



《2025京东钛厨具趋势白皮书》



2025.9

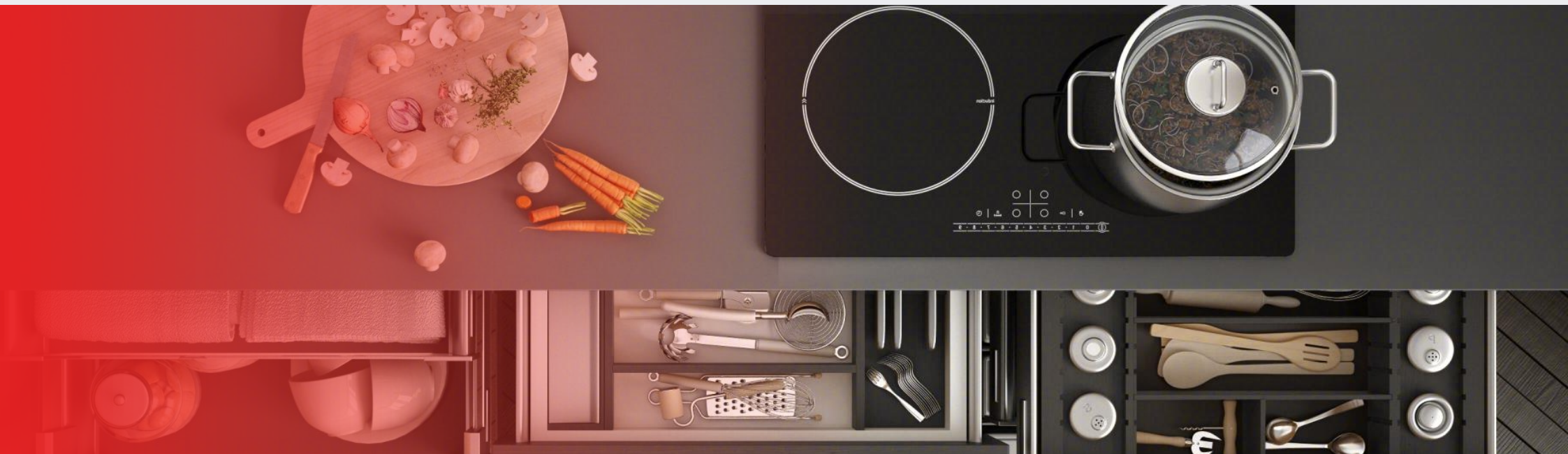
序言

随着生活水平的提高，我国消费者对于健康日益重视，同时在健康中国战略推动下，消费者健康素养水平也日渐提高，饮食与营养健康更是健康生活的首要关注点。

钛厨具因为钛材料健康稳定的优势，逐渐得到消费者的青睐。钛厨具是相对新兴的品类方向，为了帮助品牌更好地了解市场，设计出消费者真正需要的产品，也为了帮助消费者选购时避免误区。在中国五金制品协会的指导下，京东零售家电家居事业群厨具业务部、京东新品创新中心、京东消费及产业发展研究院，携手艾瑞，及苏泊尔、爱仕达、飞剑、OOU等品牌方，共同发布《2025京东钛厨具趋势白皮书》，揭示钛厨具的产品趋势、消费者需求，推动钛厨具的增长飞轮高速启航。



目录



- 一. 健康饮食趋势与钛厨具发展
- 二. 钛厨具消费需求趋势洞察
- 三. 京东钛厨具增长趋势洞察

ONE

健康饮食趋势 与钛厨具发展

01



健康中国战略与相关政策带动下，我国居民健康素养水平稳步提升

健康中国战略



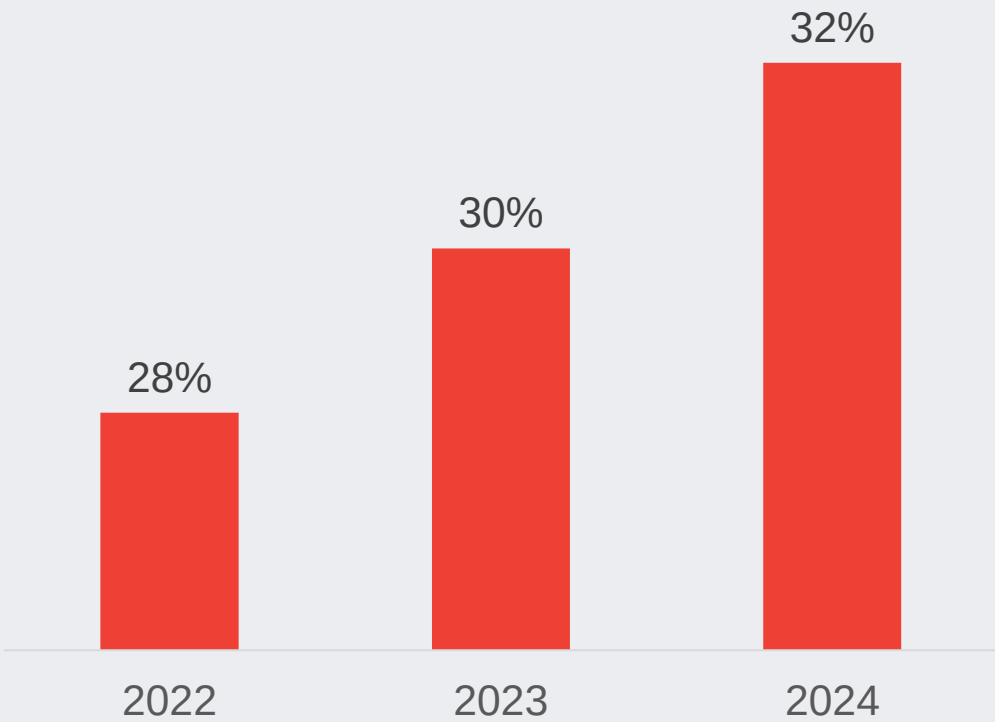
2024年，国家卫健委印发

《全民健康素养提升三年行动方案》

《体重管理年活动实施方案》

健康素养水平

中国居民健康素养水平

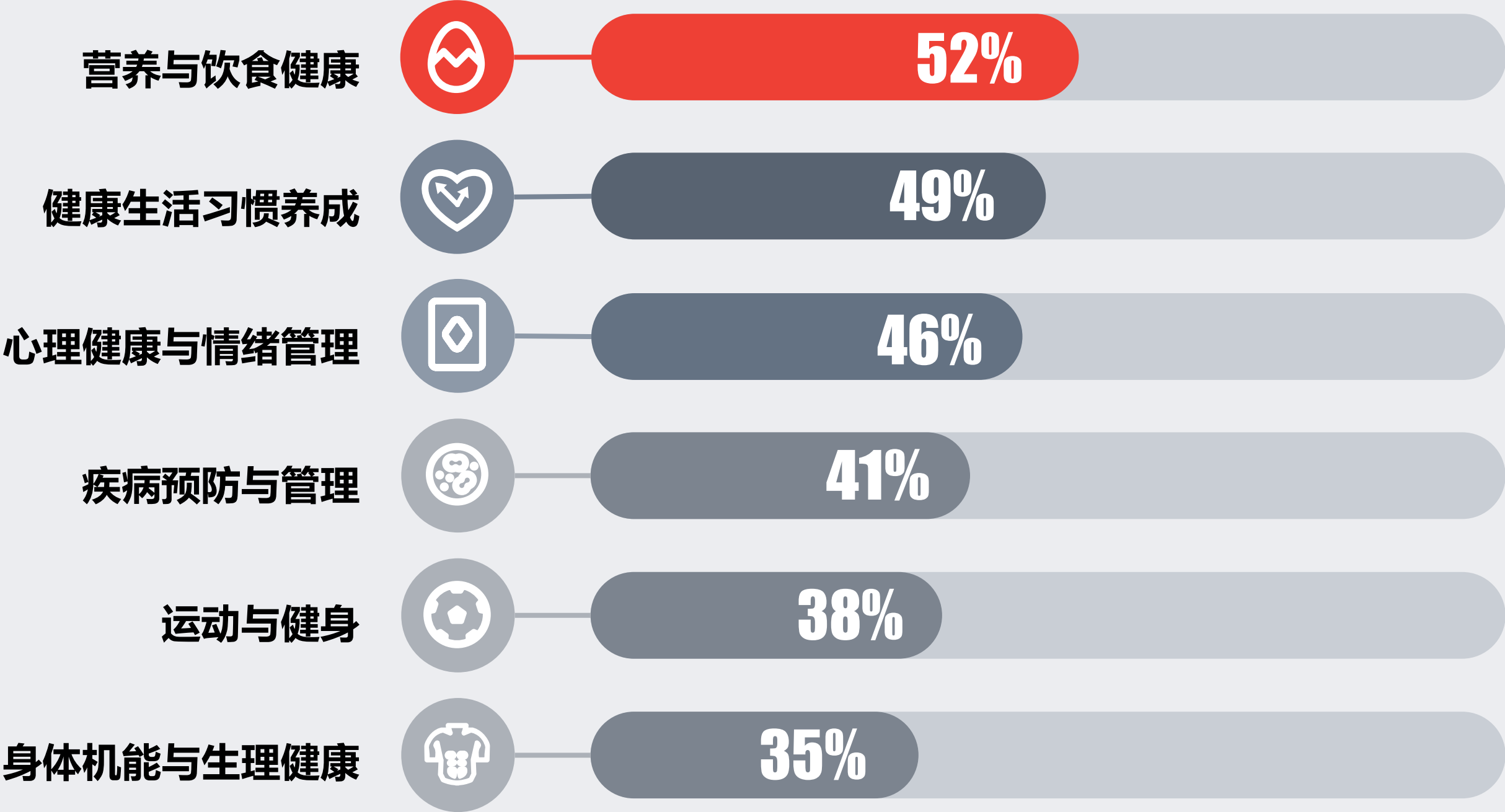


数据说明：健康素养水平指具备基本健康素养的人在总人群中所占的比例，问卷得分达到总分的80%及以上，被判定具备其本健康素养

● 健康认知领域，消费者对营养与饮食健康最为关注



消费者希望提升的健康认知领域



● 饮食健康对厨具的需求覆盖食材制备、烹饪、存放等全场景

饮食全场景的厨具需求

制备



“食材安全”

→ “拒绝隐形健康风险”

- 对“有害物质析出”的零容忍
- 对“抑菌抗菌”的主动追求

烹饪



“传统烹饪”

→ “营养味道最大化”

不仅仅完成烹饪，更希望能尽可能的保留营养和享受食物本来的味道

存放



“使用健康”

→ “操作友好”

- 轻量化设计适配“省力需求”
- 易清洁性降低“化学残留风险”

食饮用



“烹饪环节”

→ “饮食全场景”

- 饮食饮水场景的健康升级
- 储存制备场景的健康适配

● 健康厨具话题在社交媒体热度爆发，钛材质厨具可解决诸多痛点



“钛锅” 声量 **68,718**
互动量 **294万次+**

“钛杯” 声量 **401,011**
互动量 **1858万次+**

“钛刀” 互动量 **154万次+**

钛材质爆发式增长



“无涂层锅” 声量**252,923**
互动量 **978万次+**

“0涂层锅” 声量 **202,544**
互动量 **584万次+**

0涂层/无涂层热度高



“抗菌菜板” 互动量
10万+

“生熟分区” 互动量
25万次+

抑菌功能精准解决痛点

● 钛的特性稳定，钛厨具具备轻便、无析出等突出优势



钛Ti 一种化学元素，一种银白色的过渡金属，其特征为重量轻、强度高、密度低、具金属光泽、耐高温、耐低温、抗强酸强碱，被美誉为“太空金属”

钛的特性



密度低



强度高



耐高低温



耐腐蚀



亲生物性



作为厨具的优势



轻便，便携



无重金属等杂质析出，安全



营养保持更好



烹饪过程不影响食物味道



盛放时延缓细菌滋生



不留异味

● 产业链上游和产品端的技术工艺不断进步，为钛厨具产业发展打下坚实基础

上游

供应链日趋成熟



钛原料领域新进入者增多，产量扩大、供给充足；同时钛从航空航天等领域渗透至汽车、消费电子、体育器械、餐厨具等生活场景，需求旺盛，供需形成正向循环，推动钛供应链日趋成熟稳定

