

## 2019年 中国豆浆机行业概览

### 行业走势图



### 消费研究团队

赵文博 分析师  
邮箱 : cs@leadleo.com

### 相关热点报告

- 家用电器系列概览——2019年中国智能炒菜机行业概览
- 家用电器系列概览——2019年中国智能体脂秤行业概览
- 家用电器系列报告——2019年中国智能音箱行业概览

### 报告摘要

豆浆机是通过微电脑控制，可实现预热、打浆、煮浆等过程的自动化设备。随着居民收入水平不断提升，消费者对健康重视程度升高，豆浆的高营养价值被大众广泛认可，选择购买豆浆机以满足养生需求的消费者不断增多。中国小家电市场竞争激烈，豆浆机企业通过积极展开小家电市场布局，发展多元化业务，满足消费者多样化需求，扩大客户群体，进一步提升品牌影响力。

### 热点一：电商势头迅猛

电子商务兴起，线上购物便利性优于线下购物，促使消费者购物习惯逐渐发生改变。豆浆机企业逐步进行销售渠道战略调整。如九阳设立了独立的九阳电子商务中心，负责与各大电商平台进行业务对接，促使其电商业务增长迅速。随着电商销售模式逐渐成熟，消费者购买豆浆机体验佳，电商势头迅猛有效促进了豆浆机行业的发展。

### 热点二：豆浆机功能多元化

居民消费能力持续上升，消费需求逐渐呈多样化发展趋势。为满足消费者多样化需求，豆浆机企业不断研发、升级豆浆机技术，豆浆机功能不断多元化，除快速磨煮豆浆外，豆浆机可实现制作果蔬冷饮、煮米糊、煮浓汤等功能。随着豆浆机功能不断增多，豆浆机的受众群体扩大，为豆浆机行业发展带来利好因素。

### 热点三：豆浆机的养生功效受到消费者认可

消费者养生保健理念逐渐兴起，对饮食健康关注度大幅提高，选择自制豆浆以满足健康生活需求的消费者不断增多。由于市场售卖的豆浆多存在用豆奶粉冲泡或劣质大豆制得的问题，豆浆品质难以得到保证，而自制豆浆营养价值更高且干净卫生，因此选择购买豆浆机自制豆浆的消费者人数攀升，豆浆机市场渗透率高。

---

## 目录

1	方法论.....	5
1.1	研究方法.....	5
1.2	名词解释.....	6
2	中国豆浆机行业市场综述.....	7
2.1	豆浆机定义及分类.....	7
2.2	中国豆浆机行业发展历程.....	8
2.3	中国豆浆机行业产业链.....	10
2.3.1	上游分析.....	10
2.3.2	中游分析.....	11
2.3.3	下游分析.....	13
2.4	中国豆浆机行业市场规模.....	13
3	中国豆浆机行业驱动与制约因素.....	14
3.1	驱动因素.....	14
3.1.1	电商势头迅猛.....	14
3.1.2	豆浆机功能多元化.....	15
3.1.3	豆浆的养生功效受到消费者认可.....	15
3.2	制约因素.....	16
3.2.1	豆浆机行业步入增长疲软期.....	16
3.2.2	小家电领域竞争加剧.....	17
3.2.3	豆浆机行业痛点尚未解决.....	17
4	中国豆浆机行业政策及监管分析.....	18
5	中国豆浆机行业市场趋势.....	20

---

5.1	注重用户需求，提升消费者粘性.....	20
5.2	积极展开小家电市场布局.....	21
6	中国豆浆机行业竞争格局分析.....	22
6.1	中国豆浆机行业竞争格局概述.....	22
6.2	中国豆浆机行业典型企业分析.....	23
6.2.1	佛山市顺德区欧科电器有限公司.....	23
6.2.2	中山市美斯特实业有限公司.....	24
6.2.3	合肥荣事达小家电有限公司.....	25

---

## 图表目录

图 2-1 豆浆机分类 .....	8
图 2-2 中国豆浆机行业发展历程 .....	10
图 2-3 中国豆浆机行业产业链.....	10
图 2-4 中国豆浆机行业市场份额，2018 年.....	12
图 2-5 中国豆浆机行业市场规模（按销售额计） .....	14
图 4-1 中国豆浆机行业相关政策 .....	20
图 5-1 注重用户需求，提升消费者粘性.....	21
图 5-2 积极展开小家电市场布局 .....	22

---

# 1 方法论

## 1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从小家电、消费、电子商务等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 8 月完成。

---

## 1.2 名词解释

- **电磁感应技术**：由闭合回路感应电动势产生感应电流的技术。
- **破壁**：细胞壁破裂、释放营养物质的过程。

---

## 2 中国豆浆机行业市场综述

### 2.1 豆浆机定义及分类

豆浆机是通过微电脑控制，可实现预热、打浆、煮浆等过程的自动化设备。随着居民收入水平不断提升，消费者对健康重视程度升高，豆浆的高营养价值被大众广泛认可，选择购买豆浆机以满足养生需求的消费者不断增多。

豆浆机可从使用场景、有无网型、加热方式、杯体材质等角度进行分类（见图 2-1）。

#### （1）根据使用场景划分：

以使用场景为分类标准，豆浆机可分为家用豆浆机和商用豆浆机：①家用豆浆机常应用于家庭场景，其容量小，常低于 1 升；②商用豆浆机常应用于餐厅、咖啡厅等消费场景，因商用豆浆机服务的客户群体数量多，相较家用豆浆机，其容量更大。现阶段，家用豆浆机销售额在豆浆机总销售额的占比超过 95%。

