

2023年中国洗碗机市场洞察报告

部门：消费业务部

CONTENTS

目 录

01 中国洗碗机市场发展背景

-
- 1.1 中国洗碗机发展宏观背景
 - 1.2 中国洗碗机发展行业背景
 - 1.3 中国洗碗机市场规模
-

02 中国洗碗机市场发展现状

-
- 2.1 中国洗碗机市场品牌格局
 - 2.2 中国洗碗机市场渠道布局
 - 2.3 中国洗碗机市场技术突破
-

03 中国洗碗机市场需求洞察

-
- 3.1 中国洗碗机用户画像
 - 3.2 洗碗机购买动机和决策
 - 3.3 洗碗机使用行为和评价
 - 3.4 洗碗机购买细分场景机会
-

04 中国洗碗机市场发展趋势

-
- 4.1 中国洗碗机市场发展趋势
-

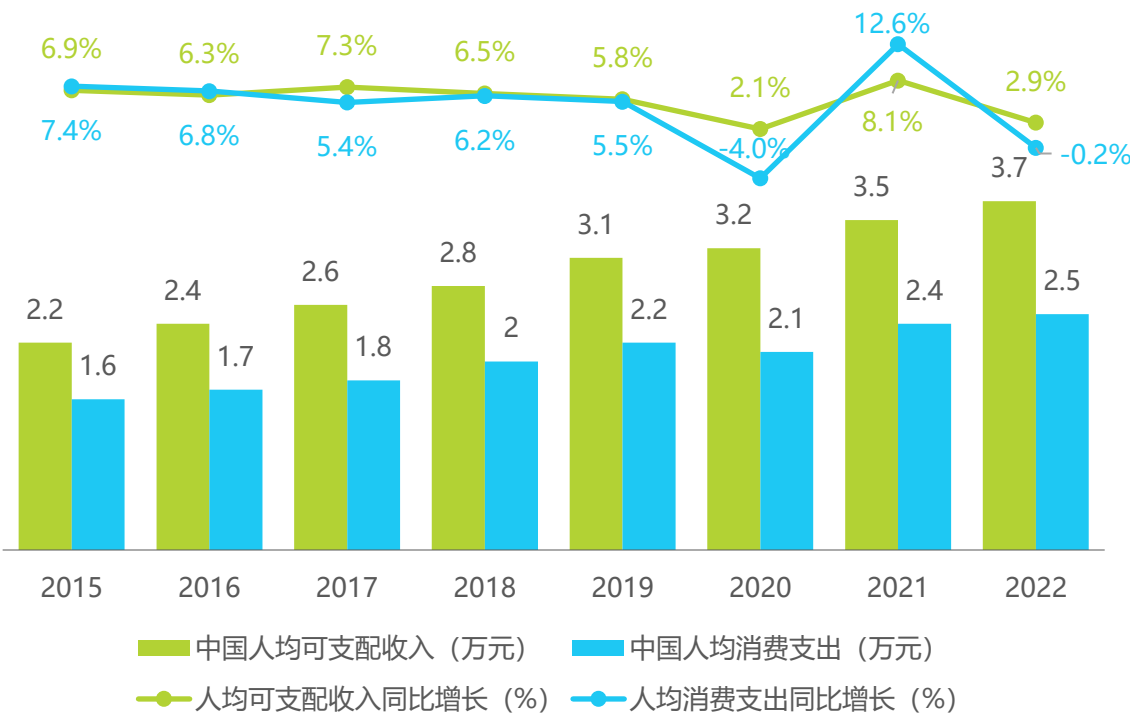
01 / 中国洗碗机市场发展背景

居民收入稳步提升 居住品质消费增长

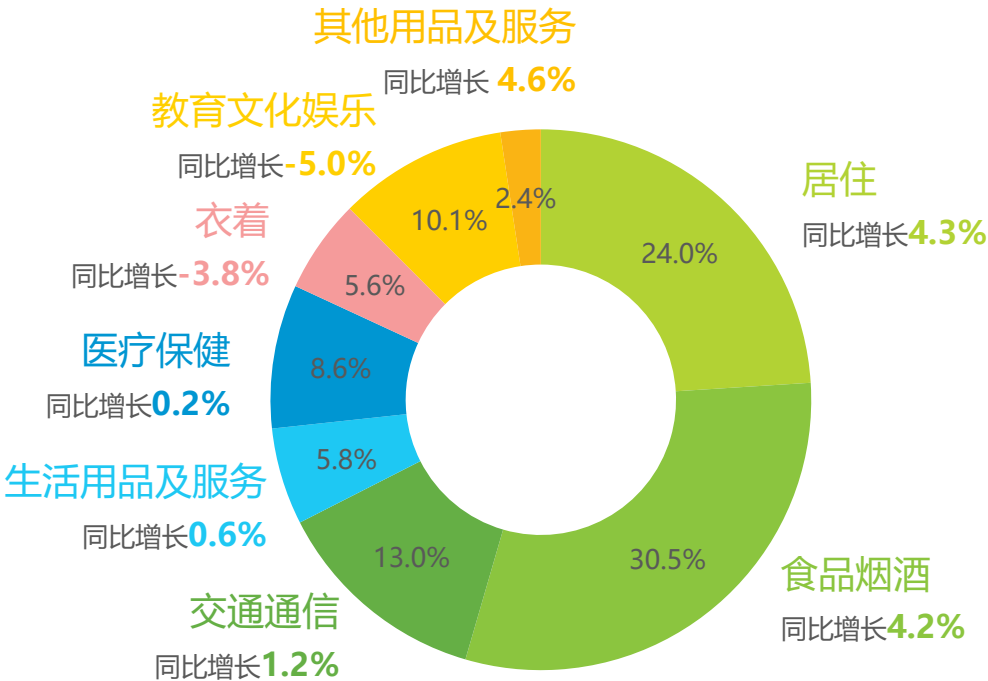
2022年中国人均可支配收入和消费支出相比2015年增长50%以上，人均居住支出同比增长4.3%

2022年，受新冠疫情出现一定反复与回弹的影响，扣除价格因素的人均可支配收入比2021年实际增长2.9%，人均可支配收入保持增长的态势仍为有效提升居民购买力奠定基础。人均消费支出规模与2021年水平基本持平，扣除价格因素后同比呈轻微下降态势。具体到细分类别，居住类目支出占比达24.0%，且其规模比2021年同比增长4.3%，是除其他用品及服务外增幅最高的类别。由此可见，消费者愿意在改善居住环境上进行更多投入。

2015-2022年中国人均可支配收入和消费支出规模及增速



2022年中国人均消费支出项目占比



来源：国家统计局，艾瑞咨询整理绘制。

注：除“其他用品和服务”之外，各项人均消费支出按照增长率排序

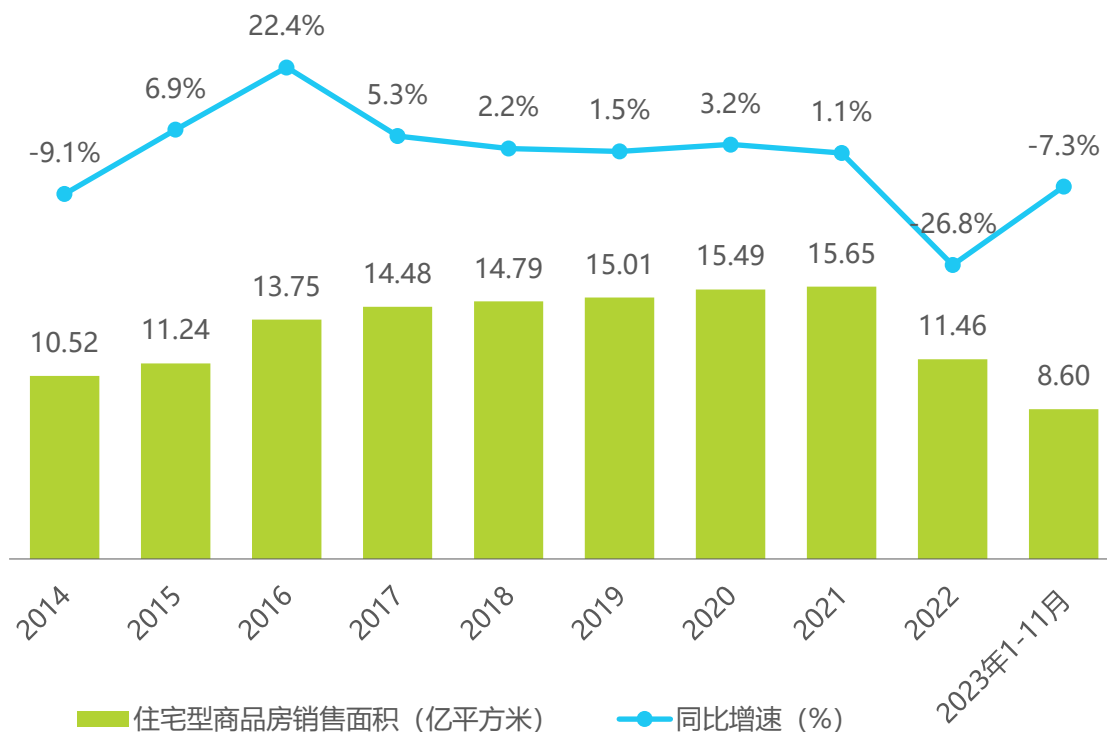
来源：国家统计局，艾瑞咨询整理绘制。

存量住房市场现状，厨电品质升级需求带来新机会

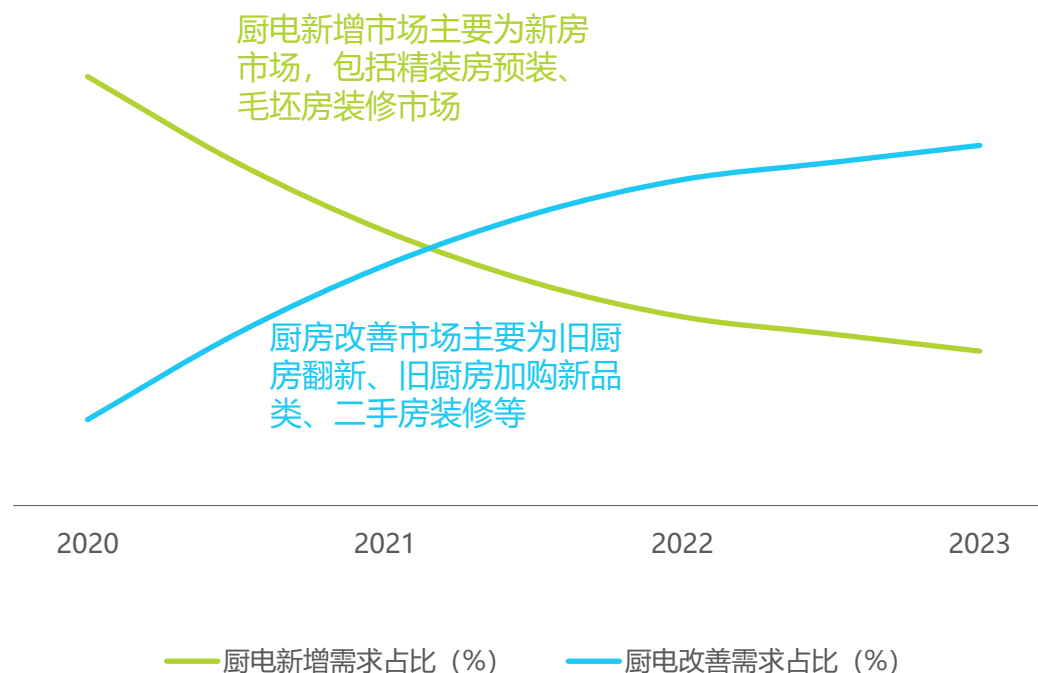
新房装修需求下行，厨电进入存量市场，传统厨电升级和新品类崛起带来结构性机会

2022年商品房销售面积同比下降26.8%，2023年1-11月同比下降7.3%，以新房装修为主的增量市场缩减，给厨电市场带来重重压力。随着消费者对品质生活的需求持续释放，旧厨翻新的存量市场带来增长机会，厨电品牌关注厨电产品升级及新品类的扩张，承接置换市场的推进释放出来的新需求。

2014-2023年住宅型商品房销售面积规模及增速



2020-2023年厨电新增需求和改善需求占比变化



来源：国家统计局，艾瑞咨询于2023年12月整理绘制。

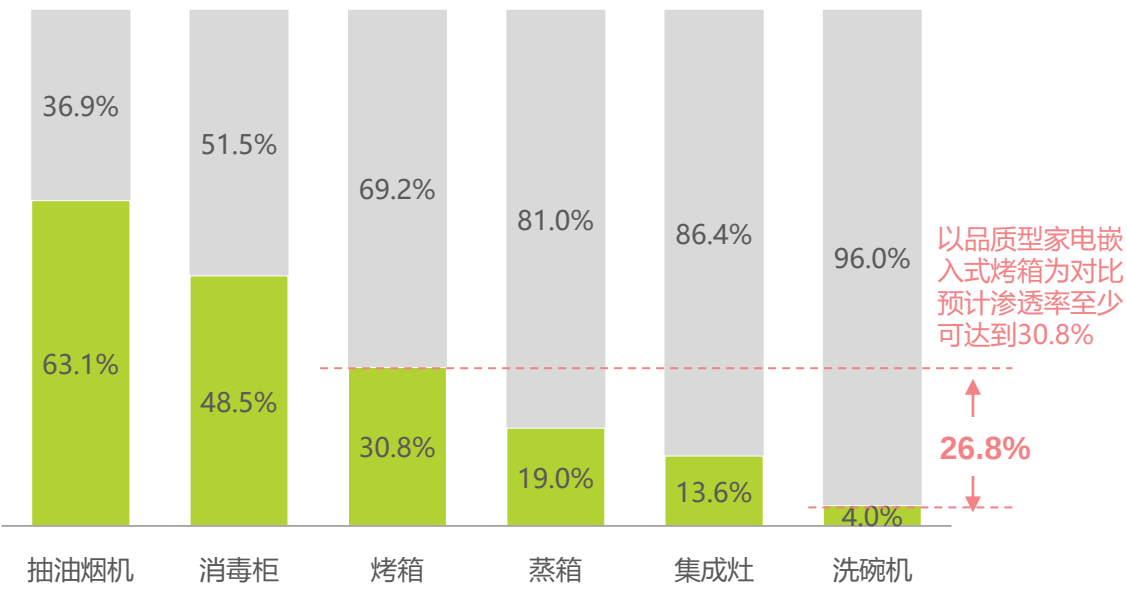
来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