综合发展成本降低



得益于收率提升、智能制造、产能扩充等因素，钛原料价格处于10年来低位。例如目前钛价格在9万元/吨左右，未来仍有下探趋势

产品端

加工工艺迅速发展



近几年产品端成型、焊接、抽真空、表面结晶工艺等技术都迅速发展迭代，大大提高了产品质量

研发设计实力大增



品牌持续加大投入建设研发设计能力，钛厨具产品丰富度已经有很大的提升

● 技术降本和需求爆发叠加，驱动未来钛厨具产品迭代升级提速

技术降本

智能制造与各项技术工艺的不断提升
奠定制造基础

需求爆发

健康关注叠加多年市场培育
即将进入高速发展阶段

产品完善

产品设计贴合需求
工艺提升，日趋完善



TWO

钛厨具消费需求 趋势洞察

- 钛锅具消费洞察
- 钛水具消费洞察
- 其他钛厨具消费洞察

02



● 我们将通过消费者决策旅程解析钛厨具用户的消费行为与新期待

考虑

对比

购买

使用

期待



• 消费者**在哪里**对比了解厨具

• 消费者购买厨具时**关注什么**

• 消费者购买钛厨具的**原因**

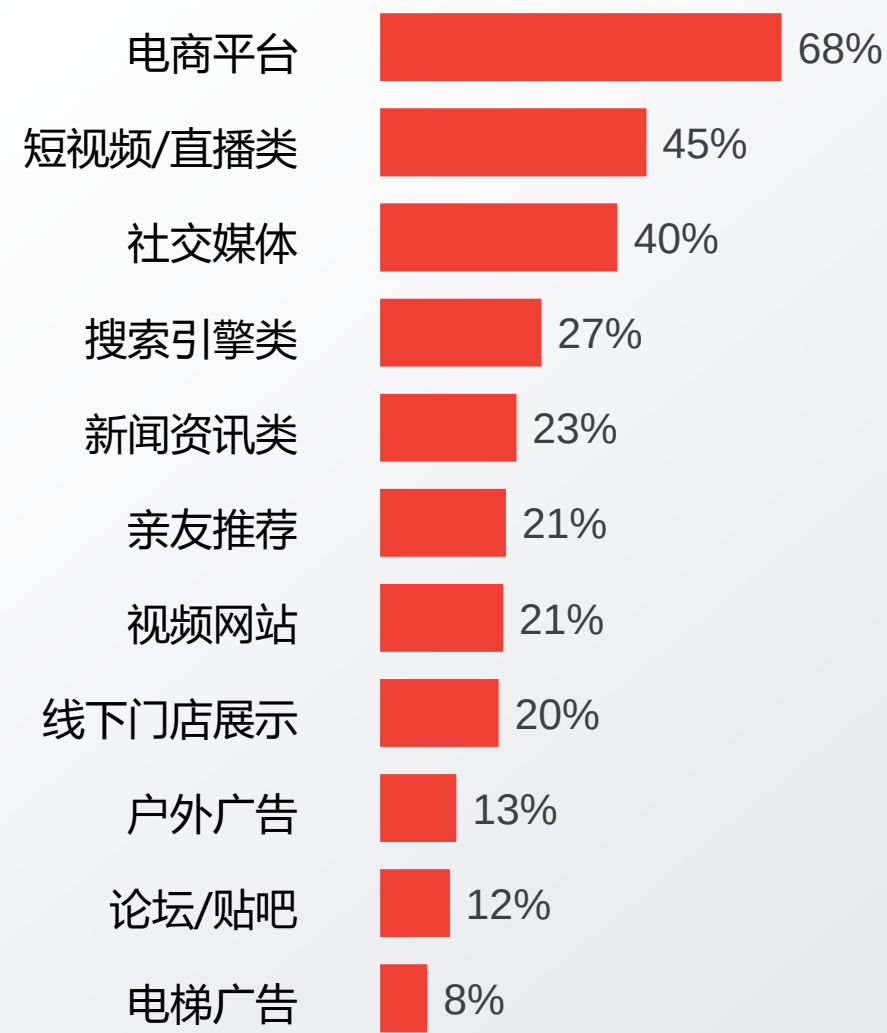
• 消费者在什么场景**使用**钛厨具

• 消费者**期待**什么样的新功能

● 用户购买钛厨具决策快，电商平台和社媒平台对消费者购买决策影响大

- 电商平台在消费者购买过程中发挥着核心作用，需围绕消费者关注点，重视产品核心价值、适配场景等信息建设
- 其次，短视频和社交媒体产品内容种草，以及打通电商平台购物路径，将提升消费者购物体验和效率

信息获取渠道



购买决策时长

5天以内决策占比

83%

● 需要提供全面可信、相对权威的信息帮助消费者决策

- 当下信息碎片化，在消费者购买过程中，有效信息获取仍存在问题，即使是已经购买钛厨具的用户，也存在信息欠缺的反馈；一部分消费者更因为参数不够细致、缺乏真实评测而放弃购买
- 对于逐渐出圈的新兴品类，需要借助权威，提供细致的多维测评，建立真实可信的信息内容场景

消费者对信息内容的负面反馈

已购买消费者



考虑但未购买消费者



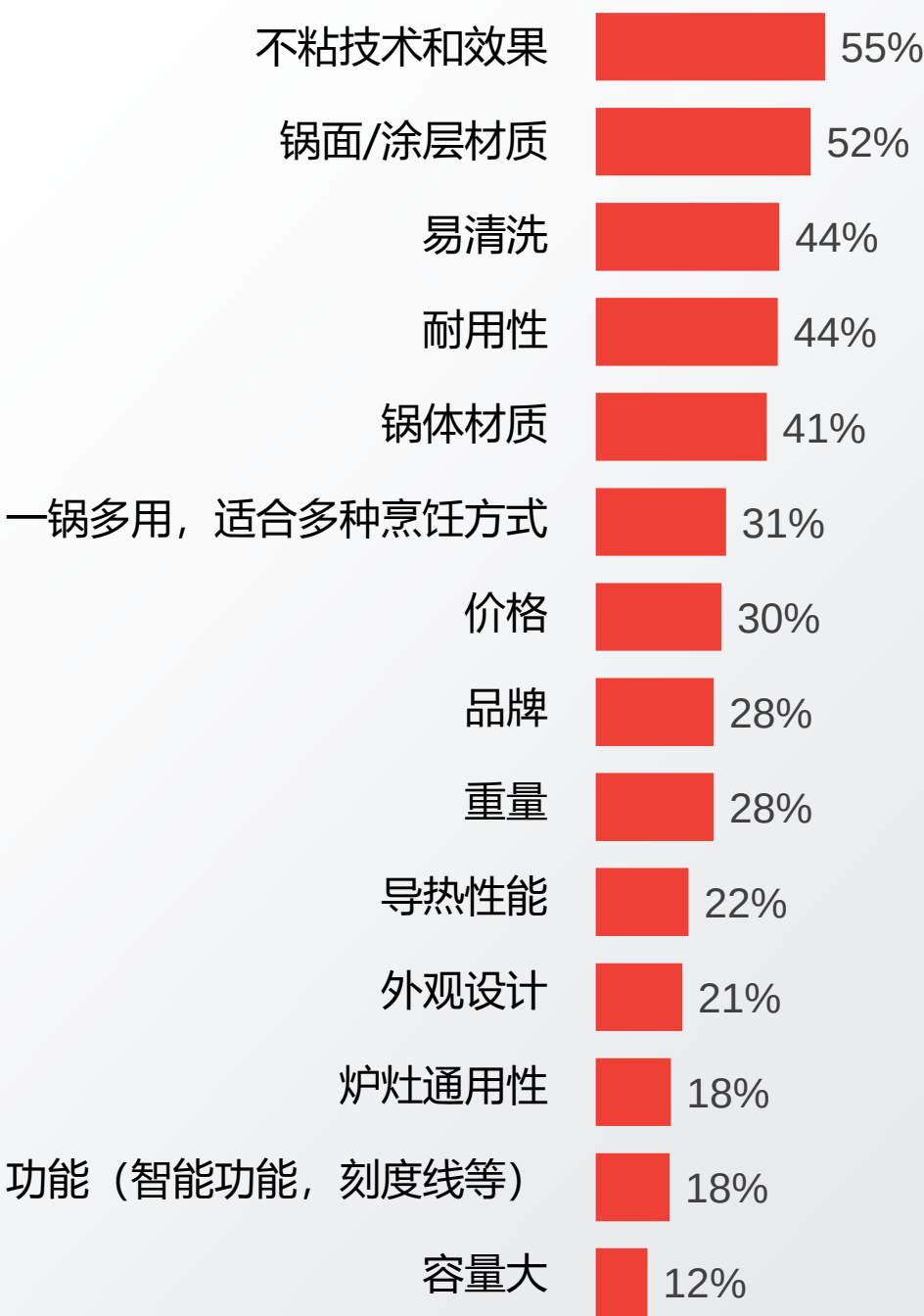
钛锅具消费洞察



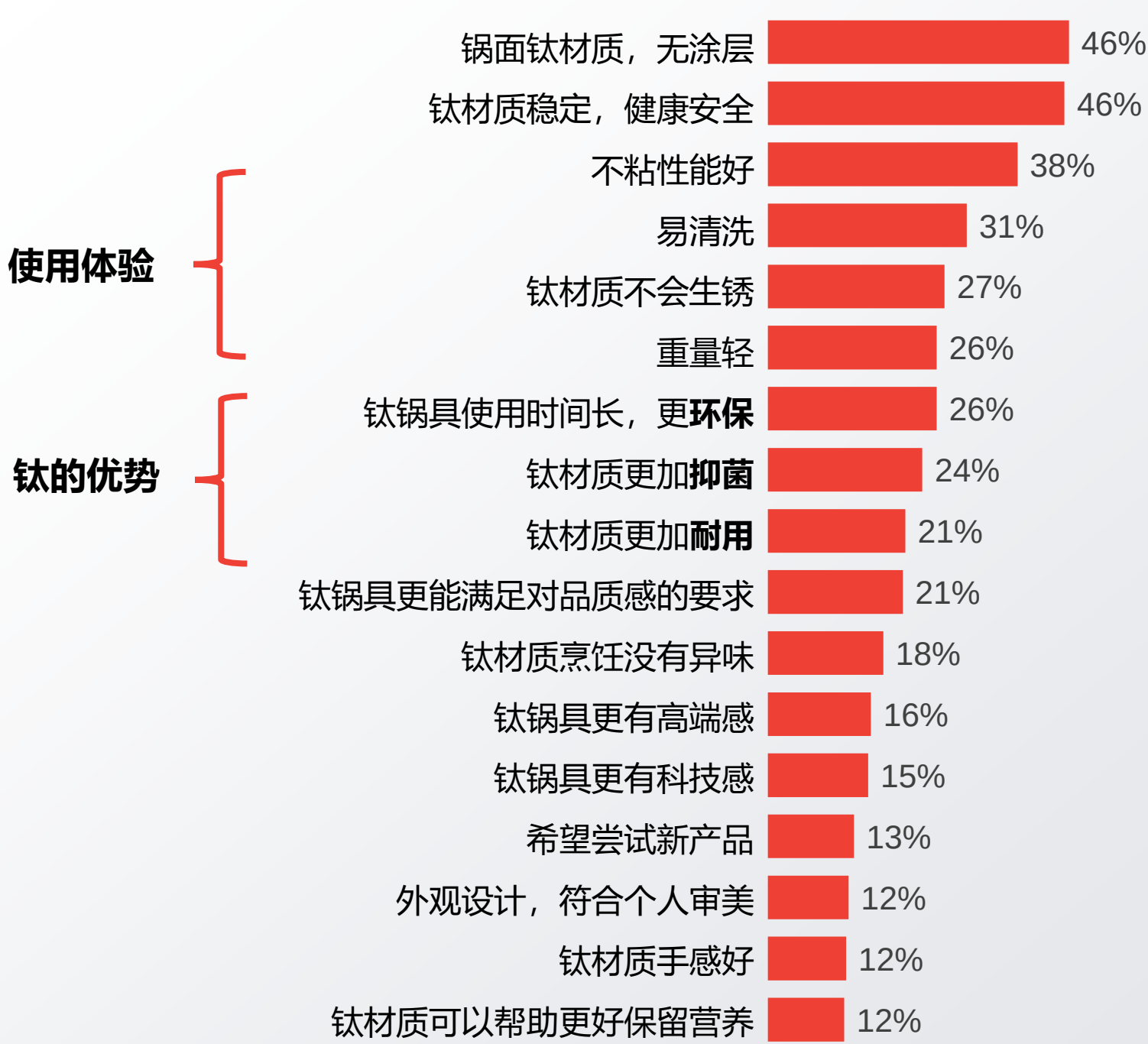
● 钛锅具的产品优势满足了消费者对锅具使用体验的要求

- 钛锅具无涂层、稳定健康安全的特点很好地匹配消费者需求，其次使用体验佳也是消费者选择钛锅具的原因
- 除产品本身优势外，未来可进一步提升品牌、品质感和高端感等情感价值的用户感知

