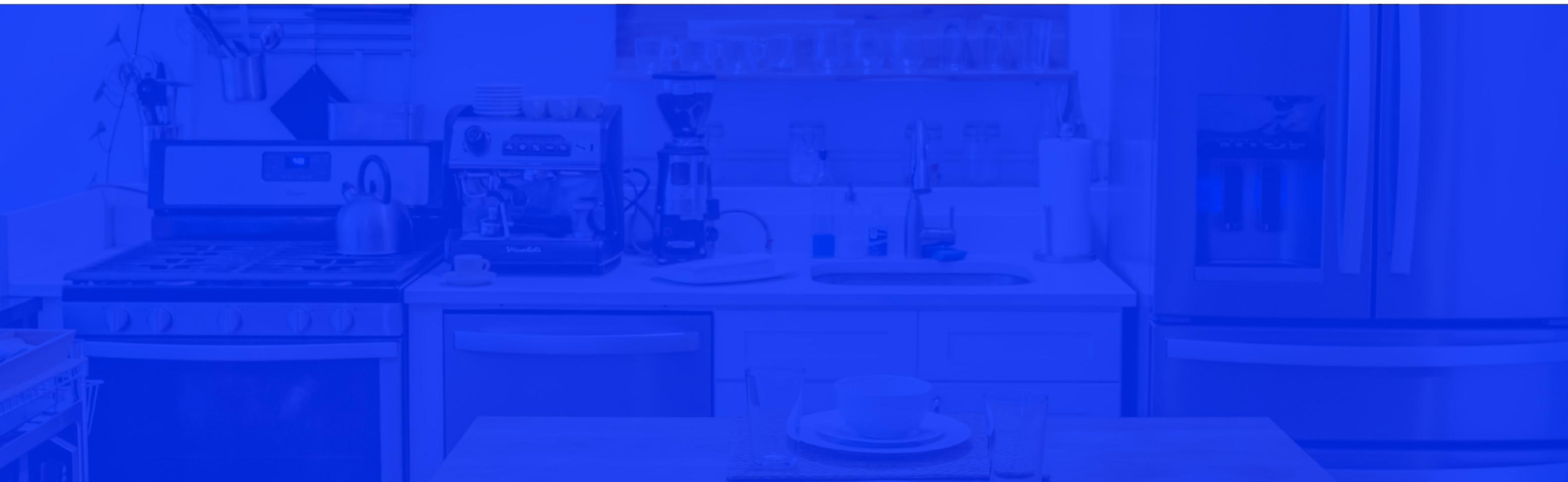
8.48 亿件

Source: Statista.com

家电市场下的两个细分市场

大家电包括冰箱，炊具和烤箱等设备，价格较高，但更换频率较低。

小家电产品对家电市场的销量贡献最大，并且使用寿命较短，在大多数情况下，消费者很容易受到市场趋势的影响，乐意购买新产品。



小家电市场的定义

小家电一般是指除了大功率输出的电器以外的家电，一般这些小家电都占用比较小的电力资源，或者机身体积也比较小，所以称为小家电。

根据国家统计局最新发布的《国民经济行业分类与代码》，小家电属于家用电力器具制造行业，行业下有八个小类，分别是：

C3851

家用制冷电器具制造

C3852

家用空气调节器制造

C3853

家用通风电器具制造

C3854

家用厨房电器具制造

C3855

家用清洁卫生电器具制造

C3856

家用美容、保健电器具制造

C3857

家用电力器具专用配件制造

C3859

其他家用电力器具制造

小家电产品的分类

按照用途和使用场景来划分，小家电产品可以分为三类

厨房小家电

主要包括

电热水壶 微波炉 搅拌机 电饭煲
消毒碗柜 榨汁机 咖啡机 面包机
电烤箱 电烤炉 空气炸锅 ...

家居小家电

主要包括

电风扇 吸尘器 电暖器 加湿器
空气清新器 饮水机 ...

个护小家电

主要包括

电推剪 电吹风 电动剃须刀 电熨斗
电动牙刷 电子美容仪 电子按摩仪
...

全球小家电市场分析 - 欧洲

2021-2025 年欧洲小家电市场的销售额年复增长率将上升 **1.5%**，预计到 2025 年，小家电市场的收入将达到 **367.41** 亿美元

占该地区整个家电市场份额的 **38.3%**

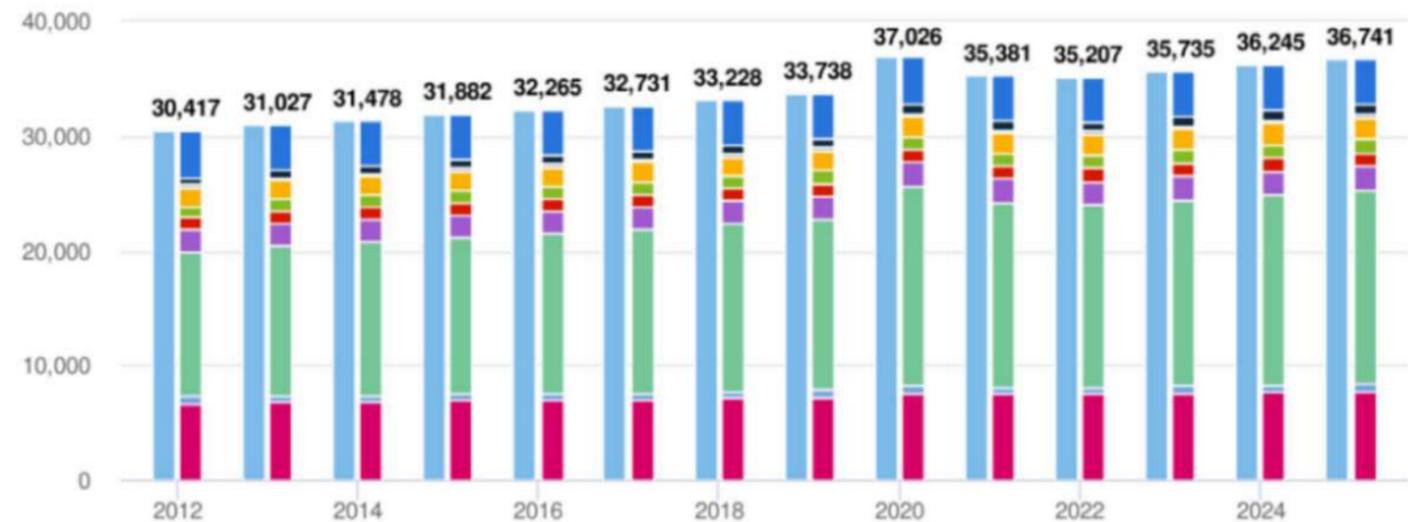
其中，2020 年德国的小家电细分市场的收入最高，达到 **48.69** 亿美元

欧洲各国小家电收入排名

(收入 / 亿)

	德国	48.69
	俄罗斯	47.48
	英国	41.28
	法国	36.55
	土耳其	29.61

Small Appliances - Revenue by Segment
million USD (US\$) (Europe)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 欧洲

2020 年欧洲小家电产品的销量是 **6.18** 亿件，同比增长 **8.5%**；

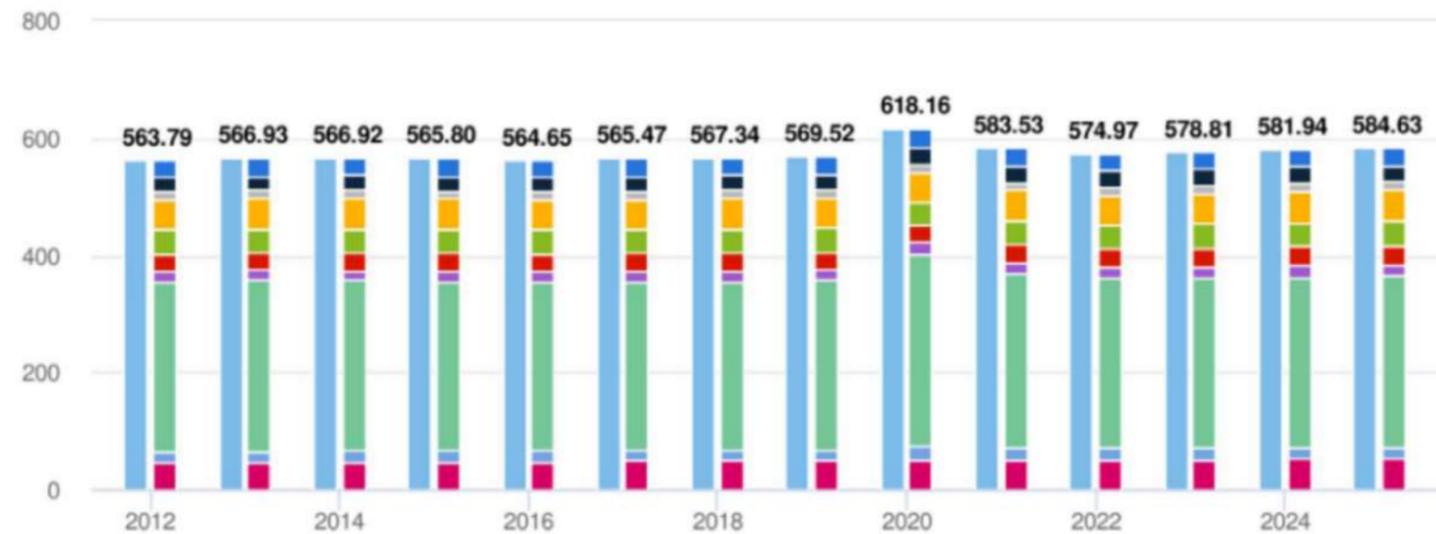
2021 年将有所回落，预计到 2025 年，该市场的销量将达到 **5.84** 亿件

■ 其中，俄罗斯是欧洲小家电市场销量最高的国家，达到 **8407** 万件

欧洲各国小家电销量排名
(销量 / 百万)

	俄罗斯	84.07
	德国	71.61
	英国	57.31
	法国	61
	土耳其	52.46

Small Appliances - Volume by Segment
million pieces (Europe)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 美洲

2020 年，美洲小家电市场的收入为 **507.28** 亿美元，2021-2025 年小家电市场的收入的年复合增长率将上升 **2.2%**；

预计到 2025 年，小家电市场的收入将达到 **520** 亿美元，占该地区整个家电市场份额的 **42.6%**

■ 其中，2020 年美国的小家电细分市场的收入最高，达到 **241.31** 亿美元

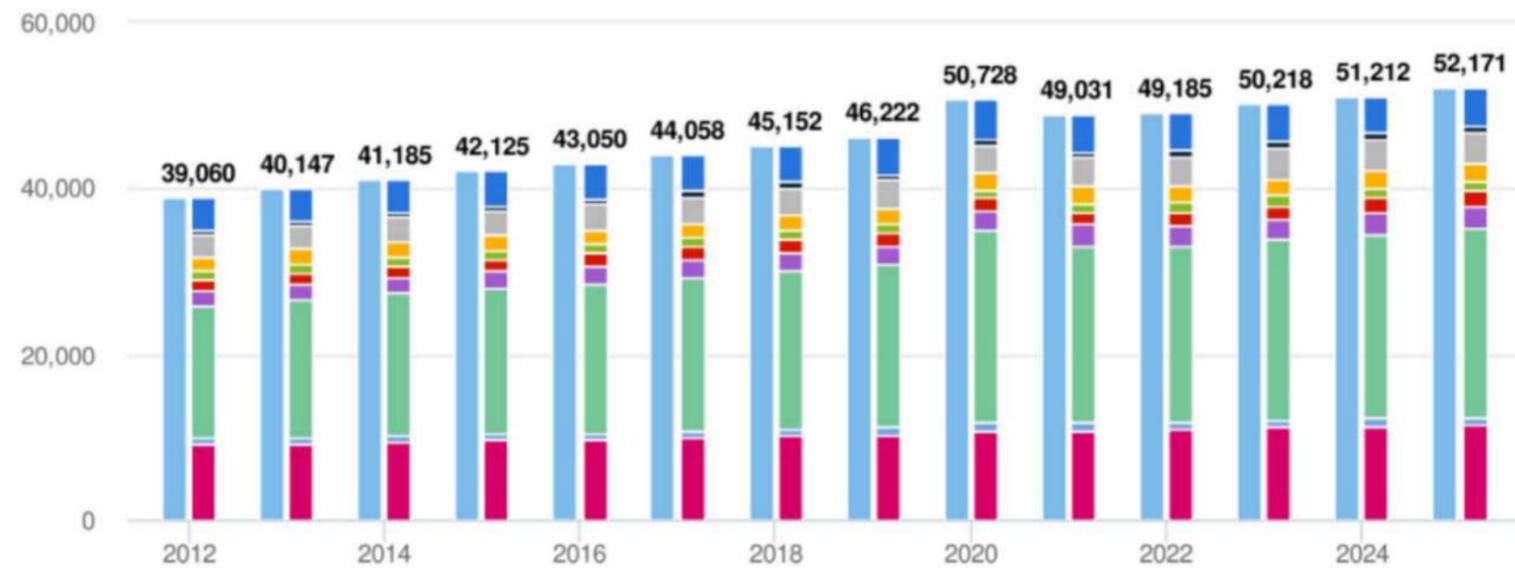
美洲各国小家电收入排名—2020

(收入 / 亿)

	美国	241.31
	巴西	106.08
	墨西哥	48.31
	加拿大	25.71
	阿根廷	17.56

Small Appliances - Revenue by Segment

million USD (US\$) (Americas)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 美洲

2020 年美洲小家电产品的总销量为 **9** 亿件，同比增长 **9.2%**；

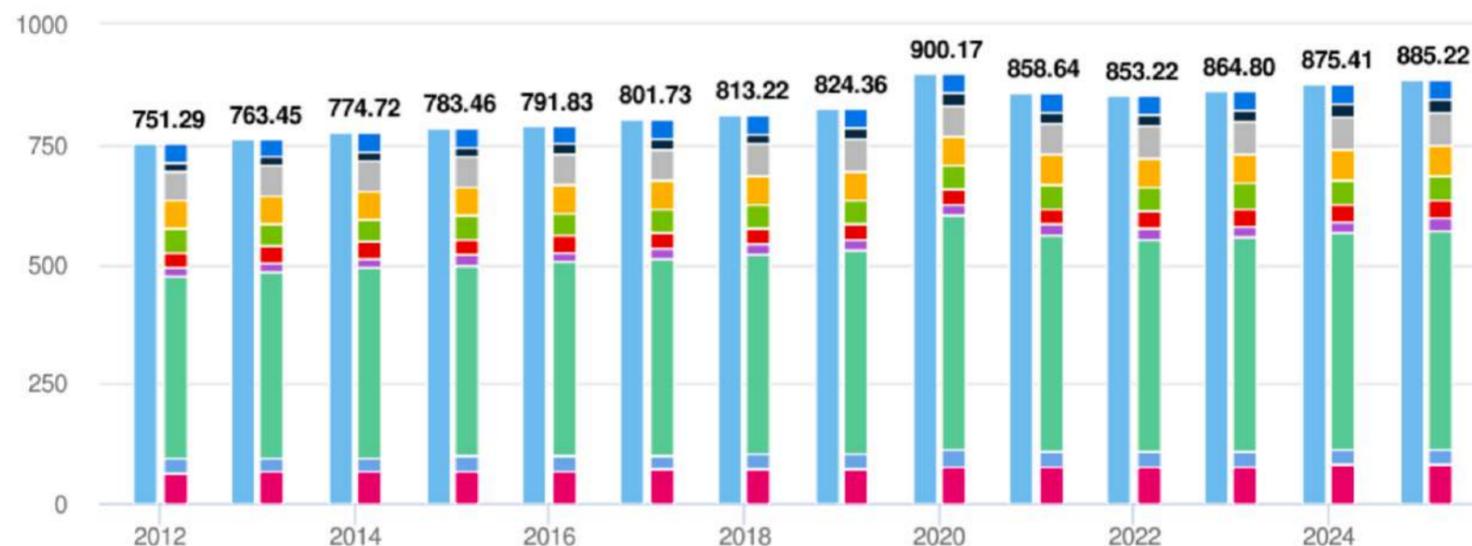
2021 年将有所回落，预计到 2025 年，该市场的销量将达到 **8.85** 亿件。

■ 其中，2020 年美国的小家电细分市场的销量最高，达到 **4.42** 亿件。

美洲各国小家电销量排名—2020
(销量 / 百万)

	美国	442.87
	巴西	177.47
	墨西哥	80.62
	加拿大	68.11
	阿根廷	33.52

Small Appliances - Volume by Segment
million pieces (Americas)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 亚洲