中国洗碗机渗透率仅4%，是品质厨电中高潜力品类

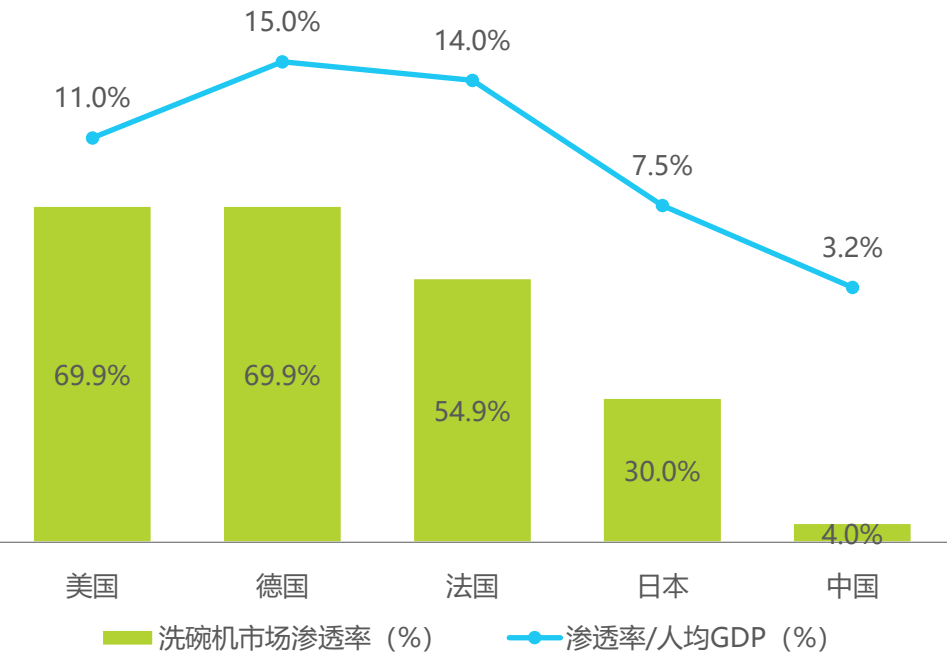
同为品质型厨电的烤箱渗透率达30.8%，国内洗碗机渗透率仅4%，有较高的增长空间

洗碗机在国内存在巨大增长潜力，为厨电品牌结构化升级的重点新品类。一方面洗碗为大多数家庭的家务负担；另一方面，同为品质型厨电的烤箱渗透率达30.8%，国内洗碗机渗透率仅4%。欧美等国洗碗机渗透率在50%以上，日本渗透率30%以上，对比渗透率/人均GDP，中国处于较低水平，品类普及后将迎来较大的市场增量。

2023年中国厨电品类居民家庭渗透率



2023年中国及海外国家的洗碗机渗透率



来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

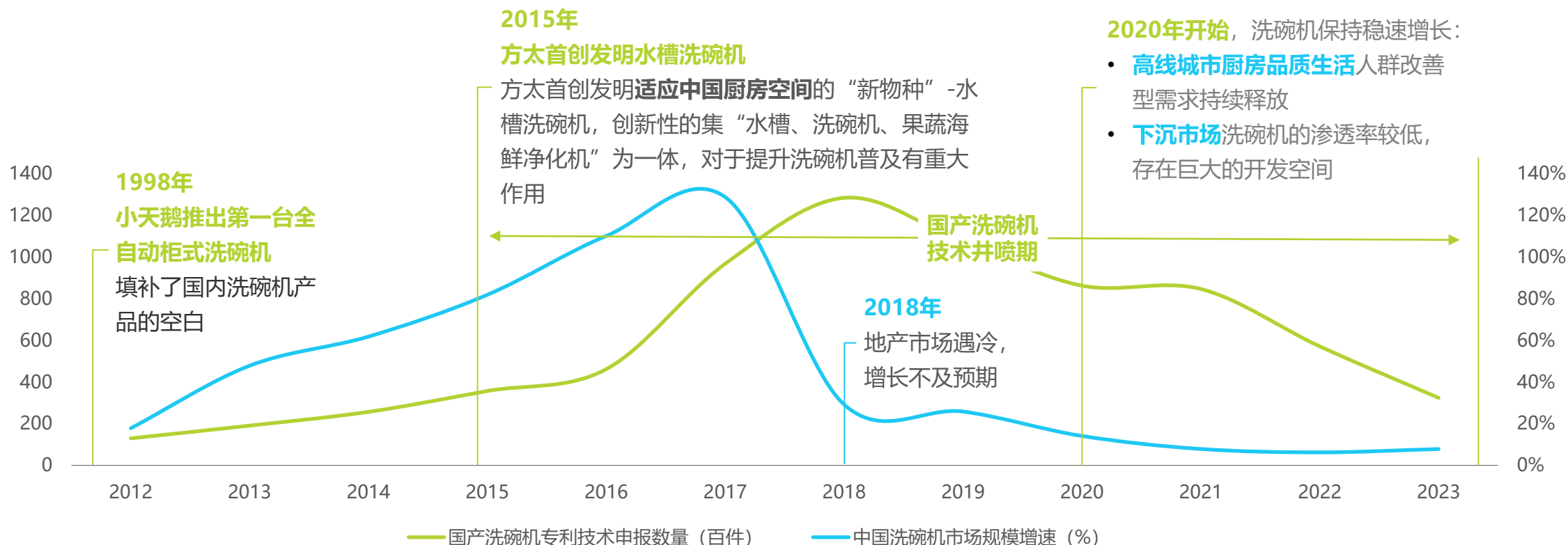
来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

国产厨电品牌乘风而上，推进洗碗机技术本土化

2015年方太首创水槽洗碗机，全新形态吸引消费者关注，国产洗碗机品牌专利技术申报井喷式发展

2015年是中国洗碗机市场规模发展的元年，也是国产洗碗机技术发展的元年。2015年至今，国产洗碗机品牌专利申报数量超过2千条，为推出适用中国厨房的洗碗机，不断突破核心技术，承接市场增量。

2012-2023年国产洗碗机品牌专利技术申报数量



来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

洗碗机国家标准出台，政策上推动市场普及进程

首次明确规定了中式餐具在测试中的使用要求，为市场规范化发展奠定基础

2021年1月1日，GB 38383-2019《洗碗机能效水效限定值及等级》国家标准开始实施，该标准为首个洗碗机能效水效国家强制标准。标准中对洗碗机能效等级、水效等级、干燥等级、清洁等级规定了限定值及试验方法。该标准实施后，国内市场上销售的洗碗机各项性能表现不得低于5级要求。因洗碗机为西方引入的电器产品，故早期国内市场上洗碗机的洗涤方式、碗篮设计均基于西式餐具而设定，因此也出现了部分洗碗机产品的性能在国内市场“水土不服”的现象。为能更贴近国人的烹饪习惯，更好地考核国内市场洗碗机的性能表现，该标准区别于已有的洗碗机测试方法标准，首次明确规定了中式餐具在测试中的使用要求。部分试验用中式餐具的示意图，包括最具代表性的米饭碗、面碗、筷子、酱油碟等中式餐具。该标准的实施将有利于促进洗碗机本土化设计的进程，成为真正解放双手的“中国洗碗机”。

2021年《洗碗机能效水效限定值及等级》国家标准

等级	能效指数EEI	水效指数WEI	干燥指数P _D	清洁指数P _C
1	≤50	≤45	≥1.08	≥1.12
2	≤56	≤52	≥1.08	
3	≤63	≤62	≥0.97	
4	≤71	≤68	≥0.97	
5	≤80	≤75	≥0.86	

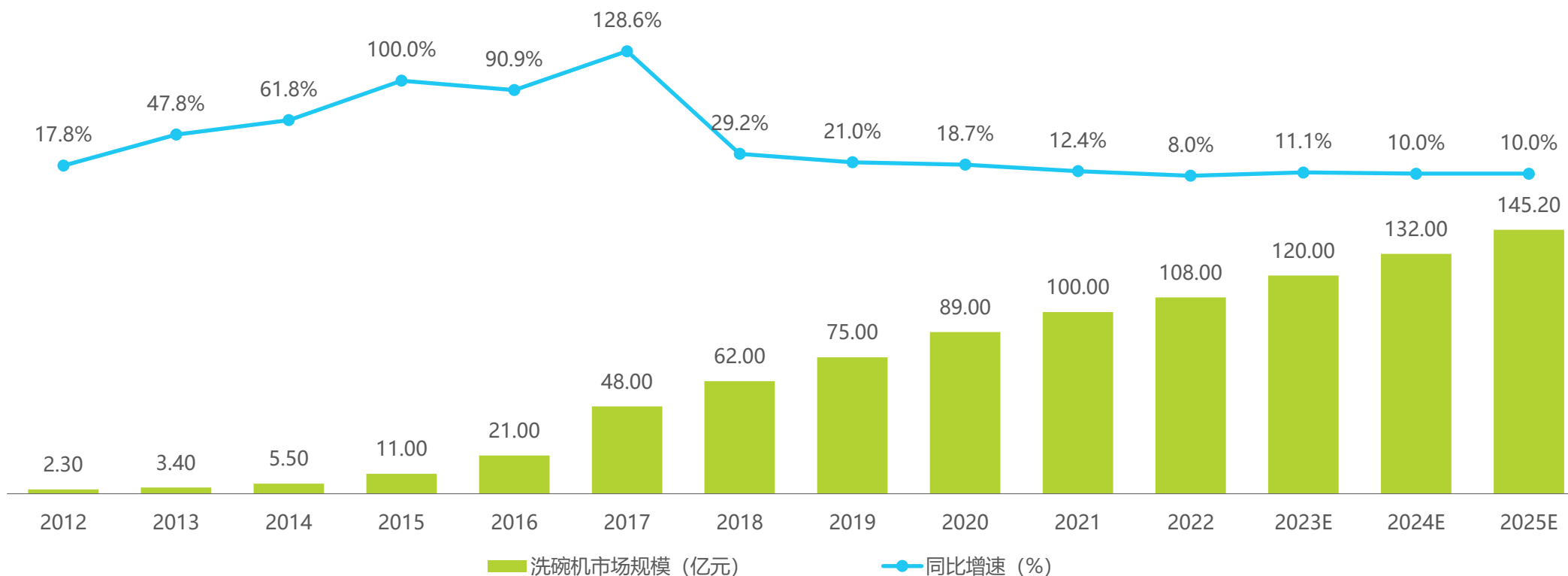
来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

品质需求驱动下，洗碗机市场规模保持稳定增长

2015年-2019年见证洗碗机市场爆发式增长，存量住房现状下，预计将保持10%的增长

在2015年-2019年的市场爆发后，2023年中国洗碗机市场规模达到120亿元。基于全国5亿家庭推算，若每年渗透率以0.5%的比例提升，预计每年将带来约250万台的新增量，对应130亿元的年销售规模。

2012-2025年中国洗碗机行业市场规模及同比增速



来源：专家访谈，网络公开数据，中怡康、奥维等第三方监测数据。艾瑞咨询整理。

02 / 中国洗碗机市场发展现状

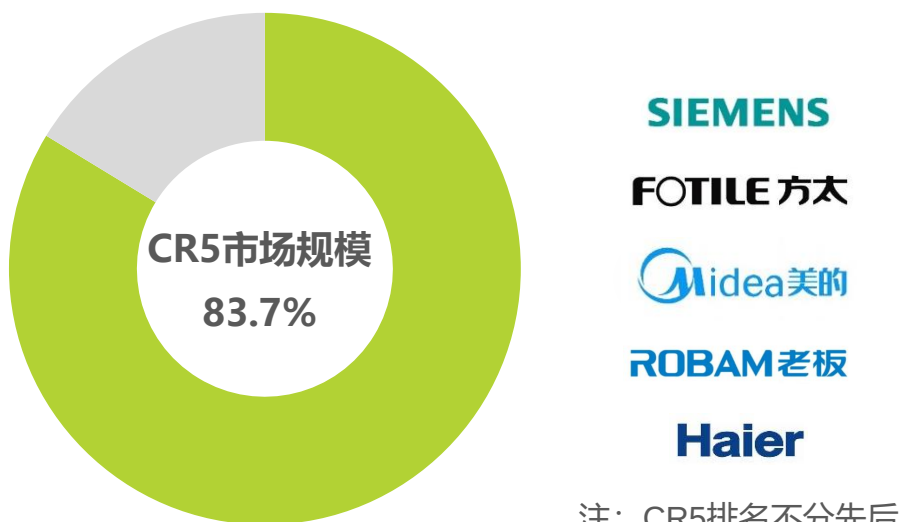
竞争格局：市场集中度高，头部品牌优势明显

洗碗机市场玩家包括传统厨电品牌、综合家电品牌及国际综合品牌

2023年中国洗碗机市场CR5的市场规模占比达到83.7%，主要原因为洗碗机为高研发投入产品类型，存在较高的技术门槛。

传统厨电品牌凭借对中国厨房痛点的精准把控占领一席之地，综合家电品牌具有强大的研发实力，把握洗碗机市场机会进入市场。洗碗机最早为西方厨电，国际品牌在国内市场具有先天的品牌优势和技术积累。