消费者购买锅具时考虑什么



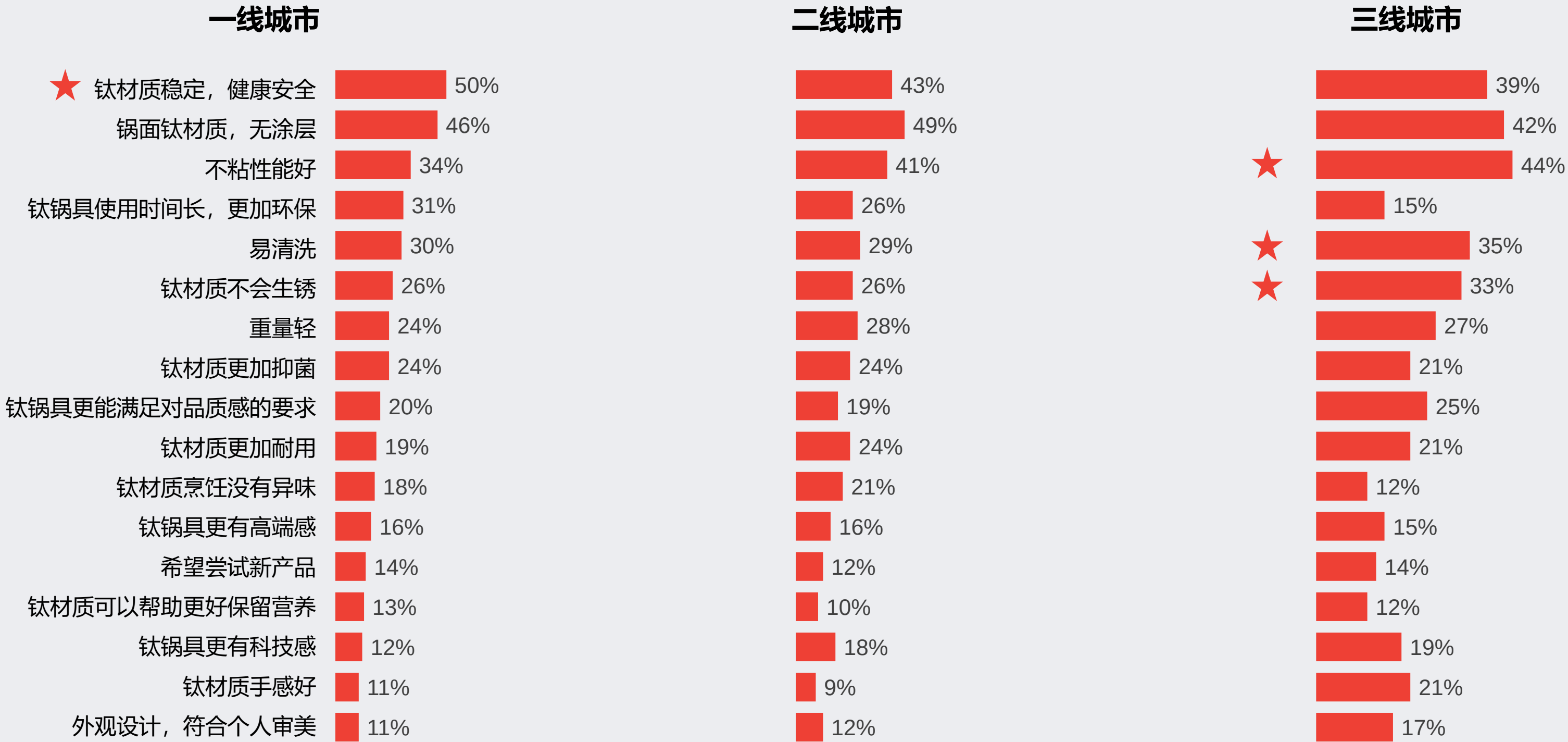
消费者为什么选择钛锅具



● 选购钛锅具时，一线用户更看重材质本身特点，三线用户更看重实际体验

- 一线城市用户健康观念更强，消费能力更高，对钛材质的感知更强；三线城市用户虽然对钛的优势也认可，但消费理念更务实，注重实际的使用体验。因此在不同线级城市，产品布属和运营推广都需要差异化策略

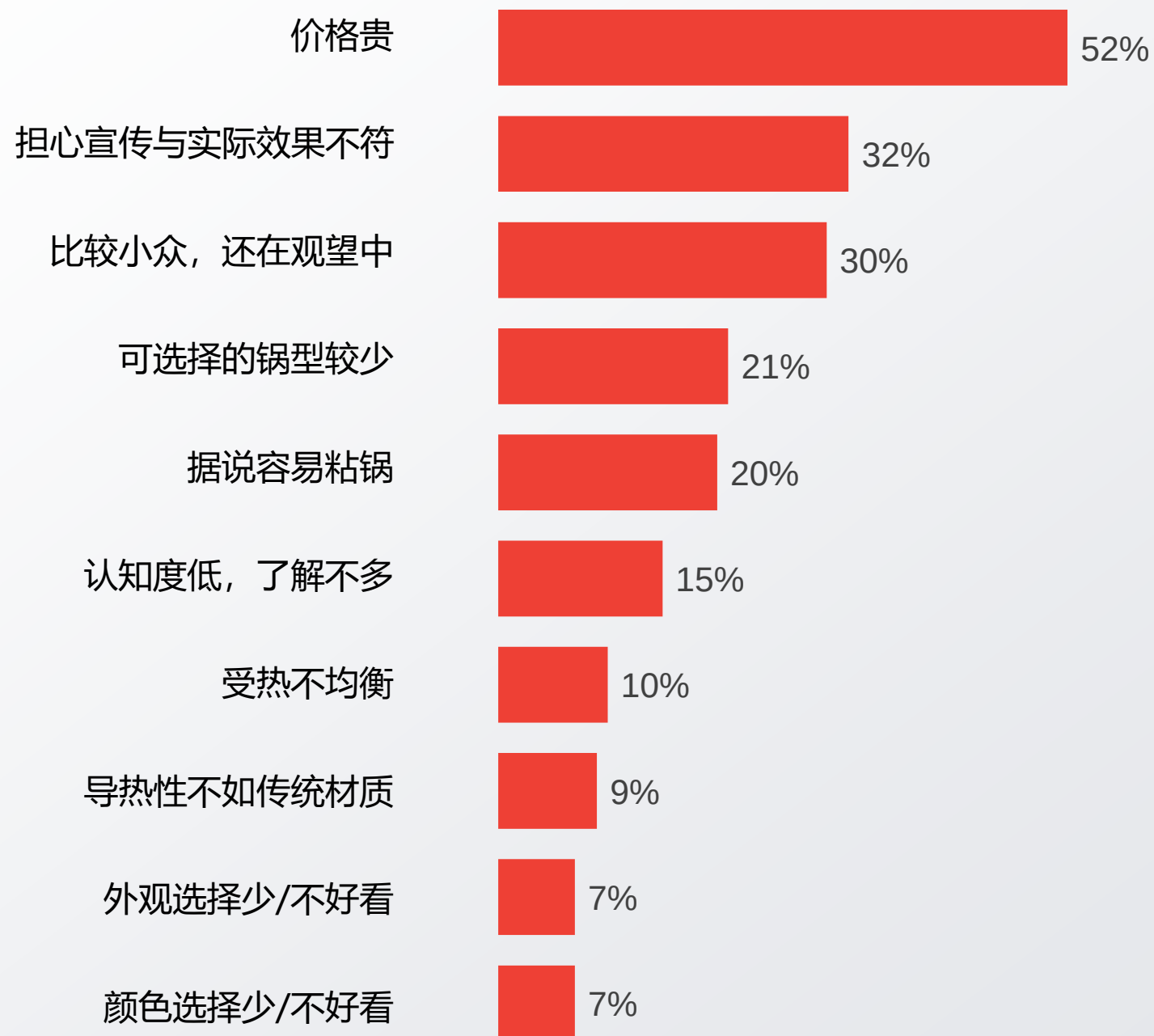
不同线级城市消费者选择钛锅具的原因



● 除价格因素外，信任与认知不足、产品选择少是徘徊用户未选择钛锅具的原因

- 针对价格障碍，随着钛厨具的市场份额增长，在产品定位上需推动从“高端小众”向“大众普惠”转型
- 针对信任和认知不足的问题，品牌与平台都需要提供更全面可信的信息来帮助消费者决策
- 可选择的锅型较少也是消费者放弃购买钛锅具的原因之一，未来可以丰富锅型，提供更多选择

