



亚马逊选品建议

课程路径图及内容



目录

5. 厨房 (Kitchen) 品类 -----	3
5.1 厨房用品海外市场概况 -----	3
5.1.1 消费者画像 -----	3
5.1.2 厨房品类亚马逊海外流行趋势 -----	5
5.1.3 给卖家的参考建议 -----	6
5.2 厨房用品热门品类推荐 -----	7
5.2.1 不带电厨房用品选品推荐 -----	8
5.2.2 带电厨房用品选品推荐 -----	15
5.3 厨房用品品类合规认证 -----	21

5.1 厨房用品海外市场概况

5.1.1 消费者画像

消费人群

以家庭主妇、工薪阶层、白领为主，他们消费力中上，对生活品质有一定追求，所以在乎产品的性价比，同时也追求品质和个性化。



消费力



个性化



性价比

消费频次

欧美消费者购买厨房用品的频次比较高，经常会每季度重复购买；家用电器的消费频次会相对低一些；

此外，由于带电产品相较不带电产品客单价更高、使用寿命更长，所以消费者对考虑置换新产品的时间也更会长。

消费者诉求

在厨房用品上，总体来说消费者普遍注重性价比、产品选择多、质量稳定有保障、收货便捷快等，但各个站点消费者的诉求也略有差别。

美国消费者

- 希望产品在价格上有竞争优势，超过 65% 的美国人认为有竞争力的价格能提升购物体验；
- 同时他们希望同类产品有更多选择性且品质有保障；
- 物流方面，准时、退货方便都是消费者的诉求。

欧美消费者

- 追求高性价比；
- 物美价廉的产品。

日本消费者

- 倾向于清新、简约风格的产品，品牌忠诚度、在线复购率都很高，由于购买决策都是经过深思熟虑，所以退货率也比较低；
- 因为房间相对小、天花板低，所以非常看重产品是否方便收纳；
- 注重细节，包括包装、标签、购物凭证；
- 环保、高效率，即商品页面简单易懂，下单便捷，配送快。