2020 年，亚洲小家电市场的收入为 **1097.58** 亿美元，2021-2025 年小家电市场的收入的年复合增长率将上升 **2.6%** ；

预计到 2025 年，小家电市场的收入将达到 **1134** 亿美元，占该地区整个家电市场份额的 **36%**

■ 其中，2020 年中国的小家电细分市场的收入最高，达到 **494.91** 亿美元。；其次是印度和日本。

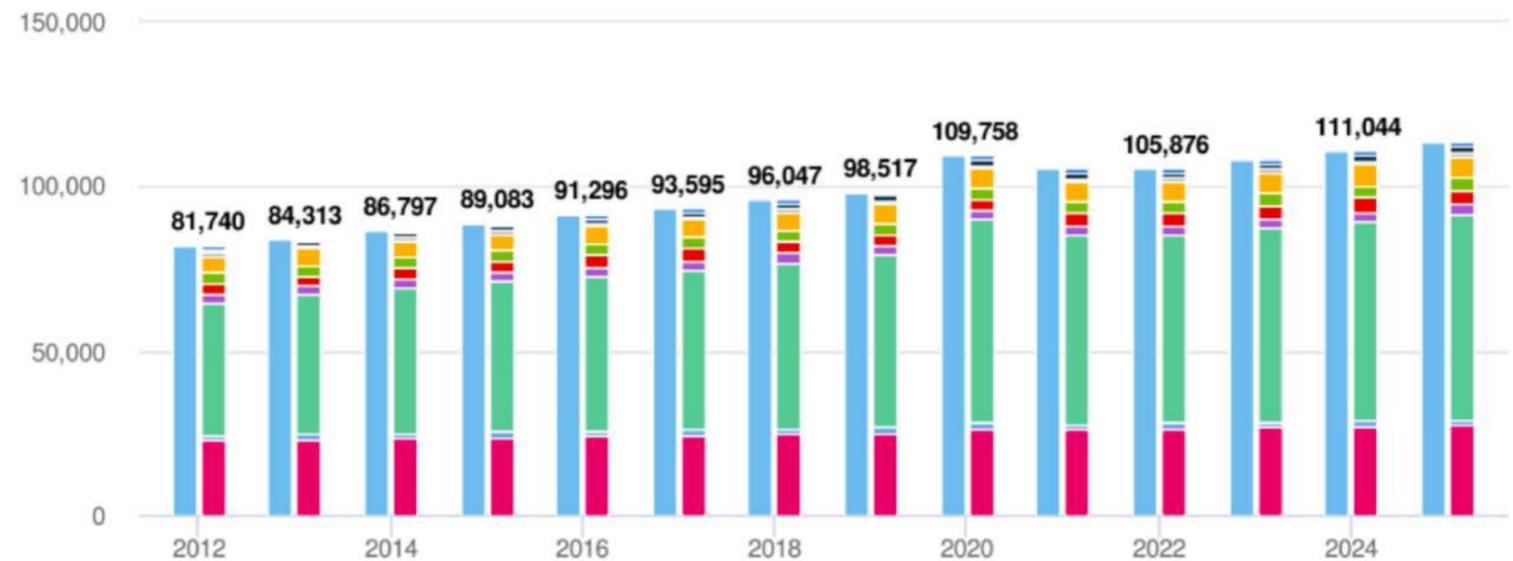
亚洲各国小家电市场收入排名—2020

(收入 / 亿)

	中国	494.91
	印度	226.52
	日本	64.69
	印度尼西亚	59.17
	巴基斯坦	33.18

Small Appliances - Revenue by Segment

million USD (US\$) (Asia)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 亚洲

2020 年亚洲小家电产品的销量达 **18.94** 亿件，同比增长 **9.7%** ；

2021 年将有所回落，之后将缓步增长，预计到 2025 年，该市场的销量将达到 **18.62** 亿件。

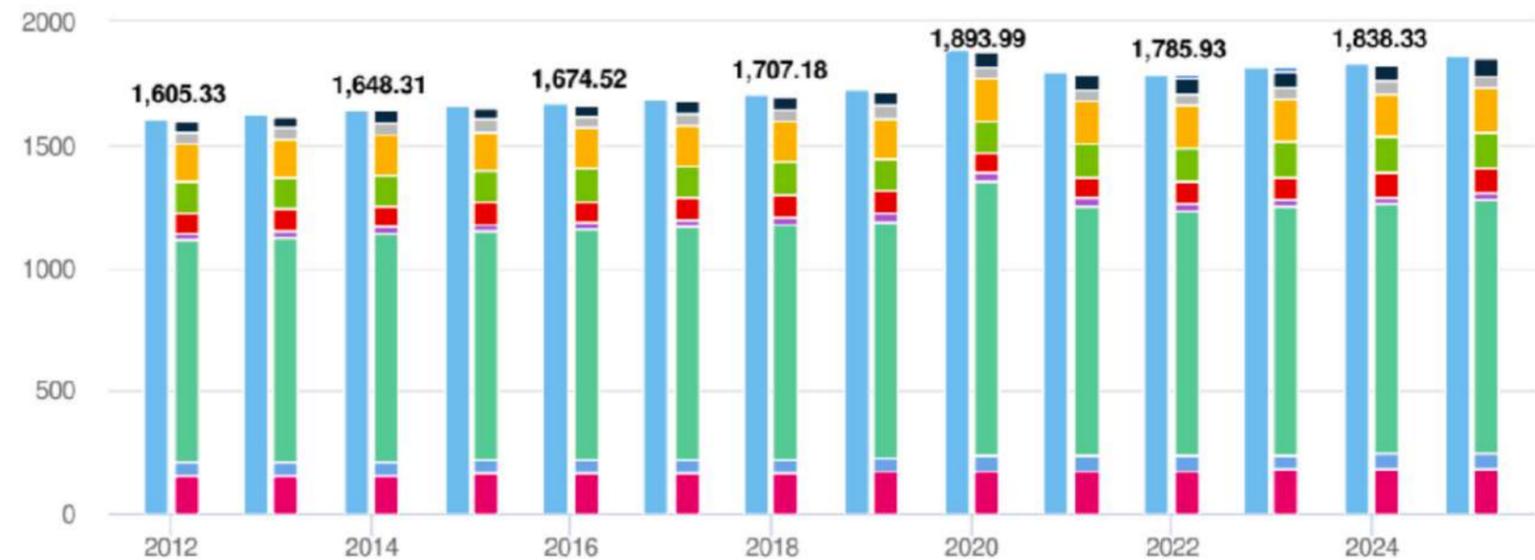
其中，中国是亚洲小家电市场销量最高的国家，达到 **8.37** 亿件

亚洲各国小家电销量排名—2020

(销量 / 百万)



Small Appliances - Volume by Segment
million pieces (Asia)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 非洲

2020 年，非洲市场小家电行业的收入为 **245.35** 亿，2021-2025 年小家电市场的收入的年复增长率将上升 **5.7%** ；

预计到 2025 年，小家电市场的收入将达到 **296** 亿美元，占该地区整个家电市场份额的 **35.6%**

■ 其中，尼日利亚是非洲小家电细分市场中收入最高的国家，达到 **48.38** 亿美元。

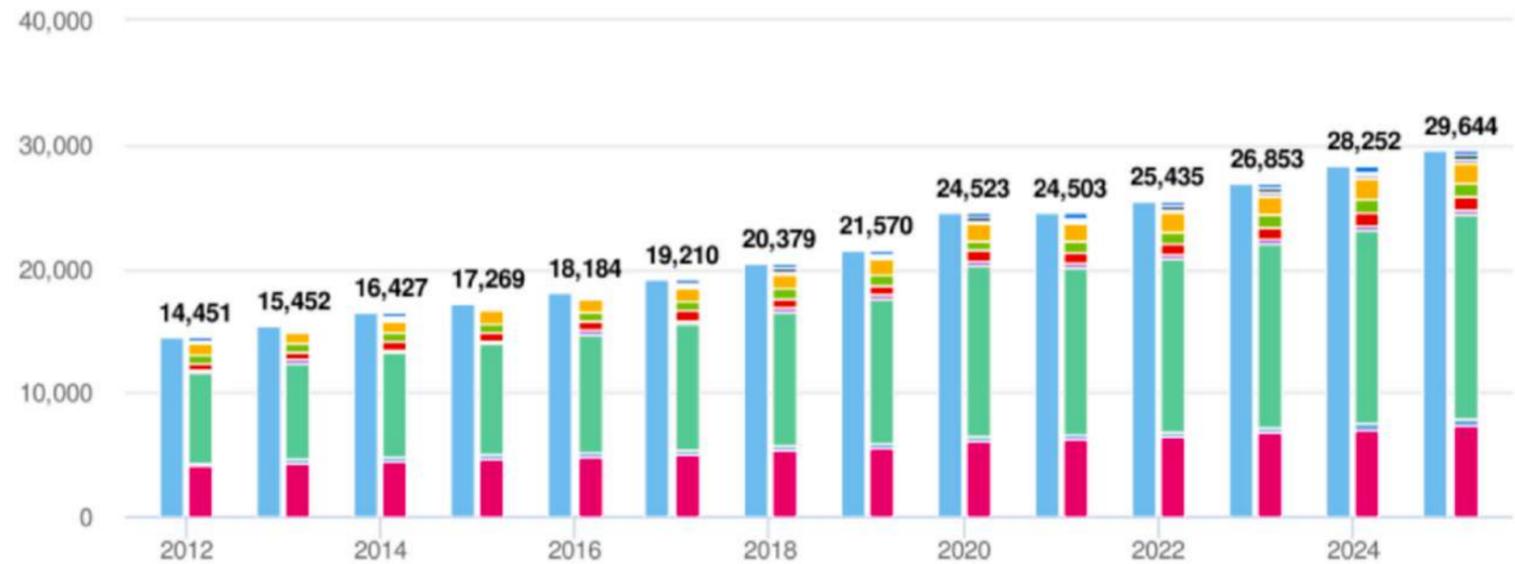
非洲各国小家电市场收入排名—2020

(收入 / 亿)

	尼日利亚	48.38
	埃及	26.3
	埃塞俄比亚	17.9
	安哥拉	15.19
	南非	13.54

Small Appliances - Revenue by Segment

million USD (US\$) (Africa)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 非洲

2020 年非洲小家电产品的销量达 **4.37** 亿件，同比增长 **11.9%**；

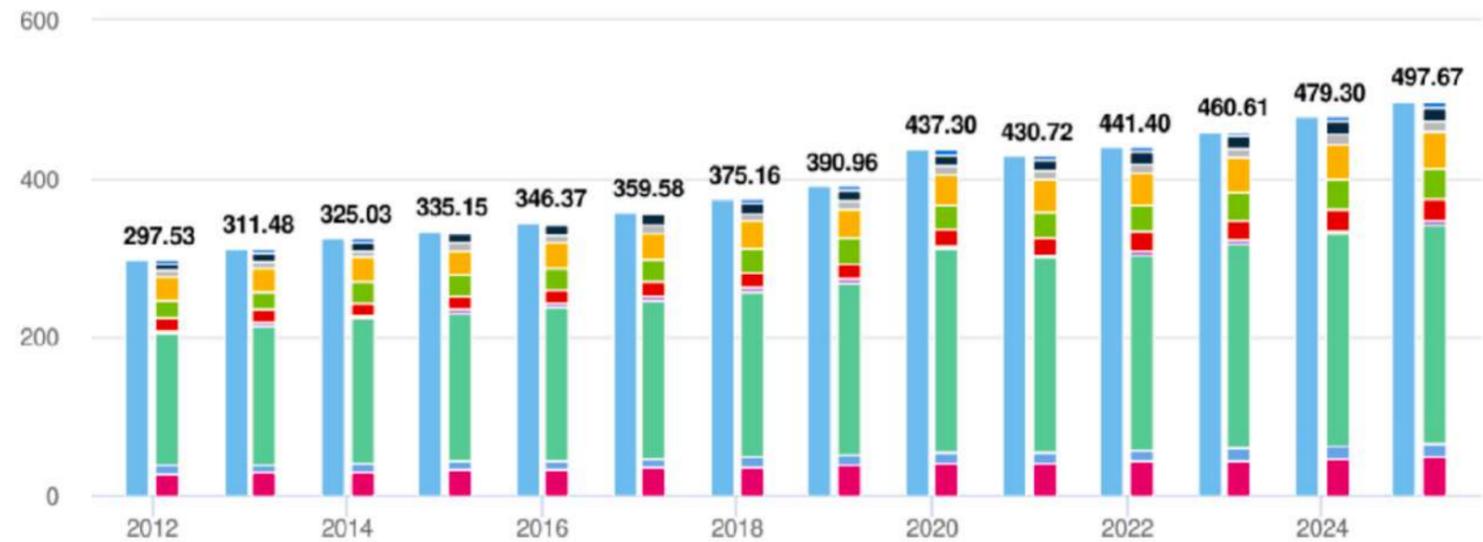
预计到 2025 年，该市场的销量将达到 **4.98** 亿件。

■ 其中，尼日利亚是非洲小家电市场销量最高的国家，2020 年的小家电产品销量达到 **8611** 万件。

非洲各国小家电市场销量排名—2020
(销量 / 百万)



Small Appliances - Volume by Segment
million pieces (Africa)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 大洋洲

2020 年，大洋洲小家电市场的收入为 **20.76** 亿，2021-2025 年小家电市场的收入的年复增长率将上升 **2.3%** ；

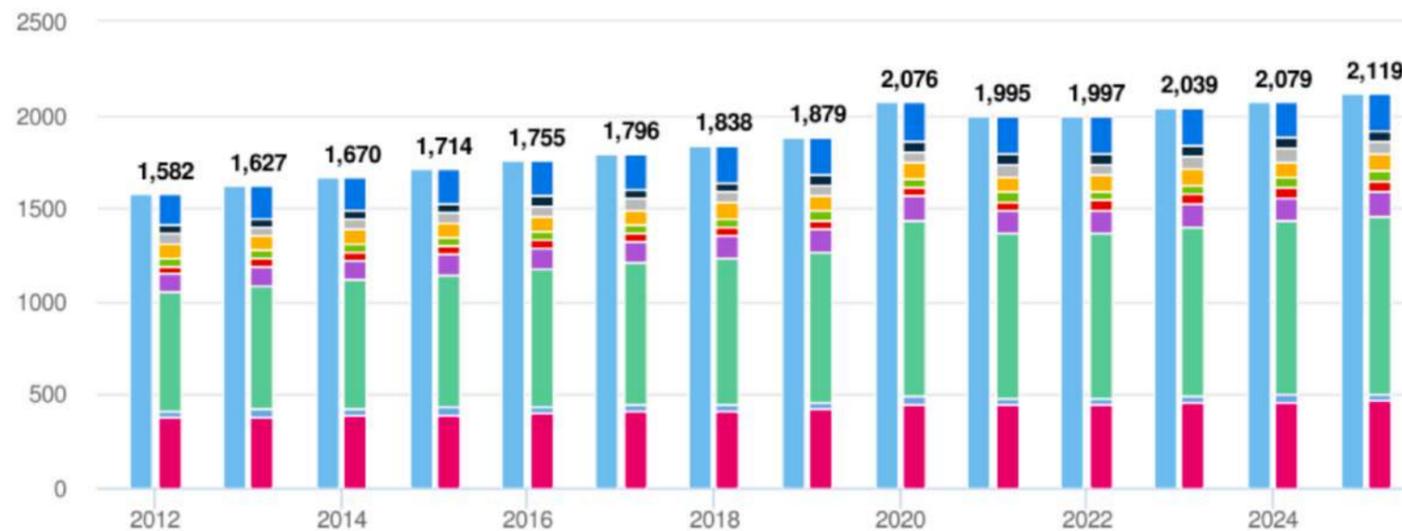
预计到 2025 年，小家电市场的收入将达到 **21** 亿美元，占该地区整个家电市场份额的 **41.6%**

■ 其中，2020 年澳大利亚的小家电细分市场的收入最高，达到 **16.6** 亿美元。

大洋洲各国小家电市场收入排名—2020
(收入 / 亿)



Small Appliances - Revenue by Segment
million USD (US\$) (Australia & Oceania)



Source: Statista.com

全球小家电市场分析 - 大洋洲

2020 年大洋洲小家电产品的销量达 **3379** 万件，同比增长 **9.7%**；2021 年将有所回落，之后将缓步增长，

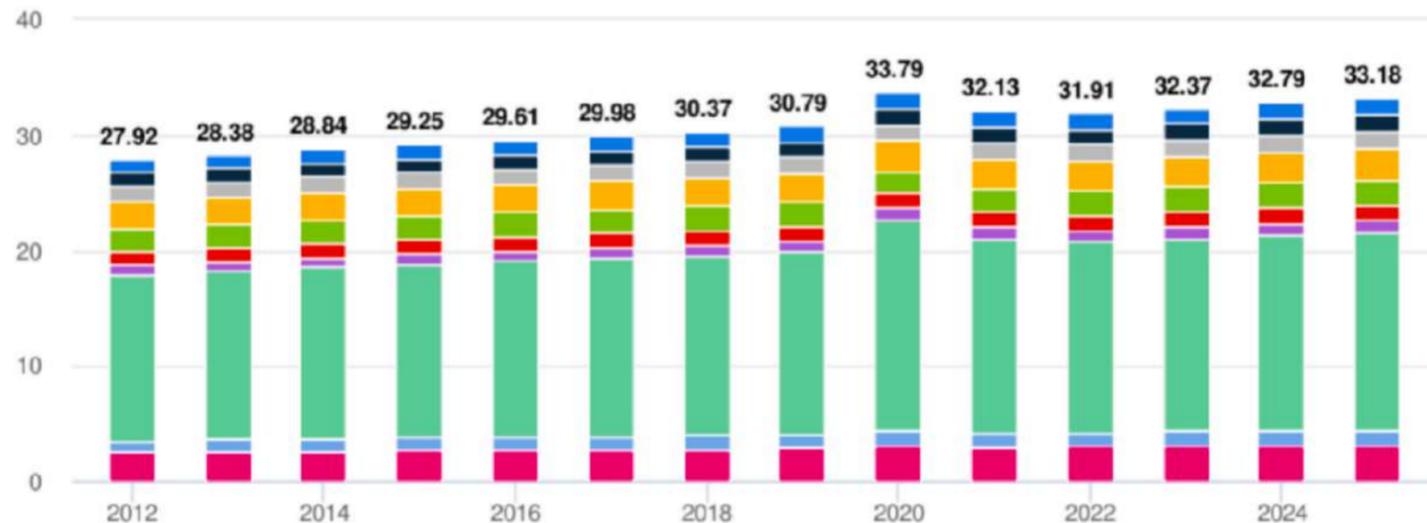
预计到 2025 年，该市场的销量将达到 **3318** 万件。

■ 其中，澳大利亚是大洋洲小家电市场销量最高的国家，2020 年的小家电产品销量达到 **2706** 万件。

大洋洲各国小家电销量排名—2020
(销量 / 百万)

