

2022年

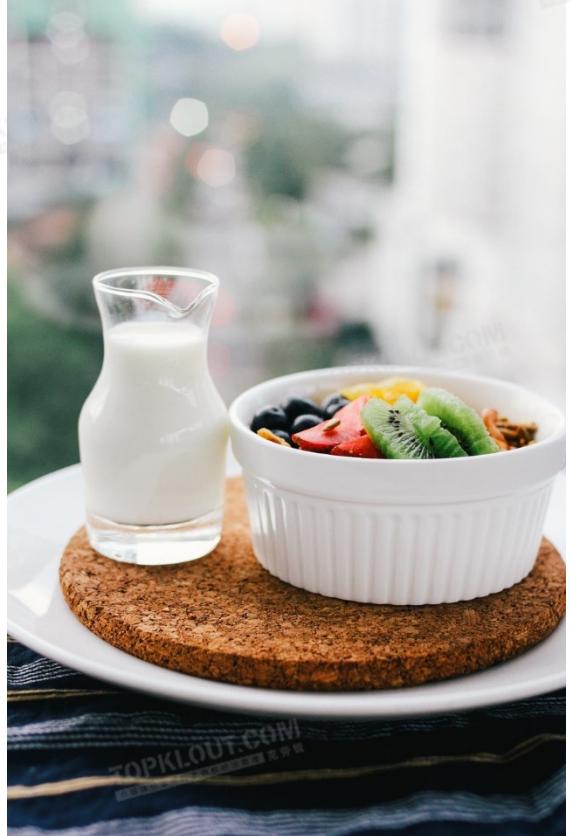
现代生活厨房小家电社交营销观察

克劳锐指数研究院

2022.07



问题聚焦



- 01 厨房小家电中哪个产品最受关注？
- 02 用户对厨房小家电使用的习惯如何？选购影响因素有哪些？
- 03 社交平台上的厨房小家电内容围绕哪些内容展开？
- 04 不同品类的小家电产品内容营销有何异同？
- 05 厨房小家电的社交内容营销有何特点？

核心亮点

01

用户**探索及购买**厨房小家电**主动性更强**，但也不排斥接受推荐分享

02

越忙碌越要健康的**饮食理念间接推动**用户消费厨房小家电

03

社交“必修”+专业“选修”共建厨房小家电社交内容营销

04

种草内容**由食品教程、功能测评转向情感共鸣、认知协同**

05

社交内容营销**瞄准年轻用户生活，拓展用户年龄边界**



研究说明



研究平台：抖音、快手、微博、小红书



研究对象：提及现代生活家庭厨房用小家电的内容及发布相关内容的账号，
厨房小家电包括但不限于空气炸锅、榨汁机、咖啡机、电蒸锅等



数据来源：克劳锐指数研究院
数据周期：2022年1月-5月

01. 现代生活厨房小家电市场及用户偏好概览



» 现代生活厨房小家电：疫情下用户饮食的“好帮手”

现代生活厨房小家电

- 本报告所指现代生活厨房小家电为**有设计感、颜值出众**，采用**智能化、数字化**操控制作加工食材或半成品、预制品等，产出能够直接供食用/饮用的小家电。**不包括**豆浆机、煮蛋器、面条机、酸奶机等。
- 疫情期间，居家工作、生活，外卖有一定直接接触及饮食安全风险，用户在家自制饮食的欲望和需求旺盛。

