

中国清洁电器行业发展趋势分析与投资前景研究 报告（2025-2032）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国清洁电器行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2025-2032）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/754193.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关定义及产业链图解

清洁电器是用于清洁物品和室内环境的电器，其种类和功能随着科技的发展而不断丰富和完善。清洁电器产业链上游主要是清洁电器的零部件及配件，包括塑料、橡胶、电子元器件和电机等。产业链中游是清洁电器整机生产企业，主要为国际各大清洁电器品牌代工。产业链下游则通过线上线下的多元化渠道触达消费者，并提供售后服务保障，包括家庭、办公室、酒店、医院等应用场景。

资料来源：公开资料，观研天下整理

二、我国清洁电器市场迎来爆发式增长，成为了家电市场中增速最快板块之一

在“事事都要高效、处处都想省力”的现代生活节奏中，越来越多消费者选择用钱换时间，用科技换精力。从最初的吸尘器、扫地机器人，到如今集吸、扫、拖、洗、烘于一体的“全能型家务助手”，清洁电器正成为家庭生活中不可或缺的一环。

进入2024年，受益于“以旧换新”政策红利、消费升级以及技术的创新迭代推动，我国清洁电器市场迎来爆发式增长，并成为了家电市场中增速最快的板块之一。数据显示，2024年我国清洁电器行业销售额423亿元，同比增长24.4%；零售量3035万台，同比增长22.8%。其中，扫地机器人以194亿元的销售量和41.1%的增速领跑行业，成为市场增长的核心引擎。

数据来源：奥维云网，观研天下整理

2024年我国主要清洁电器品类销售额增速

清洁电器名称	市场规模增速
扫地机器人	41.1%
洗地机	15.4%
吸尘器	11%
除螨仪	-4.6%
布艺清洁机	-0.7%
擦窗机器人	36.1%
拖把	12.1%

数据来源：奥维云网，观研天下整理

三、扫地机器人与洗地机成为清洁电器行业两大核心品类，拥有较大发展潜力

根据产品形态不同，清洁电器主要可分为吸尘器、洗地机、除螨仪、布艺清洁机、擦窗机器人、蒸汽拖把等品类。其中，扫地机器人和洗地机凭借功能革新，击中用户使用痛点，符合中国用户的地板清洁习惯，因此不断挤占吸尘器份额，成长为清洁电器行业两大核心品类，合计占据清洁电器市场70%的份额。有数据显示，2024年在我国清洁电器市场中，扫地机器人占比最大，达到46%；其次为洗地机，占比33%。

数据来源：奥维云网，观研天下整理

不过，当前扫地机器人和洗地机在我国的渗透率仅为5.5%和3.1%，相比吸尘器渗透率13.5%而言，还有较大提升空间。分析认为，清洁电器对我国消费者而言是刚需家电品类，在高频的家庭清洁习惯下，扫地机器人可以很好地免除人工，并且随着技术发展和产品功能完善

，产品使用体验不断提升，叠加当前国补政策带来的家电需求刺激，扫地机器人和洗地机都具有快速增长的潜力。

数据来源：奥维云网，观研天下整理

四、出海成清洁电器企业的新增长点

随着全球经济一体化进程的加快，越来越多的中国企业将目光投向海外市场，清洁电器行业也不例外。2024年我国清洁电器出海表现亮眼，虽整体体量不及冰箱、空调等传统家电，但出海速度和全球布局表现出色，成为了市场新增长点。以石头科技、科沃斯、追觅为代表的企业，已通过“本土化研发+高端化定位”打开欧美市场。

例如，石头科技2024年境外市场营收达63.88亿元，同比增长51.06%，占总营收的53.48%，首次实现海外收入反超国内。

追觅2024年在西南欧市场的洗地机市占率更是跃居榜首，营收同比激增443%，利润增长超过600%。进入2025年第一季度，追觅在东北欧市场的洗地机营收就已经超过了2024年全年的成绩，显示出强劲的增长势头。目前追觅科技通过全球化布局，成功将品牌从中国市场推向全球，成为国际高端扫地机器人市场的领军者，实现了品牌价值的全面跃升。