5.1.2 厨房品类亚马逊海外流行趋势

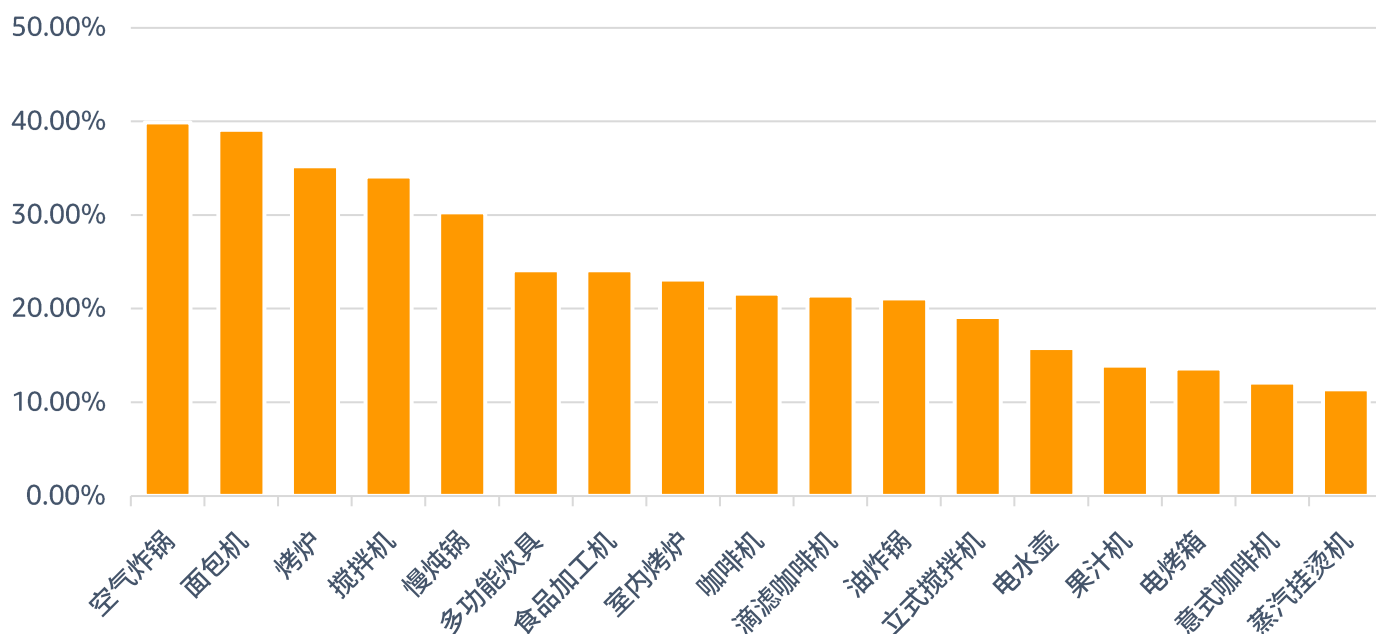
厨房是热门消费场景

受疫情影响，欧美大部分家庭处于居家状态，在家下厨成为日常必不可少的一部分，食物储物和不锈钢厨具、餐具也成为日常居家的必备用品，其中不锈钢厨具餐具也因其方便清洁、握感舒适，成为欧美人喜爱的材质之一。

在家烹饪激发了外国人钻研美食的兴趣，54% 的美国人表示即使疫情过后，仍会继续在家下厨做饭，46% 的美国人则表示未来会更多在家烘焙¹，相信今年对厨房类产品的需求会持续强劲。除了厨房家电外，厨房收纳、烘培烹饪器皿器具都会是大热品类。

据调研显示，43.1% 的美国消费者表示，如果计划在未来 12 个月内在线购买小型厨房电器，最有可能购买的产品是空气炸锅，其次是面包机、烤炉、搅拌机、慢炖锅等²。

未来 12 个月在线购买小型厨房电器需求占比



1. Survey: Cooking more at home could become the new normal post-pandemic

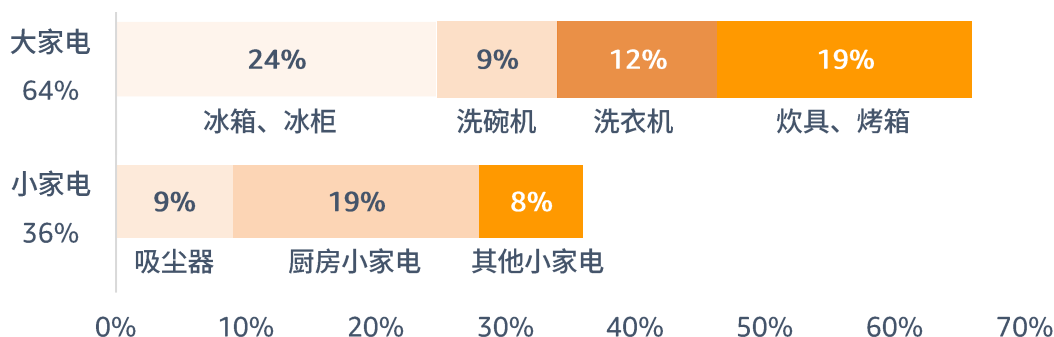
2. Small Kitchen Appliance Consumers Are Most Likely to Purchase in Next 12 Month US, Statista, 2020