消费者考虑钛厨具但未购买原因有哪些

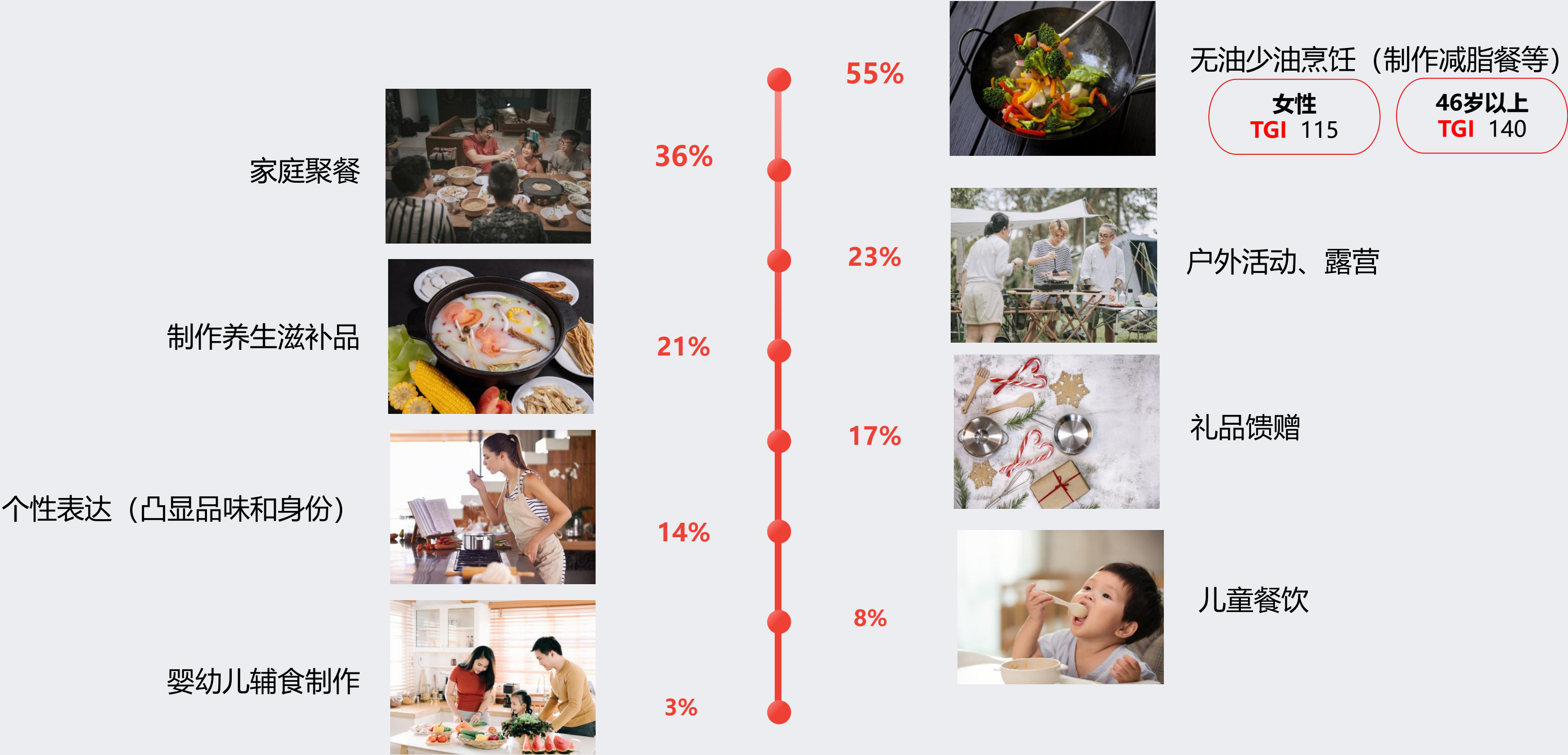


数据来源：京东联合艾瑞厨具消费者调研 2025, N=1500

● 钛锅具渗透到用户日常生活和社交的多元场景，无油少油烹饪需求度高

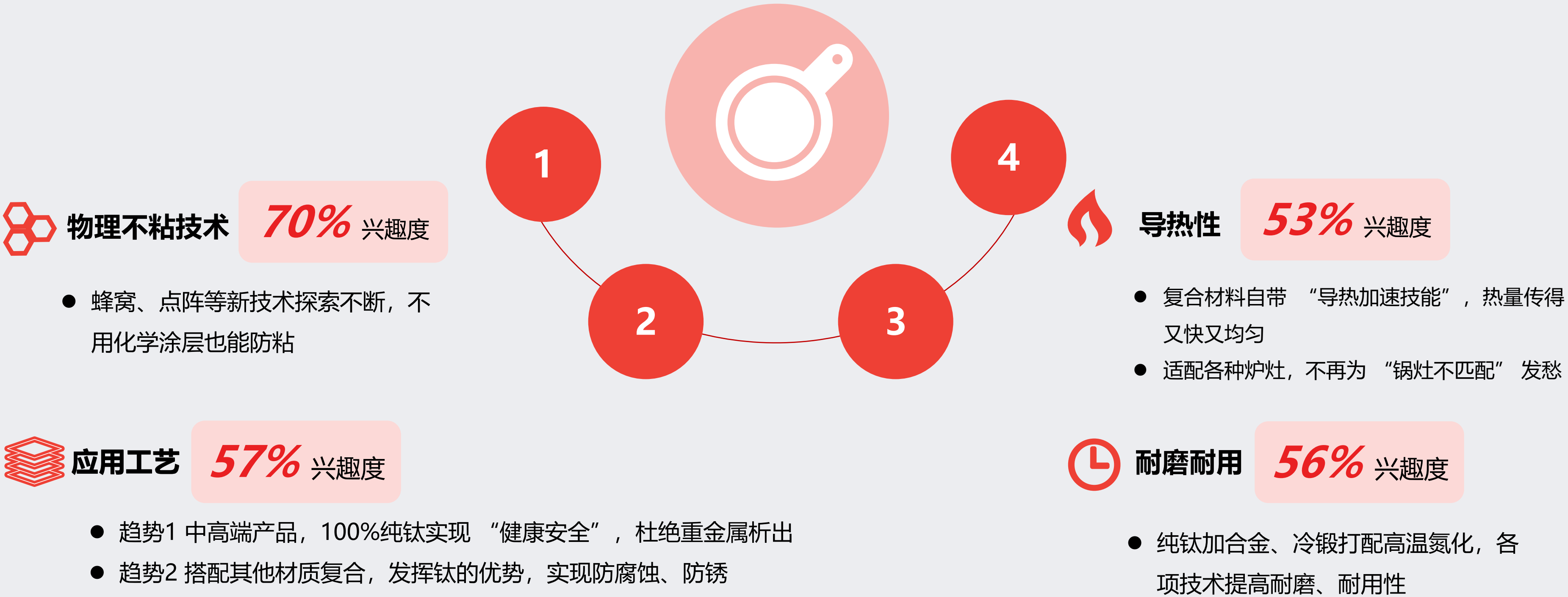
- 钛锅具的使用场景不只是日常烹饪，还包括礼品赠送等社交场景
- 钛锅具的目标人群相对更加重视健康，他们更关注无油少油烹饪，制作减脂餐等健康饮食场景；尤其在女性和中老年群体中，这个场景更能引起消费者共鸣

消费者什么时候使用钛锅具



● 需求趋势一 | 物理不粘、工艺、耐用性和导热性为用户基础关注点

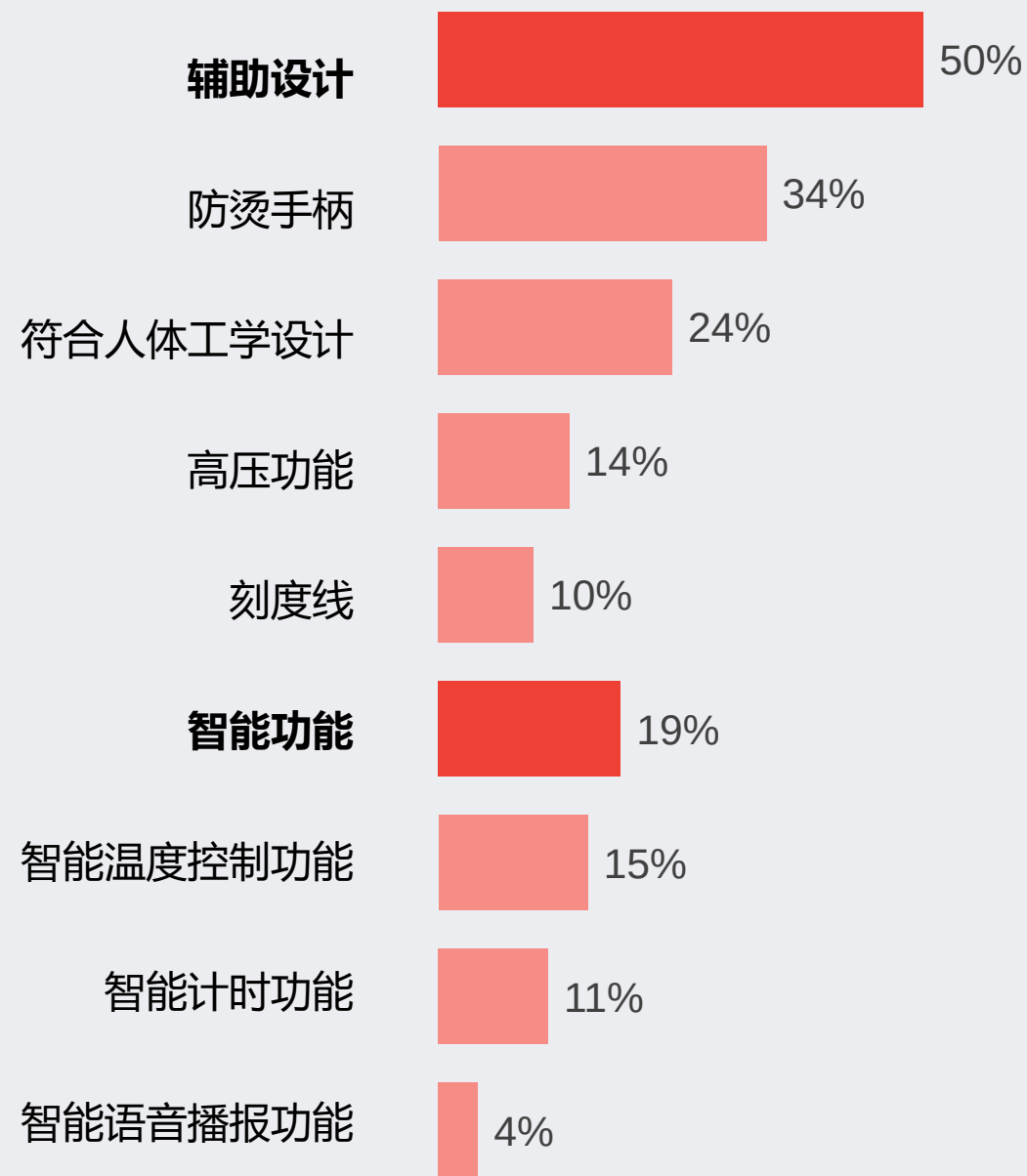
- 物理不粘技术、钛材质应用工艺、耐磨耐用和导热性等特性消费者关注度高，是产品的基础，未来可持续优化提升



需求趋势二 | 防烫手柄、人体工学设计、智能控温等辅助功能提升使用体验

- 辅助设计和智能功能可提升用户使用体验，不同人群有不同的需求，例如中老年用户烹饪频次高、生活忙碌，更偏好防烫手柄和智能计时功能，而26-35岁年龄用户烹饪经验少，更偏好刻度线等协助性和指导性的功能
- 智能功能目前虽需求不高，但在智能化热潮中，市场教育逐渐强化，需求会逐步提升

消费者喜欢什么辅助功能



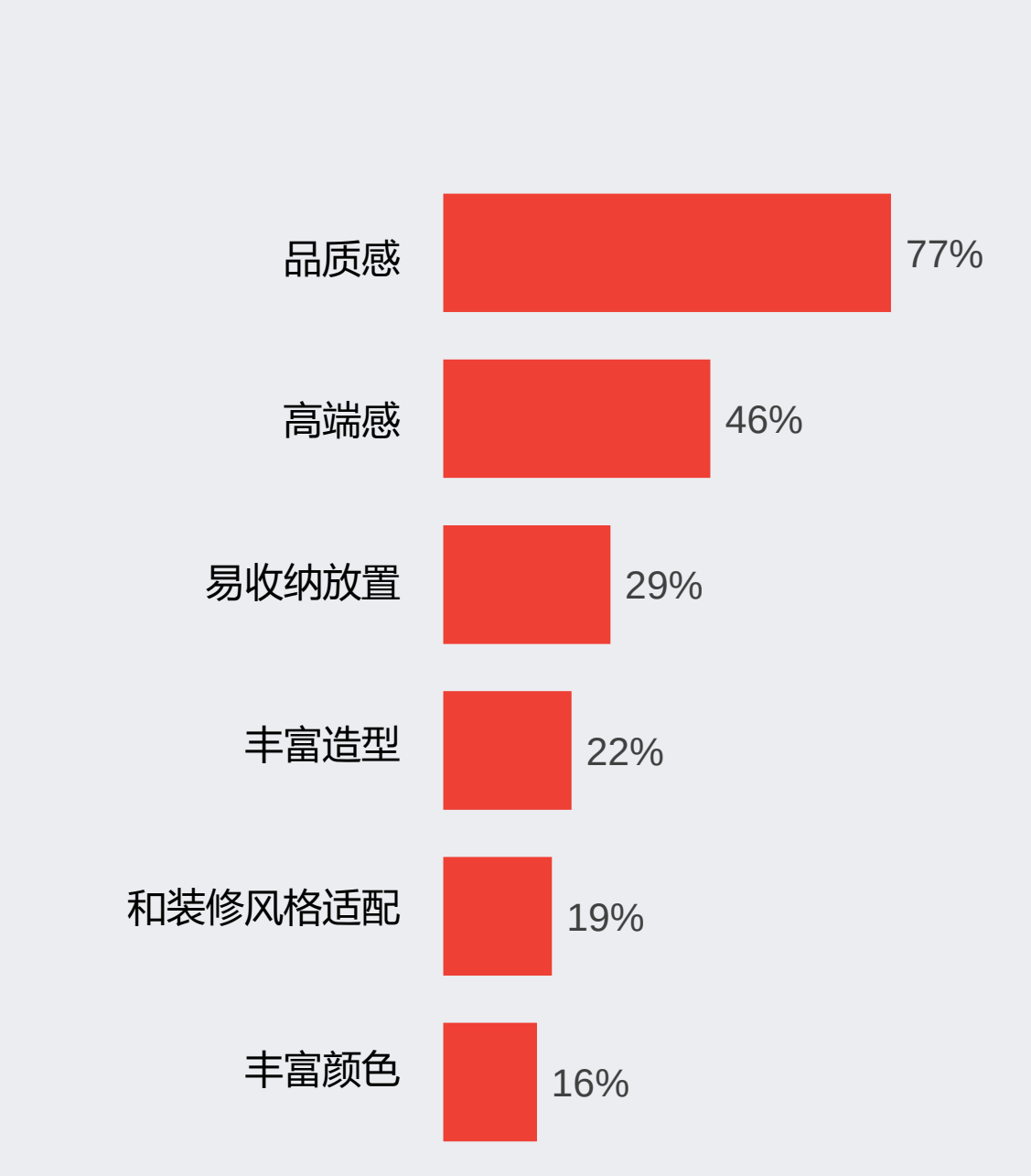
不同年龄消费者偏好不同

	26-35岁	36-45岁	46-65岁
防烫手柄	TGI 109	TGI 86	TGI 111
符合人体工学设计	TGI 126	TGI 77	TGI 97
高压功能	TGI 113	TGI 79	TGI 93
刻度线	TGI 142	TGI 99	TGI 32
智能功能			
智能温度控制功能	TGI 99	TGI 97	TGI 91
智能计时功能	TGI 67	TGI 110	TGI 124
智能语音播报功能	TGI 61	TGI 107	TGI 76

需求趋势三 | 用户看重品质感、高端感

- 钛锅具外观需保持品质感和高端感的基调，在此基础上可丰富造型、颜色和锅型，为消费者提供更多选择
- 品质感和高端感主要来自于质量做工、使用感受、手感、造型、设计细节、颜色、包装等方面
- 而在外观、手感等实际体验外，品牌知名度、品牌形象等是带来品质感和高端感的情感要素，形成品牌和产品的互相支撑

消费者喜欢什么外观



不同年龄层消费者偏好不同

	26-35岁	36-45岁	46-65岁
品质感	TGI 97	TGI 97	TGI 109
高端感	TGI 104	TGI 86	TGI 122
易收纳放置	TGI 114	TGI 92	TGI 87
丰富造型	TGI 91	TGI 92	TGI 127
和装修风格适配	TGI 128	TGI 85	TGI 66
丰富颜色	TGI 70	TGI 104	TGI 116

品质感高端感来自



数据来源：京东联合艾瑞厨具消费者调研 2025，N=1500

● 优秀产品案例 | 有钛铁不粘炒锅，钛铁材料结合，创新实现不粘、不锈、无需开锅

SUPOR 苏泊尔

始终致力于炊具与厨房小家电的研发与制造，作为中国炊具行业的领先企业，苏泊尔以品质立身与技术创新为核心，逐步发展成为国内外消费者推崇和信赖的品牌

苏泊尔铁锅3.0 有钛铁不粘炒锅

行业首创&京东首发有钛铁不粘炒锅，通过技术创新，迅速击中市场痛点，实现“真不锈、真不粘、免开锅”的卓越体验



等离子钛铁

材料不粘、技术不粘、工艺不粘，三重不粘真不粘
防锈防腐蚀，规避铁锅易锈问题

等离子钛铁不粘科技 做菜丝滑不糊底

01 材料不粘 钛铁合金抗粘抗锈
钛铁合金非晶材料，自带抗粘抗锈物理特性



360° 氮化 铁锅不怕锈

10小时 氮化

360° 全方位

无涂层 健康不锈



耐腐蚀性能≥国标4倍[®]，铁锅炒菜不易锈

精铁基材

保持速热锅气，不改中式爆炒习惯

快

高纯度精铁
13秒[®]快速升温

高纯度原生铁基材减少杂质干扰，热传导顺畅。

≥99.5%[®]