此外，科沃斯及其旗下品牌添可也在2024年实现了海外收入68.08亿元人民币，同比增长12.6%，占其品牌业务收入的42.2%。

五、市场竞争愈发激烈，当前我国清洁电器行业核心竞争力已从“性价比”转向“技术价值”和“用户体验”

近年随着市场规模的扩大，我国清洁电器市场竞争也愈发激烈。但此前，部分清洁电器品牌为追求短期利益，纷纷打起价格战，推出大量低质低价产品，试图以“性价比”吸引消费者。而这种策略往往难以构建品牌的长期价值，反而陷入同质化竞争的困局。但最近几年，这种竞争方式逐渐被技术升级所取代。相比2023年的价格起伏，在2024年，“以价换量”更成为一种常态。

我国清洁电器市场核心竞争已从“价格战”转向“技术升级战”。部分头部企业选择通过技术创新和高端化战略，打造具有持久竞争力的品牌壁垒。例如，追觅通过高端化战略和技术创新，不仅构建了自身的品牌壁垒，更推动了整个行业向高质量、高技术含量的方向发展。2024年，追觅扫地机全球总销量达到396万台，并连续两年成为5000元以上销售额排名第一，获“中国高端扫地机器人市场销额行业第一”认证。

目前我国清洁电器行业主要有两大创新主线。一是机器人化趋势加速演进。石头科技推出的G30 Space 探索版、追觅搭载仿生机械手的旗舰新品，将扫地机器人的清洁能力实现了从二维地面清洁到三维空间掌控的跨越进阶。二是洗地机器人品类强势崛起。科沃斯X9系列、云鲸逍遥002等产品融合扫地机器人的自主性与洗地机的深度清洁能力，攻克了传统产品“拖地不彻底”、“需手动操作”的痛点，重新定义了家庭清洁的效率标准。

与此同时，清洁电器行业掀也起了一场“用户心智争夺战”。企业通过多元化营销策略，推动

产品从“高端小众”走向“大众刚需”，e 拿 N 携澄 m 赔 肋 鹁鬃派演员朱珠在AWE现场演示全屋清洁场景，通过“明星+场景”的绑定，让科技产品与品质生活产生强关联认知。另一方面，高管IP与品牌形象深度绑定。同样是在AWE现场，科沃斯董事长钱东奇与央视记者王冰冰、顶流主播董宇辉共同打造“科技探展”直播，以“技术型企业家”人设提升品牌亲和力与信任度。

总体来看，目前我国清洁电器行业已进入高质量发展阶段，企业竞争模式正发生深刻变革——单纯的价格战难以为继，技术价值、用户体验竞争成为新赛道。在这一背景下，企业亟需从多个方向发力：

资料来源：奥维云网，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国清洁电器行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2025-2032）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 清洁电器 行业发展概述

第一节 清洁电器 行业发展情况概述

- 一、 清洁电器 行业相关定义
- 二、 清洁电器 特点分析
- 三、 清洁电器 行业基本情况介绍
- 四、 清洁电器 行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