5.1.3 给卖家的参考建议

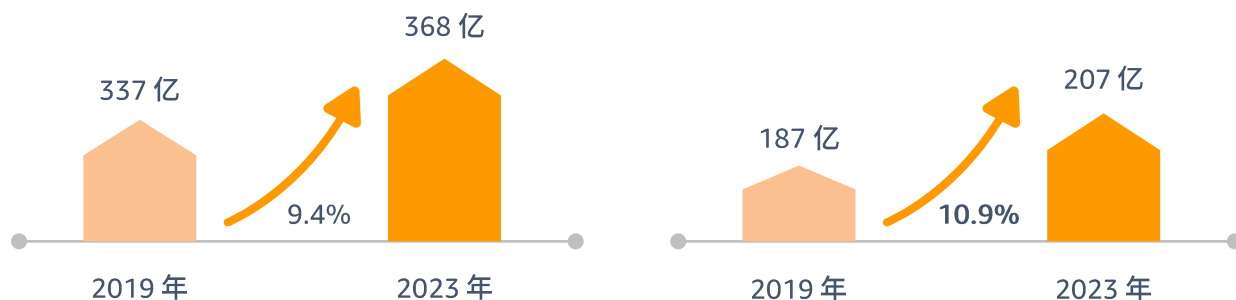
厨房用品

- 中国一直是厨房用品生产大国，产品物美价廉，中国卖家可以充分利用产业带优势；
- 一定要持续关注产品质量，注重性价比，以此为突破口赢得欧美消费者信赖，扩大品牌影响力；
- 关注家居厨房小家电，家电主要分为大家电（如冰箱、冰柜、洗碗机）和小家电（如吸尘器、面包机、咖啡机），厨房、清洁及其它生活电器（特别是小家电）的规模超过市场份额的50%，小家电是其中增长最快的品类，预计 2019-2023 年平均增长率为 10.9%，2023 预估市场规模将高达 2,070 亿美金。¹

2019 全球家电销售额占比



小家电增长潜力大，预计 2019-2023 年平均增长率为 10.9%



- 除家用场景，外出就餐、商用聚餐或餐厅采购也是值得卖家关注的企业买家购买场景，主要的企业客户类型除了来自餐饮业，还有政府、医院、学校、企业的食堂，以及咖啡馆、街头食物车等。了解更多“舌尖上的机遇，亚马逊企业购商用餐厨选品指南”，请点击[此处](#)查看。

1. Household Appliances Report, 2020, Statista

5.2 厨房用品热门品类推荐

厨房用品品类热卖子品类及运营贴士

不带电厨房用品

- 食材保鲜、分类整理；
- 厨房不锈钢厨具、餐具；
- 厨房工具、炊具；
- 咖啡、茶相关器具和产品；
- 厨房收纳；
- 烘焙用具；
- 聚会餐饮用品。

带电厨房用品

- 咖啡机；
- 料理机、榨汁机、冰沙机、制冰机；
- 电热水壶；
- 空气炸锅；
- 压力锅、电饭煲；
- 烤箱、烤炉。

5.2.1 不带电厨房用品选品推荐

食材保鲜、分类整理

热销产品：食物储物盒、食物储物袋

消费者关注点：容量大小、材质是否健康安全、适用温度高低、锁扣密封性、是否易清洗
给卖家的建议：

- 食物储物是消费类产品，质量一定要严格把控，说明书中要详细标注适用温度高低的临界值；
- 若适用微波炉应重点强调注意事项避免发生危险；
- 密封圈材质确保环保并质量可靠；
- 实际重量比较重，建议海运或者铁运更经济实惠。

热销站点：美国、欧洲

热卖月份：全年

产业带：青岛、淄博、台州、揭阳

价格区间：10-50 美元、9.3-46.8 欧元



厨房不锈钢厨具、餐具

热销产品：不锈钢厨具、餐具

消费者关注点：材质的品质、制作工艺、抛光效果、尺寸大小、适用场景、清洗难易、握感体验

给卖家的建议：

- 说明书和详情页面应详细标注产品的使用场景和每把刀叉的尺寸大小，欧美买家对刀叉的长短以及使用场景有严格的要求，即使在欧洲5国内部也有细微差别，标注清楚避免买家购买错误导致退货；
- 欧美买家注重生活品质，在材质上应选择品质上乘的不锈钢，健康环保；
- 在抛光工艺上，注重光泽度以及打磨效果，保证产品工艺；
- 实际重量比较重，建议海运或者铁运更经济实惠。