🏆 产品成绩

- 引领含钛不粘铁锅行业领先地位并实现爆发式增长
- 荣登“京东金榜”、“年度闪电新品金奖”、“2025年度超级洞察力新品”大奖等

● 优秀产品案例 | 零涂层100%纯钛板炒锅，钛铝钢三层复合轻盈耐磨

ASD 爱仕达

集智能炊具、家电、智慧家居、工业机器人制造及智能集成的国际化品牌

爱仕达零涂层 100%纯钛板炒锅

区别市面较为普遍的喷钛工艺，
锅身内部采用了100%纯钛板，有
效保证饮食健康



🏆 产品成绩

- 钛材质炒锅TOP1
- 700元以上炒锅TOP1



100%纯钛板

国标1级不粘，真0涂层，内壁纯钛，抑菌抗氧化
9H高硬度，轻盈易翻炒



100%整整一层纯钛板 健康0涂层 非熔钛

钛是世界公认的健康金属，具有亲生物属性
稳定性高，耐腐蚀耐高温耐磨
不与食材发生反应，有效保证饮食健康



钛铝钢三层复合

导热均匀，耐磨耐用

钛铝钢 三层结构 真0涂层 耐磨耐用

导热均匀，耐磨耐用

纯钛板材
0涂层健康烹饪

铝导热层
导热均匀防焦糊

钢导磁层
磁炉通用不挑灶





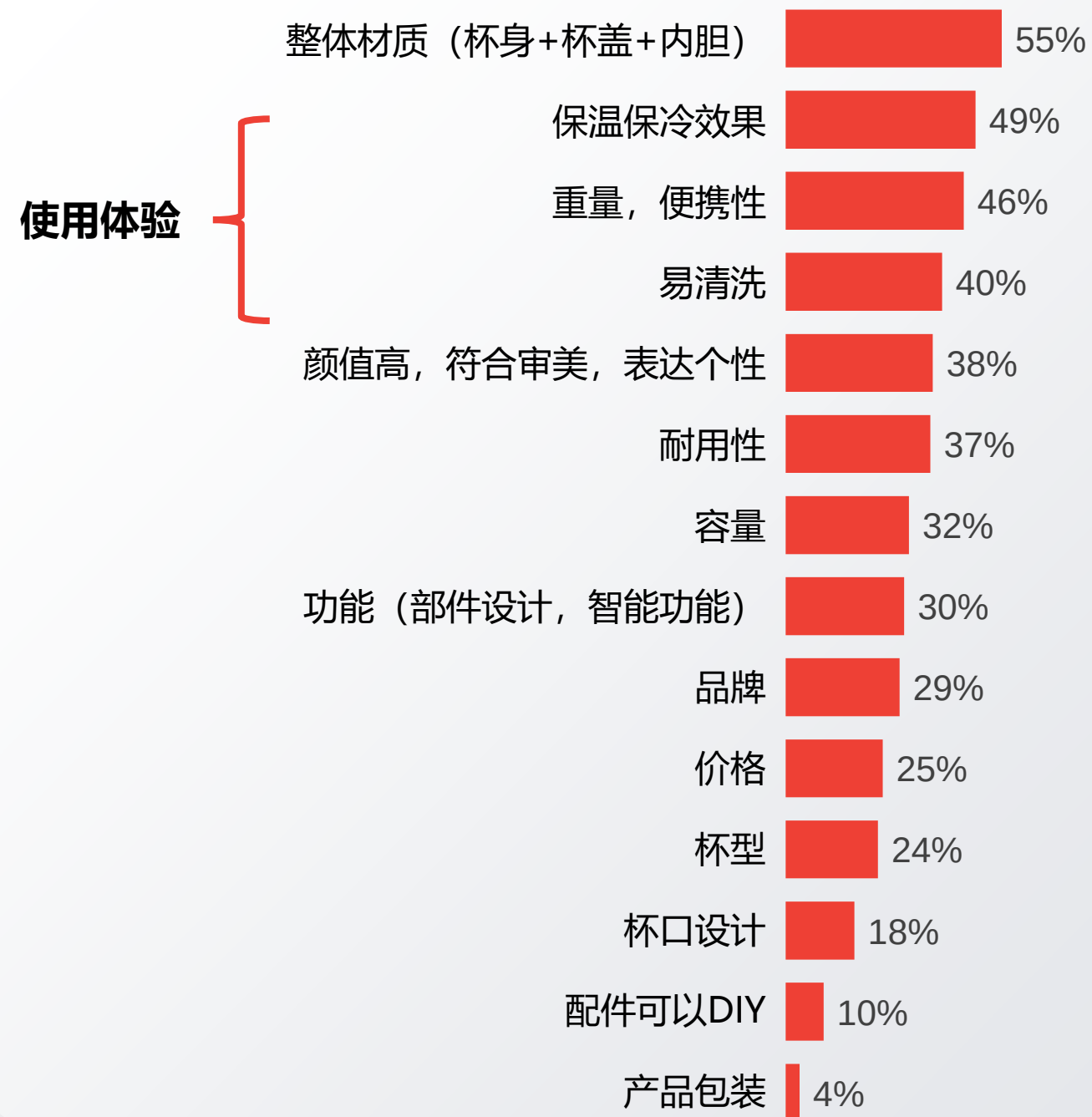
钛水具消费洞察



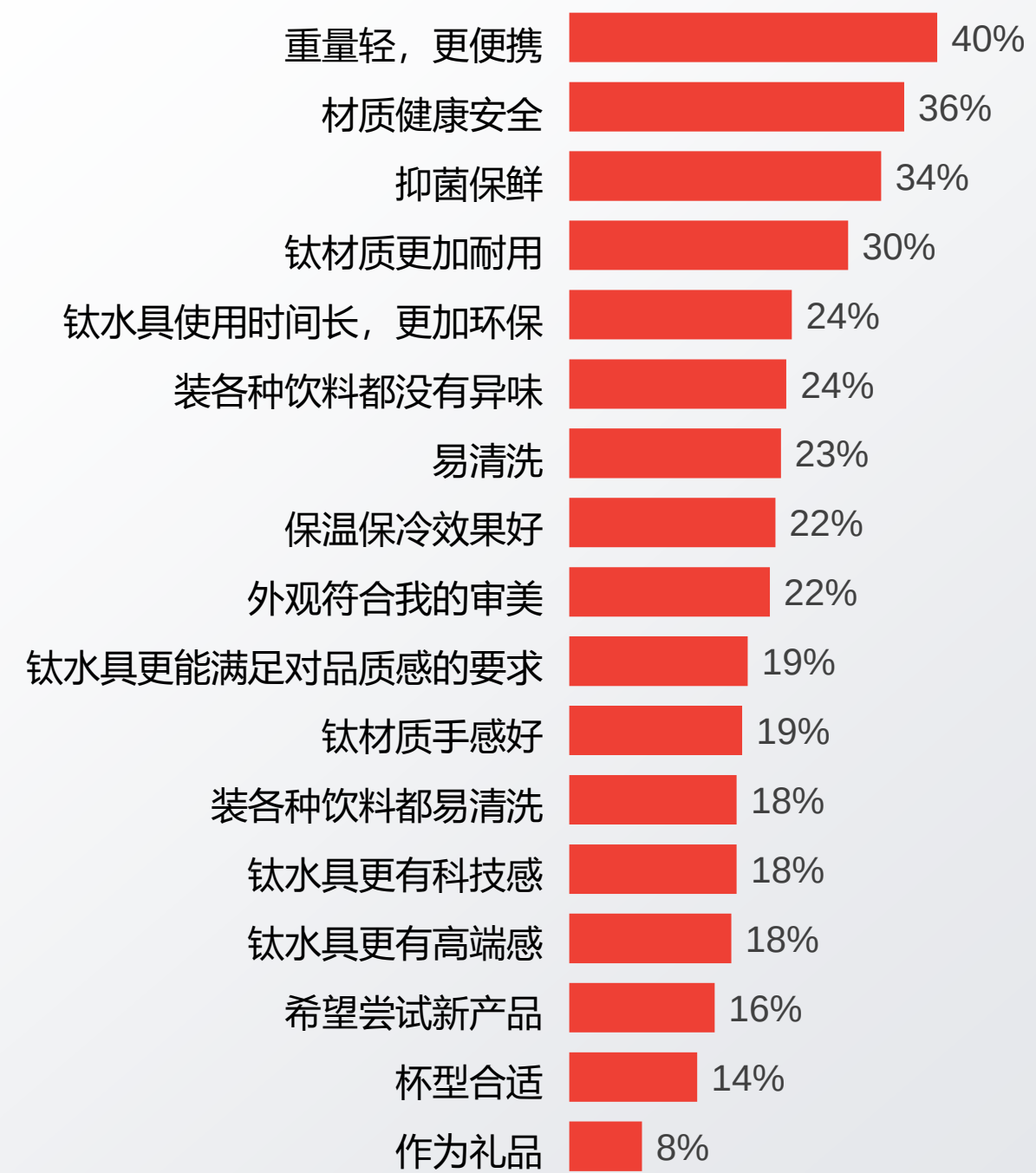
● 钛水具凭借轻盈、健康安全、抑菌保鲜等钛材质的优势获得消费者青睐

- 购买水具时，消费者关注材质和使用体验，而消费者选择钛水具最多的原因是钛材质相关的重量轻、健康安全、抑菌保鲜、耐用、环保等优势；外观好看、具备品质感和高端感等，也是部分用户选择钛水具的原因