2023年中国洗碗机市场CR5市场规模占比*



注：CR5排名不分先后

2023年中国洗碗机市场品牌类型

国内品牌	厨电品牌	FOTILE 方太 ROBAM 老板 vatti 华帝	精准把控中式厨房痛点
	综合家电	Midea 美的 Haier COLMO	强大的家电研发实力
国际品牌	国际品牌	SIEMENS Casarte 卡萨帝 Panasonic	欧美洗碗机技术积累，品牌先发优势

注：根据2023年1-9月品牌表现预估2023年全年情况。

来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

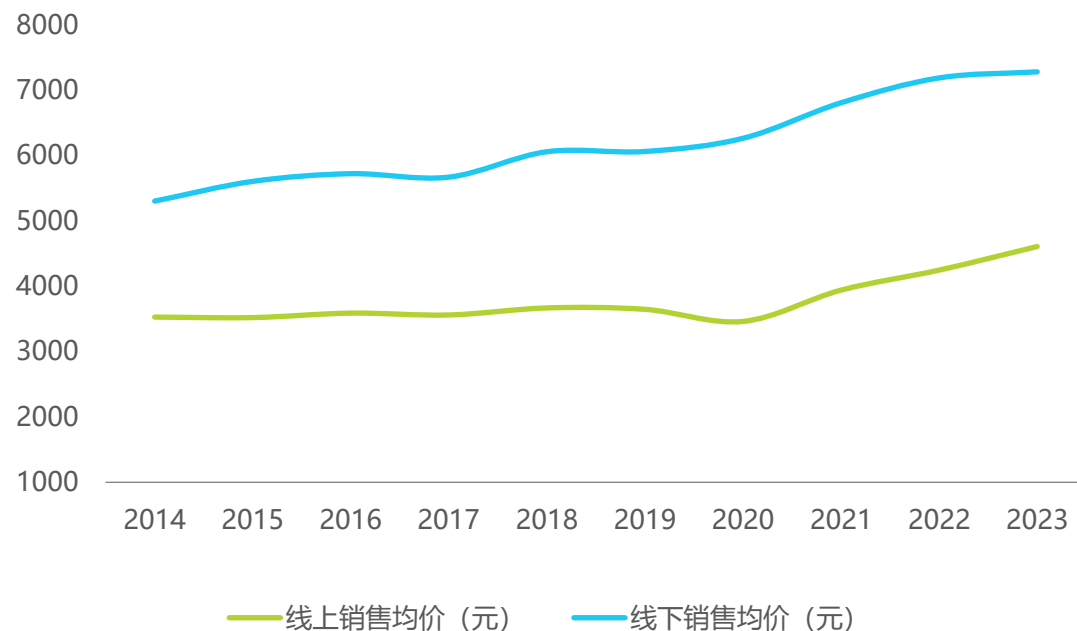
来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

价格趋势：品质化需求明显，成交均价稳步提升

线下渠道的KA渠道、建材市场品牌专卖店和整装渠道价格接受度更高

受益于品牌技术的创新和突破，在洗碗机普及率不断提升的情况下，洗碗机终端零售价从2014年到2023年仍然保持稳定上升。品牌反馈，虽然已上市的洗碗机每年都会下调价格，但是消费者倾向选择更高端的产品，以获得更高品质的体验。分渠道来看，整装渠道和建材渠道用户的价格接受度更高，为高端产品主要目标客群。

2014-2023年中国洗碗机市场零售价位段变化趋势



2023年中国洗碗机各零售渠道主流价位段

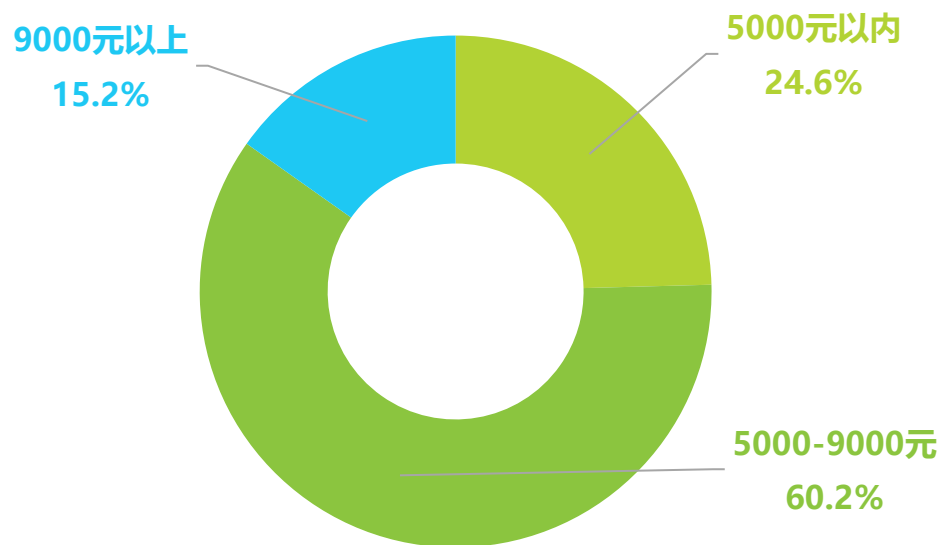


价格现状：5000-9000元占六成，承接主流需求

主流价位段CR3的销量占比达62.9%，国内各大品牌入局追赶，方太市场地位领先

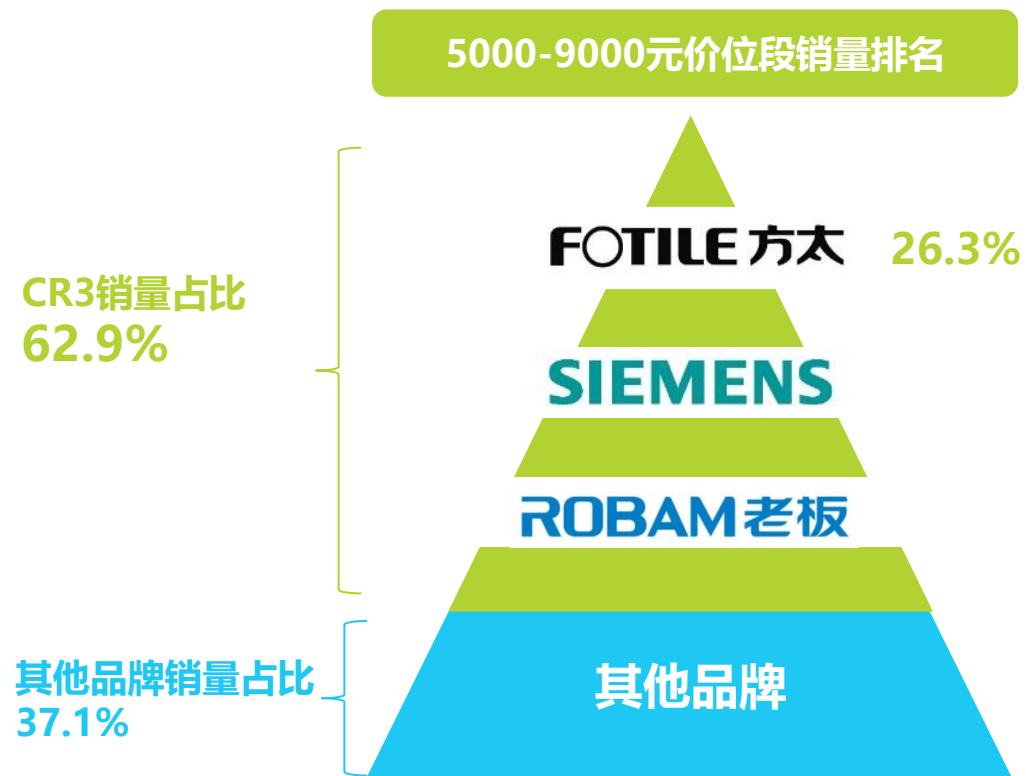
9000元以上以进口产品为主，5000-9000元价位段的产品功能性符合市场需求，同时也处于国内家庭对品质家电价格的接受范围，为目前的市场主流价位段。在该价位段中，CR3销量占比达62.9%。洗碗机作为西方舶来品，西门子具有先发优势，方太以进攻者的角色从产品性能上发力，获得该价位段用户青睐。

2023年1-9月中国洗碗机分价位段的销售额占比



来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

2023年1-9月中国洗碗机全渠道主流价位段销量排名



来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

渠道布局：扩张线下网络，渗透下沉市场

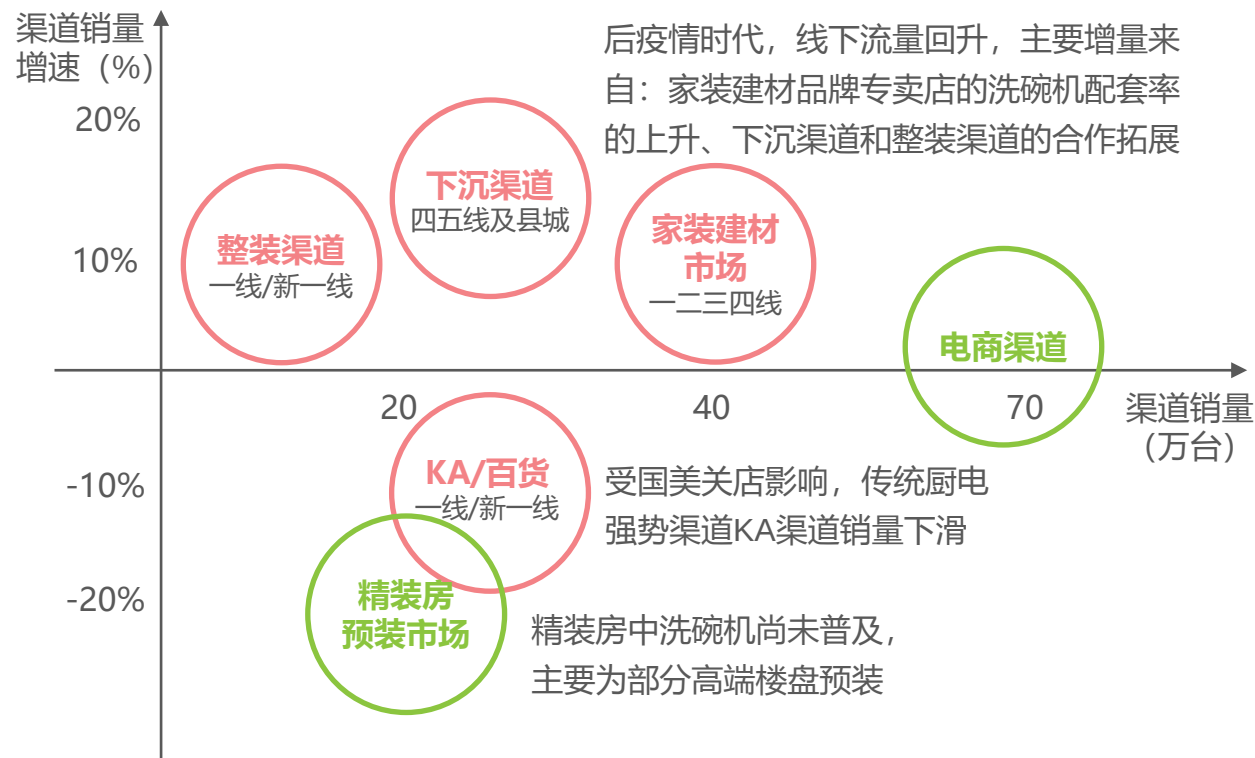
KA渠道受创，整装渠道、下沉渠道和建材市场品牌专卖店有70-80万台的市场空间，预计将保持较高增长

洗碗机主要销售渠道包括精装房市场、线上电商渠道、线下零售渠道。精装房市场受地产影响，2023年销量下滑约20%。电商渠道占比达40%，大体量下预计将维持稳定的规模。洗碗机作为安装属性较强的新品类，线下渠道的渗透可带来可观的增量，其中下沉渠道合作、建材市场品牌专卖店覆盖、整装渠道品牌合作均为品牌发力的方向。

2023年中国洗碗机市场渠道结构



2023年中国洗碗机市场渠道销量及增速



国产洗碗机技术突破，在清洗、除菌、排渣、容量等维度均有不俗表现

从80年代洗碗机由欧美进入中国市场以来，西门子即作为行业引领者存在，市场占有率一度超过70%。方太等国产品牌作为后来追赶者，通过研究中国厨房特性以获得技术突破，在清洗、烘干、排渣、存储、容量等技术维度获得不俗的成绩，组合各项功能模块推出更优质产品。