热销站点：美国、欧洲

热卖月份：全年，下半年是旺季

产业带：揭阳、阳江

价格区间：20-50 美元、18.7-46.8 欧元



厨房工具、炊具

热销产品：炒锅 / 油炸锅、煎锅、刀具、磨刀器、排水架、水壶

消费者关注点：安全无毒、容易清洁、轻便易用（适合家庭主妇）、性能稳定、耐用、高性价比、尺寸合理、易于收纳

给卖家的建议：

- 可以提供不同尺寸和不同功能的锅具和刀具套装供消费者选择；
- 由于日本是个自然灾害多发的国家，便于携带、可在户外使用的锅具和刀具也有较大的潜在需求。

热销站点：日本

产业带：永康、阳江

价格区间：1,000-4,000 日元



咖啡、茶相关器具和产品

热销产品：手磨咖啡机、咖啡杯 / 马克杯、水壶和杯子的配件、围裙

消费者关注点：材料牢固、做工精细、方便使用（例如杯子可以在微波炉中使用）、方便清洗（例如可用于洗碗机）、耐脏、造型时尚

给卖家的建议：

- 因为日本本土有很强水杯 / 保温杯品牌，所以直接销售该品类商品会面临较大竞争压力，而相关配件竞争压力相对较小，例如具有保温功能的杯套、午餐袋等。

热销站点：日本

产业带：义乌、余姚、金华

价格区间：1,500-8,500 日元



厨房收纳

热销产品：抽屉收纳分隔板、刀具收纳、炊具收纳、红酒收纳、橱柜收纳、垃圾回收分类

消费者关注点：空间利用率、牢固程度、设计性、防油防水防污性、密封性、规格、材质

给卖家的建议：

- 尽可能提供多种规格；
- 规格、材质、适用收纳物品建议说明清晰，因为顾客会针对厨房空间大小和炊具尺寸进行选购；
- 易拉易放、做工精细；
- 符合人体工学；
- 储物能力强。

热销站点：美国

热卖月份：全年

产业带：浙江

价格区间：10-200 美元



烘焙用具

热销产品：锡箔纸、铝箔盘、烤盘、刮刀、搅拌器、饼干模型切割刀、擀面杖

消费者关注点：规格、材质、不粘底、功能、安全耐热、易清洗

给卖家的建议：

- 不同的材质（玻璃、铁、硅胶、合金、陶瓷）、形状、大小、结构对最终烹制的食物有不同的效果，选品时应有所区分，质量说明也要清晰；
- 烘焙产品可提供多规格套装，更易售；
- 本地市场烘焙类产品竞争较大，此类产品较为看重性价比。

热销站点：美国

热卖月份：节日季

产业带：浙江、广东、山东

价格区间：10-50 美元



聚会餐饮用品

热销产品：沙拉盘、一次性餐具、果汁容器、酒精器皿

消费者关注点：美观、环保、规格、材质、阻热性

给卖家的建议：

- 疫情若好转，夏日庭院聚会会增加，餐具的重量、美观性、耐热性很重要；
- 国外注重环保，可持续一次性餐具正在流行，可降解、可重复利用、减少塑料利用的产品更受欢迎。

热销站点：美国

热卖月份：夏季

产业带：浙江

价格区间：10-30 美元



5.2.2 带电厨房用品选品推荐

咖啡机

消费者关注点：外观设计、适宜场所、控制简便、安全、易清洁

给卖家的建议：

- 咖啡文化在国外历史悠久，咖啡机是外国家庭常见的家电。咖啡机已实现了磨粉、压粉、装粉、冲泡、清除残渣等酿制咖啡全过程的自动控制，方便、快捷且操作简单；
- 目前高端市场大牌占有率较高，中国卖家较多集中在滴滤式，客单价相对较低，未来可以考虑结合产品特性往中间段全自动咖啡机方向发展，实现高性价比选品。

热销站点：北美、欧洲、日本

热卖月份：全年

产业带：佛山、顺德、东莞、慈溪

价格区间：30-300 美元、28-280 欧元、3815-38149 日元



料理机、榨汁机、冰沙机、制冰机

消费者关注点：易清洁、细腻度、时间可调节、电机性能、加热功能、安全性
给卖家的建议：

- 产品设计可优化底座，使其平稳（避免摇晃不平）、静音；
- 简单易懂的使用说明以及搭配健康食谱推荐（适用于当地市场人群更佳）；
- 全自动制作冰淇淋、雪糕等，绝对是夏天居家的必备产品，可将冰淇淋机纳为季节性产品重点考虑对象；
- 注意专利问题，不少冰淇淋机在欧美地区都有可能存在外观专利。