消费者购买水具时考虑什么



消费者为什么选择钛水具

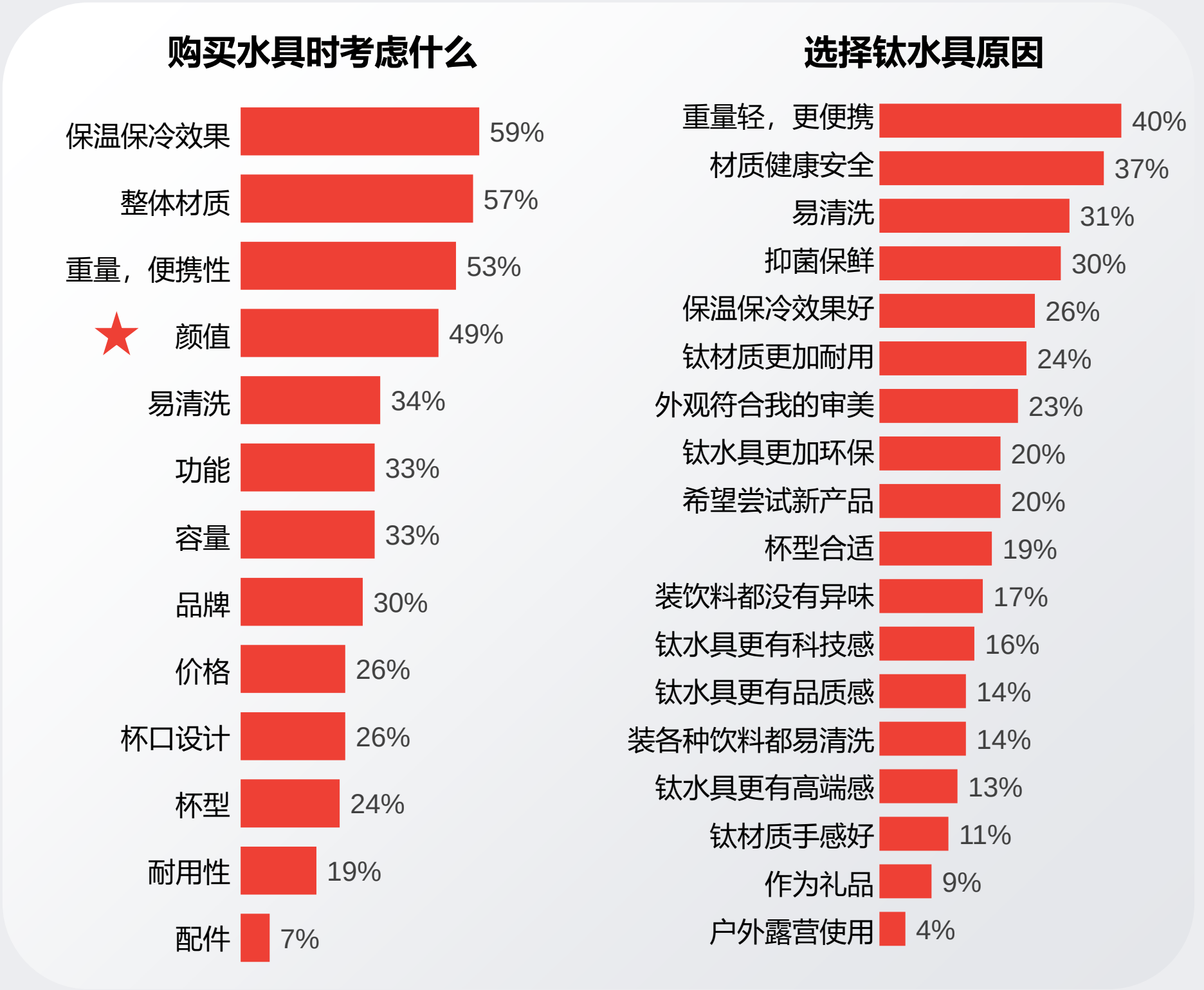
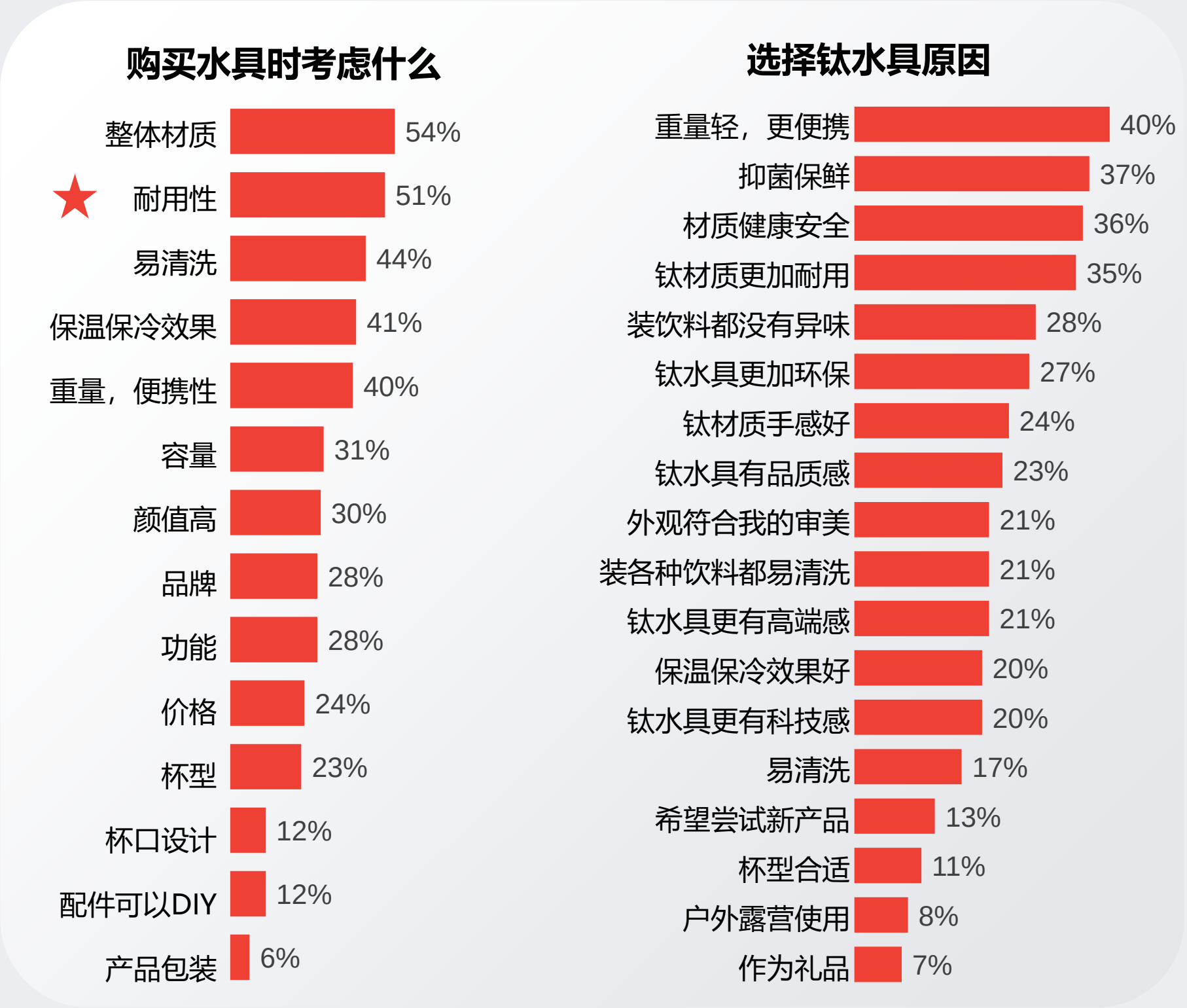


● 男性更关注耐用，女性更关注颜值

- 男性女性用户关注的前五大因素很类似，都关注材质、保温效果、重量和易清洗，差异在于男性更关注耐用，女性更关注颜值

男性

女性

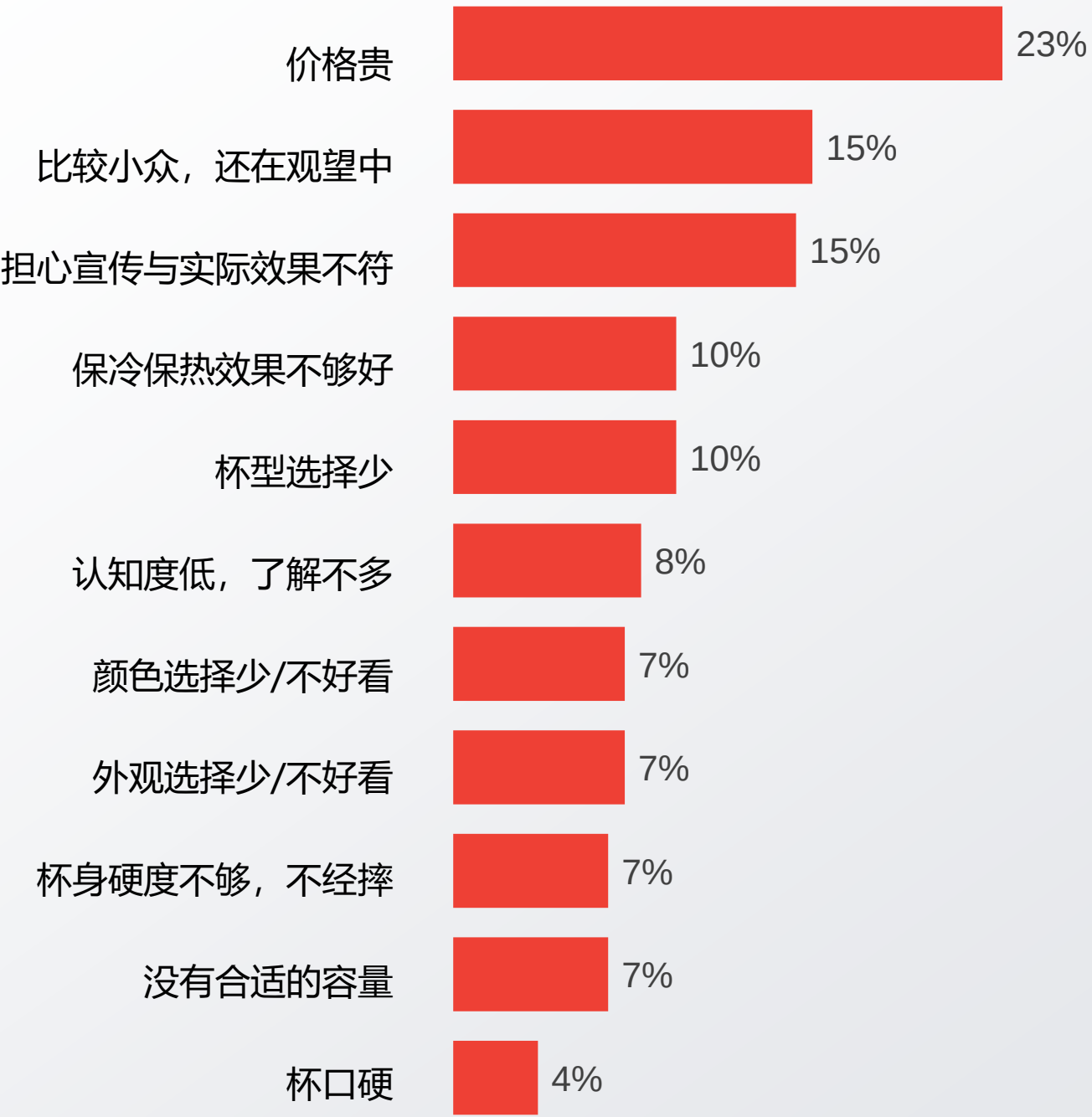


数据来源：京东联合艾瑞厨具消费者调研 2025，N=1500

● 认知和信任不足、产品选择少是影响消费者决策的重点

- 价格贵、认知和信任不足问题是用户未购买钛水具的原因，可以通过完善沟通信息来提升，例如商详增加科普信息等
- 针对保冷保温效果不够好、杯型选择少的问题，市场针对性的迭代产品是必要的

消费者考虑钛水具但未购买原因有哪些



数据来源：京东联合艾瑞厨具消费者调研 2025，N=1500

● 需求趋势一 | 内外纯钛最能打动消费者

- 消费者对内外纯钛的兴趣度最高，这也是钛水壶最大的优势和卖点

钛水壶特质吸引力



内外纯钛

TOP 1 卖点

耐腐蚀
保鲜抑菌
茶水咖啡均可使用

纯钛内胆

轻盈便携耐温差
纯色结晶无涂层

纯钛杯身



朱炳仁·铜



需求趋势二 | 多样产品适配办公、日常生活、社交、兴趣等多元场景

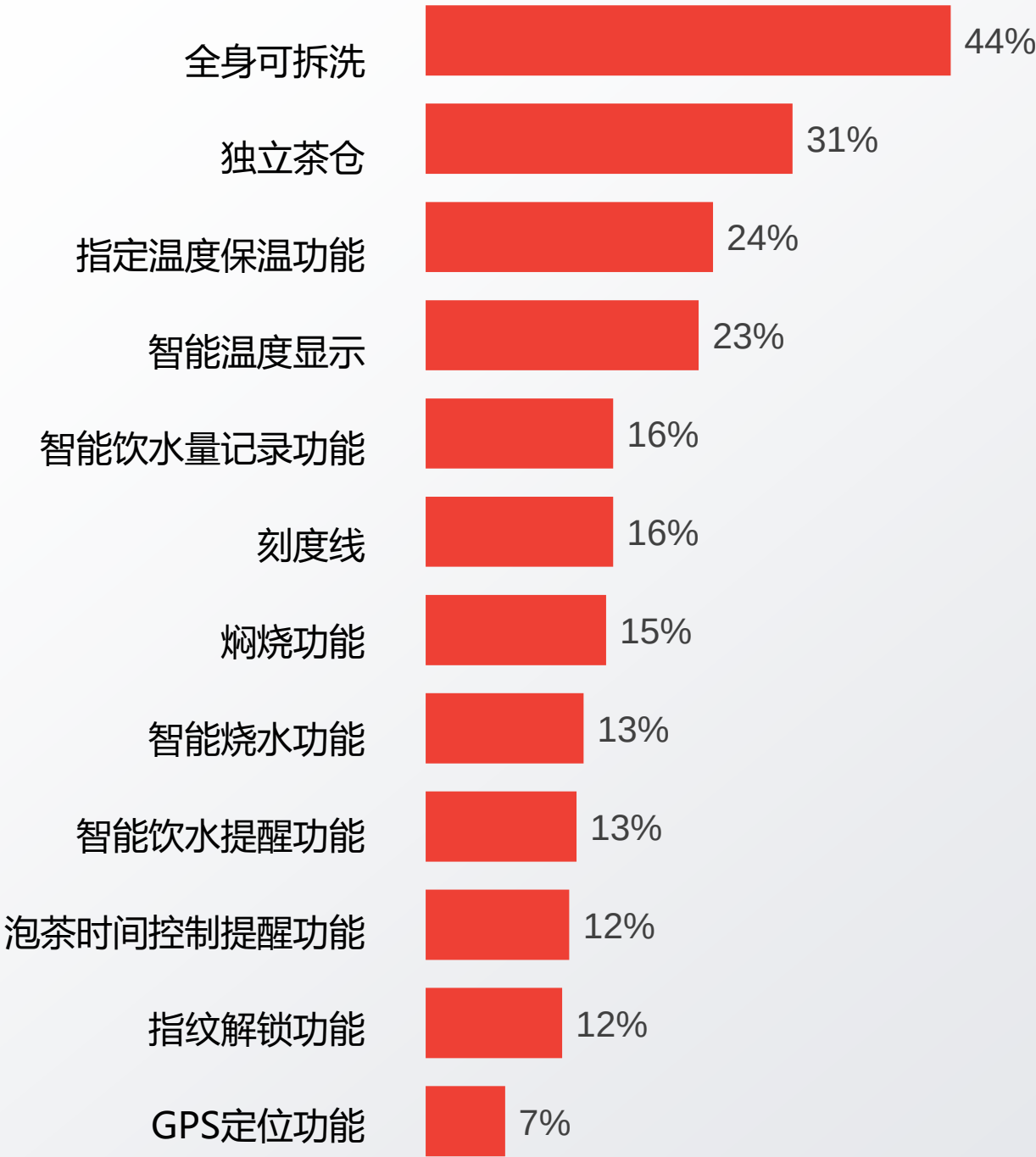
水具产品形态极为丰富，以适配多元场景；钛水具也已经开始拓展产品形态，适配丰富的使用场景