2023年中国国产品牌洗碗机和进口品牌洗碗机技术对比

	洗					烘/消		排	存	
	清洗技术	清洗臂	清洗水压	清洁指数	清洗水效	烘干方式	除菌技术	排渣方式	储存技术	最大容纳套数
方太Y系列 (2023年上市新品)	高能气泡洗3.0	行星式喷淋臂	50000Pa	1.24	一级	热风烘干：飓 炎烘+自定义 开门主动透气 排湿	高温72°洗涤 100°C高温蒸汽	专利渣水强净 排，强力排渣	智能湿度巡航，自 动感应环境湿度， 适配热风烘干	18套
西门子全能舱Pro (2023年上市新品)	水洗	上层涡流洗 下层iTurbo 智能洗	39500Pa	/	一级	晶蕾烘干 4.0	高温72°洗涤	三重过滤滤网	晶蕾储存技术，智 控风机间歇性运转	16套

来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

©2024.1 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn 15

清洗技术-通过水气混动和喷臂设计实现更强洗力

清洗技术从两方面攻克：改变水的形态提高清洗接触面积、设计喷臂提高内腔覆盖面积

2019年，海尔推出“微蒸汽洗”洗碗机，溶解油污实现更强的清洁；2021年方太推出首台搭载高能气泡洗的嵌入式洗碗机，在不伤餐具的情况下通过更强的水压清洗各种顽固污渍。此外，通过多层喷臂设计实现内腔喷淋全覆盖也是重点突破方向。

2019-2023年国产洗碗机清洗技术发展

洗碗机进入中式厨房的障碍点

油污重

中式餐饮习惯存在区域差异，部分区域重油重辣，较难清洗

异形碗

和西餐浅盘不同，中式碗大多形状多变、深浅不一，存在清洗死角

节水意识

国内居民普遍有较强的节水意识，担心洗碗机太耗水



Haier

2019年3月，海尔在中国家电及消费电子博览会展出行业首个微蒸汽洗碗机，采用“**微蒸汽洗**”洗涤程序，行业独家实现杀菌又消毒，彻底洁净餐具



2019年

2021年

2022年

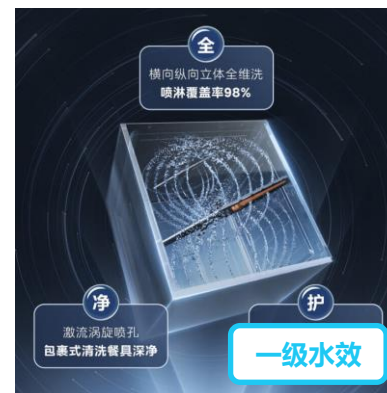
ROBAM老板

2021年6月，老板自主研发**三叉臂**，比普通洗碗机的直臂多一个分支，每转一圈，多洗四遍，专业四层三叉臂设计，360°水网全覆盖，深度清洁餐具。40000Pa超高水压，刷新行业洗净记录



FOTILE 方太

2021年3月，方太推出首台搭载高能气泡洗的嵌入式洗碗机，采用航天同源科技，运用仿生学一剥二冲三洗的净洗法则，清洁指数高达1.24，同时护理餐具



改变水的形态

改变清洗形式

Midea美的

2022年，美的推出**万向全腔喷淋**，提供劲流横向360°+纵向360°水流，多维包裹大大提升洗碗机内水流覆盖面积，边角缝隙冲刷到位，包裹全腔不留死角

空间突破-最大化利用内部空间，集成外部功能区

嵌入式洗碗机已经实现18套超大容量，水槽洗碗机和水槽集成式洗碗机解决了厨房空间有限的难题

中式厨房普遍存在面积较小的难题，超过50%的家庭厨房面积低于10平米，同时橱柜的常规尺寸限制了洗碗机的尺寸，如何适应小面积厨房成为用户接受洗碗机的关键。目前，方太和COLMO已推出可容纳18套餐具的嵌入式洗碗机，可同时清洗锅具和碗具，适用聚餐场景。对于不便安装嵌入式的小型厨房，有水槽洗碗机和集成洗碗机可以选择。

2023年中国嵌入式洗碗机最大容量

2023年中国集成式洗碗机新形式

嵌入式洗碗机的外尺寸受橱柜限制，在固定空间下较难实现洗碗量的突破

洗碗机外尺寸受橱柜限制，深度需小于600mm，宽度小于700mm，高度基本在700mm以内



水槽式洗碗机：更小占地面积，适合3口之家



利用水槽一半空间

可洗7套碗盘
+
果蔬洗
+
15分钟快洗

FOTILE 方太



水槽集成式洗碗机：集成多款厨房设施



整合水槽下方空间
洗碗机
+
大水槽
+
净水器
+
垃圾处理器

火星人集成灶



FOTILE 方太 (仅工程渠道)