#### （2）根据有无网型划分：

以有无网型为分类标准，豆浆机可分为有网型豆浆机和无网型豆浆：①有网型豆浆机底部装有钢丝状网格，可过滤豆渣从而达到提升豆浆口感的效果，其缺点为清洗难度大；②无网型豆浆机底部无钢丝状网格，相较有网型豆浆机，无网型豆浆机更易清洗，但无网型豆浆机榨出的豆浆口感较差。

#### （3）根据加热方式划分：

以加热方式为分类标准，豆浆机可分为底盘加热式豆浆机、立体环绕加热式豆浆机、电磁加热式豆浆机：①底盘加热式豆浆机，即通过底部加热装置进行加热的豆浆机；②立体环绕加热式豆浆机，即杯体拥有加热装置的豆浆机，相较底盘加热式豆浆机，立体环绕加热式豆浆机加热效果更均匀；③电磁加热式豆浆机，即通过电磁感应技术对豆浆进行环绕加热的

豆浆机。

#### (4) 根据杯体材质划分：

以杯体材质为分类标准，豆浆机可分为塑料杯体豆浆机、不锈钢杯体豆浆机、玻璃杯体豆浆机：①塑料杯体豆浆机，即杯体材质为食品级塑料的豆浆机；②不锈钢杯体豆浆机，即杯体材质为不锈钢的豆浆机，相较塑料杯体豆浆机，不锈钢杯体豆浆机的耐磨性更优；③玻璃杯体豆浆机，即杯体材质为玻璃的豆浆机。

图 2-1 豆浆机分类



来源：头豹研究院编辑整理

## 2.2 中国豆浆机行业发展历程

中国豆浆机行业发展历程短，可划分为初步发展阶段、高速发展阶段及增长疲软阶段（见图 2-2）。

### (1) 初步发展阶段：（1994-2007 年）



---

1994年，九阳开始研发豆浆机，并推出中国第一台全自动家用豆浆机。此阶段，豆浆机在中国市场的普及率低，为拓展中国市场，提高豆浆机销售额，九阳积极宣传、普及豆浆对人体益处，促进消费者养成自制豆浆的习惯。作为豆浆机龙头企业，九阳不断迎合消费者需求，研发豆浆机技术、功能，使豆浆机愈加受到消费者青睐，为豆浆机行业的发展奠定了基础。

### **(2) 高速发展阶段：(2008年-2011年)**

2008年，中国市场爆发三聚氰胺事件，消费者对奶制品行业信心下降，促使豆浆代替奶制品成为部分消费者的日常饮品，且因食品问题泛滥，消费者多选择购买豆浆机自制豆浆，家用豆浆机销量得以提高。随着豆浆机愈加受到消费者认可，进入豆浆机行业的企业数量不断增多，豆浆机市场竞争加剧，促使豆浆机企业不断进行产品技术升级、功能完善，豆浆机行业逐渐走向成熟。2011年，豆浆机市场规模达到顶峰状态。

### **(3) 增长疲软阶段：(2012年至今)**

豆浆机市场渗透率不断升高，拥有豆浆机的家庭消费者攀升，豆浆机市场逐渐饱和。小家电市场竞争激烈，拥有豆浆机类似功能的家电产品不断面市，为豆浆机行业带来替代品威胁。此外，随着80后、90后群体逐渐成为市场消费的主流群体，豆浆机的长时间制浆过程难以满足80后、90后群体快节奏生活需求，消费者体验欠佳，2012年至今，豆浆机市场呈下滑趋势。