	澳大利亚	27.06
	新西兰	4.92
	巴布新几内亚	1.43
	斐济	0.39

Small Appliances - Volume by Segment
million pieces (Australia & Oceania)



Source: Statista.com

综合 Statista 对于全球小家电市场的分析和预测来看，2021 年的各主要国家的收入和销量都将下降，但是，根据疫情之前的年均增长率来看，未来五年内，全球小家电市场的将继续增长，无论是国内市场还是海外市场都有一定的发展空间。

预计 2021 年全球小家电市场年收入最高的国家是中国，471.77 亿美元；排名第二的则是美国 234.49 亿美元，其次是印度、巴西和日本；其中，除巴西市场外，全球电商巨头——亚马逊的这 3 个站点，都已经对中国卖家开放招商。



Source: Statista.com

02

消费者分析

- 消费者人群划分
- 消费者的购买渠道分析
- 影响消费者购买的关键因素
- 消费者的支付方式分析

1

2

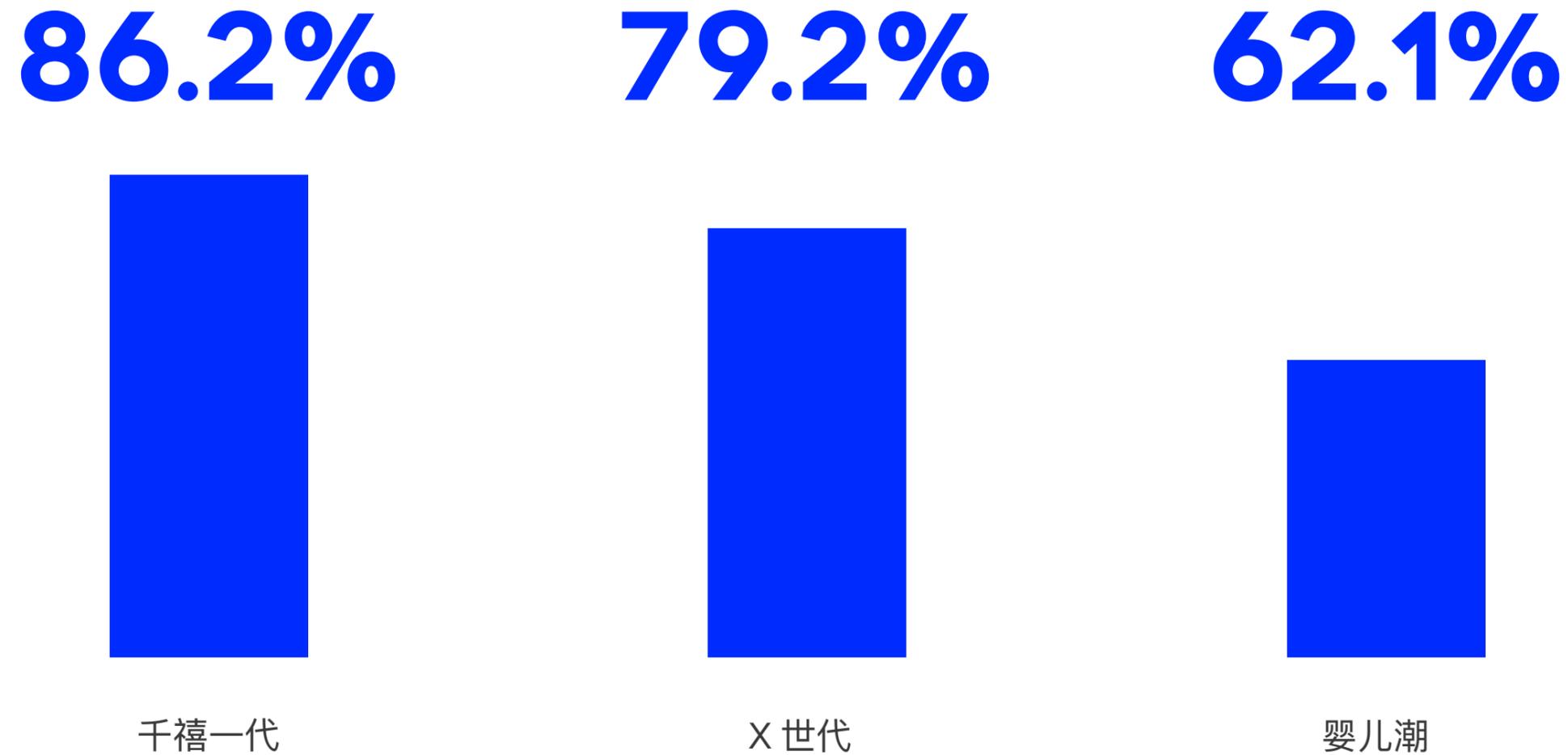
3

4



消费者人群分析

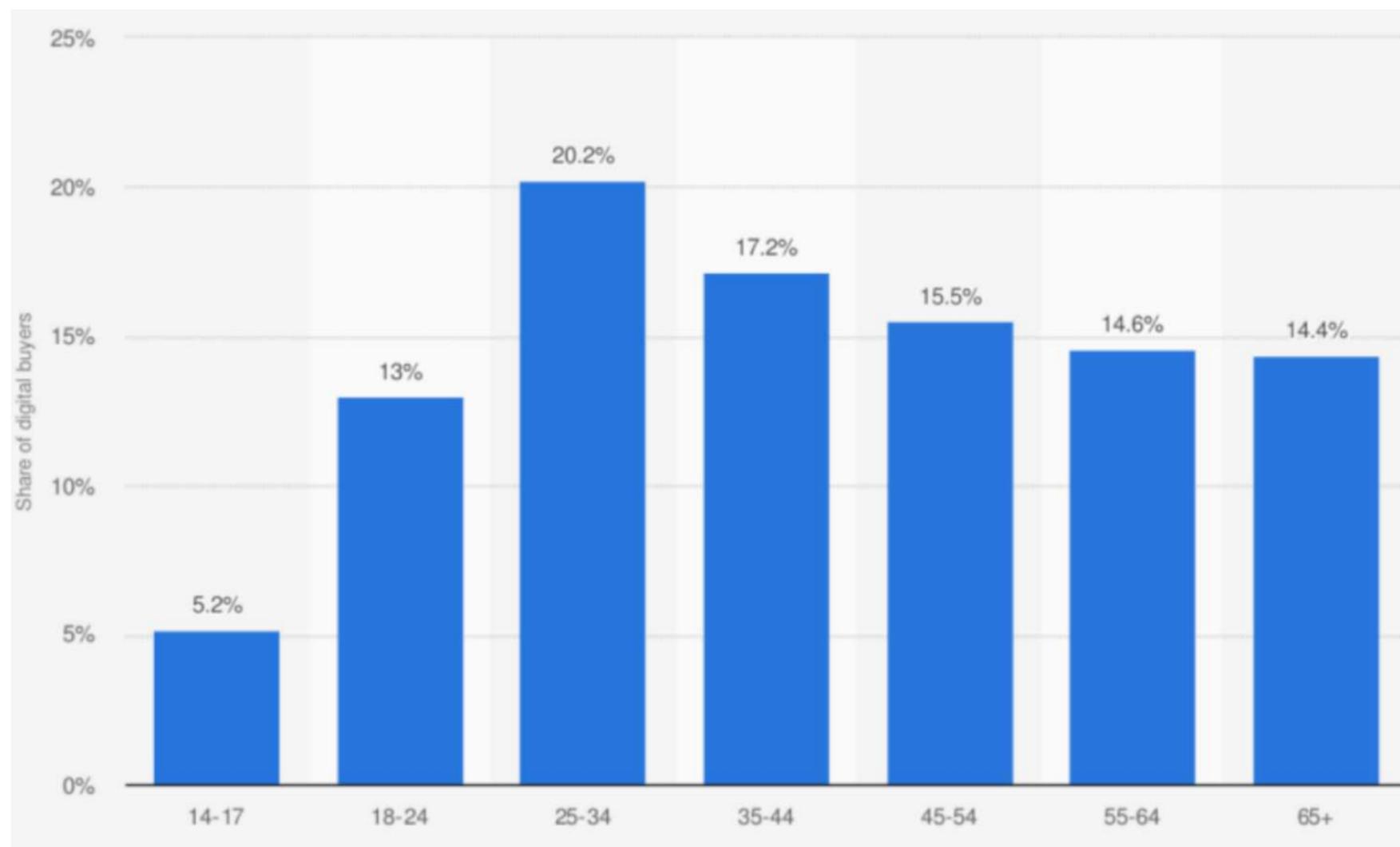
调查显示，美国各个年代的人群中，数字化消费渗透率



■ 因此，千禧一代的消费习惯和喜好是产品开发和广告营销时需要重点考虑的因素。

Source: Statista.com

数字消费者的年龄分布—美国，2020



1997-2002

Z世代: 19 – 25 岁

1981-1996

千禧一代: 26 – 40 岁

1965-1980

X世代: 41 – 56 岁

1946-1964

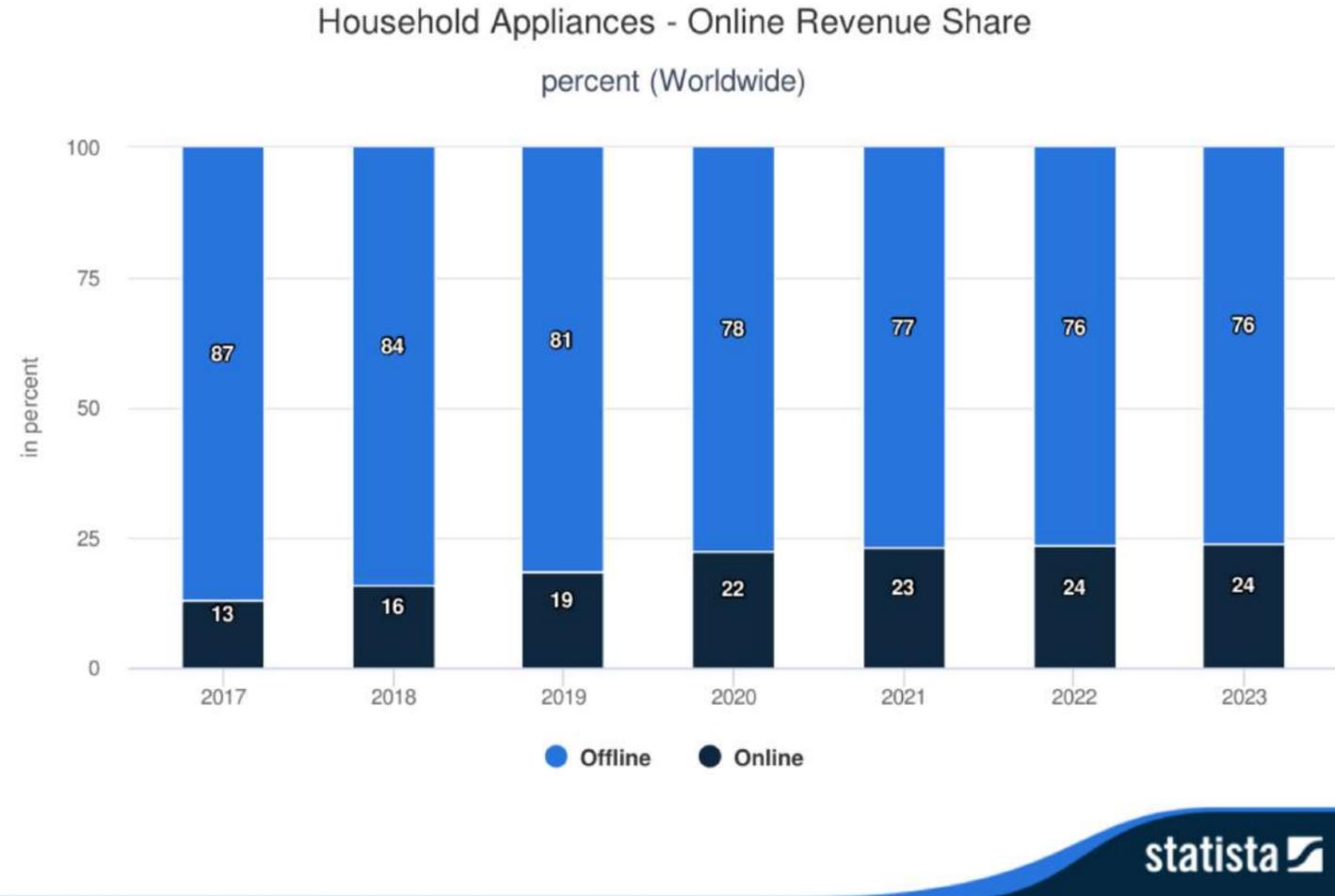
婴儿潮: 57 – 75 岁

Source: Statista.com

消费者的购物渠道

互联网用户的增加不仅改变了消费者行为，也从根本上改变了销售渠道和零售市场。

线上购物的普及给家电市场的发展带来了巨大的机会，家电行业在线上渠道的收入占比也在逐年上升。



Source: Statista.com

消费者线上购物的常用设备

消费者在线上购物时最常使用的设备是

电脑和智能手机，

这其中根据人群的不同，

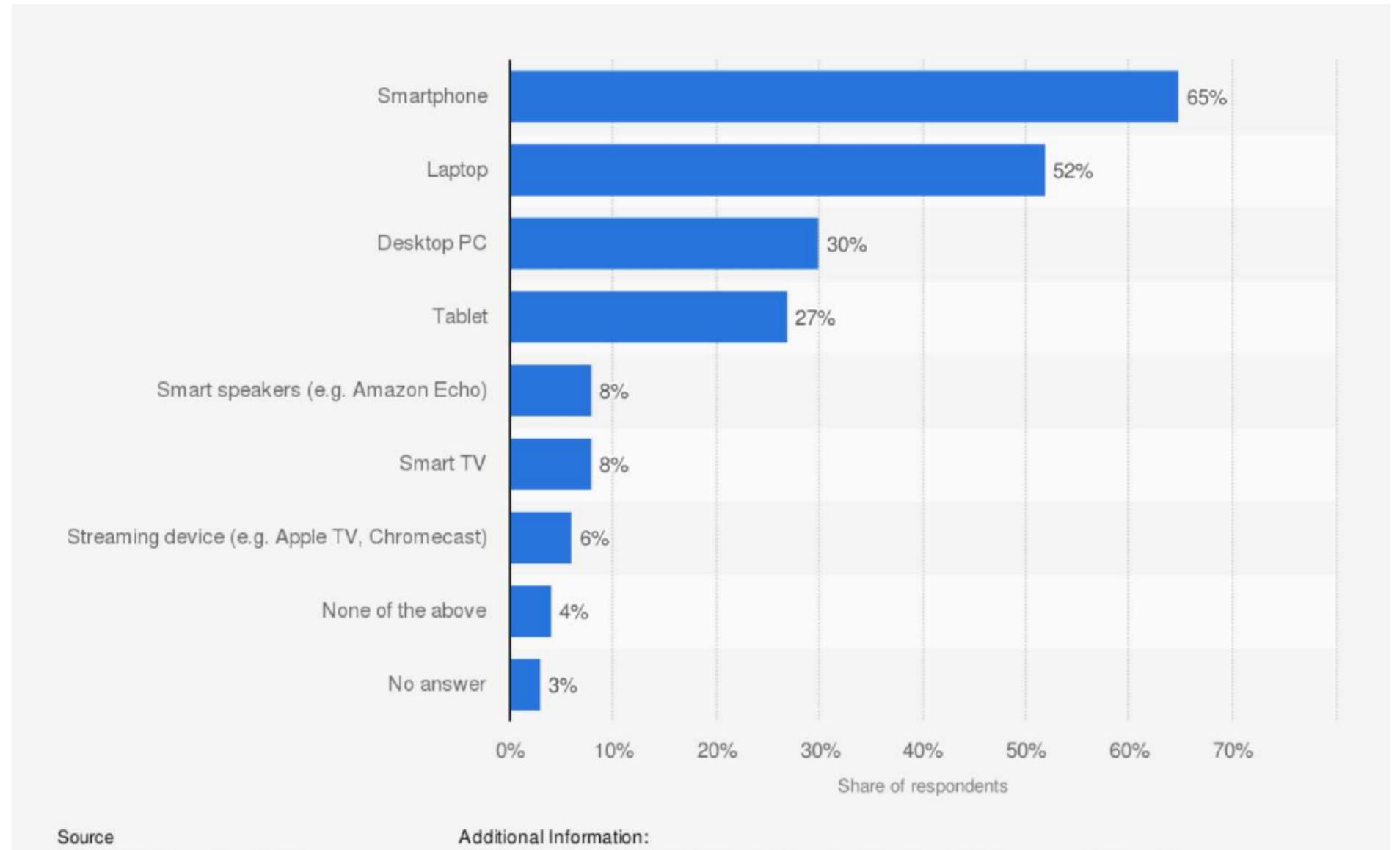
各种设备所占的比例也不相同。

根据 2020 年 3 月 -8 月的调查报告显示，

65% 的消费者最近使用的网购设备是手机；

其次是笔记本电脑，台式电脑，平板电脑，

智能音箱，智能电视等。



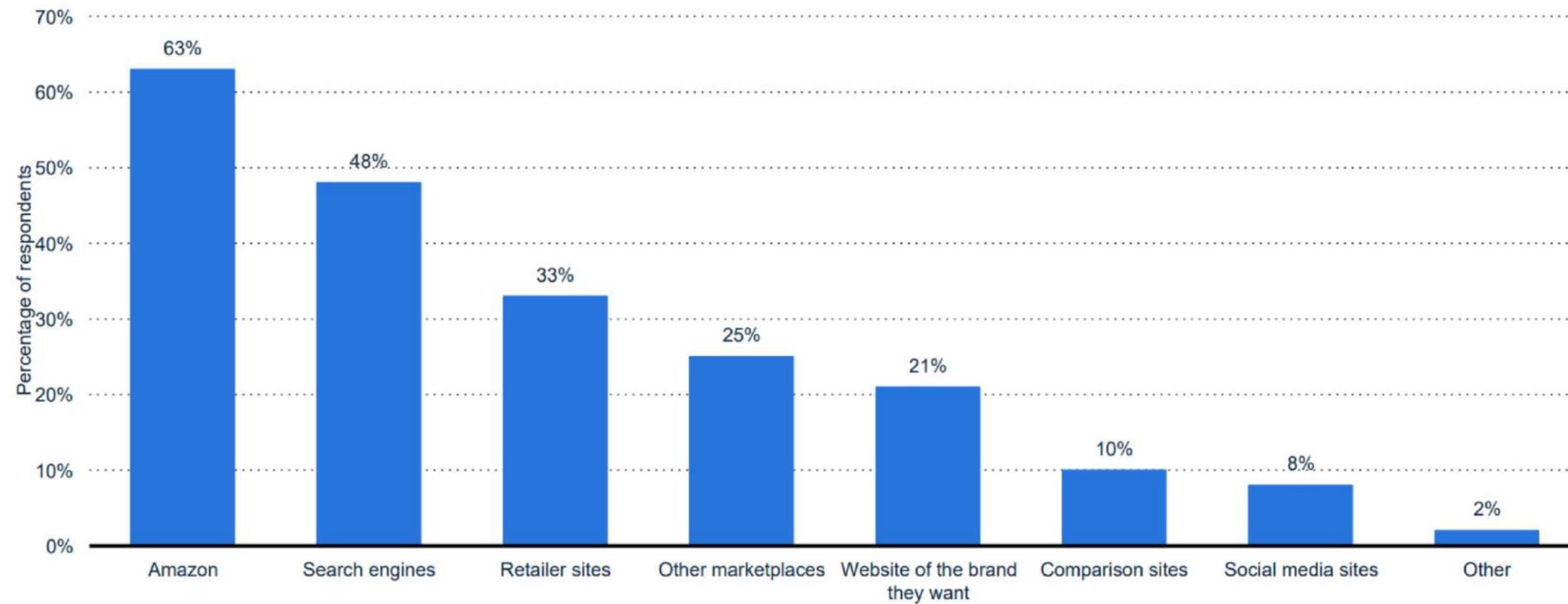
63% 的线上消费者表示，他们使用亚马逊来搜索产品，其次是搜索引擎；

因此，对于亚马逊卖家来说，利用自用流量和广告流量让自己的 listing 出现在亚马逊搜索页面的前 3 页，将会给产品带来巨大的曝光。

分析亚马逊平台的搜索算法，明确优化方向，将会事半功倍。

Online sources used by consumers worldwide to start searching for products as of March 2020