来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

来源：专家访谈，网络公开数据，艾瑞咨询于2023年12月整理。

03 / 中国洗碗机市场需求洞察

3.1/ 洗碗机购买用户画像

人群画像：高线25-35岁中产为主，逾八成成为首购

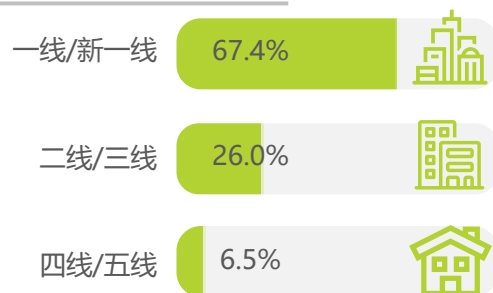
洗碗机对于大多数家庭来说为全新品类，追求高品质生活的年轻中产，购买意愿更高

2023年中国洗碗机人群画像

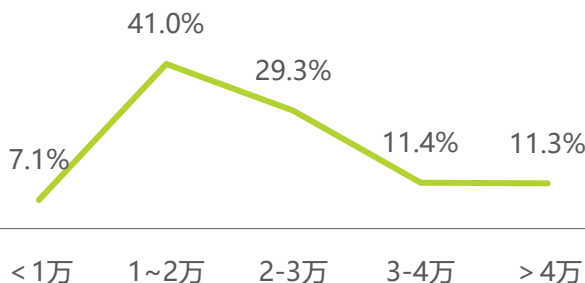
首购比例



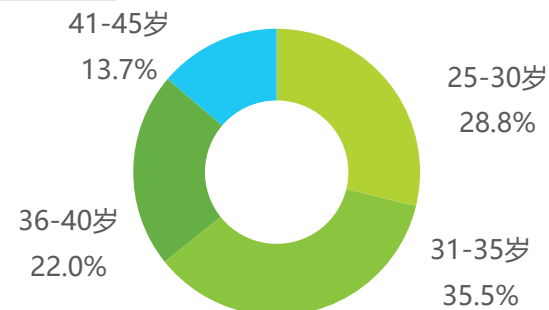
城市线级



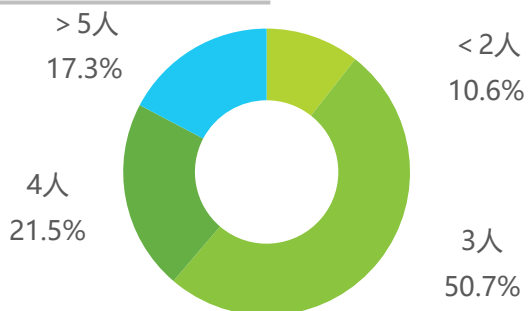
家庭月收入



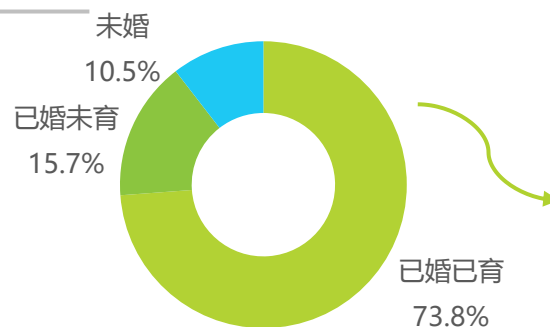
年龄



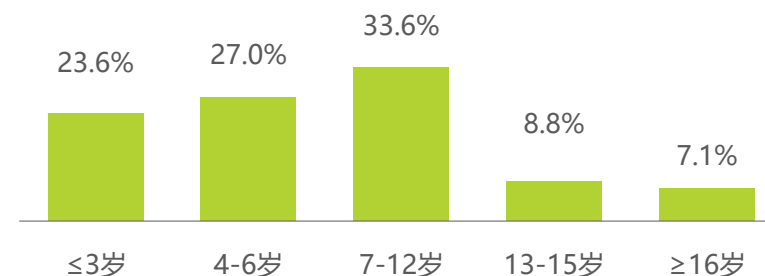
家庭人口数



婚育情况



孩子年龄

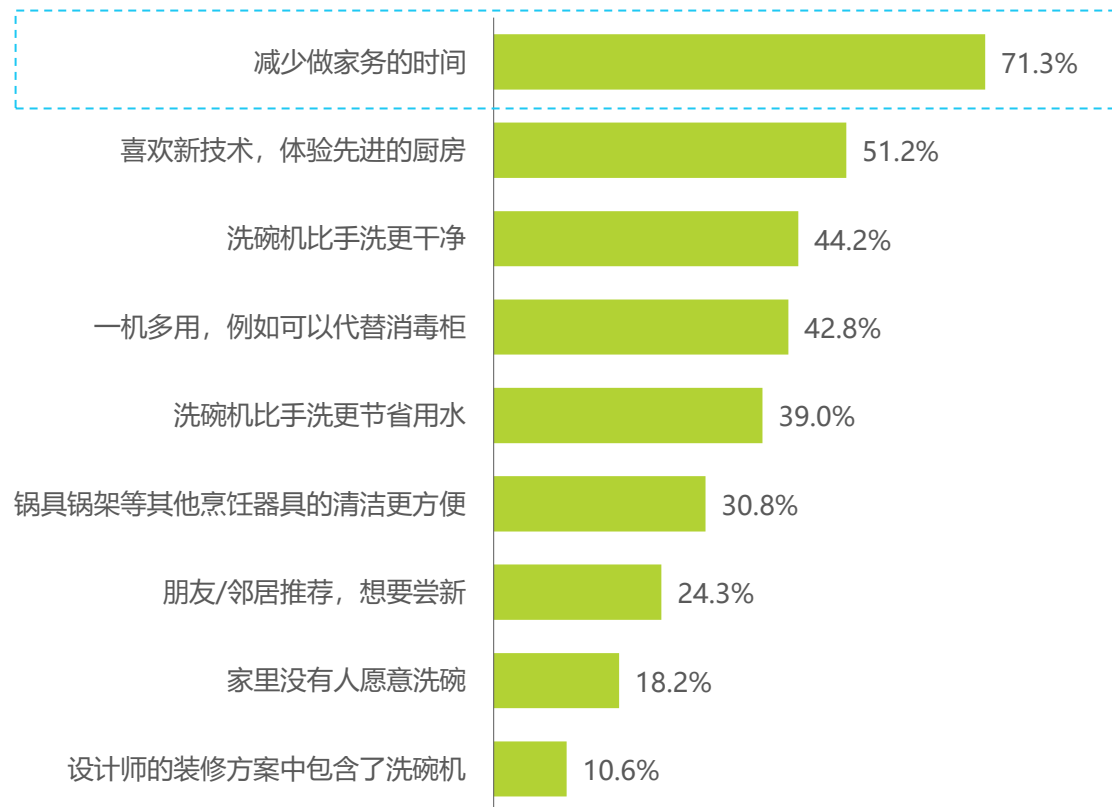


购买驱动：实现人力的有效替代

七成用户购买洗碗机的原因为减少家务时间，最担心清洗效果不好带来额外的麻烦



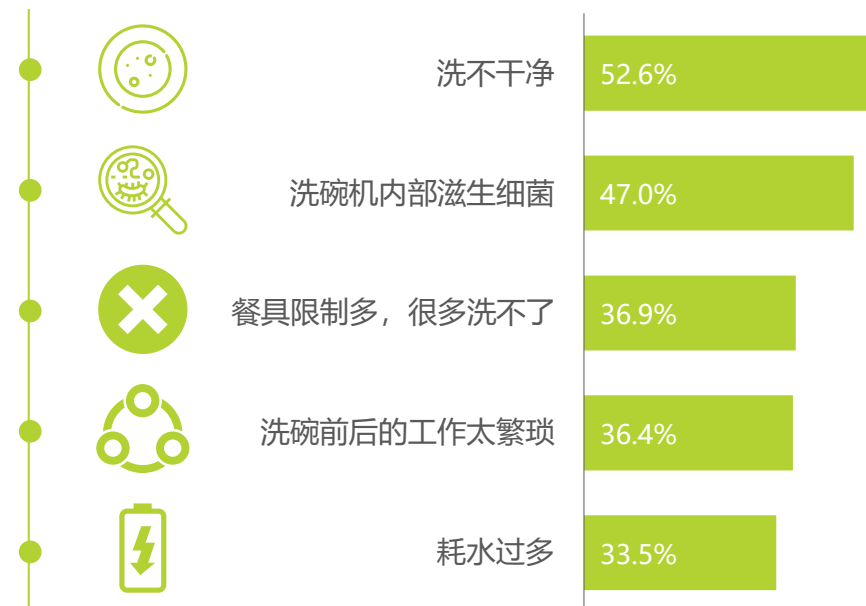
2023年中国洗碗机已购人群的购买动机



样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制



2023年中国洗碗机意向购买人群购买顾虑

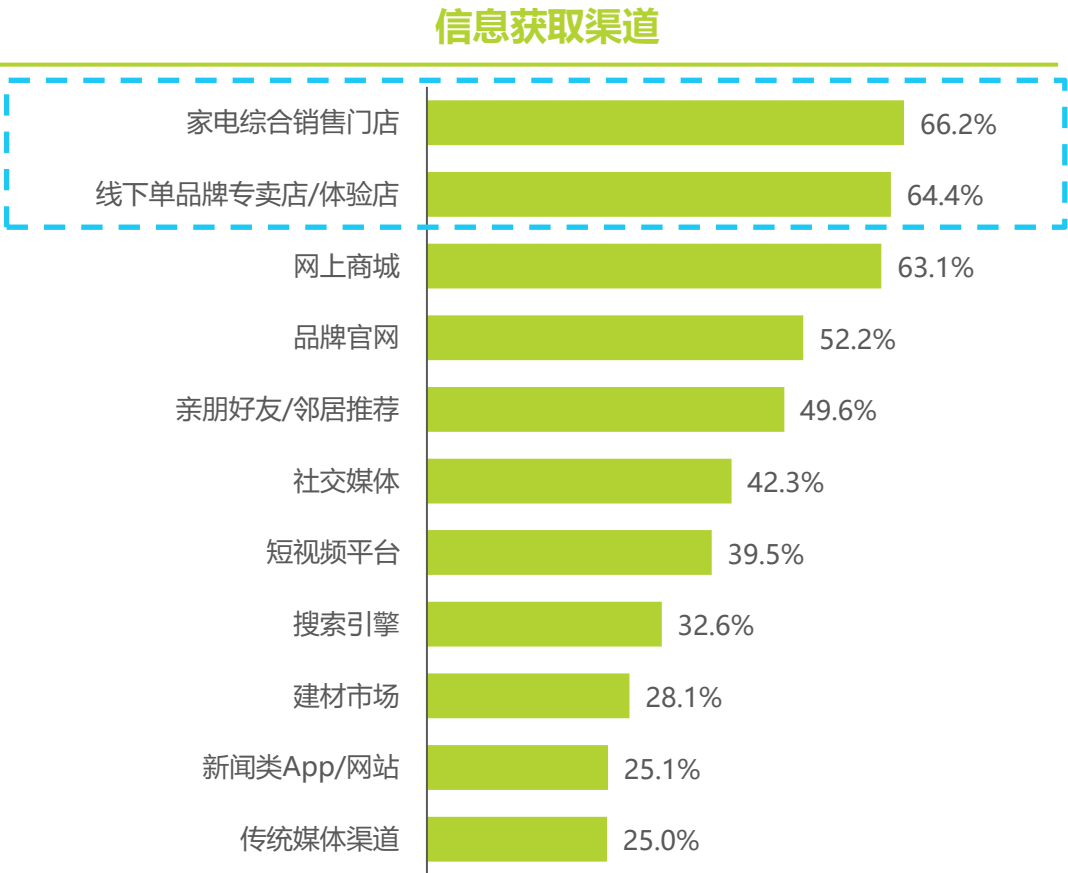


样本：N=238，艾瑞咨询研究院分析绘制

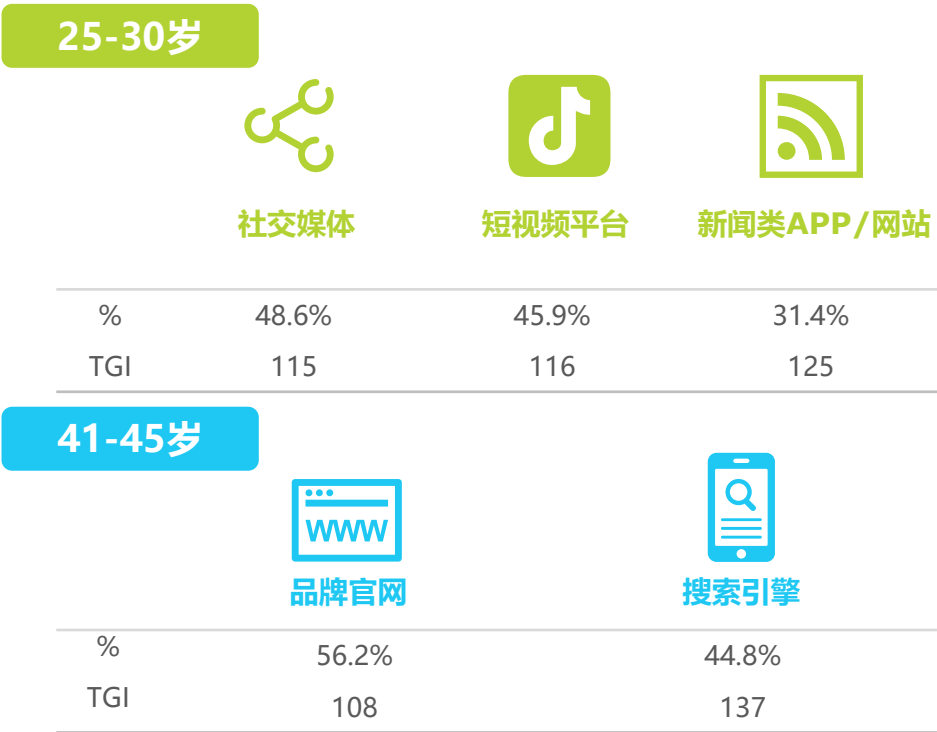
信息获取：线下渠道信息为主，95后偏爱社媒渠道

30岁以内更倾向于在新兴渠道获取信息，40岁以上更信任官方/传统的信息渠道

2023年中国洗碗机消费者信息获取渠道



各年龄段更倾向于获取信息的渠道及TGI



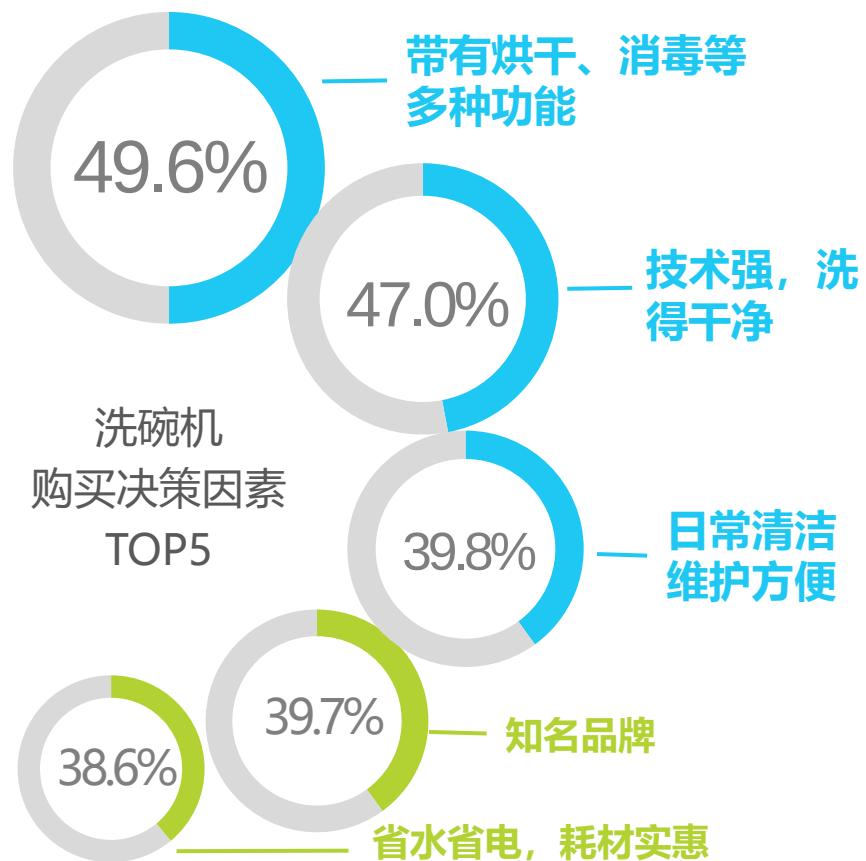
*31-40岁人群倾向于总体人群趋同，不进行额外展示

注释：TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，用于衡量特定目标群体在某个特定特征或变量上的相对偏好或表现
样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制

购买决策：烘消洗组合拳最关键 品牌背书为尝新保障

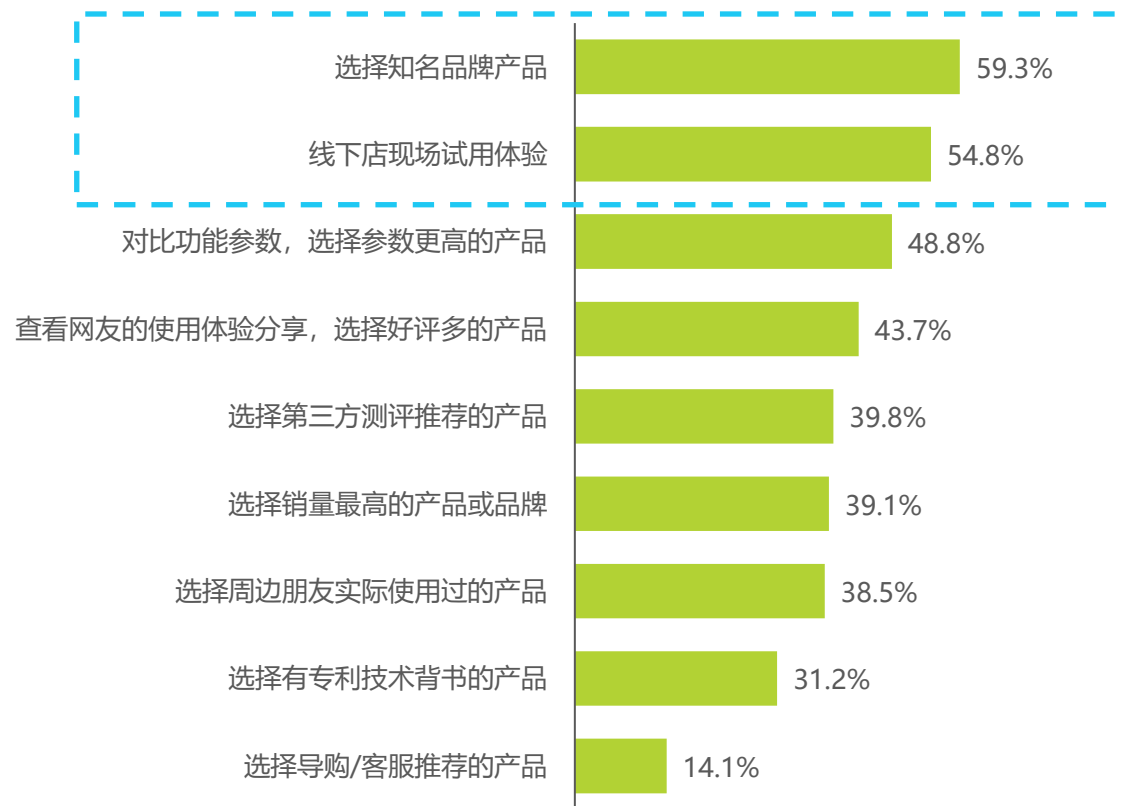
烘干、消毒、清洗的加强组合拳，可以让消费者感知到更强的“清洁能力”