图 2-2 中国豆浆机行业发展历程

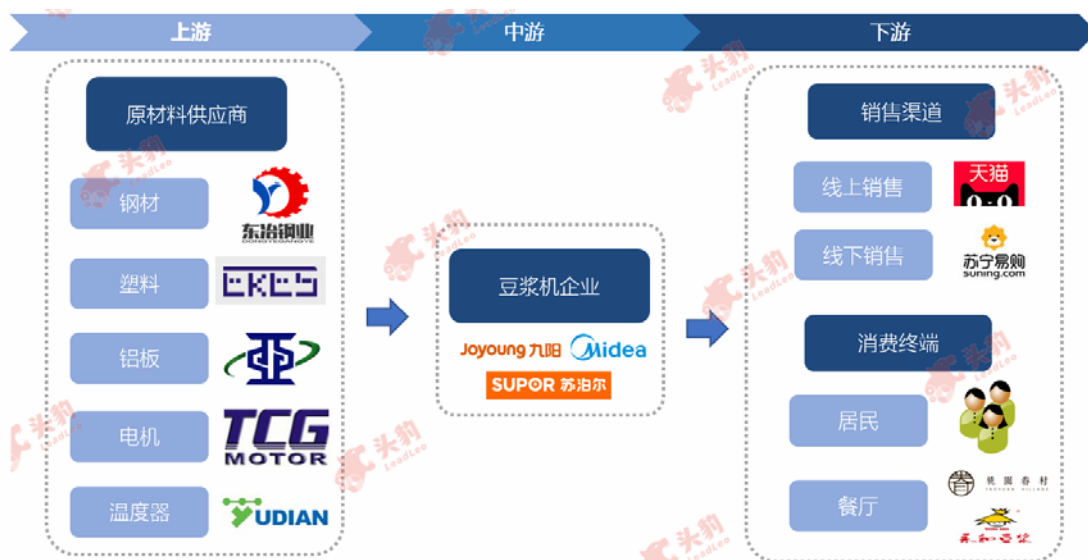


来源：头豹研究院编辑整理

## 2.3 中国豆浆机行业产业链

中国豆浆机行业产业链上游参与主体为原材料供应商，中游环节参与主体为豆浆机企业，下游环节涉及销售渠道及消费终端（见图 2-3）。

图 2-3 中国豆浆机行业产业链



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

### 2.3.1 上游分析

中国豆浆机行业产业链上游环节参与主体为原材料供应商。

---

### **原材料供应商：**

上游原材料供应商为中游豆浆机企业提供生产豆浆机所需的钢材、塑料、铝板、电机、温度器、刀片、电热器等。上游原材料成本为生产豆浆机的核心成本，在豆浆机总生产成本中的占比超过 50%。上游原材料价格的变动直接影响中游豆浆机企业的生产成本，进而影响中游豆浆机企业的利润率。

中国原材料市场集中度低，原材料供应商多，竞争日趋激烈，现阶段，尚未出现全国性龙头企业。上游原材料价格主要受以下因素影响：(1) 国家对外关系、经济周期、行业政策等宏观因素对上游原材料价格存在影响；(2) 市场供给关系决定上游原材料价格波动情况，若供大于求，上游原材料供应商库存压力大，原材料价格将下降，反之亦然。**原材料行业准入门槛低，产品附加值低，且中游豆浆机企业有众多上游原材料供应商可选，因此上游原材料供应商对中游豆浆机企业议价能力低。**

### **2.3.2 中游分析**

中国豆浆机行业产业链中游环节参与主体为豆浆机企业。

#### **豆浆机企业：**

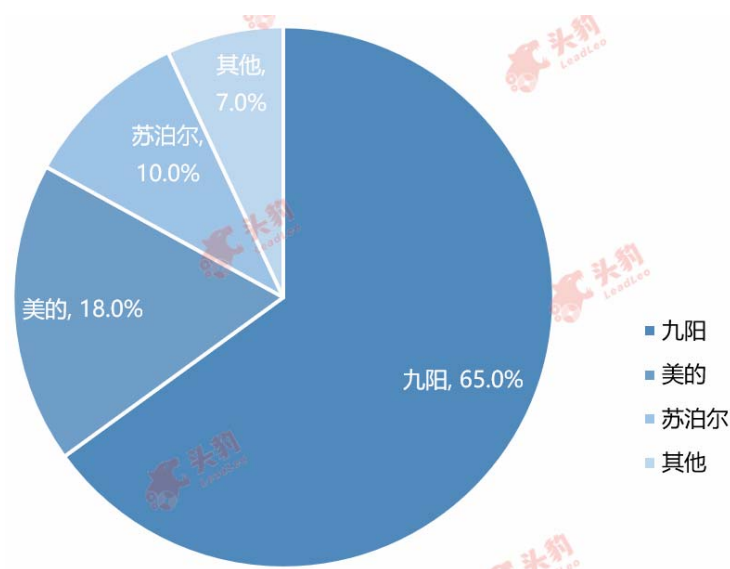
中游豆浆机企业的运营模式为：(1) 通过上游原材料供应商采购所需原材料，如钢材、塑料、电机、温度器等；(2) 将采购的原材料进行自主加工，完成豆浆机的组装生产，或通过代工厂商生产制造豆浆机；(3) 完成豆浆机产品的推广、销售。豆浆机企业的利润率为 30% 左右，其生产成本主要为原材料成本及人力成本，原材料成本在总生产成本中的占比超过 50%，人力成本的占比为 10% 左右，其他成本包括营销成本、后期维修退换成本等。原材料成本为豆浆机企业生产制造豆浆机的核心成本，因此原材料价格的波动将对豆浆机企业的利润率带来巨大影响。

现阶段，中国豆浆机市场参与者超过 100 家，头部企业为九阳、美的、苏泊尔。2018 年，头部企业合计占据豆浆机行业市场份额超过 90%，其中九阳为豆浆机行业的龙头企业，在豆浆机市场份额的占比为 65%左右，美的占比为 18%左右，苏泊尔的占比为 10%左右（见图 2-4）。中国豆浆机行业集中度高，头部豆浆机企业品牌效应强，市场竞争优势明显。**头部豆浆机企业的经营模式通常为自主生产，集产品设计、生产制造环节与终端销售为一体，通过严格把控产品生产制造环节，保障其豆浆机产品质量。**

**因前期自主建厂投资成本巨大，自主生产模式对企业经济实力要求高，中小型豆浆机企业难以负担，因此多选择代工厂商生产制造豆浆机。**代工厂商根据豆浆机企业的不同要求，提供不同代工服务，如为受限于生产能力的豆浆机企业提供产品流水线生产制作豆浆机，为受限于设计水平的企业同时提供豆浆机产品设计及生产制作服务。