热销站点：北美、欧洲

热卖月份：全年（料理机）、夏季（冰沙机、制冰机）

产业带：佛山、顺德、东莞、慈溪

价格区间：30-100 美元、28-93 欧元



电热水壶

消费者关注点：主要壶体材质、出水设计、环保安全、易清洗、防烫伤、煮沸时间以及煮沸干燥保护

给卖家的建议：

- 比较成熟的品类，中国卖家可以多关注优化和改善产品，如给带娃在家繁忙的妈妈们一些智能化设计，比如延时加热、温度控制、保温功能、安全童锁等；
- 不锈钢材质的产品避免产生难闻的金属味等；
- LED 颜色识别、大角度开合及无线设计等功能；
- 可搭配杯具套装拓展产品线。

热销站点：北美、欧洲、日本

热卖月份：全年

产业带：佛山、顺德、东莞、宁波、慈溪

价格区间：30-100 美元、28-93 欧元、3815-12710 日元



空气炸锅

消费者关注点：体积和容量、外观设计、可控温度范围、易清洁、无 / 低油健康烹饪、安全性、多智能烹饪程序（时间温度控制）、空气循环系统

给卖家的建议：

- 目前市面上的空气炸锅分类众多，型号各有不同，而且已经朝着智能化与科技化的方向发展，也逐步融入了更多功能，给消费者带来了与众不同的体验；
- 关注优化产品的设计、安全性、简单操作性、食物受热均匀、隔热性能，并可尝试在健康烹饪菜单推荐上突破；
- 注意专利问题，避免上架侵权商品（尤其外观专利）。

热销站点：北美、欧洲、日本

热卖月份：全年

产业带：佛山、顺德、东莞

价格区间：40-200 美元、37.4-187 欧元、5087-25433 日元



压力锅、电饭煲

消费者关注点：全自动的烹饪程序、体积和容量、材质和使用安全（如无涂层内胆）、抗菌材质、煮饭的时长及口感、易清洁性

给卖家的建议：

- 产品设计可考虑智能化，能快速、安全、自动实现多种烹调方式，节能、营养的特性也是现代人追求的方向；
- 材质安全性和细节人性化，如操作简单可一键拆卸上盖等，同时搭配丰富的配件如附赠多层的蒸煮食物架等，以及说明书和食谱，提供丰富的美食参考等。

热销站点：北美、欧洲、日本

热卖月份：全年

产业带：佛山、顺德、东莞、中山

价格区间：30-100 美元、28-93 欧元、3815-12710 日元



烤箱、烤炉

消费者关注点：烤箱容积、适用环境场景、功率、烤箱最高温度、节能环保、安全、操作简单

给卖家的建议：

- 中国卖家需解决大件烤箱的物流及安装售后等方面问题，可以从桌面小烤箱入门，对于一些小型厨房来说，大烤箱占地大且不容易清理，由此迷你烤箱横空出世，在欧洲、日本等小家庭极受欢迎；
- 消费者对智慧厨电的需求日益上涨，将直接影响着厨电市场，产品设计也可考虑智能化方向发展，搭配说明书和推荐食谱等。

热销站点：北美、欧洲、日本

热卖月份：全年

产业带：广东（佛山、顺德、东莞）、浙江

价格区间：50-120 美元、46.8-112.2 欧元、6358-15260 日元



5.3 厨房用品品类合规认证

目前，您可以注册登录亚马逊卖家合规系统 (Amazon E-Commerce Compliance Total Solution, ECTS)，查询海外站点合规要求，选择服务商并提交合规需求。目前支持美国、欧洲、日本、澳大利亚、新加坡等海外站点，可查询在亚马逊销售的高风险产品类型，如儿童玩具、吹风机、灯具、高压锅等。如果搜索关键字后暂时没有查找到目标产品类型，也可以选择相近的产品类型，先在系统中联系到服务商后，再做详细咨询。