2023年中国洗碗机已购人群的购买决策因素



样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制

2023年中国洗碗机已购人群评估洗碗机功能性的维度

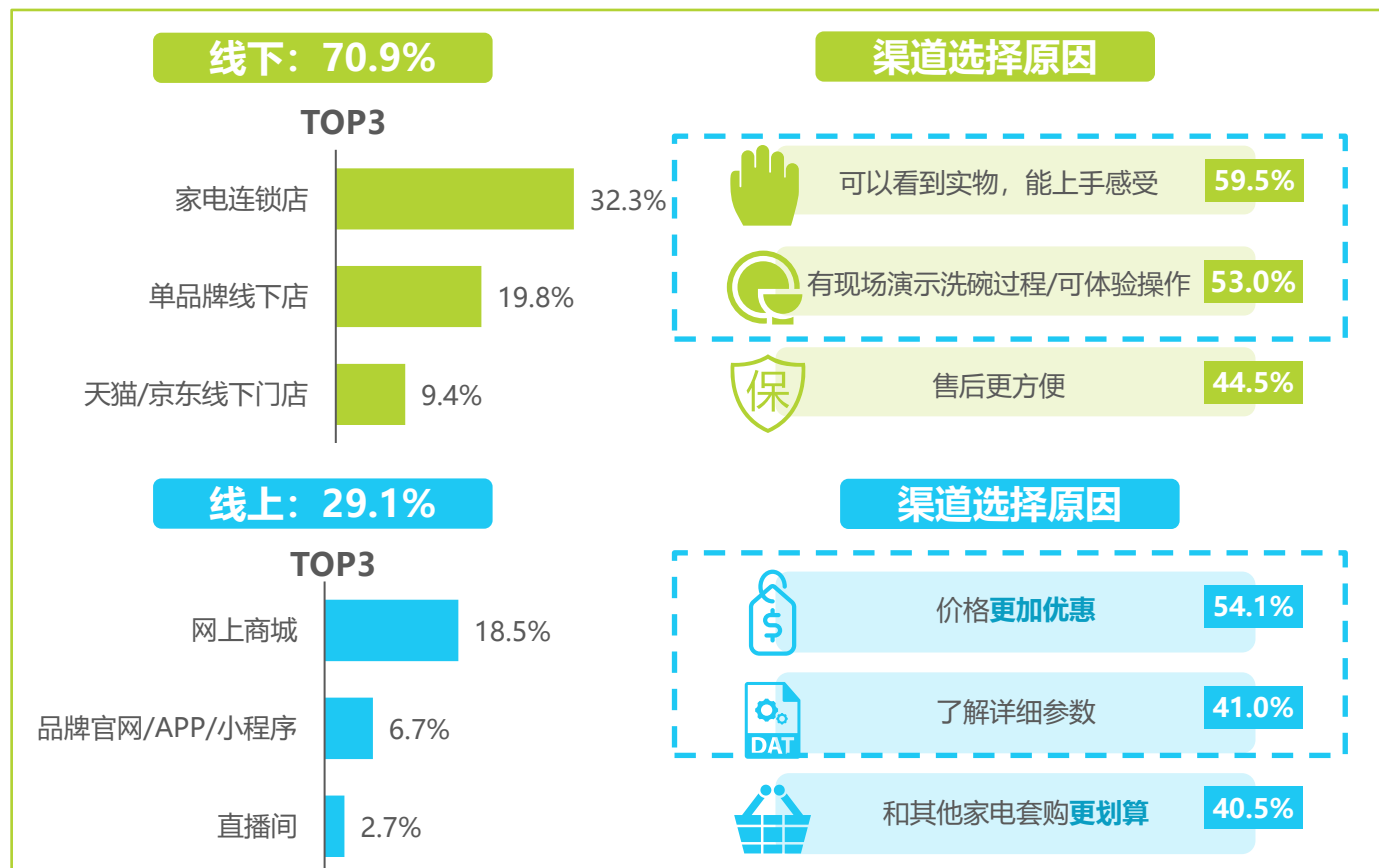


样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制

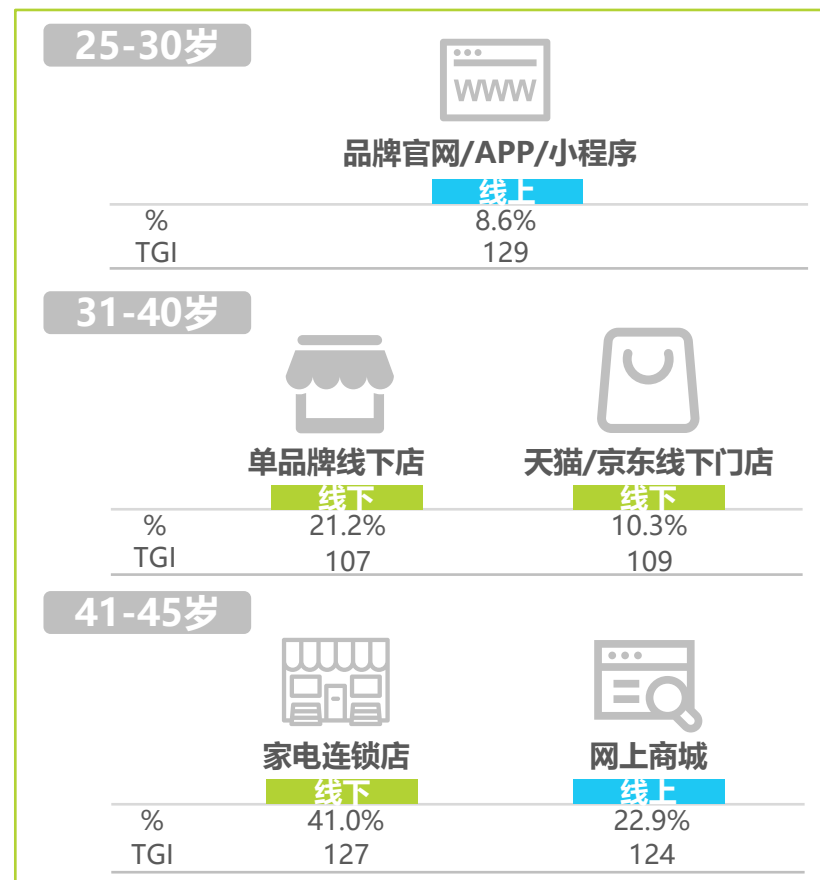
购买渠道：线下门店的实物体验更易促成订单

线上提供更优惠的价格，吸引近三成用户选择

2023年中国洗碗机购买渠道
购买渠道与选择原因



各年龄段更倾向于选择的购买渠道

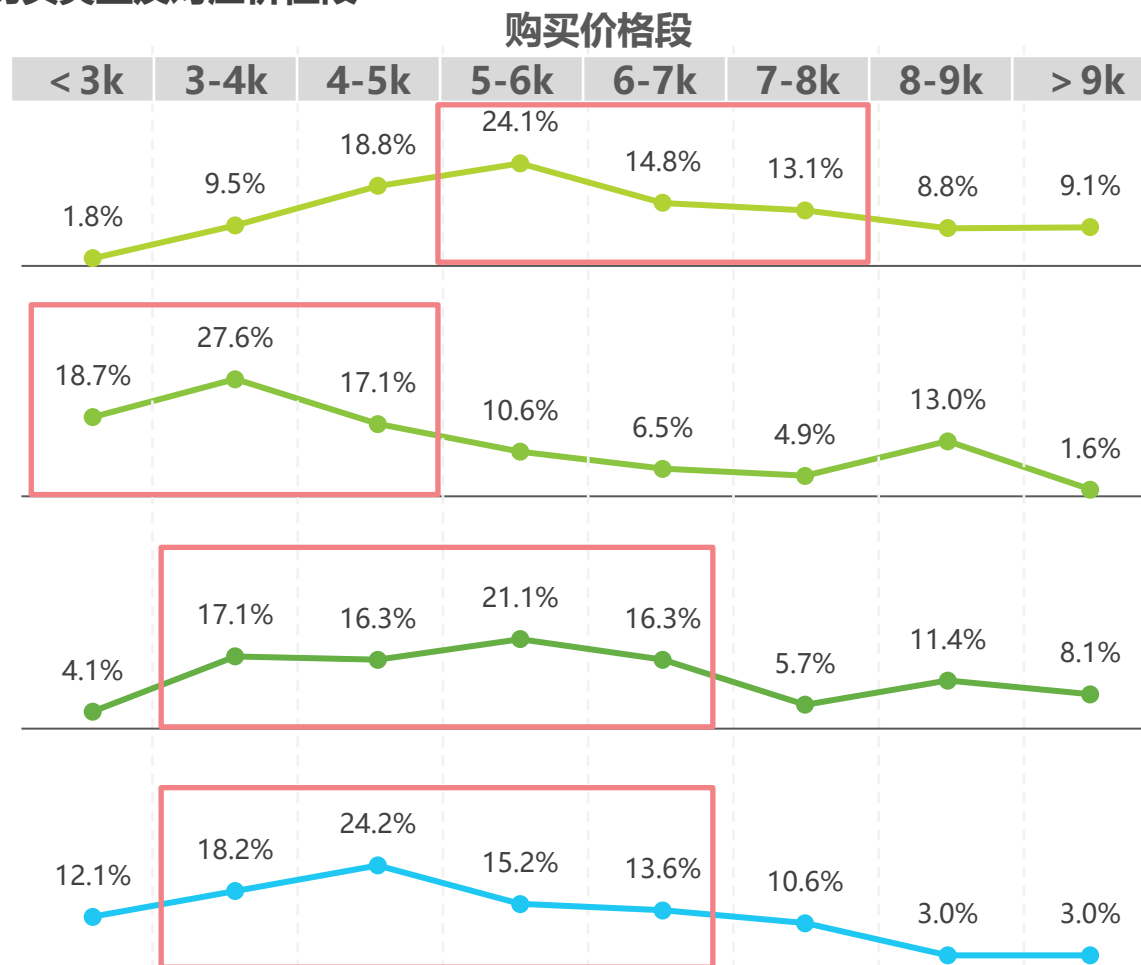
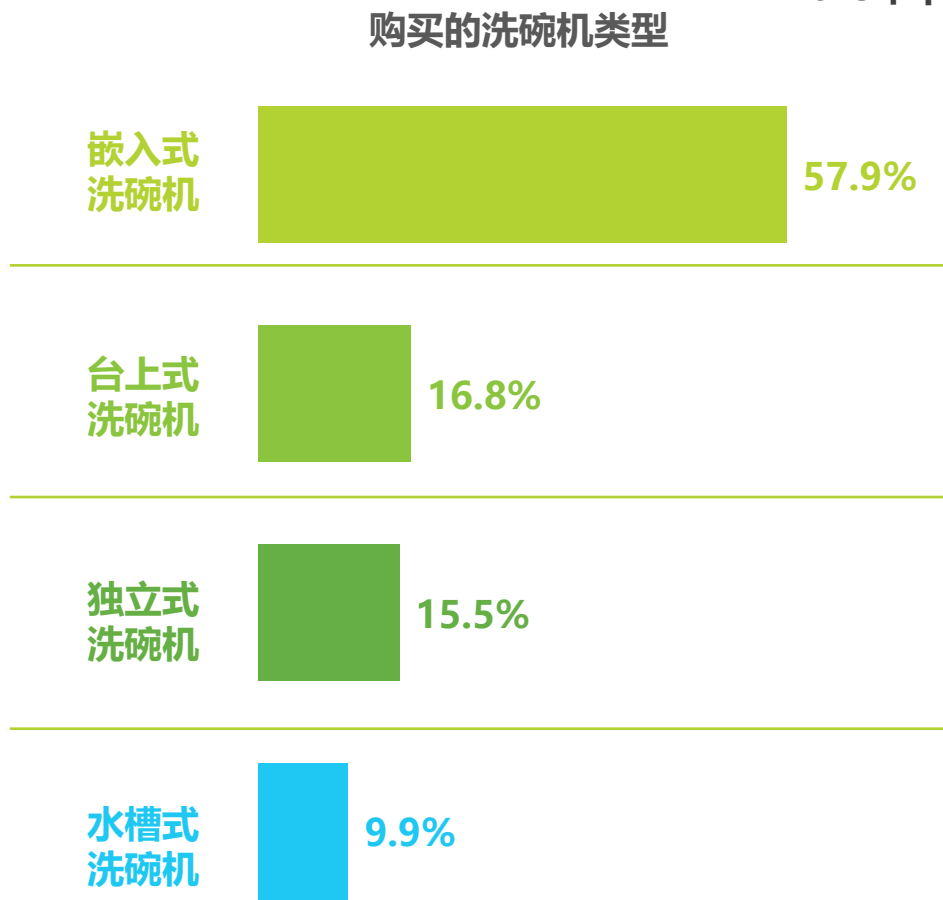


注释: TGI指数 = [目标群体中具有某一特征的群体所占比例 / 总体中具有相同特征的群体所占比例] * 标准数100, 用于衡量特定目标群体在某个特定特征或变量上的相对偏好或表现
样本: N=764, 艾瑞咨询研究院分析绘制