头部豆浆机企业对上游原材料需求量大，通常对上游供应商进行大规模、批量式采购，因此头部豆浆机企业对上游原材料供应商议价能力强。此外，由于头部豆浆机企业品牌影响力大，忠实消费者多，头部豆浆机企业对下游消费者议价能力强。相较头部豆浆机企业，中小型豆浆机企业普遍综合经济实力弱、采购能力低，且品牌影响力小，因此中小型豆浆机企业对上游原材料供应商及下游消费者议价能力弱。

图 2-4 中国豆浆机行业市场份额，2018 年



### 2.3.3 下游分析

中国豆浆机行业产业链下游环节涉及销售渠道及消费终端。

#### (1) 销售渠道：

豆浆机销售渠道包括线上和线下销售渠道：①线上销售渠道为电子商务平台，如淘宝、天猫、京东等；②线下销售渠道包括电器连锁店、家居连锁店、商场、超市、品牌专卖店等。随着电子商务的迅速普及，居民的购物习惯逐渐发生改变，选择线上购买豆浆机的消费者不断增多，豆浆机线上销售额攀升，在豆浆机总销售额的占比为 50%左右。

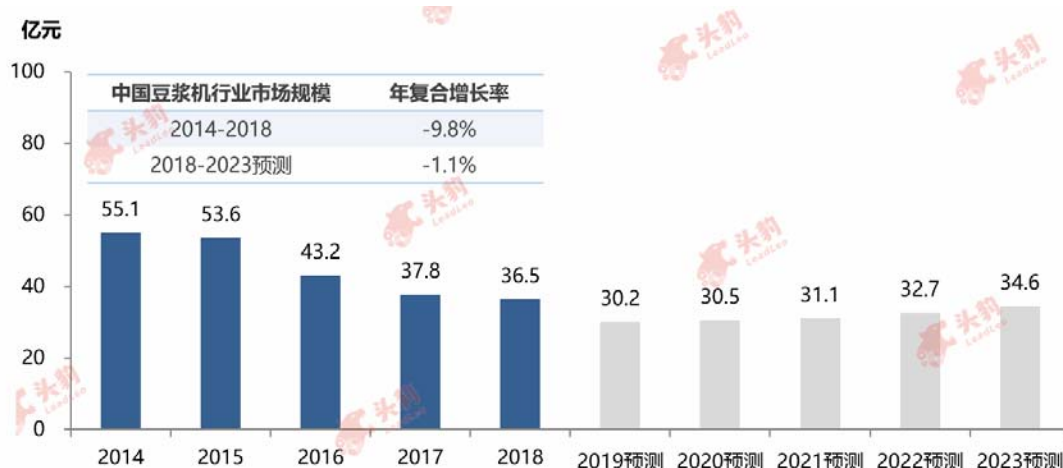
#### (2) 消费终端：

豆浆机的消费终端为居民、餐厅等。购买家用豆浆机的消费者主要为家庭消费者，其购买目的为自制豆浆、保障家人健康、提升家庭生活品质等。购买商用豆浆机的消费终端主要为餐厅，其购买目的为商业需求，因商用全自动豆浆机性能稳定且可大幅减少人力成本，可有效提升餐厅利润率。因中游豆浆机企业普遍规模大、行业支配地位高，对旗下豆浆机产品定价能力强，下游消费终端议价能力低。

## 2.4 中国豆浆机行业市场规模

豆浆机行业发展迅速，现阶段，豆浆机市场渗透率高，中国家庭多已拥有豆浆机。**因豆浆机并非生活必备家用电器，其更新换代速度慢，导致豆浆机市场逐渐呈饱和状态。此外，小家电市场竞争日趋激烈，新型产品不断面市，如料理机、破壁榨汁机等产品功能齐全且囊括了豆浆机的功能，致使豆浆机市场销售额逐渐减少。**2014 年至 2018 年，中国豆浆机行业市场规模由 55.1 亿元减少至 36.5 亿元，年复合增长率为-9.8%。

图 2-5 中国豆浆机行业市场规模（按销售额计）



来源：头豹研究院编辑整理

2020年后中国豆浆机行业销售额逐渐停止下降并缓慢增长的依据包括但不限于以下

因素：

- (1) 豆浆机行业面临多重困扰，促使豆浆机企业不断进行豆浆机功能、技术等方面创新，加快豆浆机产品更新换代速度，受到消费者青睐。
- (2) 豆浆机企业逐步重视消费者需求，开始研发生产体积小、便于携带及可自动清洗的豆浆机，提升消费者使用体验，将带动豆浆机行业缓慢增长。

### 3 中国豆浆机行业驱动与制约因素

#### 3.1 驱动因素

##### 3.1.1 电商势头迅猛

电子商务兴起，线上购物便利性优于线下购物，促使消费者购物习惯逐渐发生改变。为扩大营销覆盖面，豆浆机企业逐步进行销售渠道战略调整。如九阳设立了独立的九阳电子商务中心，负责与各大电商平台进行业务对接，促使其电商业务增长迅速。2018年，九阳于“双十一”当天全网销售额突破5亿元，电商业务的快速发展带动了九阳豆浆机销售额的增