Online sources for product searches worldwide 2020



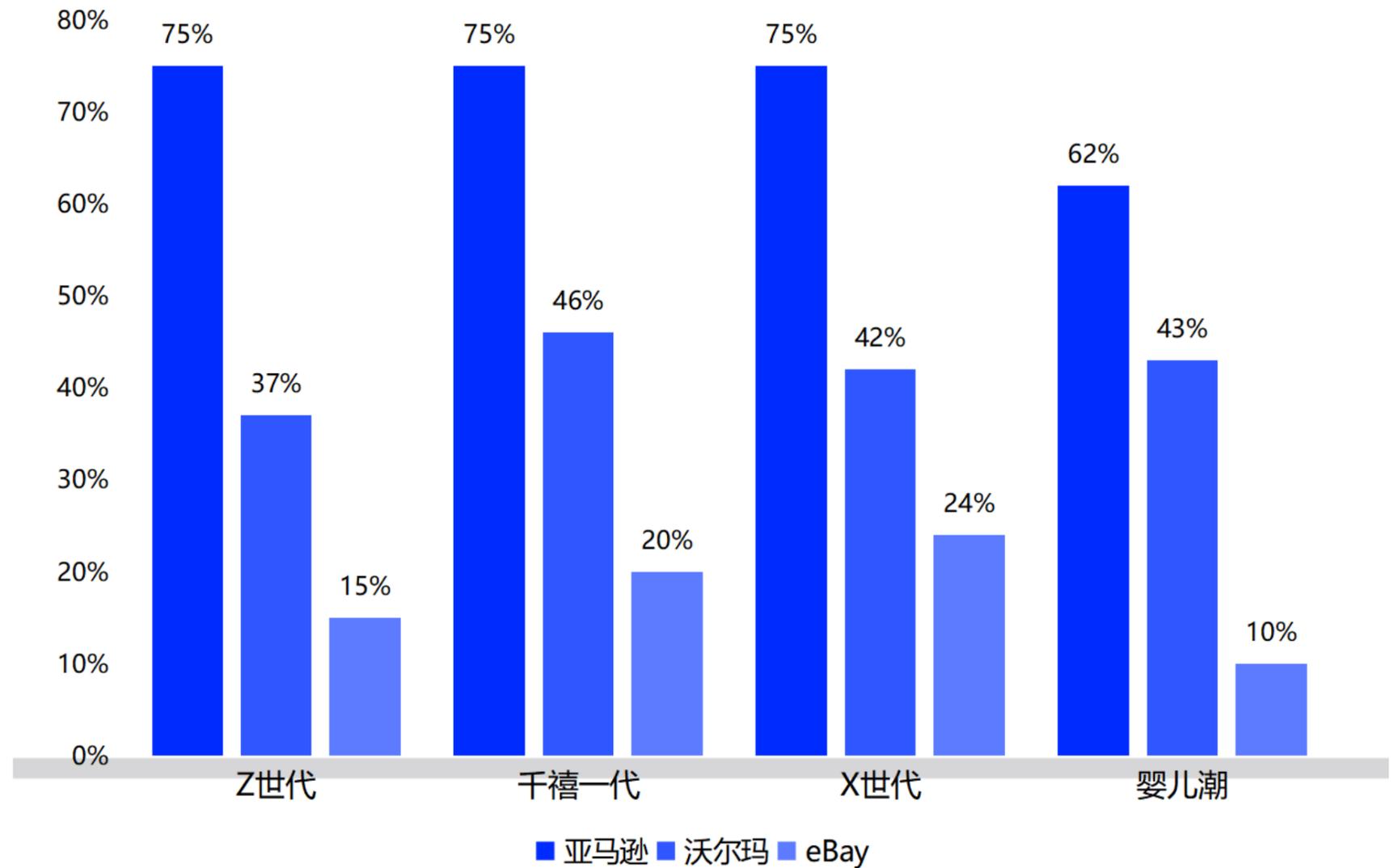
Source: Statista.com

消费者购物的线上平台

根据《2020年消费者趋势报告》的分析，对于线上购物的平台，所有时代出生的消费者的认可度都很一致，分别是：亚马逊、沃尔玛、eBay

其中，千禧一代在亚马逊购物的频率最高，有47%的消费者至少每周购物一次；其次是Z世代和X世代的消费者。

随着沃尔玛对中国卖家开放美国站招商，多平台开店的模式将越来越普遍，计划拓展业务的卖家也将迎来更多的机会。

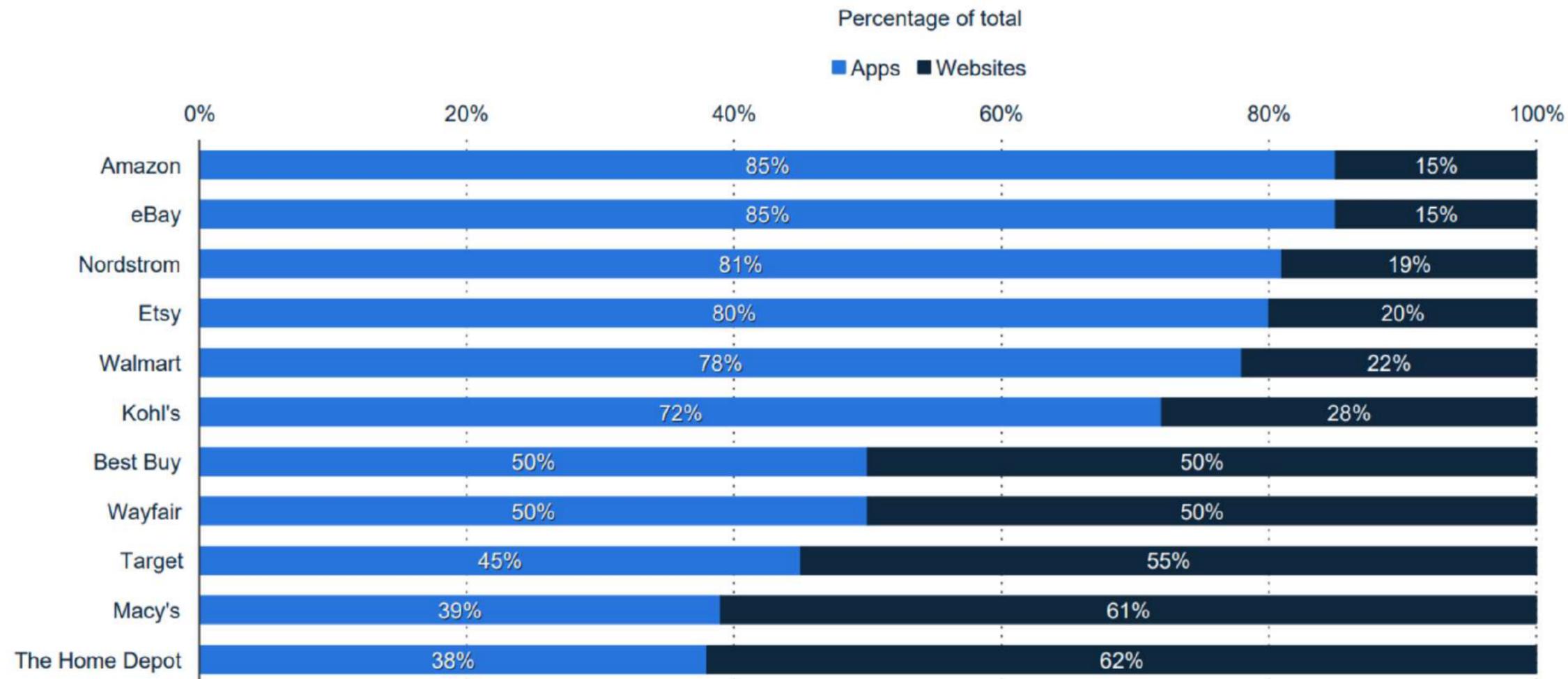


Source: Statista.com

对于各个零售平台的移动端和电脑端来说，互联网用户花在成熟电商平台的移动端 APP 的时间远高于网站端。

Share of time spent on retailers' mobile apps vs. websites among internet users in the United States as of March 2019

Share of time spend on U.S. retailers mobile apps vs. mobile websites 2019



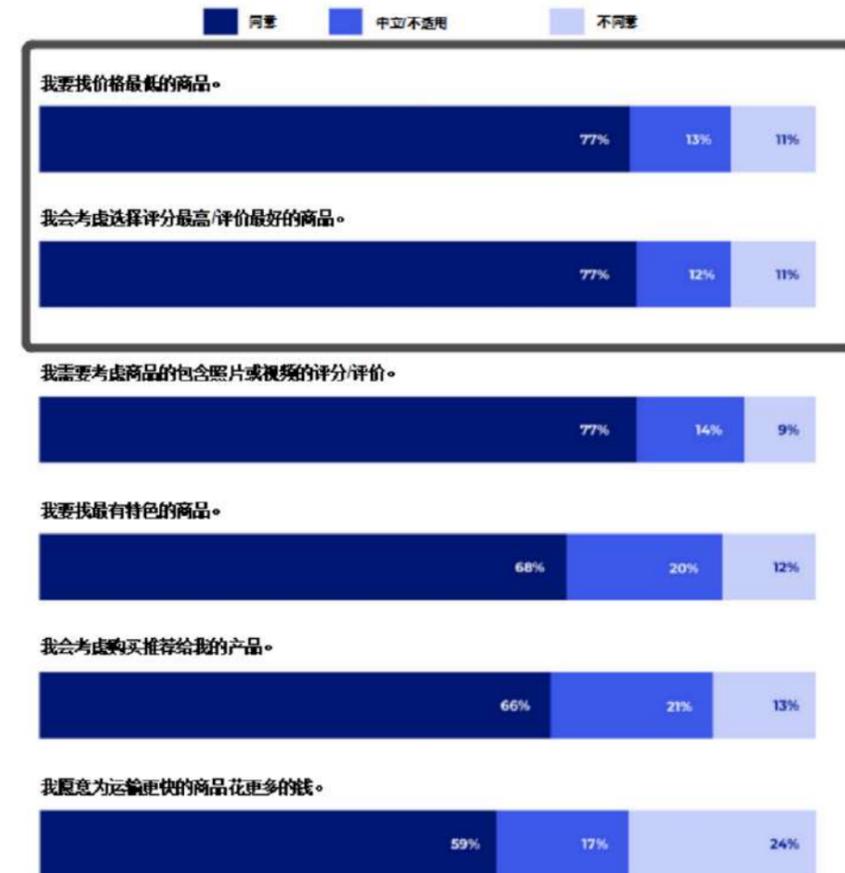
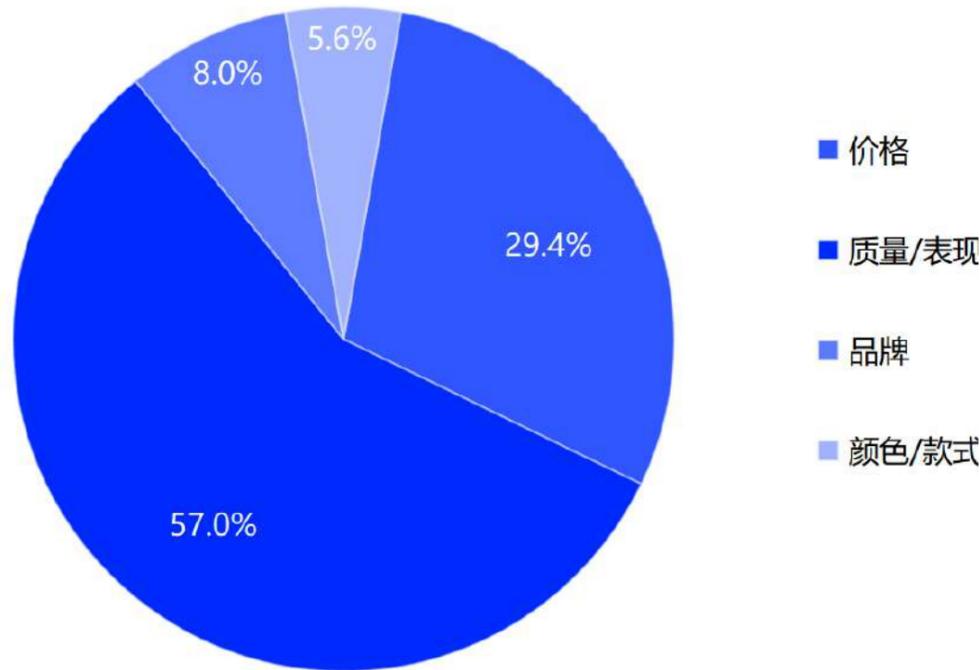
Source: Statista.com