购买类型：嵌入式洗碗机为市场的主流选择

嵌入式洗碗机购买价格段偏高，主要在5000-8000元

2023年中国洗碗机购买类型及对应价位段



样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制

样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制

容量规格：主流需6-8套，进阶需13套+

近六成会用洗碗机清洗锅具，32.5%的用户会清洗果蔬，25.8%的用户会清洗烟灶部件

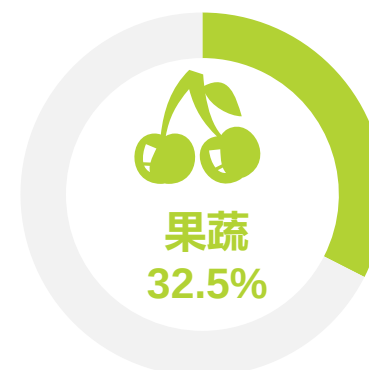
2023年中国洗碗机用户平均每次清洁的餐具数量

消费者平均每次清洗餐具数量，按照洗碗机目前规格设计，至少需要 **6-8套** 的容量规格；



2023年中国洗碗机用户使用洗碗机清洁的其他物品

如果兼顾洗锅具和烟灶部件的清洗需求，按照洗碗机目前设计，至少需要 **13套+** 的容量规格；

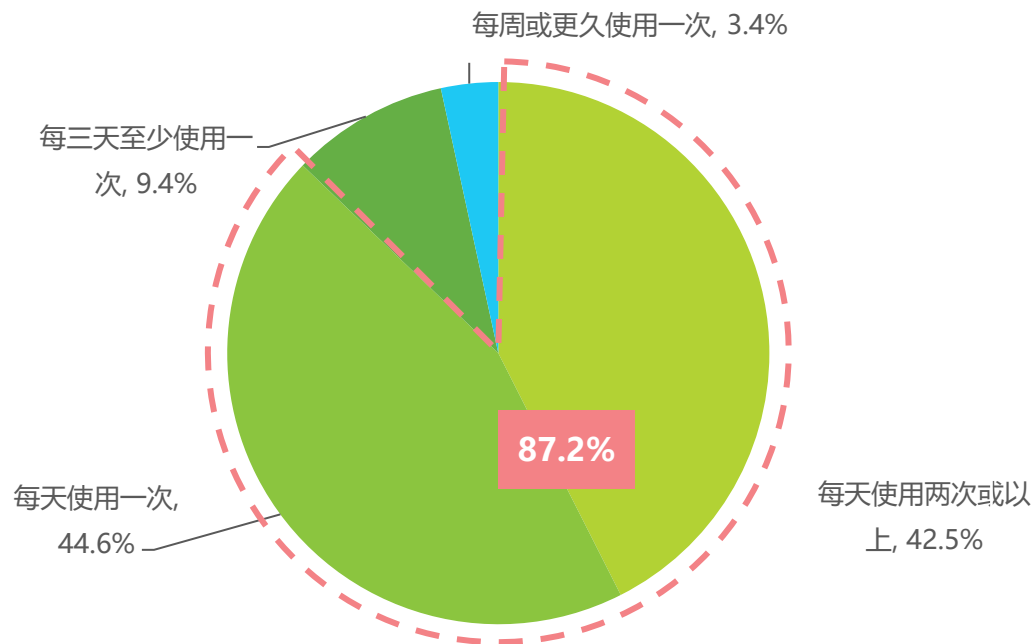


使用频次：较高频使用，每天至少使用一次

至少每天使用一次的家庭占比接近9成

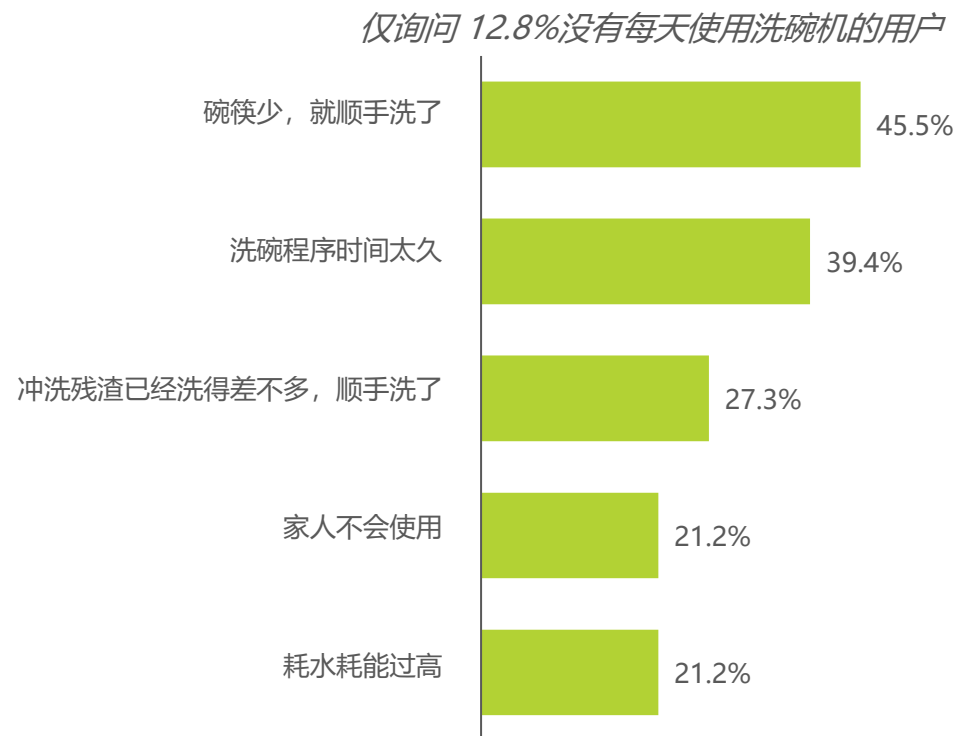
已购买洗碗机的多数用户中，使用洗碗机已成为他们日常生活的一部分；
少用洗碗机的原因：碗筷少的时候不习惯使用洗碗机，洗碗程序太久、预清洁麻烦等。

2023年中国洗碗机用户使用频率



样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制

2023年中国洗碗机用户使用不频繁的原因TOP5

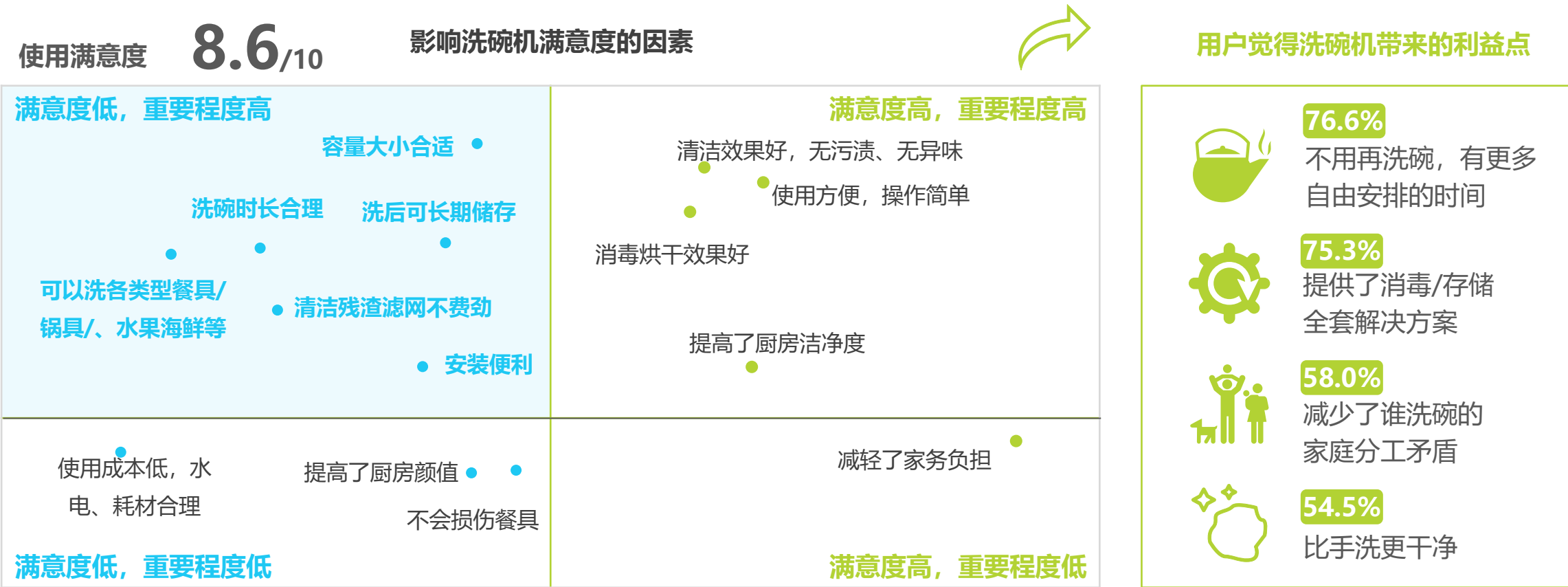


样本：N=764，艾瑞咨询研究院分析绘制

使用评价：容量合适、清洗时长合理为核心期望

从洗碗机带来的利益点来看，清洁诉求已基本被满足，洗碗机完成从清洗到洗消存一体的角色转变

在清洁、除菌的基本诉求上，现有的洗碗机产品已经较好满足了用户的需求；用户认为洗碗机已经在一定程度上减轻了家务负担；用户还对洗碗机有更多维度的期待；其中“容量”大小合适尤为影响用户的使用满意度



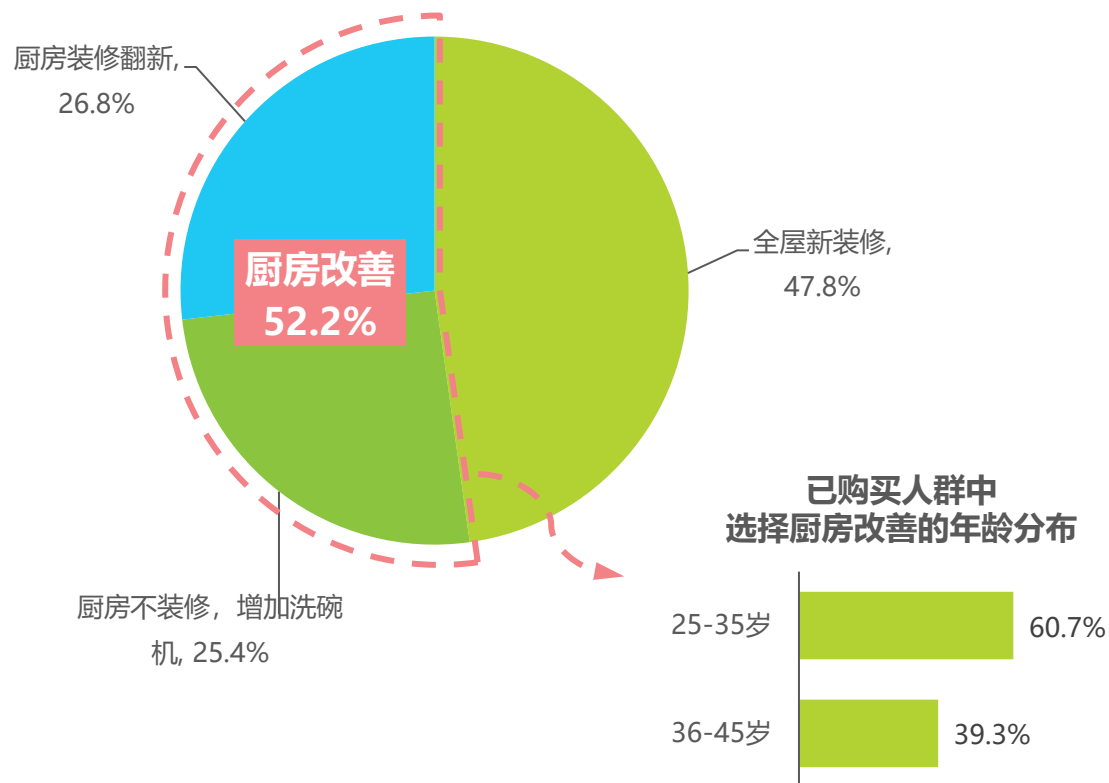
3.2/ 洗碗机购买场景画像

厨房改善需求下购买洗碗机成为更重要的场景

房地产发展降缓之时需更关注厨房改善的购买场景，尤需关注36岁以上潜在人群的改善需求

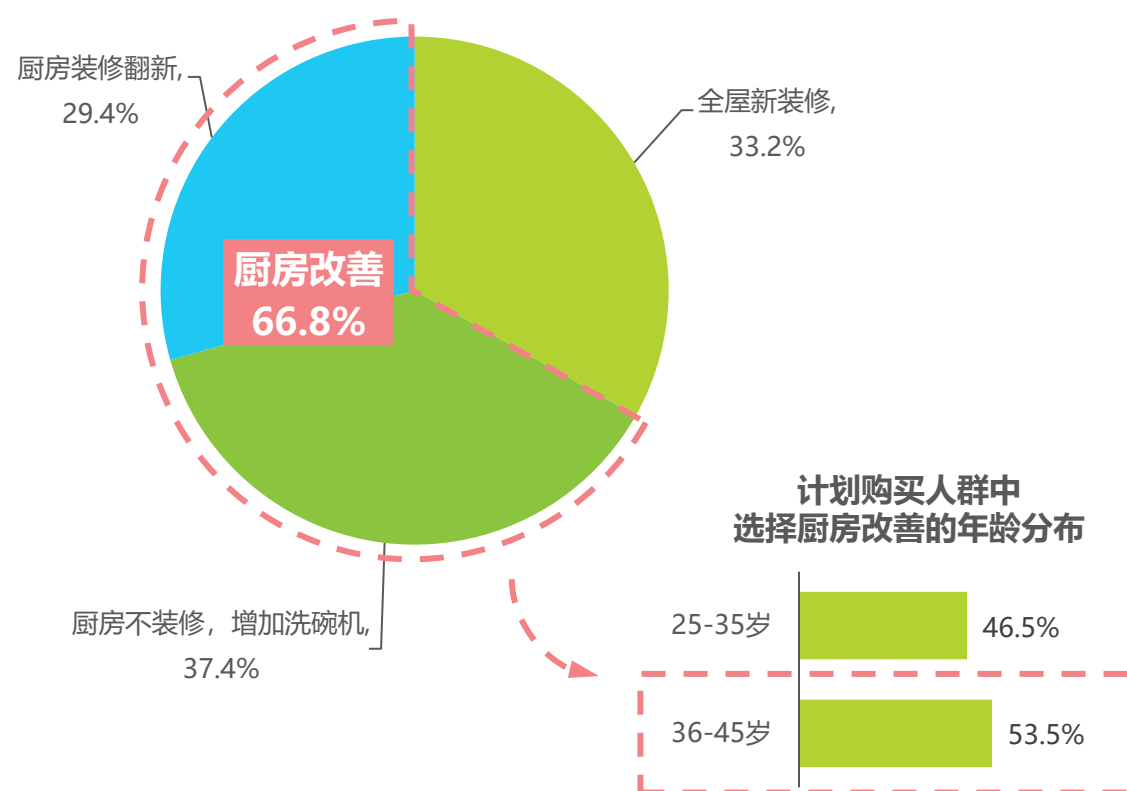
2023年中国洗碗机消费者购买场景

已购买人群



样本: N=764, 艾瑞咨询研究院分析绘制

计划购买人群



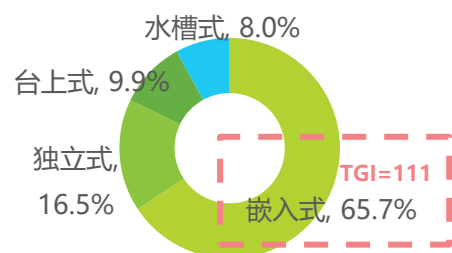
样本: N=238, 艾瑞咨询研究院分析绘制

新修购买：预算高 一步到位购置多功能新款

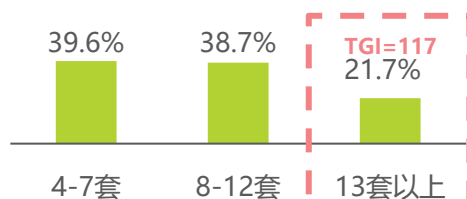
新装修人群期望一站式解决洗碗、消毒、存储等多种功能，最大化利用装修预算

2023年中国洗碗机消费者购买情况-新房装修场景

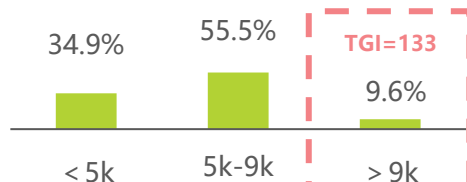
购买的洗碗机类型 已购买人群



购买的洗碗机规格 已购买人群



购买的洗碗机价格 已购买人群



洗碗机购买驱动因素 已购买人群



洗碗机购买考虑因素 已购买人群



洗碗机购买时的顾虑 计划购买人群



注释：TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，用于衡量特定目标群体在某个特定特征或变量上的相对偏好或表现