[点击了解更多](#)

美国站点

需要遵循：

- FCC：针对无线电相关产品，如 Wi-Fi、蓝牙、微波等设备；
- DOE：针对小家电涉及电器相关产品；
- FDA：食物接触材料如微波炉、锅、碗等需要符合相关要求；
- 需要有能源标签和电光源标签：电视机、电冰箱、冷藏柜、冰柜、洗衣机、室内空调、吊扇等。



美国 FDA 对接触食物的产品有一定规范，许多厨房类目会有所涉及。

在上市之前并不需要每件厨房用具都有 FDA 批准，但其构成材料必须符合“通常视为安全” (GRAS) 合规，并且根据 FD&C 法案，必须无危害性缺陷和设计缺陷。

在没有常规检查或炊具抽样活动的情况下，消费者的投诉会成为 FDA 进行产品审核的重要触发点。

FDA 的检查资源有限，并根据对公共健康的预期风险确定其监视活动的优先级。低风险物品（如不锈钢器皿或炊具）的关注程度不高，而高风险物品（如上釉的氧化铅陶瓷杯）应定期取样和测试。制造公司或分销商可能会受到消费者安全官员的检查，如果发现违规产品，FDA 可能会发出警告信，产品召回或禁令。
[了解更多详情，请点击此处查看。](#)

欧洲站点

需要遵循 CE、RoHS、WEEE（适用于电子电器产品）、食品接触材料 (Regulation EC NO. 1935/2004):

- CE: 标志是制造商应用于商品的自认证标志;
- WEEE: 如果您销售电器或电子设备 (EEE), 则可能需要遵守欧洲关于收集和回收电器与电子设备废料 (WEEE) 的 2012/19/EU 指令 (电器与电子设备废料指令), 以及实施这一指令的国家 / 地区法律;
- RoHS: 是有害物质限制指令。指令 2011/65/EU 限制了某些有害物质在电器与电子设备中的使用 (RoHS), 旨在推动对电器与电子设备废料 (WEEE) 进行环保的回收和弃置。为了实现这一目标, RoHS 指令限制在此类设备中使用某些有害物质。



CE 标志表明商品符合欧洲经济区 (EEA) 的健康、安全和环境保护标准。并非在欧洲经济区销售的所有商品都需要具有 CE 标志。

需要具有 CE 标志的常见商品示例包括玩具和游戏、电视/音响、个人防护装备、机械、建筑商品、燃气设备、休闲和私人游艇、压力容器以及测量设备。

您可以在以下链接找到更多详细信息:

CE 标志商品的完整列表, [点击查看](#);

有关制造商粘贴 CE 标志所需采取步骤的信息, [点击查看](#)。

日本站点

需要遵循《电气设备与材料安全法》(PSE)、无线电波法（适用于无线电波产品）。



日本食品卫生法要求产品不得含有对人体造成危害的有毒有害物质，并设置相应的检验标准，只有通过了检测和检验才能将产品出口到日本国内并进行销售，日本厚生劳动省也会依据相应标准进行管控。具体要求可以参考“卖家平台”。了解更多合规信息可咨询专业机构，或参考各站点合规说明（限制商品，产品安全，亚马逊物流危险品等）。详细政策，请[点击此处查看](#)。

恭喜您完成本课程的学习

接下来有更多学习内容等着您

课程路径图

1.4 宠物 (Pet) 品类

1.5 厨房 (Kitchen) 品类

1.6 家居 (Home) 品类



动动手指，一键点亮页面右下角的“👍”
让我们为您带来更多实用的学习资料！



请扫二维码填写课程反馈
让我们持续优化您的体验

延伸学习课程



选品趋势及指南

- 亚马逊选品建议
- 亚马逊选品工具

除了本章的亚马逊选品建议，选品趋势及指南系列中还有更多内容等着您，别忘了持续学习更多...



Level 1: 新手加速上路升级班

快速有效引爆流量

您可以在亚马逊官方讲堂了解并掌握更多新手加速上路的要点，快来获取优质学习体验吧！



扫码了解更多