影响消费者购买的关键因素

美国消费者购买厨房小家电时，影响他们下单最关键因素是：
质量 / 表现，占 57%；其次价格，占 29.4%

美国消费者在使用亚马逊购物时，
最在意的也是产品的评价（即质量 / 表现）和产品价格

影响消费者决策的关键因素

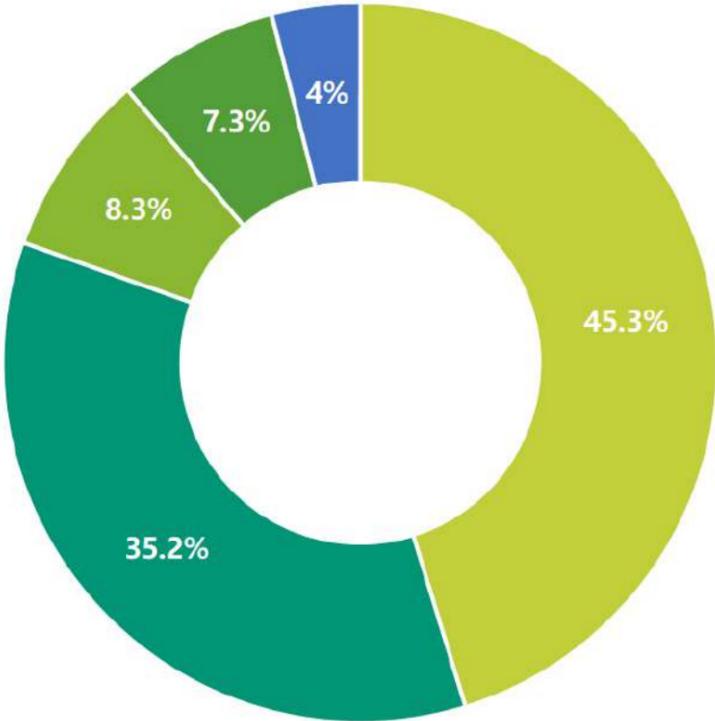


Source: Statista.com

消费者的支付方式

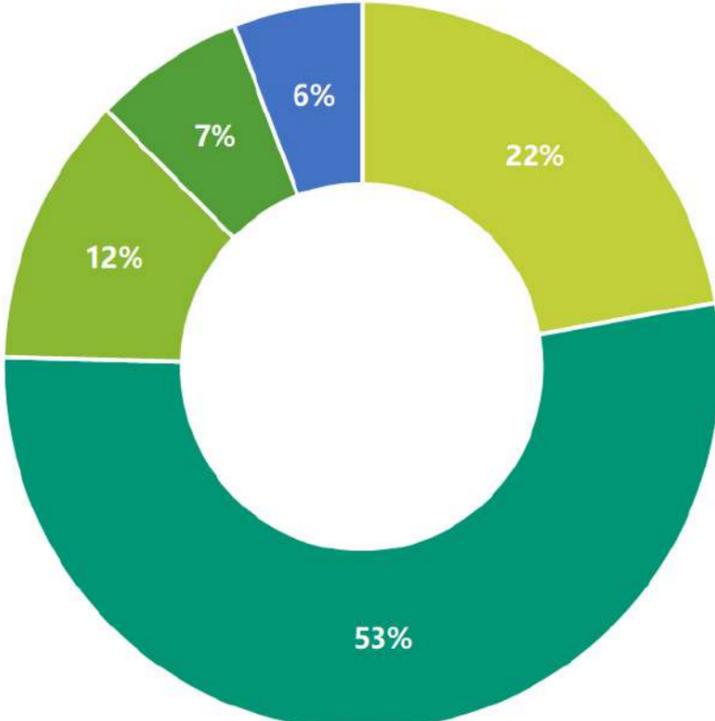
到 2025 年，银行转账将成为美国网购消费者最主要的支付方式。

美国网购消费者的支付方式-2019



■ 银行卡 ■ 电子钱包 ■ 银行转账 ■ 到付 ■ 其他

美国网购消费者的支付方式-2025

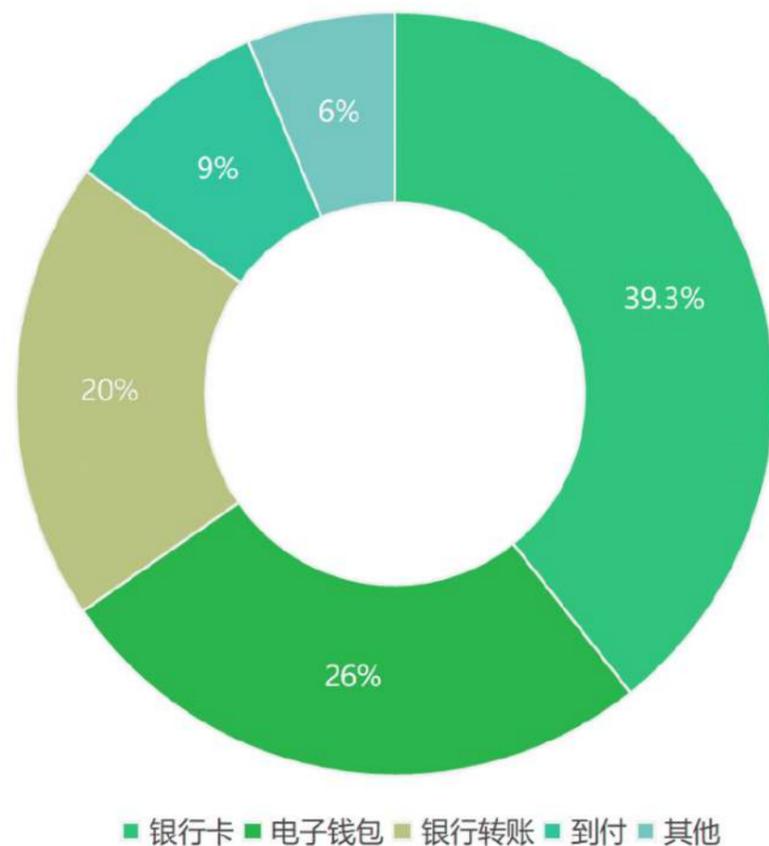


■ 银行卡 ■ 电子钱包 ■ 银行转账 ■ 到付 ■ 其他

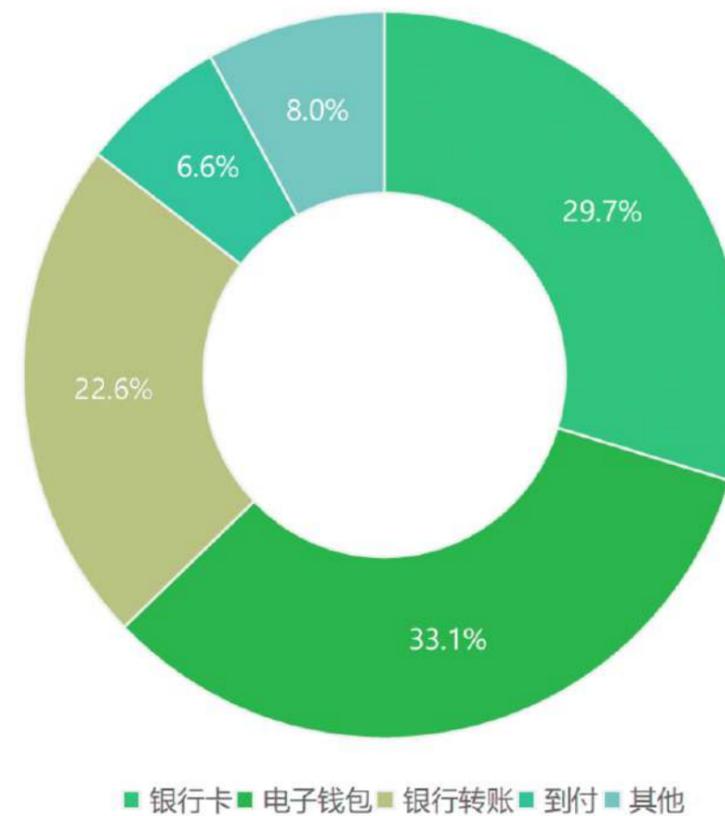
Source: Statista.com

从欧洲市场来看，电子钱包将取代银行卡，成为欧洲网购消费者最主流的支付方式。

欧洲网购消费者的支付方式-2019



欧洲网购消费的支付方式-2015



Source: Statista.com

支付方式对于依靠亚马逊、沃尔玛等平台的卖家来说影响不大，对于运营独立站的卖家来说，在设置付款方式时参考当地消费者最常使用的付款方式比较有利。

03

小家电热卖产品分析

- 厨房小家电—空气炸锅的发展趋势分析
- 空气炸锅的市场容量
- 空气炸锅的市场发展趋势
- 空气炸锅的市场竞争程度
- 亚马逊平台 TOP 小家电品牌分析

1

2

3

4



厨房小家电—空气炸锅的发展趋势分析

为了让卖家更加了解海外小家电市场的发展前景，我们选取了 2020 年热卖的厨房小家电——空气炸锅为例，通过 **JS Cobalt** 工具就这个细分类目的市场发展前景做了深入分析。

厨房小家电：空气炸锅 – Air Fryer

根据亚马逊平台的划分：炸锅下有 2 个细分类目：



空气炸锅 – **Air Fryer**：无需用油，操作简单安全



电炸锅 – **Deep Fryer**：传统用油的炸锅，商用较多

空气炸锅的市场容量

从整个市场来看，2020 年亚马逊美国站，空气炸锅这一市场的收入为

5.94 亿美元

销量为

570 万件

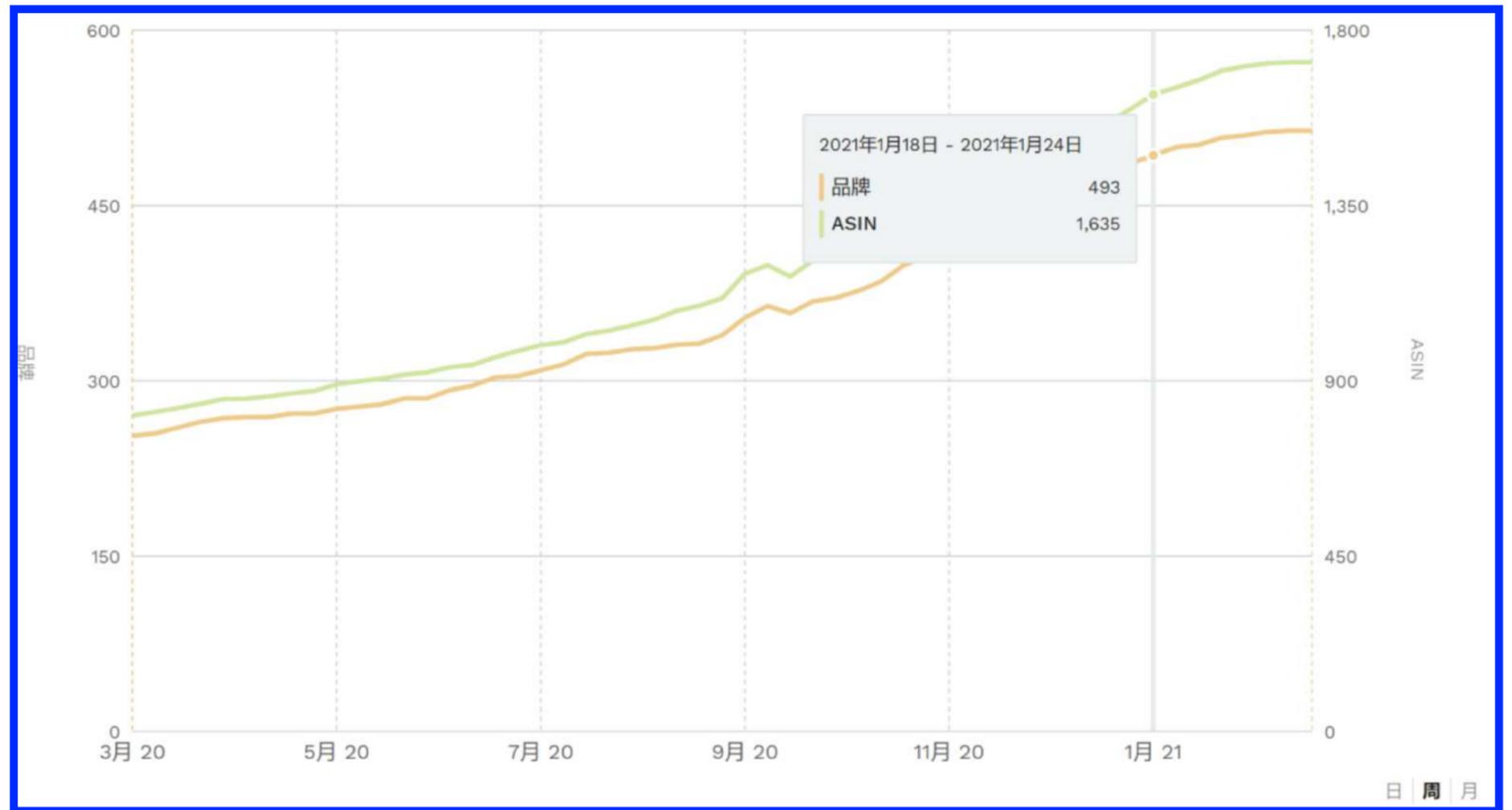
收入同比增长

50%

销量同比增长

30%

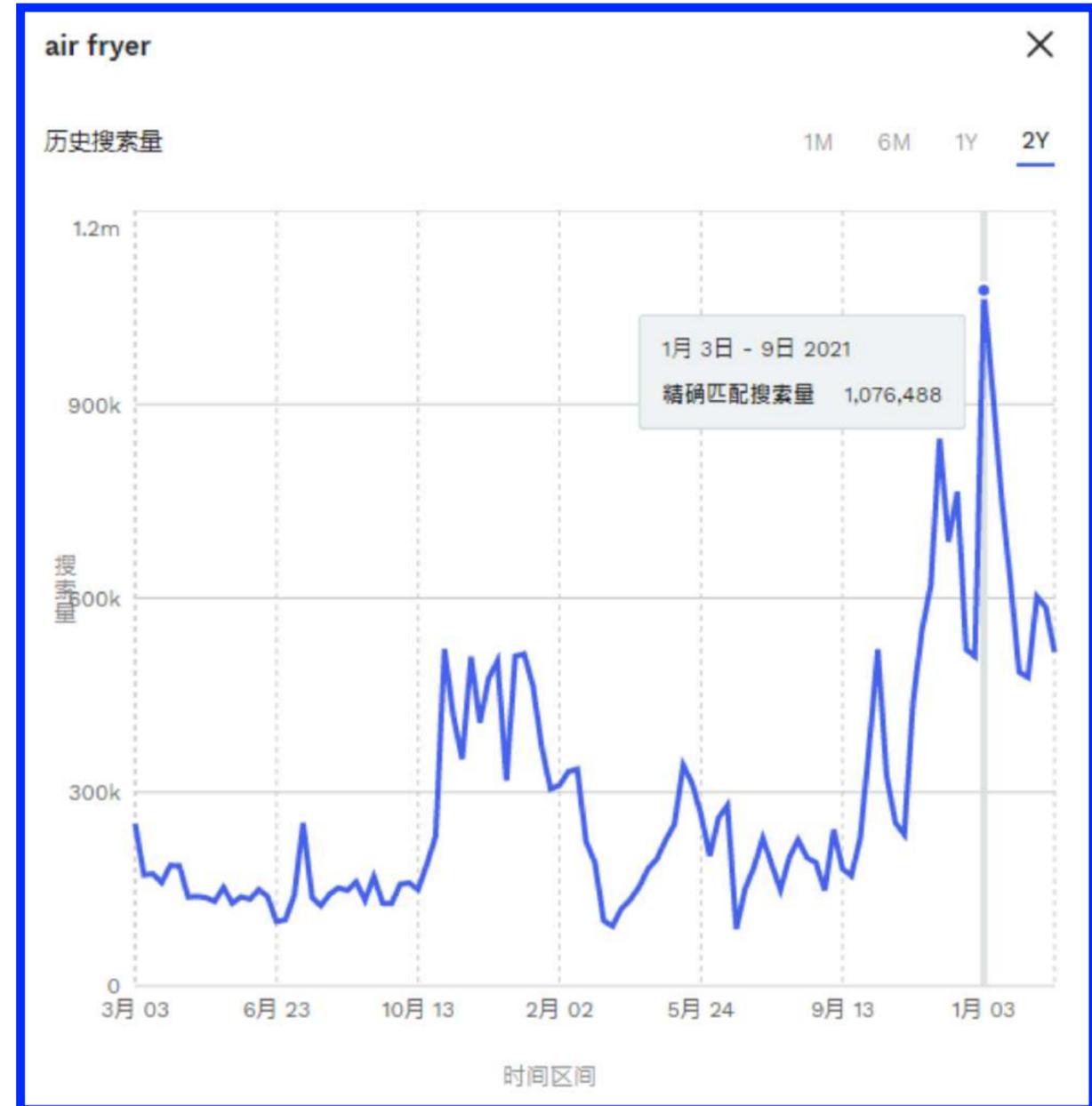
通过对细分市场趋势的分析，从 2019 年 3 月到现在，炸锅市场的品牌和 ASIN 数量以及中位数售价均稳步上升，呈健康发展的态势，市场容量扩大。



数据来源: Jungle Scout Cobalt

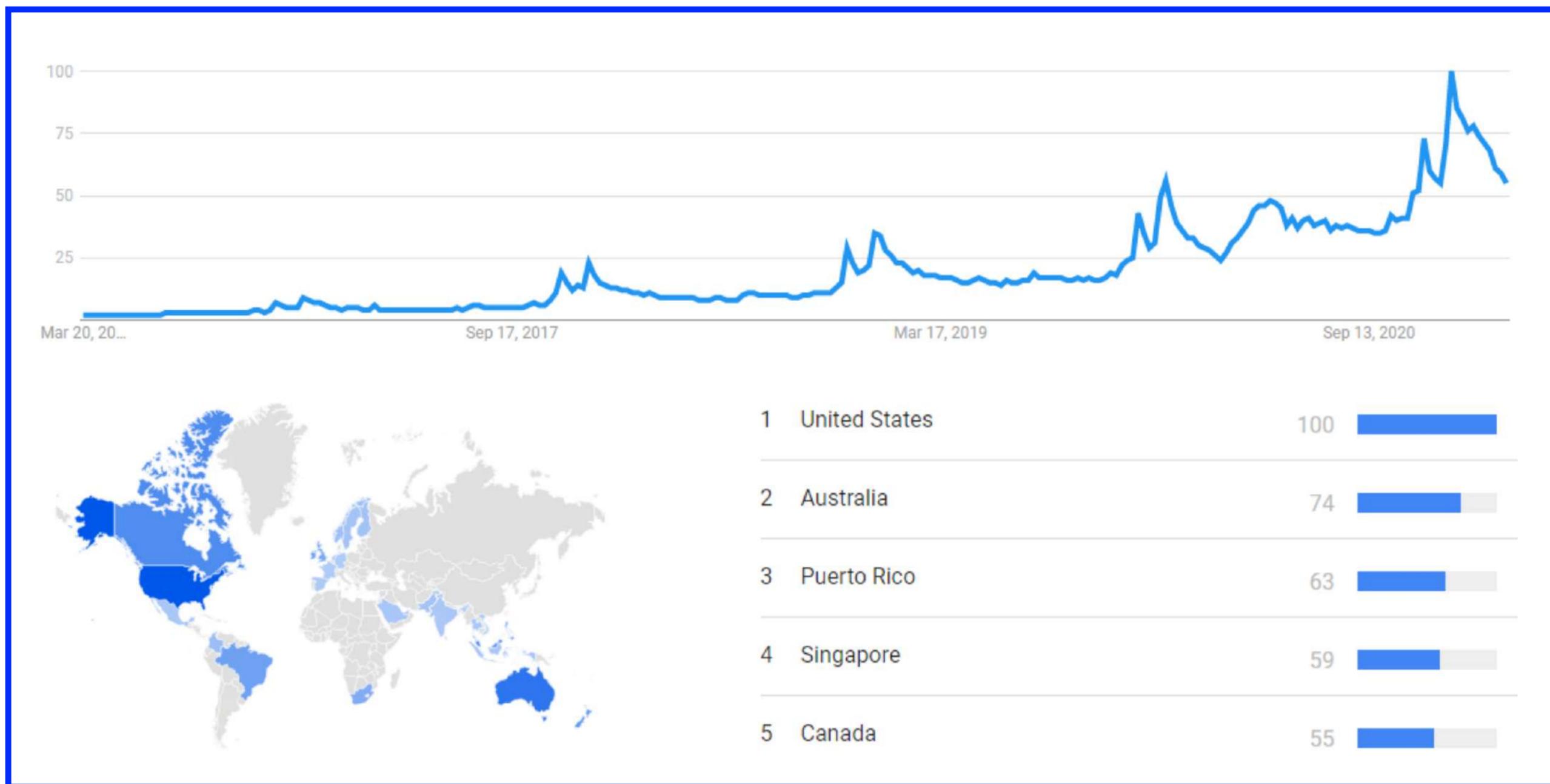
空气炸锅的发展趋势

从关键词趋势来看，亚马逊美国站上，空气炸锅的主关键词——“air fryer”近两年的搜索量呈快速上升的趋势。搜索高峰与平台每年的销售旺季符合，没有明显的季节性变化。