● 需求趋势三 | 全身可拆洗、独立茶仓、智能控温等设计和功能提升体验

- 全身可拆洗、独立茶仓的设计深得人心，而智能功能中温度相关的功能直接影响饮用体验，相对受欢迎

钛水具创新功能吸引力



纯钛茶仓、茶隔、双饮等便捷使用

贴心设计

智能温显、APP联动泡茶等智控功能新升级

智能功能

需求趋势四 | 外形时尚潮流，多元化发展

色彩

纯色结晶逐渐演变多元化出现
渐变、图案等



器型设计

区别于传统直身杯，异形杯与咖啡杯、口袋杯涌现，品牌个性化设计元素融入产品之中

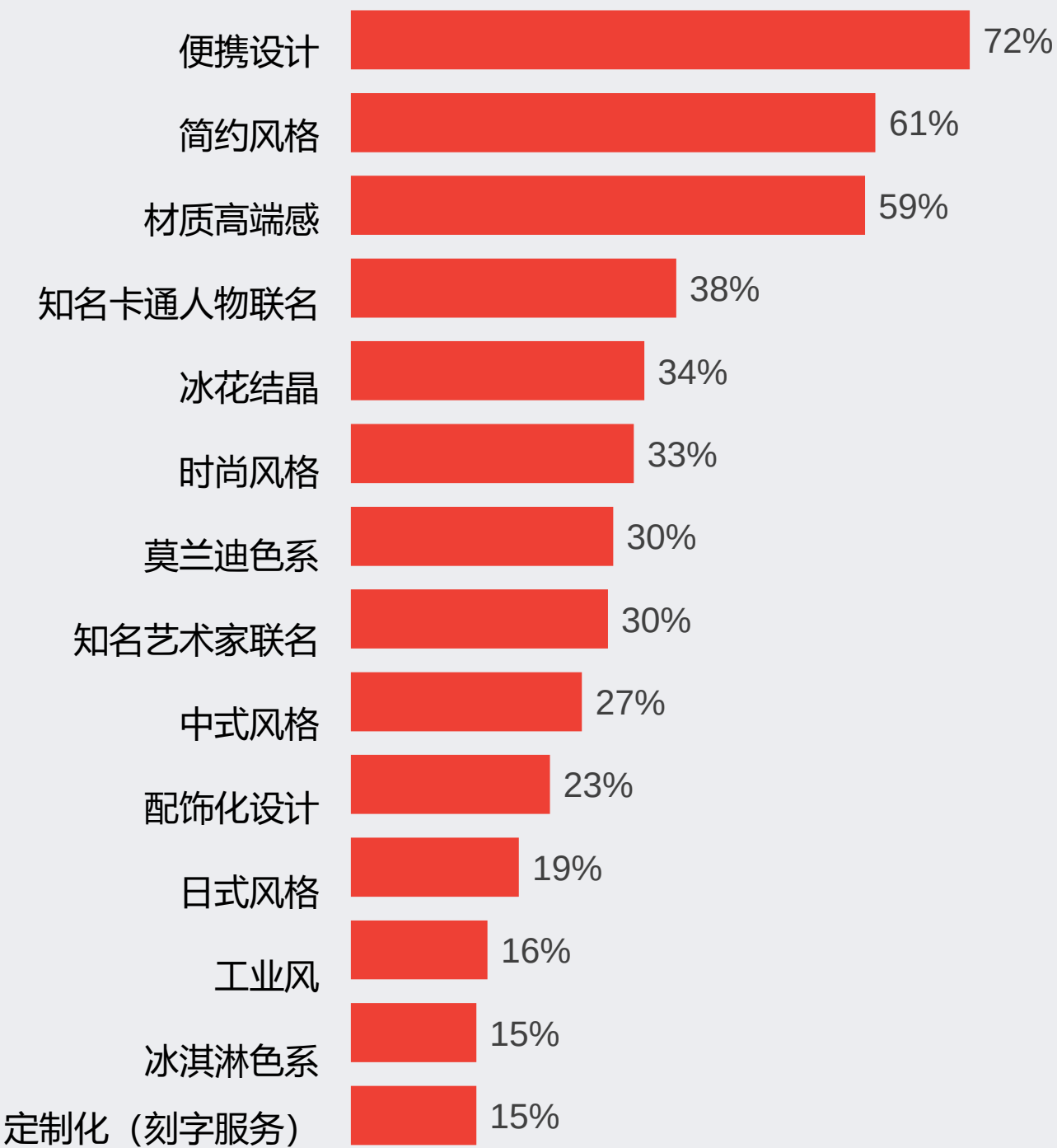


DIY或定制

钛杯不同温度（火焰、激光）色彩呈现多样，消费者可以DIY图案、也有定制的手工艺钛杯



消费者喜欢的钛水具外观



● 优秀产品案例 | 钛晶焖享杯，通体纯钛，抑菌保鲜，茶香持久更纯净，焖茶超省心

FEIJIAN 飞剑

始终致力于健康饮具的研发与制造，作为中国杯壶行业的领军企业，飞剑秉持“纯净保鲜”的品牌理念，融合创新工艺与东方美学，以技术创新与品质立身，已成为国内外消费者高度信赖的高端杯壶品牌

飞剑云动系列 钛晶焖享杯

- 1、晶钻科技，抑菌保鲜更安心
- 2、人性化设计，焖泡便捷更省心
- 3、匠心品质认证，定义健康饮茶新标准



🏆 产品成绩

- 京东中高端水杯销售TOP1单品，荣获**京东保温杯金榜**
- 京东含钛厨具**企业标准联合起草品牌**
- **2024年底钛厨具领航奖**

内外纯钛，晶钻科技

抑菌保鲜，更健康
提山设计，方便饮用

磁吸茶盖，一杯多用

适应更多，出行场景

鲜醇口感
一焖即得

极简焖茶

YUN DONG XI LI
MEN XIANG BEI

云动系列
钛晶焖享杯

纯钛造器 精工之作



纯钛茶杯



纯钛杯盖



提山茶漏



纯钛杯身

磁吸茶盖 一杯多用

慢品好茶，纯钛磁吸小茶杯，既是茶盖也是茶杯
密封防漏，在外也能精致饮茶
倒置不掉落，轻松出行



● 优秀产品案例 | 朱炳仁·铜联名款纯钛咖啡杯，联名艺术家，非遗的传承与保护



特美刻 钛杯专家

全球销量28亿，坚持以“品牌+科技+文创”为理念。凭领先工艺与创新设计，成为G20峰会供应商、19届亚运会官方杯壶供应商

朱炳仁·铜联名款 纯钛咖啡杯

99.9%内外纯钛，联名艺术大师，科技与艺术的跨界碰撞，让艺术融于生活，对梵高的代表作《向日葵》进行了大胆创新和全新演绎，蕴藏了深厚的美学价值和时代意义，极具收藏价值



产品成绩

- 京东钛咖啡杯类目TOP1单品
- 大促期间京东百万单品
- 荣登“纯钛内胆材质钛杯热卖榜”

内外纯钛，艺术联盟

名人打造，独特品味
主打女性，礼赠佳品



饮品不设限

让随身杯，真正随心

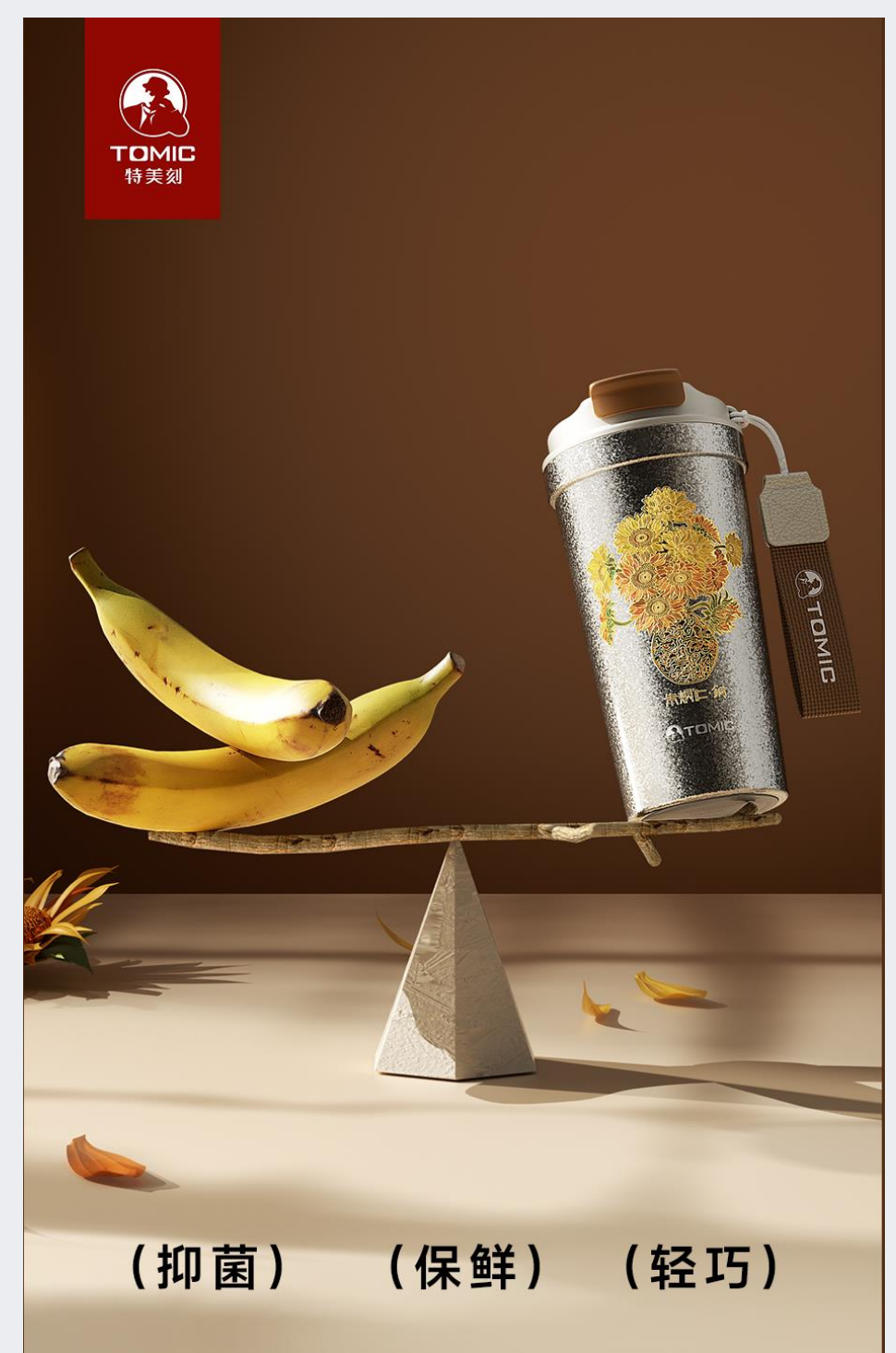


耐强酸强碱
饮品不设限。

☑ 茶饮	☑ 咖啡	☑ 奶茶
☑ 果汁	☑ 可乐	☑ 酸奶

轻量化杯身

重量轻，钛的一大优势



● 优秀产品案例 | 智能泡茶杯星闪版，“科技结晶~星闪全球首杯”



华为智选焕新升级的「鸿蒙智选」：携手伙伴共同打造基于鸿蒙系统的智能终端精品，提供智慧、美好、值得信任的极致体验，联合打造全新智能饮水产品，已成为“智能水杯”的中高端领军品牌

哈尔斯智能泡茶杯 星闪版

从「功夫茶」到「智能茶」
从「新茶器」到「臻茶礼」
领先科技应用，专业泡“茶”设计，真正高端钛材质，突破性迭代，科技新茶礼



● 产品成绩

- 品牌稳居京东智能水杯销售TOP1
- 京东钛杯类目500-1000元客单价单品榜常驻TOP1
- 荣登“**京东金榜**”，“**送长辈好礼京东金榜**”等
- 入选“**用户最青睐潮流单品榜**”

星闪泡茶杯：曜石黑

星闪纯钛版：冰魄蓝

新品

星闪纯钛版：钛晶黑

新品

钛大师礼盒



零售价：299



零售价：999



零售价：999



零售价：2999



其他钛厨具 消费洞察



● 其他钛厨具需求趋势 | 钛+创新功能+外观全面升级体验

- 消费者对于材质升级的需求，从锅具、水具延展至其他厨具，例如制备环节的刀具、砧板等，餐具的筷子、勺叉等
- 钛在刀具中可以发挥其防锈、抑菌、耐久的优势，基于材质优势叠加创新功能和外观设计，打造出优秀产品