---

长。

通过线上渠道销售豆浆机具有两大优势：(1) 通过电商平台，消费者购物便利性佳、营销覆盖面得以扩大，有利于豆浆机的推广；(2) 相较传统线下销售模式，豆浆机企业通过线上销售豆浆机的市场营销成本少，豆浆机企业利润率得以提升，有利于豆浆机企业的良性发展，如企业拥有更多预算用于研发、升级豆浆机产品。**随着电商销售模式逐渐成熟，消费者购买豆浆机体验佳，电商势头迅猛有效促进了豆浆机行业的发展。**

### 3.1.2 豆浆机功能多元化

居民消费能力持续上升，消费需求逐渐呈多样化发展趋势。为满足消费者多样化需求，豆浆机企业不断研发、升级豆浆机产品，豆浆机功能不断多元化，除快速磨煮豆浆外，豆浆机可实现制作果蔬冷饮、煮米糊、煮浓汤等功能。随着豆浆机功能不断增多，豆浆机的受众群体扩大，为豆浆机行业发展带来利好因素。

除制作果蔬冷饮、煮米糊、煮浓汤等功能外，豆浆机企业针对特定消费者群体需求推出豆浆机新功能，如针对拥有婴儿的家庭消费者群体，豆浆机企业推出婴儿辅食功能，满足家庭消费者给婴儿制作辅食的需求。2015年，中共全会公报指出要全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策（简称“二胎政策”），“二胎政策”促进了人口均衡发展，中国新生人口数量攀升，带动了具备制作婴儿辅食功能豆浆机销量的提升。**因此，随着豆浆机企业持续创新、升级豆浆机功能，豆浆机功能实用性不断强大，消费者多样化需求得以满足，促进豆浆机行业发展。**

### 3.1.3 豆浆的养生功效受到消费者认可

受益于中国经济迅速增长，中国居民收入提升，消费者对身体健康重视程度提高。消费

---

者养生保健理念逐渐兴起，对饮食健康关注度大幅提升。豆浆的高营养价值受到消费者群体广泛认可，爱喝豆浆的群体不断扩大。由于市场售卖的豆浆多存在使用豆奶粉冲泡或劣质大豆制得的问题，豆浆品质难以得到保证，而自制豆浆营养价值更高且干净卫生，因此选择购买豆浆机自制豆浆的消费者人数攀升，豆浆机市场渗透率不断升高。

食用豆浆对人体有以下益处：(1) 豆浆含有丰富的蛋白质、钙等营养物质，可增强食用者免疫力、提高身体素质；(2) 豆浆含有丰富的维生素 C 及维生素 E，具有抗氧化作用，女性长期食用豆浆可有效改善皮肤状态；(3) 豆浆含有丰富的纤维素，可抑制糖分吸收，有效预防糖尿病。**中国居民收入持续增加，消费者的消费观念逐渐升级，对健康食品需求旺盛。因豆浆的营养价值被消费者广泛认可且市场食品安全问题泛滥，豆浆机愈加受到消费者青睐，带动豆浆机行业发展。**

## 3.2 制约因素

### 3.2.1 豆浆机行业步入增长疲软期

1994 年，九阳推出中国第一台豆浆机，并积极宣传豆浆对人体的益处，促进中国消费者逐步养成使用豆浆机自制豆浆的习惯。2008 年，因三聚氰胺毒奶粉事件，消费者对奶制品行业失去信心，选择购买豆浆机自制豆浆的消费者数量攀升，豆浆机行业呈爆发式发展态势。豆浆机市场渗透率高，中国家庭大多已拥有豆浆机且因豆浆机产品更新换代速度慢，豆浆机行业逐渐进入增长疲软状态。

除豆浆机企业面临市场饱和的问题外，随着年轻群体逐渐成为市场消费主力，豆浆机产品升级难以跟上年轻消费者的生活节奏步伐。年轻群体工作压力大、生活节奏快，使用豆浆机磨煮豆浆的前期原材料准备、机器磨煮及后期清洗过程需花费半小时左右，影响用户体验，因此选择购买豆浆机的年轻群体逐渐减少，不利于豆浆机行业的发展。中国豆浆机行业市场



---

规模由 2014 年的 55.1 亿元减少至 2018 年的 36.5 亿元，豆浆机市场进入衰退阶段。**现阶段，豆浆机市场饱和且因豆浆机并非消费者生活中的刚需电器产品，消费者更新换代豆浆机速度慢，制约了豆浆机行业的发展。**

### 3.2.2 小家电领域竞争加剧

近年来，小家电市场竞争日趋激烈，伴随小家电企业在产品研发、创新等方面经验的不断积累，为满足消费者多样化需求，小家电产品类型不断推陈出新。以新型产品破壁料理机为例，破壁料理机拥有多元化功能，如磨豆浆、煮米糊、煮浓汤、破壁、制作冰沙及婴儿辅食等。破壁料理机是在破壁机及榨汁机的基础上进行升级的新型小家电产品，迎合了不同消费者群体需求，包括养生消费者群体的榨取豆浆需求、健康生活群体的榨取果汁需求及婴儿家庭的制作辅食需求，受到消费者青睐。