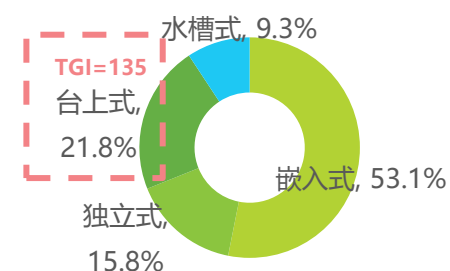
样本：已购买的新房装修人群，n=364；计划购买的新房装修人群，n=79，艾瑞咨询研究院分析绘制

厨改购买：理性购买 关注产品实用性和安装适配性

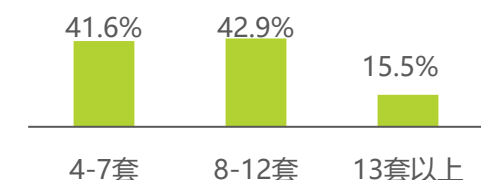
改善人群对人力替代程度更关注，受限于厨房条件，有更高比例选择台上式产品

2023年中国洗碗机消费者购买情况-厨房改善场景

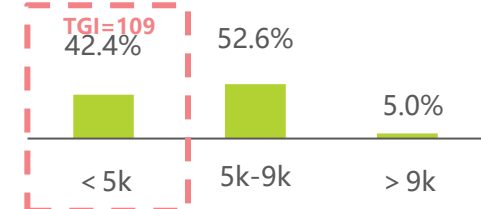
购买的洗碗机类型 已购买人群



购买的洗碗机规格 已购买人群



购买的洗碗机价格 已购买人群



洗碗机购买驱动因素 已购买人群



TGI=105

减少
家务时间

75.2%



TGI=105

尝试新家电

25.6%

洗碗机购买考虑因素 已购买人群



TGI=110

技术强
洗得干净

51.9%



TGI=108

尺寸/容量
合适

38.6%



TGI=107

价格在
预算内

33.3%

洗碗机购买时的顾虑 计划购买人群



TGI=107

内部清洁不好
滋生细菌

54.1%



TGI=108

限制多
很多餐具洗不了

47.2%



TGI=114

耗水过多

32.7%

注释：TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，用于衡量特定目标群体在某个特定特征或变量上的相对偏好或表现

样本：已购买的厨房改善人群，n=399；计划购买的厨房改善人群，n=159，艾瑞咨询研究院分析绘制

厨改场景对洗碗机提出更高的创新要求

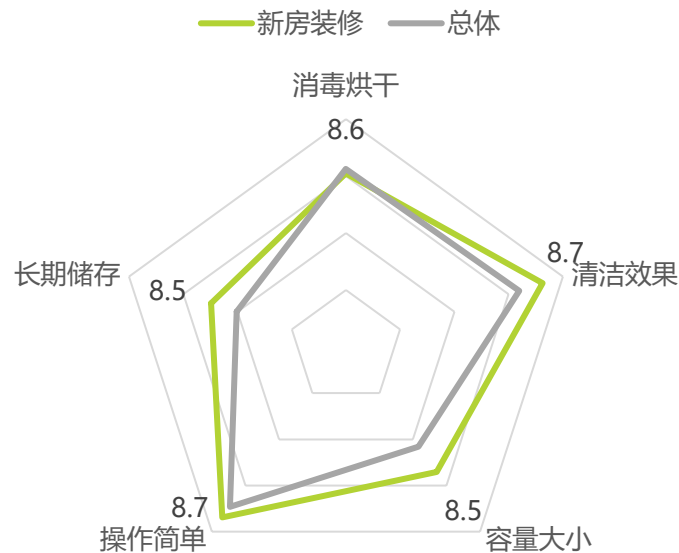
厨改场景消费者在高期望下，对洗碗机的使用评价相对偏低；容量、长期储存等是创新突破的方向

新房装修场景下对洗碗机的使用评价

平均满意度

8.7_{/10}

各维度满意度

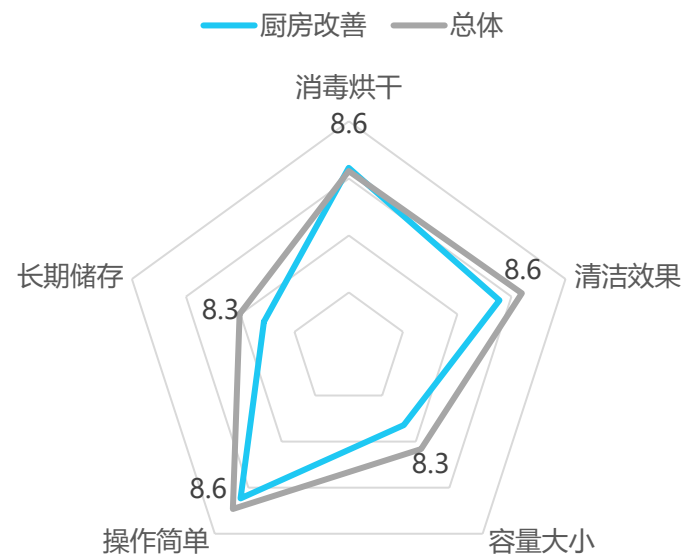


厨房改善场景下对洗碗机的使用评价

平均满意度

8.5_{/10}

各维度满意度



04 / 中国洗碗机市场发展趋势

趋势一：线下渠道覆盖成关键，下沉市场蕴含机遇

洗碗机客群包括各线级城市的年轻和成熟品质生活家庭，美的和老板等布局下沉市场以获取更大增量

洗碗机核心诉求为品质升级，主要面向高线客群，同时下沉市场中高收入人群也存在巨大的市场机会。

2023年洗碗机市场重点人群和渠道



一线/新一线，30岁以下客群：

主要场景为新房购置和装修，期望一步到位获得更先进的厨房体验



一线/新一线，35岁以上客群：

主要场景为期望通过自动化家电减轻家务负担，享受品质生活，以厨房改装或洗碗机加购为主



下沉市场中高收入客群：

随着洗碗机使用的普及，下沉市场将有较大的需求爆发机会

高线城市 零售门店 扩散

洗碗机为新产品，用户需通过线下门店打消顾虑，品牌通过代理网络，提升**线下品牌门店布局**，**老板、美的**已有大规模门店布局，通过提升现有门店的洗碗机配套率，将渗透更广的市场

下沉市场 零售门店 渗透

下沉市场的洗碗机渗透率较低，品牌布局尚未完全落地，**美的、老板、方太**等品牌通过和**天猫优品、京东门店、苏宁零售云**等**渗透下沉市场**，为洗碗机市场的重要增长点

社媒渠道 宣传

90后年轻家庭客群为洗碗机重点客群，该类客群倾向从**新型社媒渠道**获取信息。品牌以社媒为阵地加大宣传，开展**抖音直播**等新形式获取增量

趋势二：产品方案内卷，实现更彻底的人力替代

方太“双洗”方案应对果蔬清洗和不同洗碗量的清洗，彻底解放双手，未来将在智能厨房场景中发挥更多可能

目前的洗碗机用户对清洗效果普遍满意，而容量成为难以有效解决的问题。三口之家日常洗碗量适用小容量洗碗机，但超过50%的用户存在的洗锅需求，则需要13套以上的洗碗机才能满足。高线城市家庭开始风行“双洗”方案，同时配备水槽洗碗机和嵌入式洗碗机，满足不同场景洗碗洗锅需求，同时提供果蔬清洗，真正意义上实现了解放双手。

2023年洗碗机市场“双洗”新场景

“双洗”方案
成为品质厨房潮流搭配方案

“双洗”系统
功能展望

小容量
选择



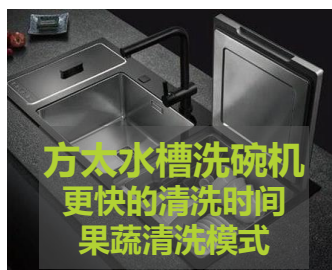
- 容纳不下锅具
- 聚餐场景不适用
- 清洗效果不如高端机型

大容量
选择



- 容量大，洗少量碗具时存在顾虑
- 洗果蔬担心清洁剂残留

品质升级



“人少时用水槽洗碗机，人多用嵌入式，建议买13-16套的，还能洗锅具” ...

“一台洗菜洗小龙虾，一台洗碗” ...

--用户使用体验

功能展望

方太集成烹饪中心
智能互联

组合连通残渣处理系统

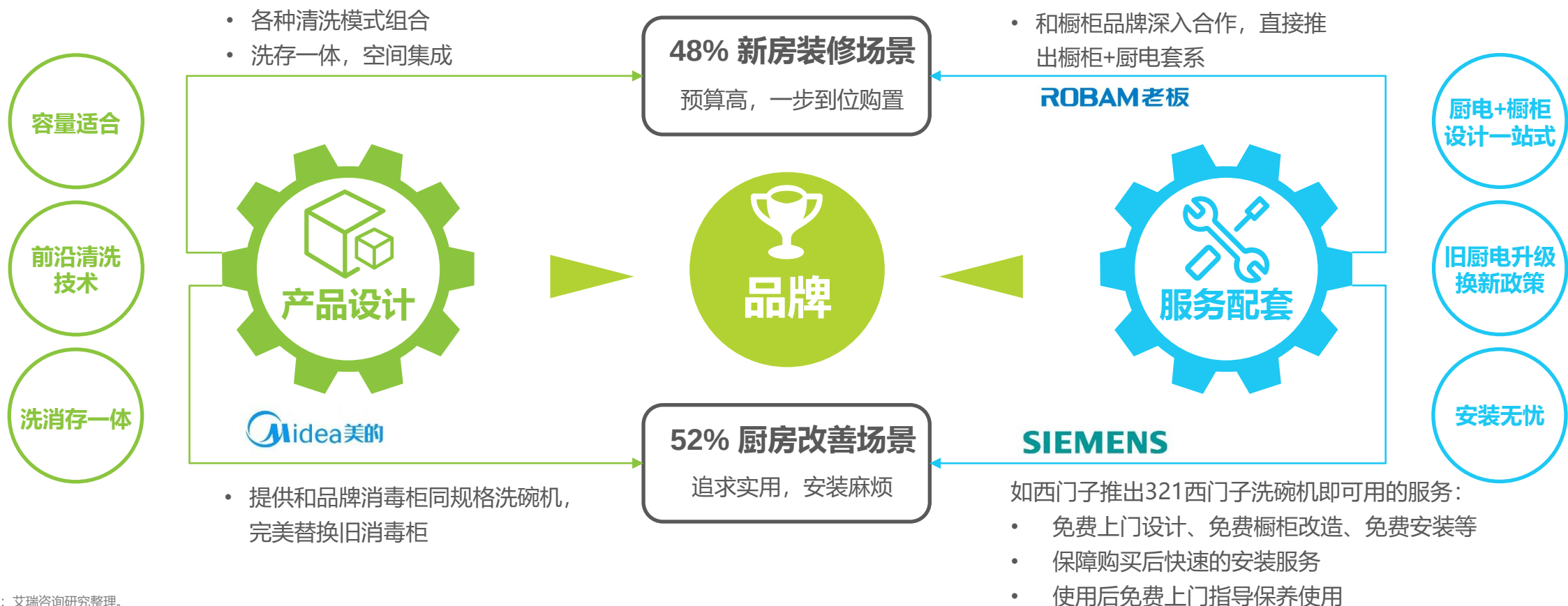
智能清洗+存储方案

趋势三：服务和技术同步升级，突破市场普及障碍

厨房改善场景已占五成以上，如何更好的服务新增量市场成为品牌进击的方向

洗碗机作为品质厨电高潜力品类，市场渗透率仅4%，主要的推进障碍一方面来自于清洗技术认知不足，另一方面来源于洗碗机前装属性强，在旧厨中新增洗碗机容易遇到空间和水电安装的适配性问题。洗碗机头部品牌在攻克核心技术、打消洗净顾虑的同时，也提供了更贴心的安装服务，产品和服务共同升级以提升市场普及。

2023年洗碗机市场产品和服务优化方向



BUSINESS
COOPERATION
业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

-  400 - 026 - 2099
-  ask@iresearch.com.cn
-  www.idigital.com.cn
www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。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不承担法律责任。

合作说明

该报告由财联社和艾瑞共同发起，旨在体现行业发展现状，供各界参考。

THANKS

艾 瑞 咨 询 为 商 业 决 策 赋 能