(3) 销售/服务模式

五、	清洁电器	行业需求主体分析
第二节 中国	清洁电器	行业生命周期分析
一、	清洁电器	行业生命周期理论概述
二、	清洁电器	行业所属的生命周期分析
第三节	清洁电器	行业经济指标分析
一、	清洁电器	行业的赢利性分析
二、	清洁电器	行业的经济周期分析
三、	清洁电器	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	清洁电器	行业监管分析
第一节 中国	清洁电器	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节 中国	清洁电器	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对	清洁电器	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国	清洁电器	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	清洁电器	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对	清洁电器 行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	清洁电器	行业的影响分析
第三节 中国对磷矿石易环境与对	清洁电器	行业的影响分析
第四节 中国	清洁电器	行业投资环境分析
第五节 中国	清洁电器	行业技术环境分析
第六节 中国	清洁电器	行业进入壁垒分析
一、	清洁电器	行业资金壁垒分析
二、	清洁电器	行业技术壁垒分析
三、	清洁电器	行业人才壁垒分析
四、	清洁电器	行业品牌壁垒分析
五、	清洁电器	行业其他壁垒分析
第七节 中国	清洁电器	行业风险分析
一、	清洁电器	行业宏观环境风险
二、	清洁电器	行业技术风险

三、	清洁电器	行业竞争风险		
四、	清洁电器	行业其他风险		
第四章	2020-2024年全球	清洁电器	行业发展现状分析	
第一节	全球	清洁电器	行业发展历程回顾	
第二节	全球	清洁电器	行业市场规模与区域分	清洁电器 情况
第三节	亚洲	清洁电器	行业地区市场分析	
一、	亚洲	清洁电器	行业市场现状分析	
二、	亚洲	清洁电器	行业市场规模与市场需求分析	
三、	亚洲	清洁电器	行业市场前景分析	
第四节	北美	清洁电器	行业地区市场分析	
一、	北美	清洁电器	行业市场现状分析	
二、	北美	清洁电器	行业市场规模与市场需求分析	
三、	北美	清洁电器	行业市场前景分析	
第五节	欧洲	清洁电器	行业地区市场分析	
一、	欧洲	清洁电器	行业市场现状分析	
二、	欧洲	清洁电器	行业市场规模与市场需求分析	
三、	欧洲	清洁电器	行业市场前景分析	
第六节	2025-2032年全球	清洁电器	行业分	清洁电器 走势预测
第七节	2025-2032年全球	清洁电器	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章	中国	清洁电器	行业运行情况	
第一节	中国	清洁电器	行业发展状况情况介绍	
一、	行业发展历程回顾			
二、	行业创新情况分析			
三、	行业发展特点分析			
第二节	中国	清洁电器	行业市场规模分析	
一、	影响中国	清洁电器	行业市场规模的因素	
二、	中国	清洁电器	行业市场规模	
三、	中国	清洁电器	行业市场规模解析	
第三节	中国	清洁电器	行业供应情况分析	
一、	中国	清洁电器	行业供应规模	
二、	中国	清洁电器	行业供应特点	
第四节	中国	清洁电器	行业需求情况分析	
一、	中国	清洁电器	行业需求规模	
二、	中国	清洁电器	行业需求特点	

第五节 中国	清洁电器	行业供需平衡分析
第六节 中国	清洁电器	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	清洁电器	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	清洁电器	行业产业链综述
一、	产业链模型原理介绍	
二、	产业链运行机制	
三、	清洁电器	行业产业链图解
第二节 中国	清洁电器	行业产业链环节分析
一、	上游产业发展现状	
二、	上游产业对 清洁电器	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状	
四、	下游产业对 清洁电器	行业的影响分析
第三节 中国	清洁电器	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024年中国	清洁电器	行业市场竞争分析
第一节 中国	清洁电器	行业竞争现状分析
一、	中国 清洁电器	行业竞争格局分析
二、	中国 清洁电器	行业主要品牌分析
第二节 中国	清洁电器	行业集中度分析
一、	中国 清洁电器	行业市场集中度影响因素分析
二、	中国 清洁电器	行业市场集中度分析
第三节 中国	清洁电器	行业竞争特征分析
一、	企业区域分布特征	
二、	企业规模分 布	特征
三、	企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国	清洁电器	行业模型分析
第一节 中国	清洁电器	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、	波特五力模型原理	
二、	供应商议价能力	
三、	购买者议价能力	
四、	新进入者威胁	
五、	替代品威胁	
六、	同业竞争程度	
七、	波特五力模型分析结论	