**破壁料理机的功能与豆浆机的功能相似度高且因破壁料理机为新型产品，易吸引大批消费者尝鲜，对豆浆机行业产生了替代品威胁。长期来看，豆浆机市场饱和度高，豆浆机行业发展缓慢，小家电领域竞争激烈更将阻碍豆浆机市场的发展。**

### 3.2.3 豆浆机行业痛点尚未解决

随着居民消费水平持续提升，消费者愈加注重生活品质，对产品实用性及功能要求不断提高。现阶段，豆浆机仍有部分消费者痛点问题尚未解决，具体表现为以下三点：(1) 市场中大部分豆浆机存在清洗不便的问题，为消费者带来使用负担；(2) 尽管豆浆机功能呈多元化发展态势，其功能多被破壁料理机所囊括，导致豆浆机难以在小家电领域体现其竞争优势；(3) 豆浆机产品同质化严重，行业缺乏创新，消费者难以感受到新款豆浆机产品功能及外观与老款的明显区别，致使消费者更新换代豆浆机速度慢。

---

豆浆机行业痛点尚未解决，致使消费者粘性低、回购率低等现象产生，当市场上出现产品功能实用性、消费者使用体验均优于豆浆机的类似产品时，豆浆机存在被市场淘汰的风险。因此，若豆浆机行业痛点得不到改善，行业发展将受到阻碍。

## 4 中国豆浆机行业政策及监管分析

中国政府尚未针对豆浆机行业出台具体的政策法规，已有的政策均是从宏观角度出发，推动豆浆机行业发展。工业和信息化部先后出台了《关于加快我国家用电器行业转型升级指导意见》、《轻工业发展规划（2016-2020年）》的政策文件，提出给予家用电器行业以政策扶持，引导家用电器企业不断进行技术创新，为豆浆机行业发展带来新机遇。国务院印发了《中国制造2025》行动纲领，鼓励制造业创新、转型，带动豆浆机行业发展。发改委发布了《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》，大力支持绿色、智能家电销售，鼓励家电产品更新换代，推动豆浆机行业发展（见图4-1）。

2009年12月，为加快家电行业转型升级，工业和信息化部发布了《关于加快我国家用电器行业转型升级指导意见》（以下简称“《意见》”）。《意见》指出：（1）鼓励企业开发节能、环保的绿色家电产品，提高家电产品智能化水平；（2）加强家电企业自主品牌培育，加大新技术投入研发力度，提升品牌影响力；（3）积极营造电器行业转型升级的有利环境，鼓励家电企业与上游企业共同研发节能、环保原材料；（4）落实“家电下乡”、“以旧换新”、“节能产品惠民工程”等政策，完善相关财政政策，引导家电企业提升家电产品质量及技术水平。在政府政策的积极引导下，家电行业迎来利好局面，带动豆浆机行业发展。

2015年5月，国务院印发了《中国制造2025》行动纲领，指出：（1）完善有利于创新的制度环境，鼓励跨领域行业协同创新；（2）加强节能环保技术推广应用，构建绿色制造体系，提高资源回收利用率，发展循环经济；（3）大力发展先进制造业，改造、提升传统行

---

业，推动生产制造向服务制造转型；(4) 完善法规标准体系、质量监管体系，强化企业质量主体责任，加强质量技术攻关。行动纲领大力支持制造业产品研发、创新，鼓励制造业进行升级改造，带动豆浆机行业发展。

2016年8月，工业和信息化部发布了《轻工业发展规划（2016-2020年）》（以下简称“《规划》”）。为增强创新驱动发展动力，改善供给结构，《规划》指出：(1) 积极推动轻工业转型升级，鼓励传统消费向新型消费升级，为轻工业发展提供广阔空间；(2) 鼓励智能制造、新材料、新能源等领域发展，推动科技创新、产业升级；(3) 通过实施绿色照明工程、节能产品认证、环境标志认证等，提高绿色节能产品市场比重；(4) 坚持推进生产过程智能化，支持企业全面提升研发、生产、智能化水平，鼓励企业创新、突破；(5) 为满足多样化消费需求，鼓励企业在产品设计、开发等方面体现人性化和精细化等。在政策的引导下，家用电器行业逐渐朝智能化及绿色方向发展，促进豆浆机行业发展。

2019年1月，发改委发布了《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》（以下简称“《方案》”）。为提升供给质量、水平，催生新兴市场，推动国内消费平稳增长，《方案》指出：(1) 挖掘农村消费潜力，优化农村消费市场环境，促进农村消费升级；(2) 大力支持绿色、智能家电销售，鼓励家电产品更新换代，带动新品消费等。在政府政策的积极引导下，如给予消费者适当补贴，促使更新换代家电产品的消费者数量不断增多，推动豆浆机行业发展。