数据来源: Jungle Scout Cobalt

从全球范围来看，“Air Fryer”一词的搜索量呈稳步增长的趋势，尤其是 2020 年 12 月 -1 月达到峰值，美国则是全球范围内，该关键词搜索度最高的国家。



Source: Google Trend

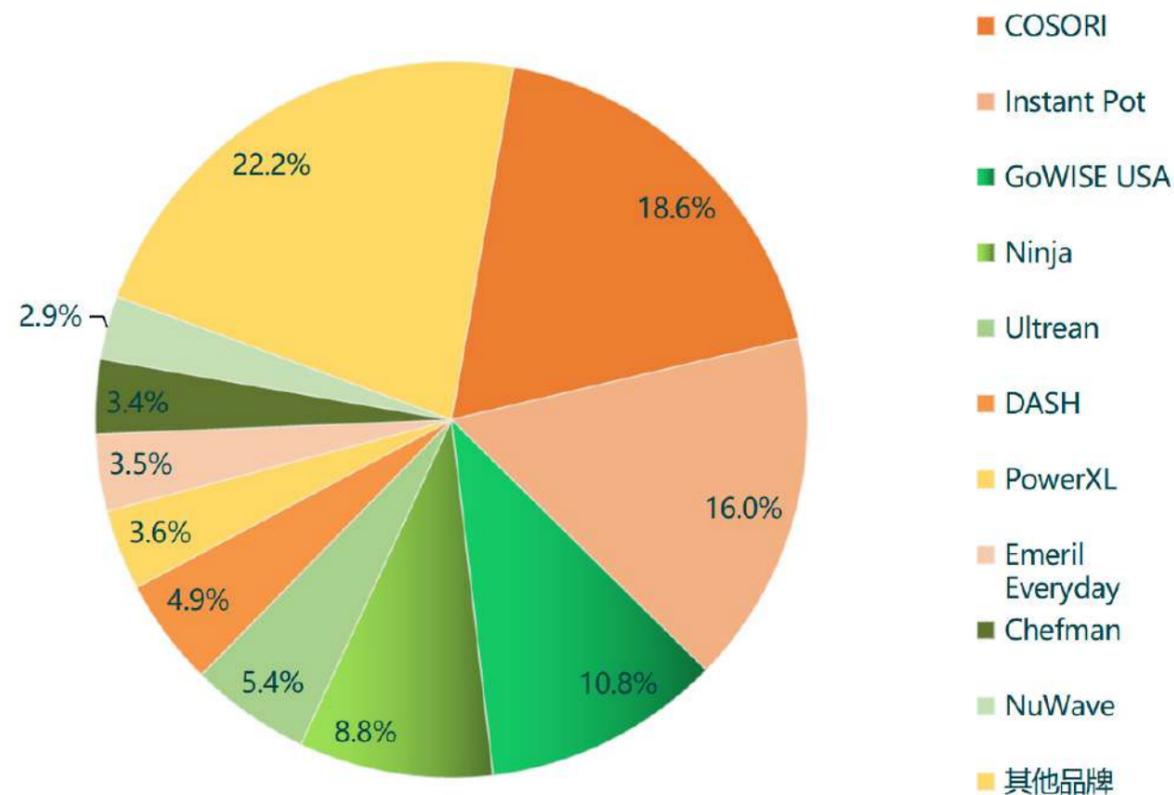
空气炸锅的市场品牌收入占比

2020年3月~2021年3月，从收入份额占比来看，排名前5的品牌分别是：

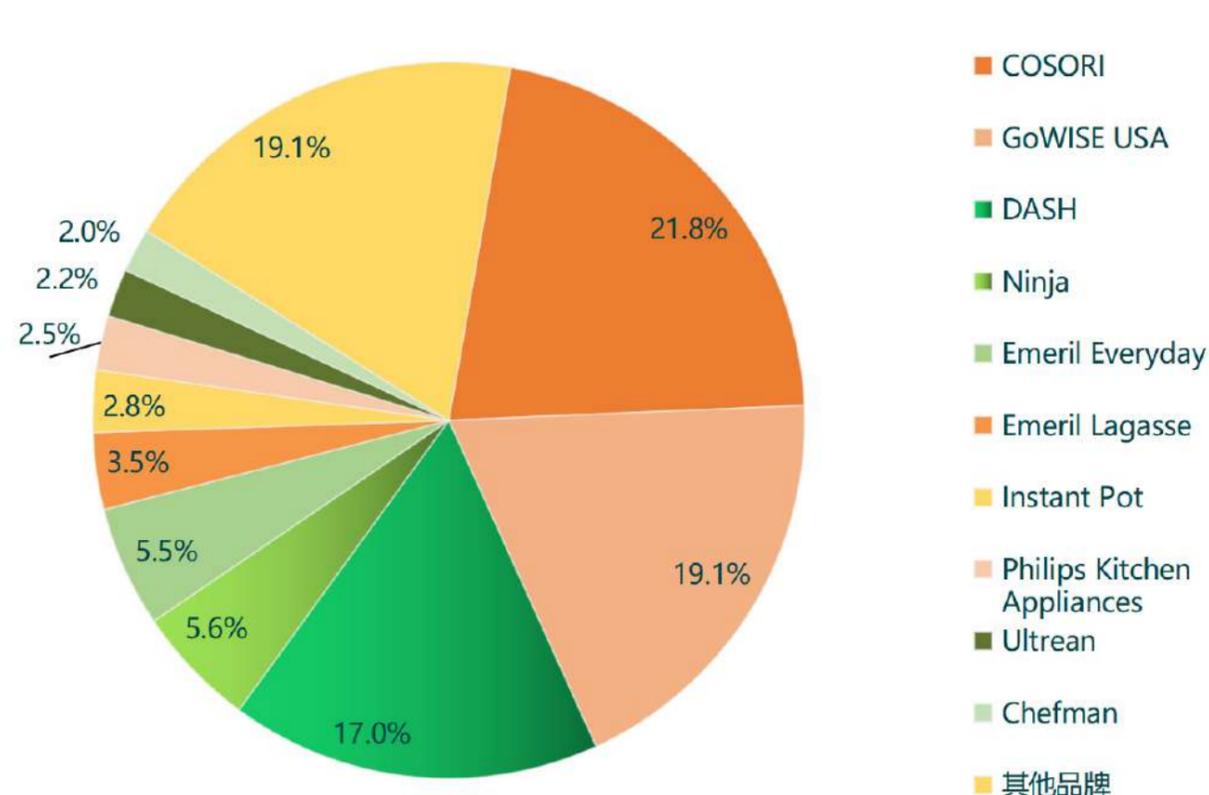
- COSORI
- Instant Pot
- GoWISE USA
- Ninja
- Ultrean

TOP 10 品牌的收入占整个市场收入的 **77.8%**，同比下降 **4.1%**

TOP10品牌收入占比-2020



TOP10品牌收入占比-2019

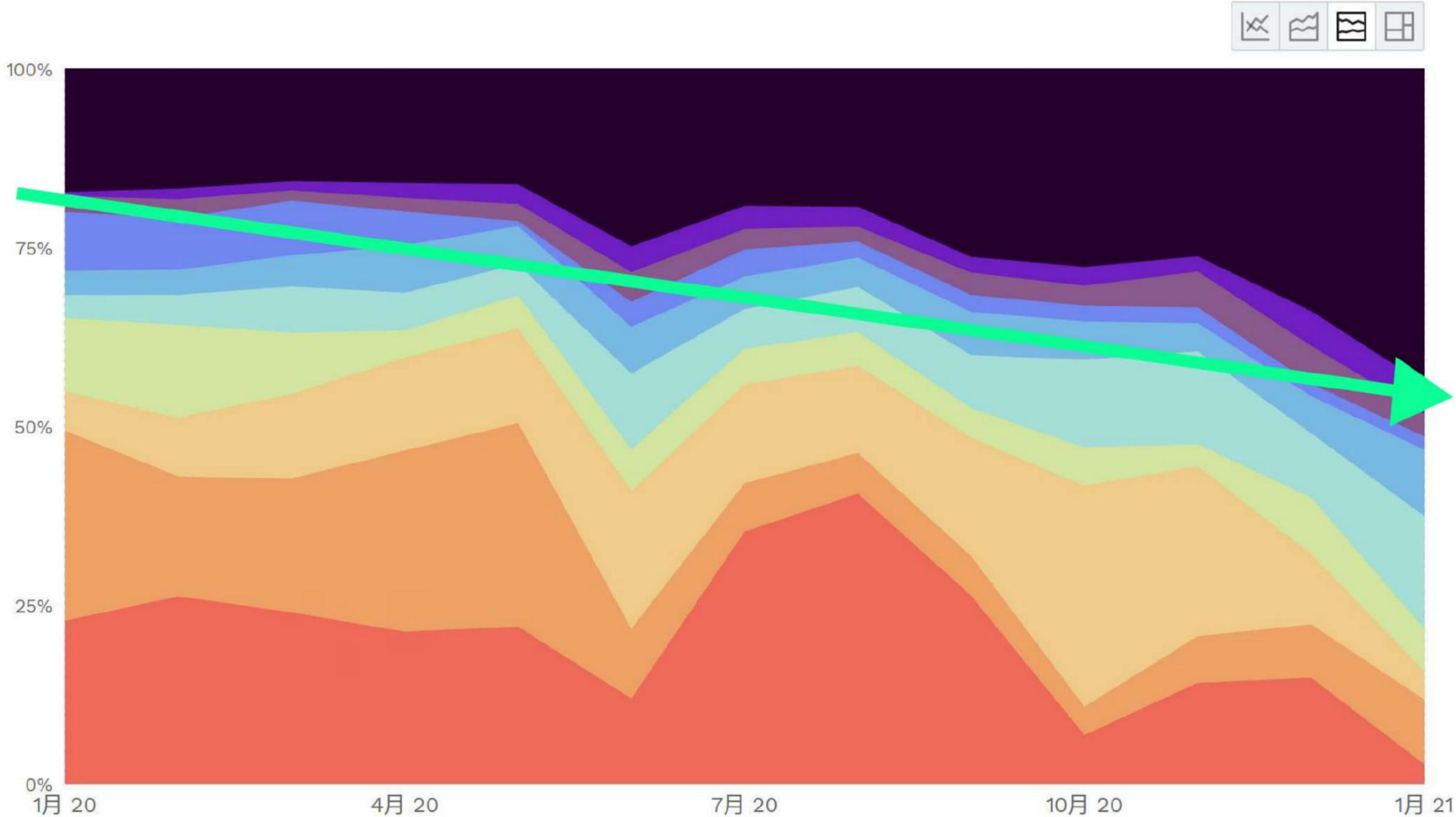


数据来源: **Jungle Scout Cobalt**

品牌

- COSORI
- GoWISE USA
- Instant Pot
- DASH
- Ninja
- Ultrean
- Emeril Everyday
- Chefman
- NuWave
- All Others