第二节 中国 清洁电器	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述	
二、行业优势分析	
三、行业劣势	
四、行业机会	
五、行业威胁	
六、中国 清洁电器	行业SWOT分析结论
第三节 中国 清洁电器	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述	
二、政策因素	
三、经济因素	
四、社会因素	
五、技术因素	
六、PEST模型分析结论	
第九章 2020-2024年中国 清洁电器	行业需求特点与动态分析
第一节 中国 清洁电器	行业市场动态情况
第二节 中国 清洁电器	行业消费市场特点分析
一、需求偏好	
二、价格偏好	
三、品牌偏好	
四、其他偏好	
第三节 清洁电器	行业成本结构分析
第四节 清洁电器	行业价格影响因素分析
一、供需因素	
二、成本因素	
三、其他因素	
第五节 中国 清洁电器	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国 清洁电器	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国 清洁电器	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国 清洁电器	行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析	
二、行业资产规模分析	
第二节 中国 清洁电器	行业所属行业产销与费用分析
一、流动资产	
二、销售收入分析	

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 清洁电器 行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国 清洁电器 行业区域市场现状分析

第一节 中国 清洁电器 行业区域市场规模分析

一、影响 清洁电器 行业区域市场分布 的因素

二、中国 清洁电器 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 清洁电器 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 清洁电器 行业市场分析

(1) 华东地区 清洁电器 行业市场规模

(2) 华东地区 清洁电器 行业市场现状

(3) 华东地区 清洁电器 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 清洁电器 行业市场分析

(1) 华中地区 清洁电器 行业市场规模

(2) 华中地区 清洁电器 行业市场现状

(3) 华中地区 清洁电器 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 清洁电器 行业市场分析

(1) 华南地区 清洁电器 行业市场规模

(2) 华南地区 清洁电器 行业市场现状

(3) 华南地区 清洁电器 行业市场规模预测

第五节 华北地区 清洁电器 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 清洁电器

行业市场分析

(1) 华北地区 清洁电器

行业市场规模

(2) 华北地区 清洁电器

行业市场现状

(3) 华北地区 清洁电器

行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 清洁电器

行业市场分析

(1) 东北地区 清洁电器

行业市场规模

(2) 东北地区 清洁电器

行业市场现状

(3) 东北地区 清洁电器

行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 清洁电器

行业市场分析

(1) 西南地区 清洁电器

行业市场规模

(2) 西南地区 清洁电器

行业市场现状

(3) 西南地区 清洁电器

行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 清洁电器

行业市场分析

(1) 西北地区 清洁电器

行业市场规模

(2) 西北地区 清洁电器

行业市场现状

(3) 西北地区 清洁电器

行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 清洁电器 行业市场规模区域分布 预测

第十二章 清洁电器 行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 清洁电器 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 清洁电器 行业未来发展前景分析

一、中国 清洁电器 行业市场机会分析

二、中国 清洁电器 行业投资增速预测

第二节 中国 清洁电器 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 清洁电器 行业规模发展预测

一、中国 清洁电器 行业市场规模预测

二、中国 清洁电器 行业市场规模增速预测

三、中国 清洁电器 行业产值规模预测

四、中国 清洁电器 行业产值增速预测

五、中国 清洁电器 行业供需情况预测

第四节 中国	清洁电器	行业盈利走势预测
第十四章 中国	清洁电器	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	清洁电器	行业研究综述
一、	行业投资价值	
二、	行业风险评估	
第二节 中国	清洁电器	行业进入策略分析
一、	目标客户群体	
二、	细分市场选择	
三、	区域市场的选择	
第三节	清洁电器	行业品牌营销策略分析
一、	清洁电器	行业产品策略
二、	清洁电器	行业定价策略
三、	清洁电器	行业渠道策略
四、	清洁电器	行业推广策略
第四节	观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/754193.html>