图 4-1 中国豆浆机行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案(2019年)》	2019-01	发改委	(1) 挖掘农村消费潜力, 优化农村消费市场环境, 促进农村消费升级; (2) 大力支持绿色、智能家电销售, 鼓励家电产品更新换代, 带动新品消费等。在政府政策的积极引导下, 更新换代家电产品的消费者数量不断增多, 带动豆浆机行业发展
《轻工业发展规划(2016-2020年)》	2016-08	工业和信息化部	(1) 积极推动轻工业转型升级, 鼓励传统消费向新型消费升级; (2) 鼓励智能制造、新材料、新能源等领域发展, 推动科技创新、产业升级; (3) 通过实施绿色照明工程、节能产品认证、环境标志认证等, 提高绿色节能产品市场比重; (4) 坚持推进生产过程智能化, 支持企业全面提升研发、生产、智能化水平, 鼓励企业创新、突破。在政策的引导下, 家用电器行业逐渐朝智能、绿色方向发展, 促进豆浆机行业发展
《中国制造2025》	2015-05	国务院	(1) 完善有利于创新的制度环境, 鼓励跨领域行业协同创新; (2) 加强节能环保技术推广应用, 构建绿色制造体系, 提高资源回收利用率, 发展循环经济; (3) 大力发展先进制造业, 改造、提升传统产业, 推动生产制造向服务制造转型; (4) 完善法规标准体系、质量监管体系, 强化企业质量主体责任, 加强质量技术攻关。行动纲领大力支持制造业产品研发、创新, 鼓励制造业进行升级改造, 带动豆浆机行业发展
《关于加快我国家用电器行业转型升级指导意见》	2009-12	工业和信息化部	(1) 鼓励企业开发节能、环保的绿色家电产品, 提高家电产品智能化水平; (2) 加强家电企业自主品牌培育, 加大新技术投入研发力度, 提升品牌影响力; (3) 积极营造电器行业转型升级的有利环境, 鼓励家电企业与上游企业共同研发节能、环保原材料; (4) 落实“家电下乡”、“以旧换新”、“节能产品惠民工程”等政策, 完善相关财政政策, 引导家电行业企业提升家电产品质量及技术水平。在政府政策的积极引导下, 家电行业迎来利好局面, 带动豆浆机行业发展

来源: 头豹研究院编辑整理

## 5 中国豆浆机行业市场趋势

### 5.1 注重用户需求, 提升消费者粘性

根据在豆浆机行业有十一年市场运营经验的专家表示, 豆浆机企业将更加重视消费者使用需求, 积极解决豆浆机行业痛点, 不断创新、完善豆浆机功能与技术以迎合消费者差异化需求, 未来豆浆机行业发展的关键在于行业痛点是否得以解决。

消费者生活水平不断提高, 消费者消费需求变化快, 促使豆浆机企业不断进行产品创新。

豆浆机企业将在以下三个方面进行豆浆机产品的升级改造以提升消费者粘性: (1) 随着人工智能技术的不断普及, 豆浆机逐渐向智能化升级, 豆浆机企业将完善免清洗功能、手机智能控制功能等, 减轻消费者使用负担, 提升消费者使用体验; (2) 豆浆机企业将针对单身或办

公室群体推出小体积、小容量的豆浆机，以解决便携难的问题；(3) 80后、90后群体已逐渐成为市场消费主力，由于这一群体注重产品外观颜值及使用便捷性，豆浆机企业将积极提升豆浆机外观颜值及豆浆机榨取豆浆速度。由此可见，未来豆浆机企业将注重用户需求，积极创新并解决豆浆机行业痛点问题。

图 5-1 注重用户需求，提升消费者粘性



来源：头豹研究院编辑整理

## 5.2 积极展开小家电市场布局

随着居民消费能力持续提升，消费者消费需求不断呈多元化发展趋势。为提高市场竞争力，豆浆机企业正积极发展多元化业务，如豆浆机行业龙头企业九阳不断推出新型小家电产品，包括破壁机、磨粉机、电烤箱、电炖锅、随身果汁杯、开水煲、压力煲、面条机、原汁机等，九阳通过为消费者提供全方位小家电产品，有效提高企业知名度及用户粘性，为其在小家电市场的头部地位奠定了基础。

**中国小家电市场竞争激烈，豆浆机企业通过积极展开小家电市场布局，发展多元化业务，满足消费者多样化需求，扩大客户群体，进一步提升品牌影响力。**此外，豆浆机市场同质化严重，头部豆浆机企业品牌效应强，导致部分中小型企业难以在市场中脱颖而出。积极展开

小家电市场布局有助于中小型企业摆脱单一产品风险,提升品牌知名度及市场竞争力。因此,豆浆机企业将积极展开小家电市场布局是行业的趋势之一。

图 5-2 积极展开小家电市场布局



## 6 中国豆浆机行业竞争格局分析

### 6.1 中国豆浆机行业竞争格局概述

1994年,九阳率先进入市场,推出第一台豆浆机,豆浆机行业逐渐起步。随着购买豆浆机的消费者不断增多,大量小家电企业陆续进入豆浆机市场,如美的、苏泊尔、欧科、飞利浦等,为豆浆机行业带来流量,推动行业发展。

中国豆浆机行业集中度高,头部企业占据豆浆机市场份额超过90%,其中九阳为豆浆机行业的龙头企业,在豆浆机市场份额中的占比约为65%,美的占比约为18%,苏泊尔占比约为10%。因豆浆机市场中产品同质化现象严重,除头部豆浆机企业外,其他中小型豆浆机企业品牌效应差,市场竞争激烈,未来行业集中度将持续上升,无法在市场中脱颖而出的企业将逐步遭到市场淘汰。

---

因豆浆机市场饱和度高且消费者更新换代产品速度慢,促使豆浆机企业积极进行豆浆机技术、功能、外观等方面的创新与升级,寻求突破以刺激消费者更新换代豆浆机。未来,市场中注重用户需求及豆浆机产品升级的企业将获得长远发展。