- ASIN
- 平均评论数
- 中位数售价
- 销量
- 收入
- 亚马逊自营收入
- 第三方卖家收入



数据来源: Jungle Scout Cobalt

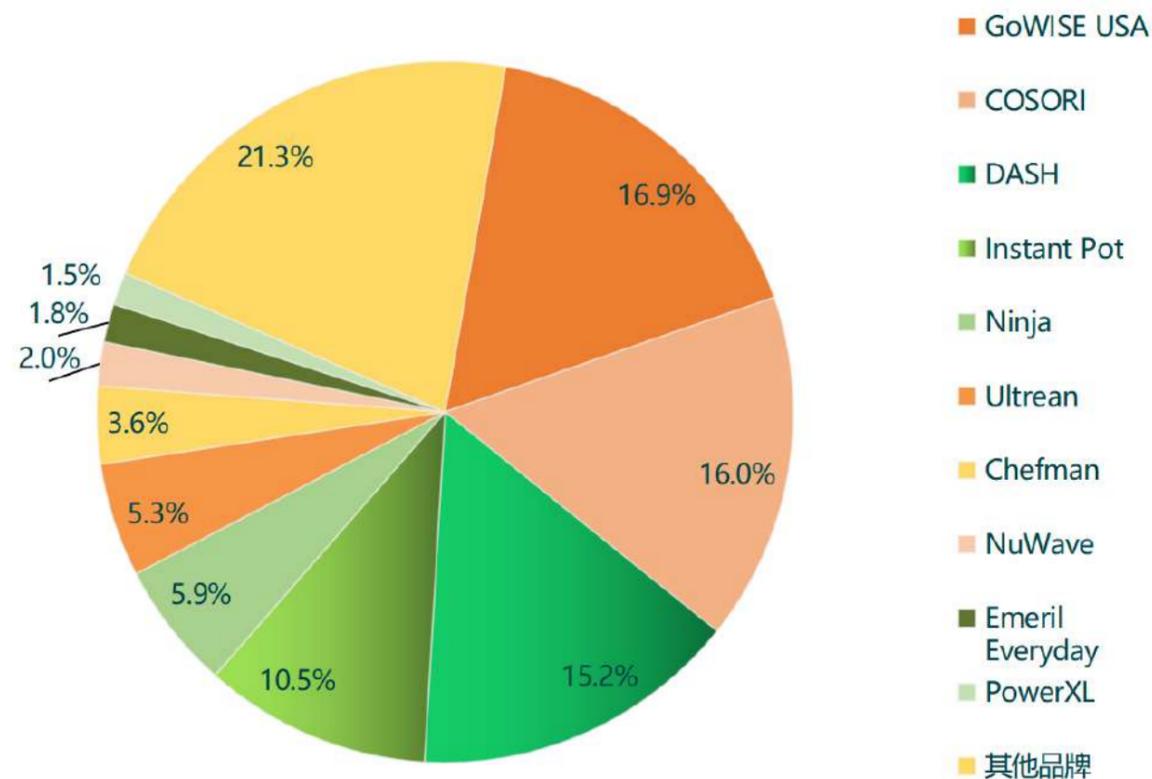
空气炸锅的市场品牌销量占比

2020年3月~2021年3月，TOP10品牌的销量占据了空气炸锅市场的 **79.7%**，同比下降 **2.7%**

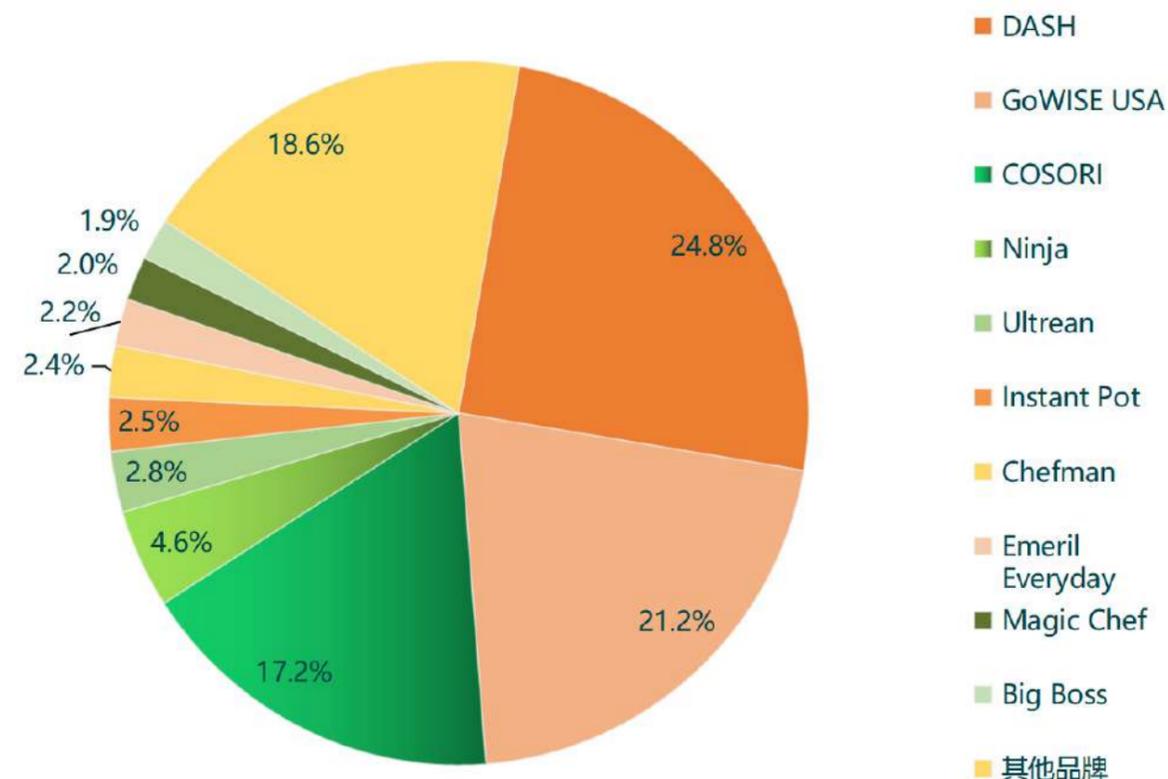
综合TOP 10品牌收入和品牌销量占比来看，该市场的品牌垄断程度在逐渐降低。

虽然TOP10品牌占据了约80%市场份额，由于该市场容量巨大，剩余的市场份额也足够其他品牌来瓜分。

TOP10品牌销量占比-2020



TOP10品牌销量占比-2019

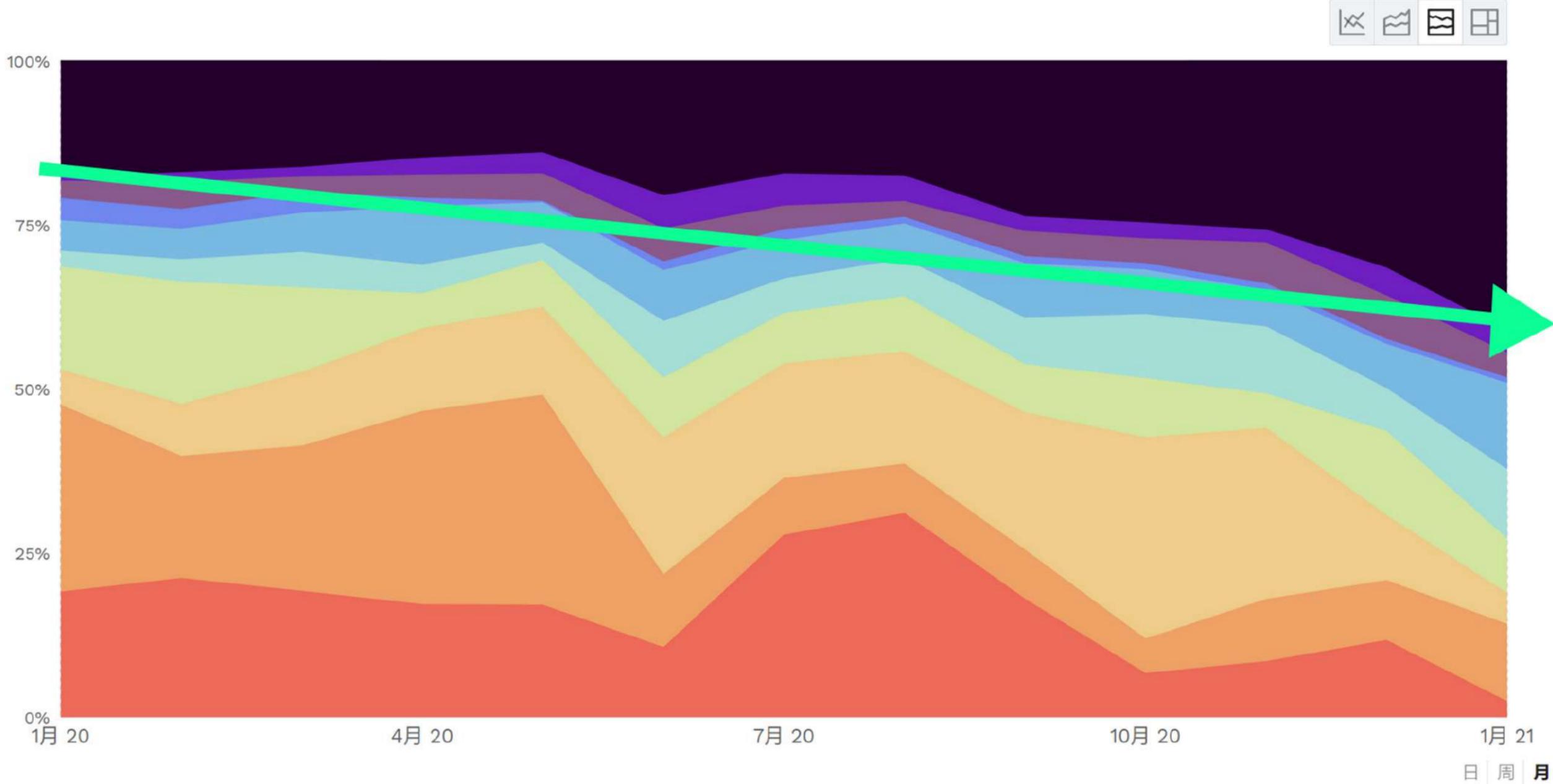


数据来源: Jungle Scout Cobalt

品牌

- COSORI
- GoWISE USA
- Instant Pot
- DASH
- Ninja
- Ultrean
- Emeril Everyday
- Chefman
- NuWave
- All Others

- ASIN
- 平均评论数
- 中位数售价
- 销量
- 收入
- 亚马逊自营收入
- 第三方卖家收入



数据来源: Jungle Scout Cobalt

空气炸锅的客单价

从最近两年的平均客单价数据来看，从 2019 年的 **\$ 74.68** 上涨到 2021 年的 **\$ 99.99**

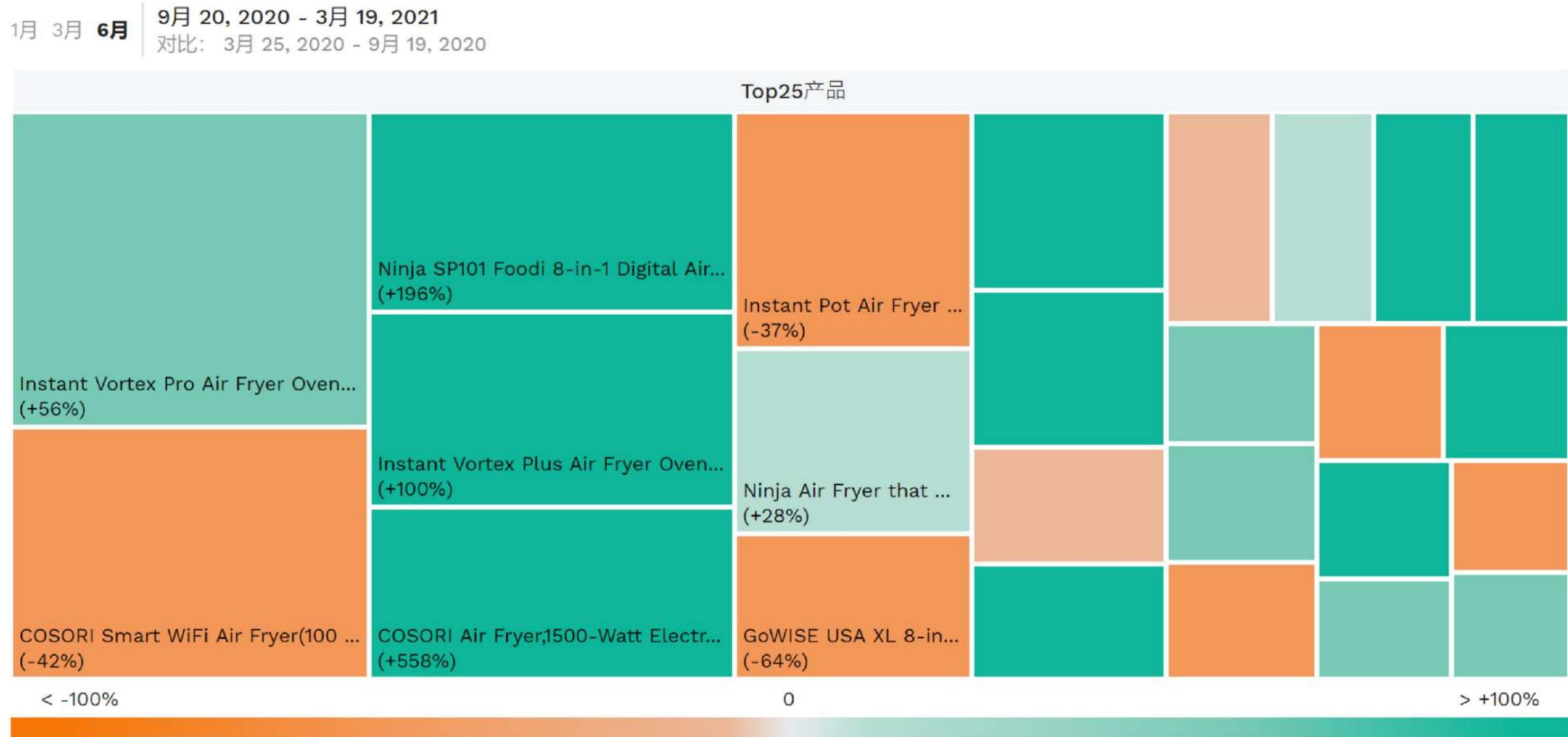
说明消费者对于该产品的接受度较高，用户需求大，或不断有优质的新产品进入。



数据来源: Jungle Scout Cobalt

空气炸锅的产品趋势

最近 6 个月 TOP 25 产品的收入变化趋势显示，**多功能合一**和**大容量**的空气炸锅收入大幅增加。



橙色颜色越深：下降幅度越大

绿色颜色越深：上涨幅度越大

数据来源: Jungle Scout Cobalt

Jungle Scout Cobalt

大数据选品及市场分析软件，亚马逊跨境中大卖家必备
华南亿级大卖推荐使用的软件工具

市场

细分市场容量一目了然

竞争

快速查看品牌垄断情况

竞品

一键透视竞品ASIN

监控

跟踪竞品行为确保运营优势



扫码回复【大卖】 了解更多功能

推荐年销售额 500W+ 或工厂型卖家使用

04

小家电产品趋势分析

- 厨房小家电 TOP 品牌分析
- 小家电产品趋势 —— 多功能合一
- 小家电产品趋势 —— 智能化
- 小家电产品趋势 —— 节能
- 小家电产品趋势 —— 无线化

1

2

3

4



亚马逊平台小家电 TOP 品牌分析

以亚马逊美国站的厨房小家电类目为基数，选取 Best Seller 榜单品牌占比最大的 Ninja 作为示例，分析该品牌的发展趋势。

该品牌以销售厨房小家电为主，产品覆盖厨房小家电的多个细分品类，但 ASIN 数量不多，走高端精品路线。



电饭锅



电烤炉



空气炸锅



搅拌机



料理机



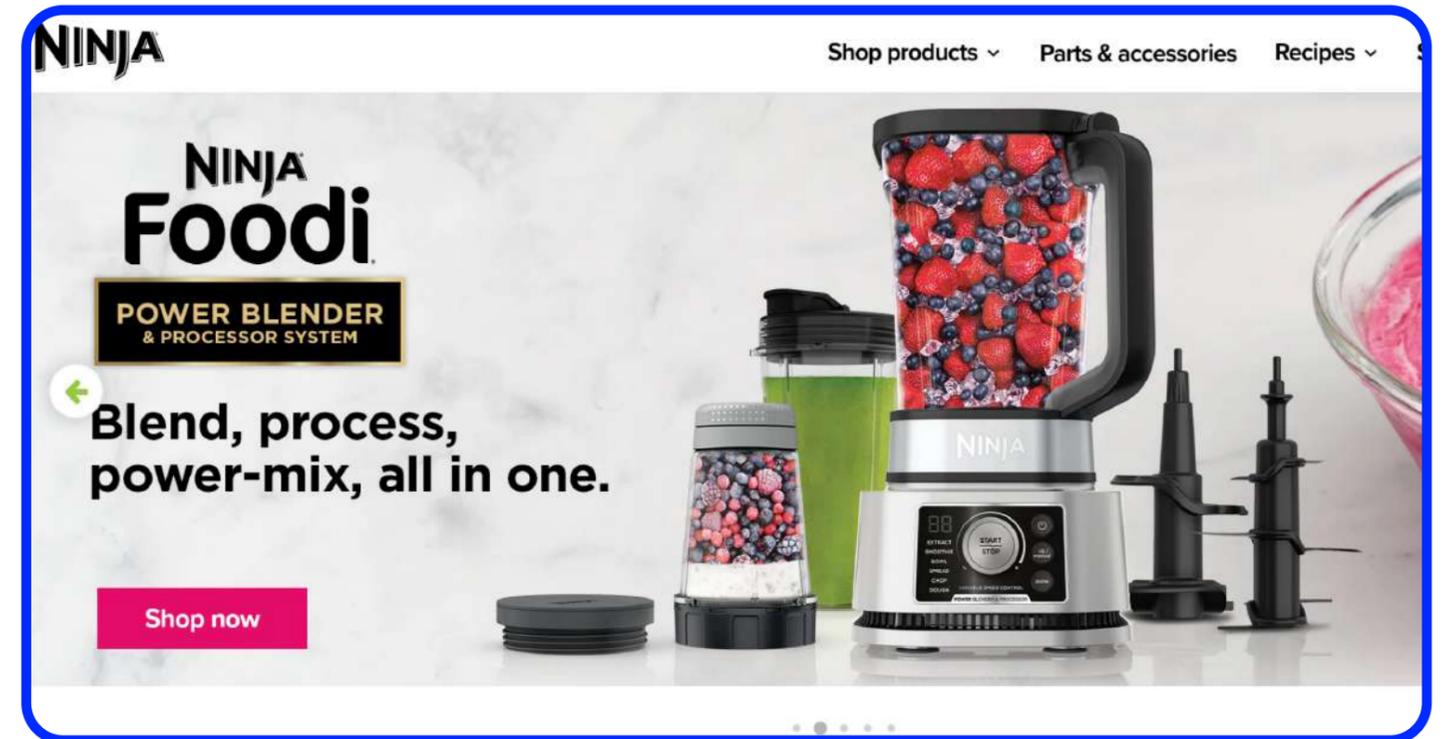
咖啡机

销售渠道

- 以线上销售为主为主，多平台同步发展，除了品牌独立站，还覆盖了亚马逊、沃尔玛等主流电商平台，以及 Target、bestbuy、Wayfair、kohl's 等线上零售平台。
- 各个平台的店铺风格和产品线高度一致，极大程度提高了品牌辨识度，有利于培养消费者的品牌忠诚度。从评论数量来看，亚马逊依然是该品牌最大的销售平台。



亚马逊旗舰店



官网

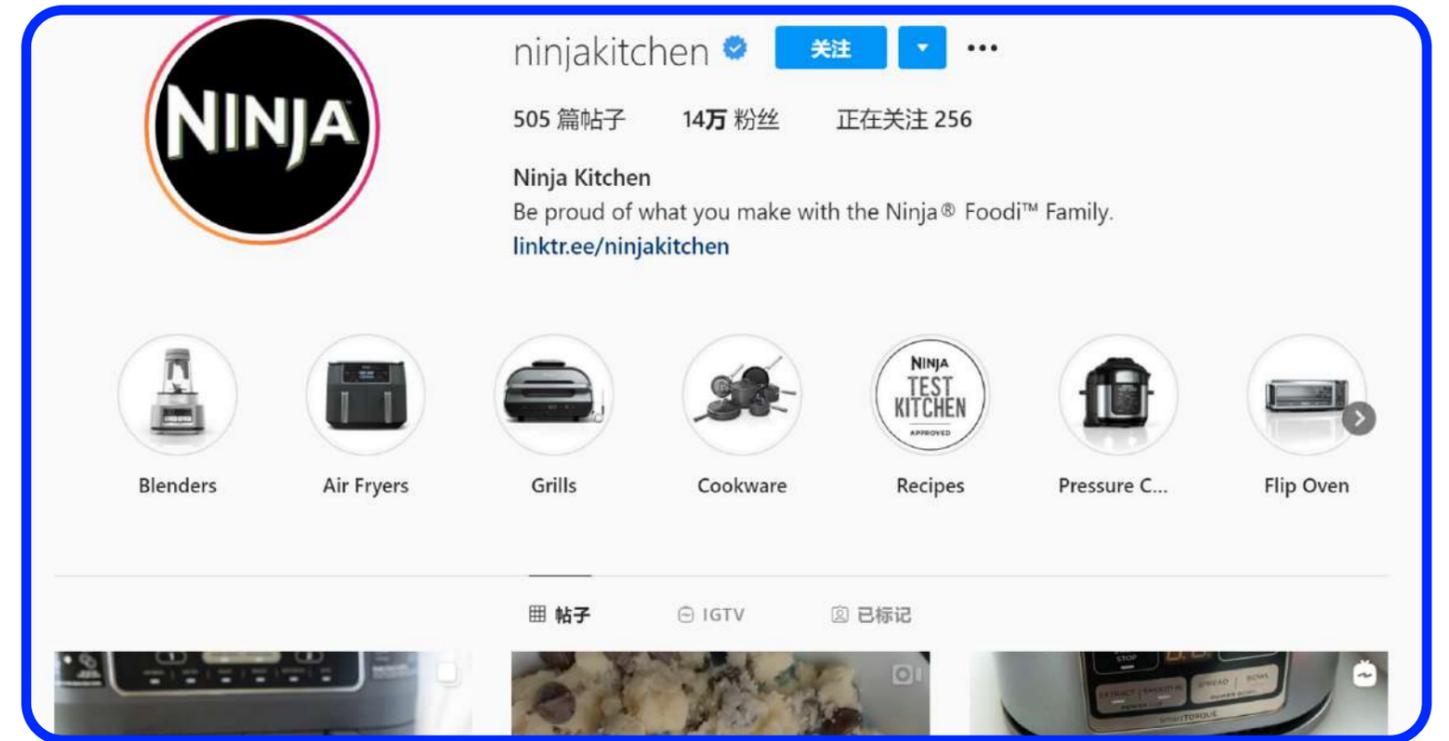
社媒营销

随着社交电商的快速兴起，在营销方面，Ninja 也采取了多个社媒平台同步运营的模式，Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, Youtube 定期分享食谱、烹饪方法、新品以及促销信息。