颜值出众

外观时尚、造型简洁、体积适中、制作过程可视化、复古/撞色配色

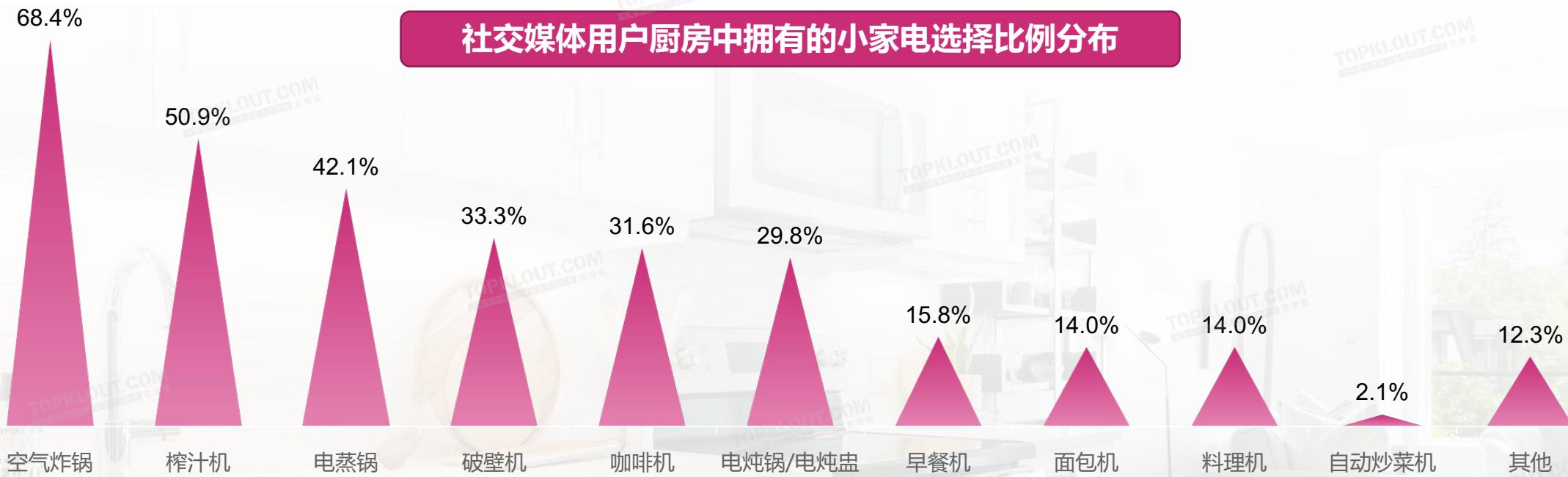
智能化/数字化

内置**智能化芯片**，除定时等基础功能外，能够实现多种食品/饮品的**一键制作**



空气炸锅成为社交媒体用户厨房中最常备的“神器”之一

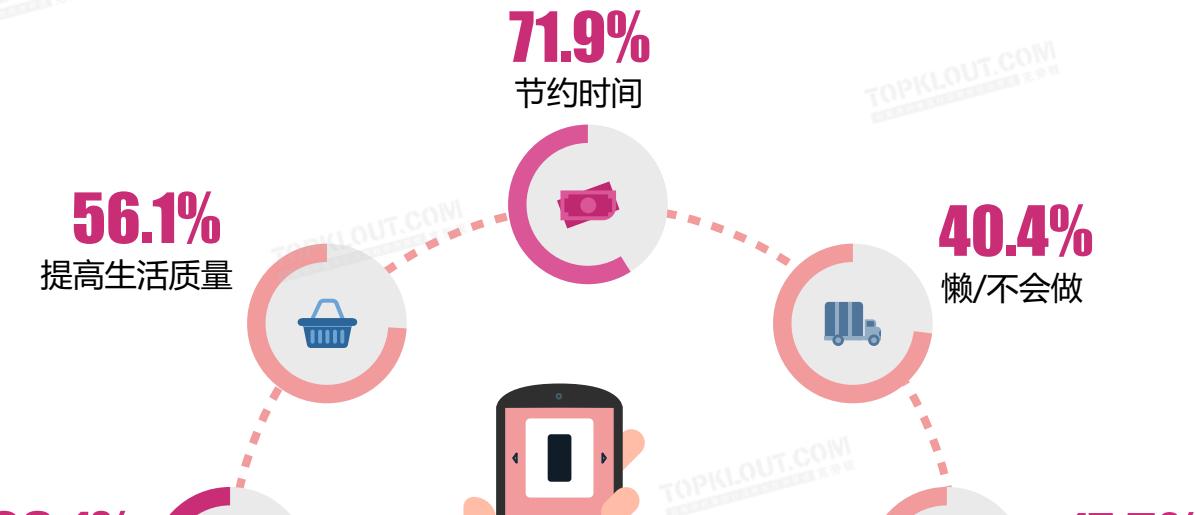
- 近7成社交媒体用户家中厨房常备空气炸锅，**丰富的制作食谱+创意延展性**是社交用户重要的“神器”之一。
- 榨汁机、破壁机、咖啡机等**提升生活品质、增加生活情调**，电蒸锅、电炖锅/电炖盅**一键便利制作**，也是社交用户的主要选择。



数据来源：克劳锐指数研究院线上调研，N=171，社交媒体用户指7日内使用过微博、抖音、快手、小红书的用户（使用行为包括但不限于浏览、点赞、评论、收藏等），下文简称用户

» 节约时间和提升生活质量是用户购买厨房小家电主要动因

社交媒体用户购买厨房小家电原因选择分布



➤ 节约时间是用户购买厨房小家电的首要因素，
“懒人经济”是驱动因素



睡前预约早餐、饮品



10-20分钟速成制作

.....

➤ 提升生活质量也是用户购买选择的重要原因



5-10杯某咖啡
可购买一台咖啡机
小额投资换长期享受

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_44529