## 6.2 中国豆浆机行业典型企业分析

### 6.2.1 佛山市顺德区欧科电器有限公司

#### 6.2.1.1 企业概况

佛山市顺德区欧科电器有限公司(以下简称“欧科”)创立于2001年7月,是一家专注于生产豆浆机、搅拌机、食物加工机、果汁机等厨房生活电器的企业。欧科重视科研开发,不断设计外形新颖、功能多样化的电器产品,受到消费者广泛认可。自创立以来,欧科先后获得多项资质认证,如“高新技术企业”、“广东省名牌产品”、“顺德区龙腾计划企业”等称号,欧科在厨房生活电器市场的知名度不断提升。

#### 6.2.1.2 竞争优势

##### (1) 重视产品功能研发、技术升级

欧科关注消费者消费需求的变化,旗下产品研发团队持续开发新功能、推出新型豆浆机产品,受到消费者青睐。因豆浆机为欧科的主营业务,欧科重视豆浆机技术的升级,其豆浆机技术不断更新换代。欧科豆浆机技术的发展历程包括:①在功能研发方面,欧科先后推出干豆打豆浆、米糊、绿豆沙、搅拌机等功能,豆浆机功能不断多元化,扩大消费群体;②在过滤技术方面,欧科豆浆机产品由有网结构发展至无网结构,减轻了消费者清洗负担,提升消费者使用体验。通过持续推出新型豆浆机产品、提升产品功能,欧科市场竞争力不断提高。

---

## **(2) 受业内外广泛认可**

欧科成立至今,受到政府及厨房生活电器行业业内机构的认可,其品牌影响力得以提升。在政府方面,欧科被评为“国家高新技术企业”、“A级质量信用企业”、“广东省名牌产品”等。在业内机构方面,欧科获得“家用电器创新奖”、“影响家电技术与消费者趋势的创新成果”、“顺德家电博览会点石奖”等奖项。受益于政府与业内机构的认可,欧科品牌知名度及市场影响力不断扩大,其市场竞争力得以提升。

### **6.2.2 中山市美斯特实业有限公司**

#### **6.2.2.1 企业概况**

中山市美斯特实业有限公司(以下简称“美斯特”)创立于2006年11月,总部设立于中山,是一家集产品设计研发、模具加工、制造、销售于一体的小家电企业。美斯特用于生产小家电的厂房在中山地区占地超过3万平方米,旗下员工超过500名,有效保证了企业生产效率。自创立以来,美斯特先后获得多项资质认证,如“高新技术企业”、“广东省名牌产品”、“中国机电商会会员”等称号,为其在小家电市场的发展奠定了基础。

#### **6.2.2.2 竞争优势**

##### **(1) 专业研发、检测团队**

美斯特重视产品研发创新,企业旗下设有3个具备专业技术人才的研发部门,自企业创立以来,美斯特先后获得8项发明专利、实用新型专利85项、外观专利35项等。此外,美斯特旗下设有3个实验室,包括下辖卫生检测实验室、配件寿命检测实验室及整机寿命检测实验室,严格的检测可有效保障美斯特产品质量、卫生安全及使用寿命标准等。美斯特通过设立专业的研发及检测团队,有效保证了企业创新能力及产品质量,提升企业市场竞争力。



---

## **(2) 业内协会、政府及客户对企业认可度高**

经过 10 余年发展，美斯特已成为中国豆浆机行业协会副组长单位、中国机电商会会员等，在小家电行业逐步建立起影响力。此外，美斯特获得“高新技术企业”、“广东名牌产品”等多个称号，受到政府认可。美斯特加大产品研发、质量检测方面投入，重视品牌形象建设，客户群体不断扩大。小家电业内协会、政府、客户对美斯特的认可促使美斯特知名度及市场影响力不断提升，企业发展迅速。

### **6.2.3 合肥荣事达小家电有限公司**

#### **6.2.3.1 企业概况**

合肥荣事达小家电有限公司（以下简称“荣事达”）创立于 2004 年 5 月，总部设立于合肥，是一家集产品研发、工业设计、生产制造、物流配送于一体的企业。荣事达旗下家用电器产品种类多元化，包括豆浆机、多功能料理机、垃圾处理器、挂烫机、电子冷热箱等。荣事达经营领域涉及面广，包括家用电器、智能家居、文化创意、金融投资等。通过多元化经营领域发展，荣事达销售额增长迅速，品牌影响力进一步提升。

#### **6.2.3.2 竞争优势**

##### **(1) 强大的品牌资源**

荣事达旗下有荣事达、亚摩斯元悦、唐悦陶瓷、好帅数码、TOOA 等品牌，满足各细分市场的需求，扩大消费者群体，提高品牌影响力。此外，荣事达与中国海尔、正大海尔、美国亚摩斯、华特迪士尼、新加坡创新、东芝、通铂尔等国内外知名企业建立了良好的长期战略合作关系，荣事达具有强大的品牌资源及市场整合能力，企业市场竞争力得以提升，为企业的发展奠定了基础。

---

## **(2) 专业研发制造中心**

自创立以来，荣事达设立了三大研发制造中心，分别位于合肥、深圳及中山。其中，荣事达的合肥研发制造中心为其核心制造中心，占地超过 300 亩，拥有专业研发团队及专业制造设备，为其研发生产家用电器提供了强大支持。此外，荣事达针对消费者不同需求，每年持续推出新产品，现阶段，荣事达旗下拥有近百个种类的电器产品及上千款家用电器产品，消费者对荣事达的认可度不断提高。

## 头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



### 四大核心服务：

#### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

#### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

#### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

#### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



## 报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说

## 详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451