其中 Facebook 粉丝高达 96 万，也是其更新频率最高的社媒平台；其次是 Instagram，有 14 万粉丝关注 Ninja 分享的美食图片和视频。

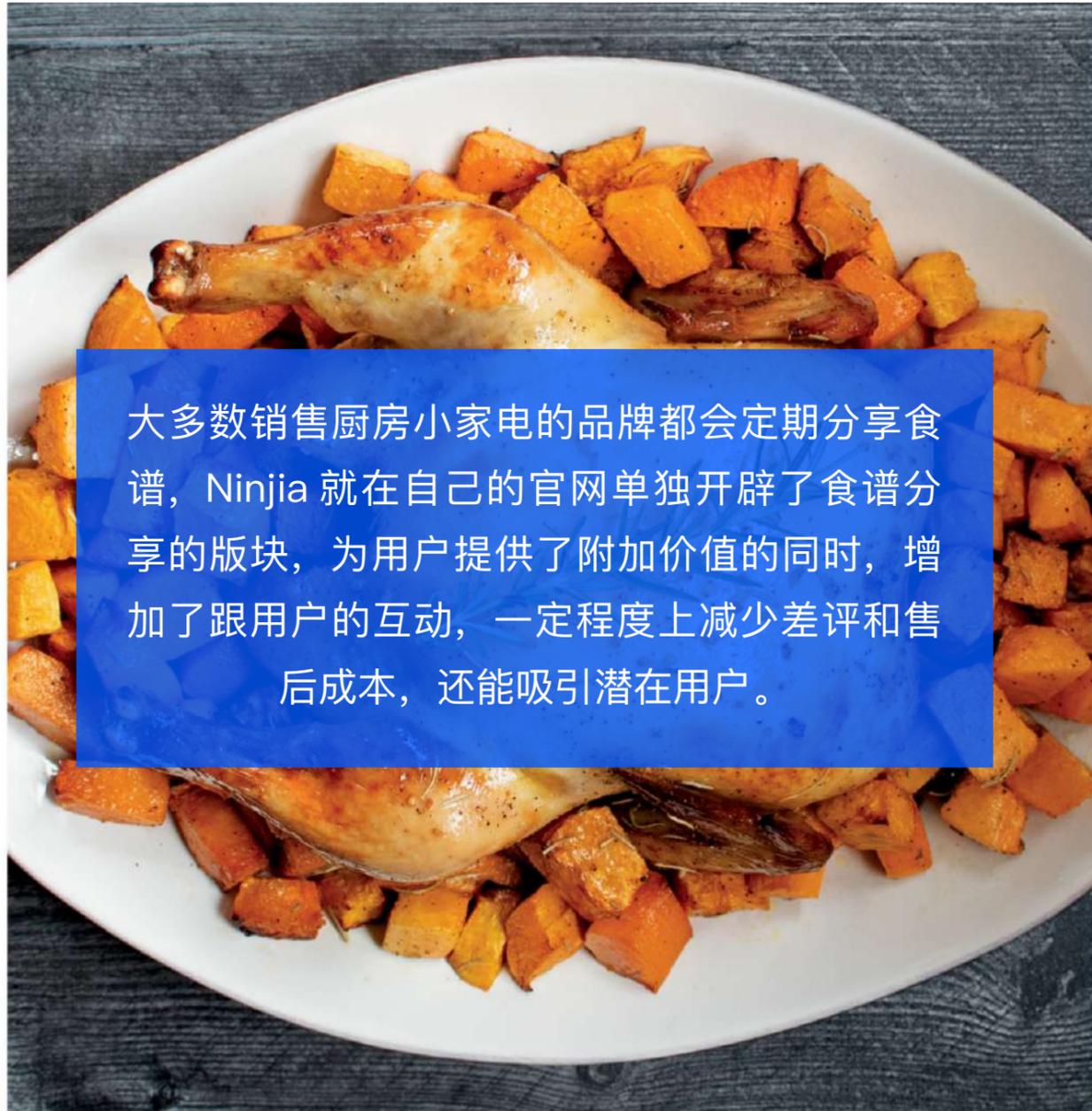


facebook



Instagram

食谱对于厨房小家电的重要性



大多数销售厨房小家电的品牌都会定期分享食谱，Ninja 就在自己的官网单独开辟了食谱分享的版块，为用户提供了附加价值的同时，增加了跟用户的互动，一定程度上减少差评和售后成本，还能吸引潜在用户。

Maple Rosemary Chicken with Fall Squash



Prep Time

20 minutes



Cook Time

55 minutes



Servings

6-8

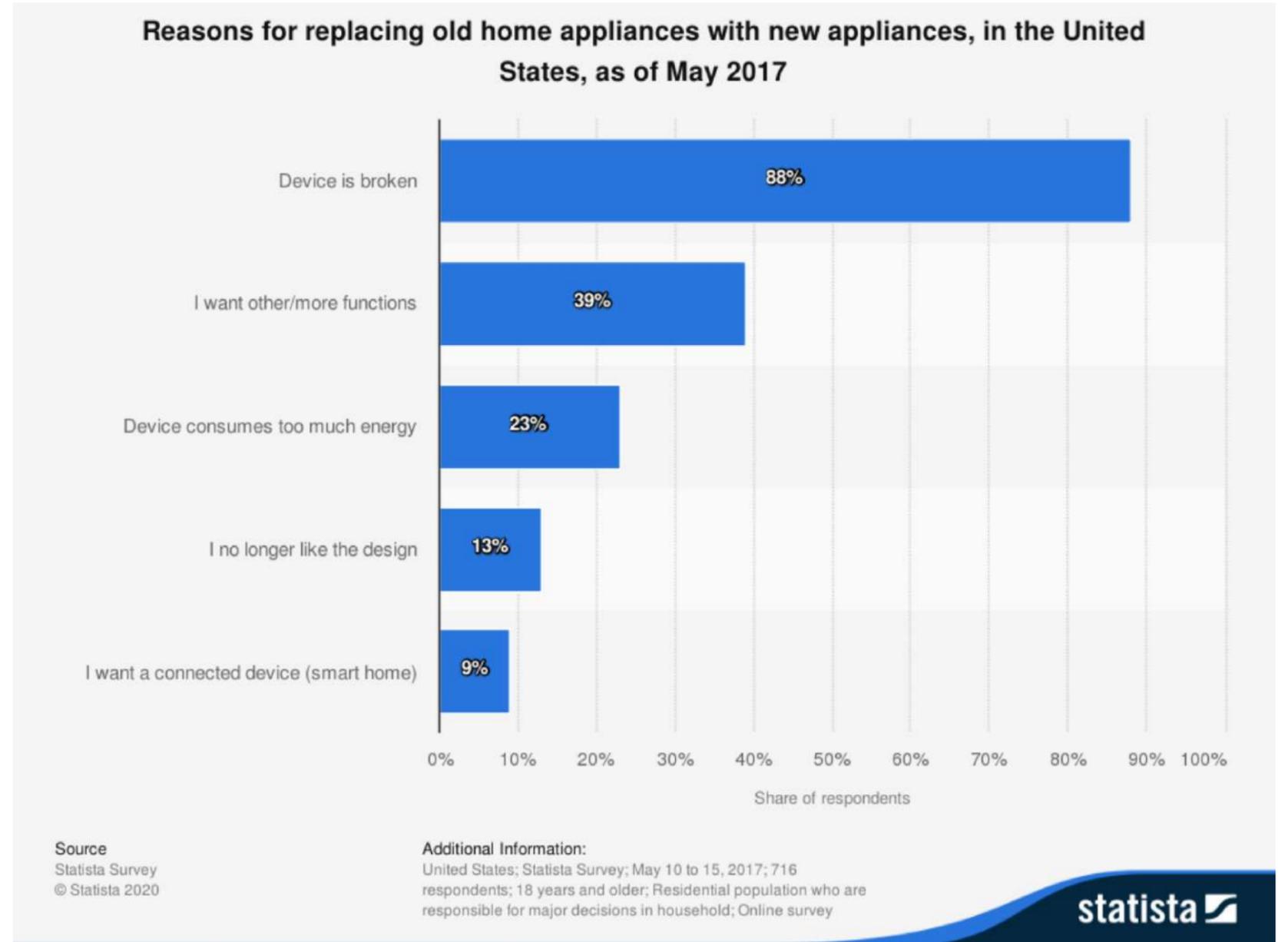
Source: ninjakitchen.com

小家电产品的设计趋势

设计趋势 #1: 多功能合一

随着海外消费者对于建筑成本和维护开支的缩减，人们越来越倾向空间小一些的房子，在更小的空间里，体检更小或功能更齐全的小家电就成了消费者重要需求。

早在 2017 年，消费者们更换新的小家电的原因之一就是功能不够多，因此多功能合一的小家电无疑会慢慢取代功能单一的产品，空气炸锅就是典型。



Source: Statista Survey

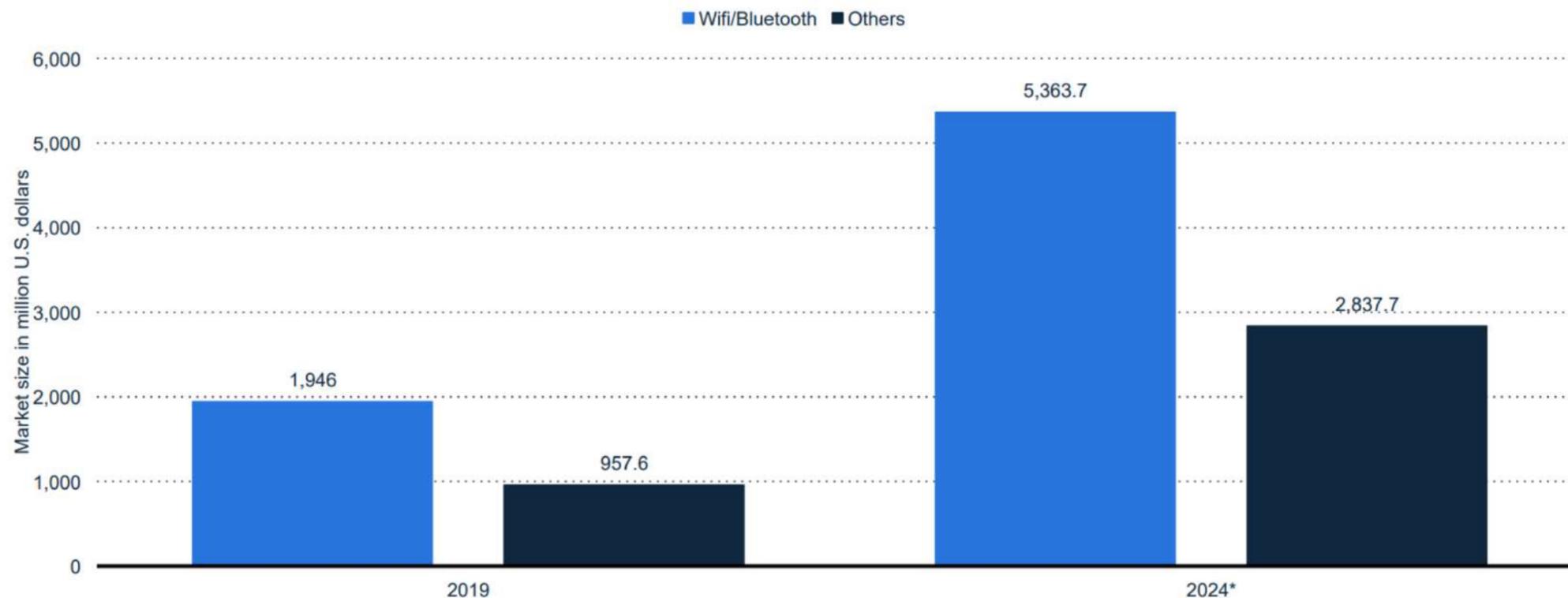
设计趋势 #2：智能化

智能化是未来家电市场份额之战的关键因素，除了 Amazon Echo 或 Google 助手这类娱乐产品。越来越多的联网家电和小工具进入市场，语音控制、智能手机 APP、触屏控制都家电智能化发展的大势。

数据显示，WiFi/ 蓝牙连接的智能厨房小家电的市场容量将达到 **53.64** 亿美金，是智能化小家电产品中市场份额最大的一个分支；

Global smart kitchen appliances market size by technology in 2019 and 2024 (in million U.S. dollars)

Smart kitchen appliances market size by technology worldwide 2019 and 2024

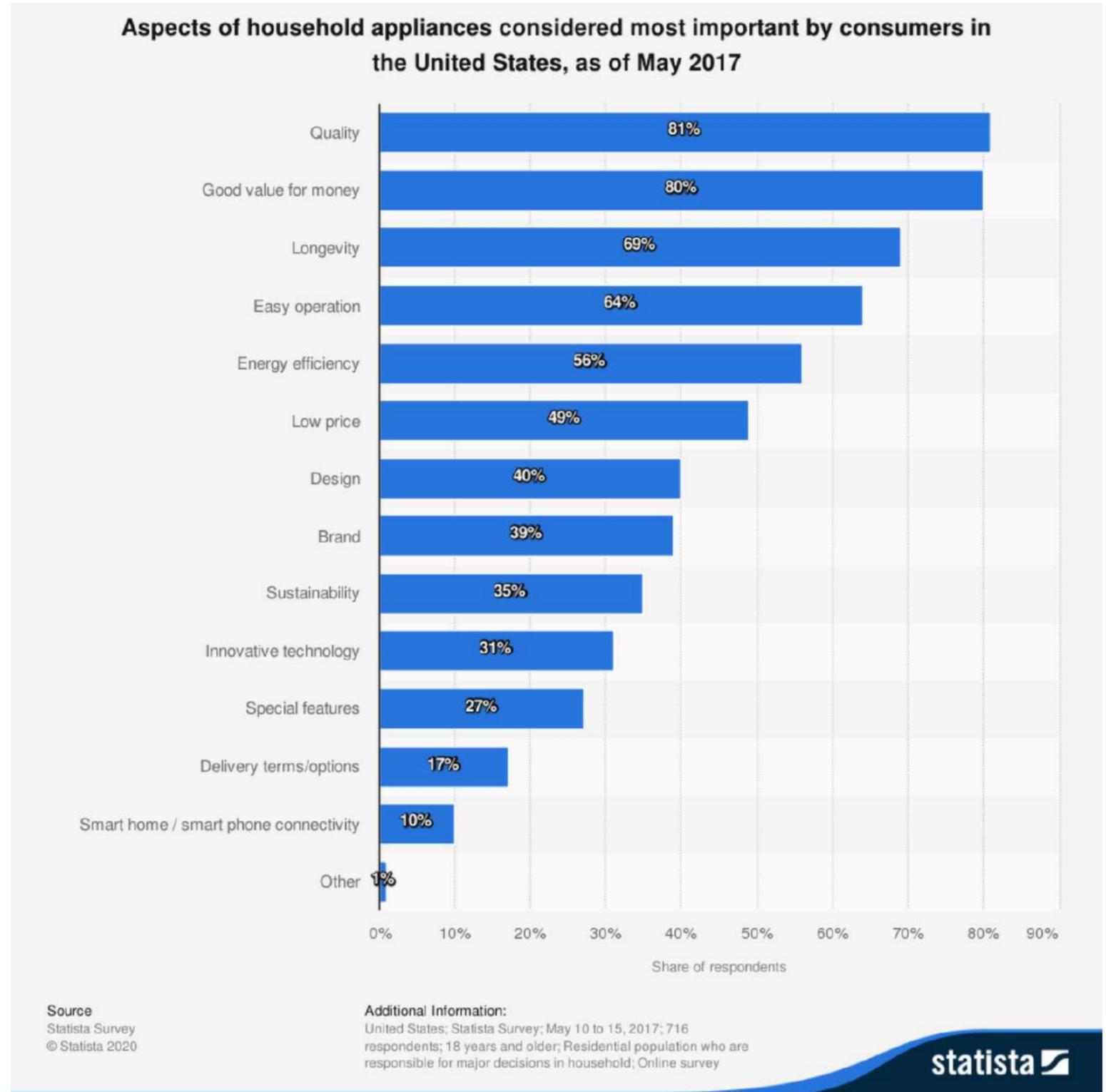


Source: Statista.com

设计趋势 #3: 节能

环保和节能是一项持续讨论了很多年的话题，但是可持续发展和节能的理念还没有普及的地区来说，节能的家用电器对制造商开拓新市场来说是一个非常好的切入点。

从消费在购买家电时最关心的因素来看，除了价格、品质、操作简便之外，56%的消费者认为“节能”也是非常重要的影响因素。



Source: Statista Survey

设计趋势 #4: 无线化

小型厨房的电源插座数量有限，厨房家电多的情况下要面临插座不够用的问题，因此越来越多的品牌开始推出无线、可充电的厨房用具。除了满足在家中空间有限的消费者外，无线厨房电器还有望解决露营、旅行和爱聚会的消费者的问题。无线便携这一趋势，无论是厨房小家电、家居小家电还是个护小家电都适用。



Jungle Scout

亚马逊选品及运营一站式工具

我们唯一的使命是：助力亚马逊卖家获得成功，创造更多的利润



2015 年，**Jungle Scout** 由亚马逊亿级大卖——**Greg Mercer** 创立是第一家研发出亚马逊选品软件的科技公司。

作为亚马逊官方认证的第三方服务商，截至 2021 年 1 月，

Jungle Scout 已为全球超过 **50** 万的亚马逊卖家提供付费服务，

影响了全球超过 **100** 万亚马逊从业者。

JS 插件版

挖掘产品
验证产品创意

JS 网页版

一站式服务工具
多维度帮助卖家打造热销爆款

Cobalt

助力亚马逊中大型卖家
开启高阶智能数据分析

免费学习资源

精品课程

- 《百万美金案例分析》
- 《新手卖家从 0 到 1 速成指南》
- 《亚马逊选品运营系统训练营》
- 《亚马逊精品直播课》

数据报告

- 《每月热卖产品报告》
- 《类目趋势分析报告》
- 《消费者趋势报告》
- 《亚马逊卖家报告》



扫码关注公众号
领 JS 插件 + 网页版免费账号

www.junglescout.cn