钛居C位，一体两面

一面凸显本身

发挥自身优势，抑菌、防锈、耐久，
使用更加安全方便

一面钛钢组CP

运用纳米渗透技术等先进工艺，辅助精钢/
不锈钢材质发挥锋利的优势，同时镀钛后刀
锋韧性更强，有利于延长锋利度的持久性

创新功能

加强杀菌除菌，
例如通过收纳盒搭配紫外光等

颜值设计

颜值和实用性双在线，
成套设计整齐又有格调



● 优秀产品案例 | 大白熊消毒舱钛刀，消毒多功能集成，收纳整洁不占地



在行业首创钛刀，致力于通过科技创新的力量，创造更多好看实用健康的品质厨具，引领中国厨具行业潮流并走向全球，让每个人享受更优生活。在京东刀具套装品牌榜位于TOP5，荣获多项发明专利

OOU大白熊消毒舱钛刀

真空环境中通过高温离子轰击，钛金属离子加速沉积在钢材表面；同时，经过高温技术铸就成致密钛合金刀身使刀具更耐磨、更防潮耐腐、更具防锈力。由拿下[德国红点奖]等10多项国际奖项的产品团队原创设计



产品成绩

- 8.1首发日京东**行业榜单TOP1**
- 8.1-8.26京东**行业榜单TOP4**

OTI钛渗透技术

抗菌、防锈、耐磨、持久锋利
有效规避家庭用刀生锈、藏污纳垢、细菌滋生问题

消毒多功能集成，收纳整洁不占地

消毒1小时 > 煮沸3小时
四重抗菌，消毒彻底；一机搞定：消毒+烘干+收纳；极简奶油风，完美融入

°钛刀, 更会切
普通刀, 能切

持久锋利值 (TCC/mm)

OOU大白熊钛刀	659.4mm▶
国标刀	150mm▶
非钛刀	120mm▶
普通刀具	80-90mm▶

锋利度测试 (参考数据)，测试标准 (参考):	测试数据表	测试标准	测试方法
测试项目	测试数据	测试标准	测试方法
锋利度	659.4mm	150mm	刀片切割1mm厚度的纸张，记录切割长度
防锈力	IPCC113.7mm	TCC: 659.4mm	刀片浸泡在1%的NaCl溶液中，记录生锈面积
抗菌力	IPC118.8mm	TCC: 618.7mm	刀片浸泡在1%的NaCl溶液中，记录细菌滋生量
耐磨力	IPC117.3mm	TCC: 624.6mm	刀片在1000次摩擦后，记录磨损量

*数据来源于OOU实验室 OOU保留最终解释权

OTI钛渗透技术

抗磨 抗菌 抗腐蚀

德国索林根精钢

持久锋利

3倍防锈 | 4重抗菌 | 3倍持久锋利

99.9%杀菌率°
杀灭多种母婴易感菌

99.9%
杀菌率

呵护宝宝每一口安全

肺炎克雷伯菌	99.9%	大肠杆菌	99.9%
幽门螺旋杆菌	99.9%	铜绿假单胞菌	99.9%

*数据来源: 广东省微生物检测中心, 检测编号: 2025FMO0117R02 2025FMO0117R024

70°C快烘
4种模式
自由选择

15min 快速模式
45min 标准模式
60min 深度模式
30min 节能模式

优秀产品案例 | 九阳有钛系列产品 创新塑造健康

Joyoung 九阳

九阳秉承健康、创新的核心DNA，从无到有开创了一个品类，持续拓展厨房小家电，为用户打造品质家电。

九阳有钛0涂层316L 不锈钢内胆电饭煲 40N1U

99.99%高纯钛，内胆实现更耐用，更稳定的同时，0有害物质析出，更健康可靠；



有钛0涂层电饭煲 不粘更健康 国际II真不粘

0涂层内胆食物接触面经过超硬化处理，富含纯度99.9%的高纯钛靶材，0有害物质，材质更稳定，健康更可靠

健康养生“钛重要”真正全纯钛 才是真健康

壶内全是钛材质，才敢叫全钛，钛内盖+钛茶蓝+钛发热盘；0重金属，0生锈，0异味

九阳有钛不粘0涂层电饭煲 99.9%·高纯钛 国标II级·真不粘*

0涂层内胆食物接触面经过超硬化处理，富含纯度99.9%的高纯钛靶材，0有害物质，材质更稳定，健康更可靠。

钛

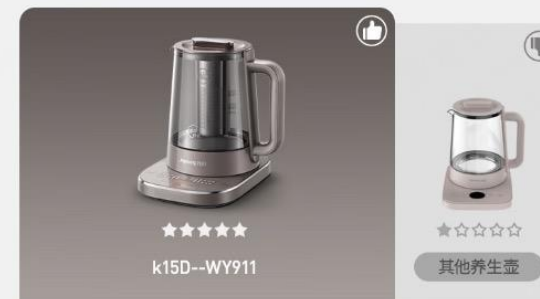
经过权威机构检测
高纯钛靶材纯度超99.9%



*报告经过权威的第三方检测机构认证（方圆集团检测基地）
*高纯钛指在食物接触面熔敷状的钛靶材纯度为99.9%
*本品符合GB/T 32095.2-2015《家用食品金属烹饪器具不粘表面性能及测试规范 第2部分：不粘性及耐磨性测试规范》，报告来源于第三方检测机构：方圆检测
检测报告编号为：2512200284



壶内全是钛材质 才敢叫全钛



全纯钛设计
更稳定更健康



仅发热盘
是钛材质



轻音烹煮
低至43dB

沸腾声大
吵闹扰人



24小时预约
长效保温
多档保温可调

保温
时间短

产品成绩

- 40N1U电饭煲24年5.31首发日
京东**行业榜单TOP1**

THREE

京东钛厨具 趋势洞察

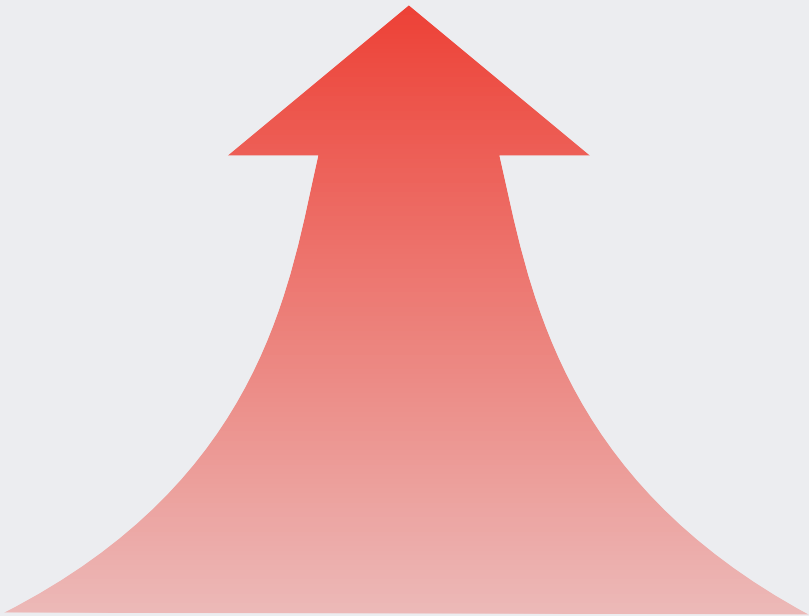
03



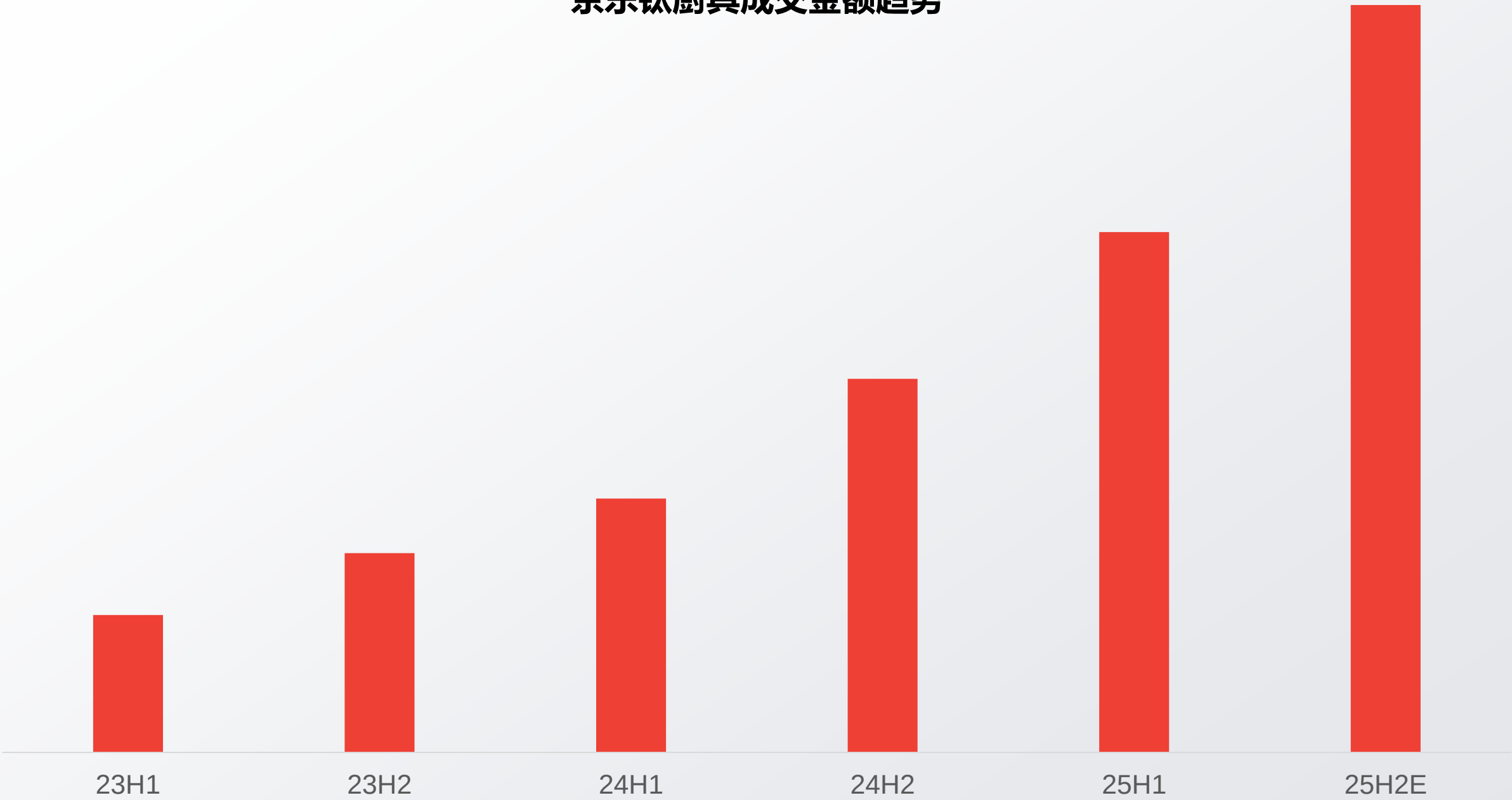
● 京东平台钛厨具成交金额复合增长率109%，逐年高速增长

+109%

23-25年成交金额
复合增长率



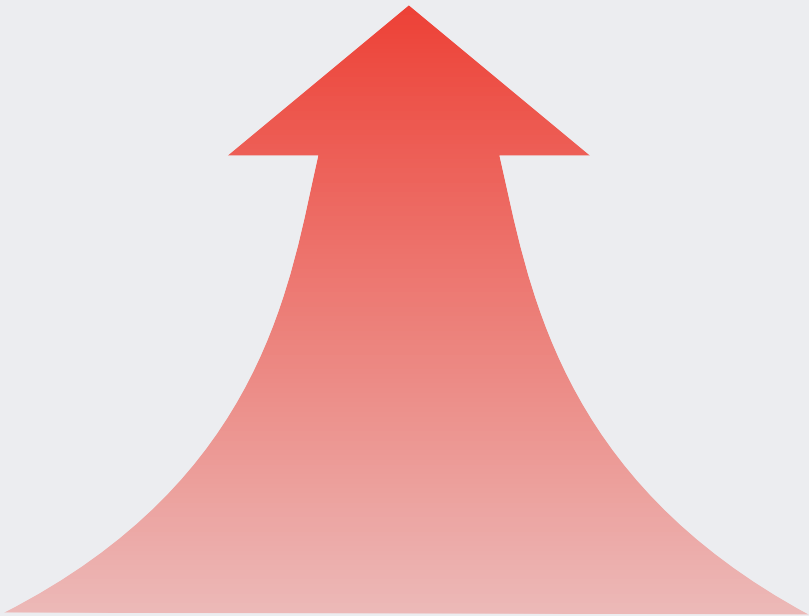
京东钛厨具成交金额趋势



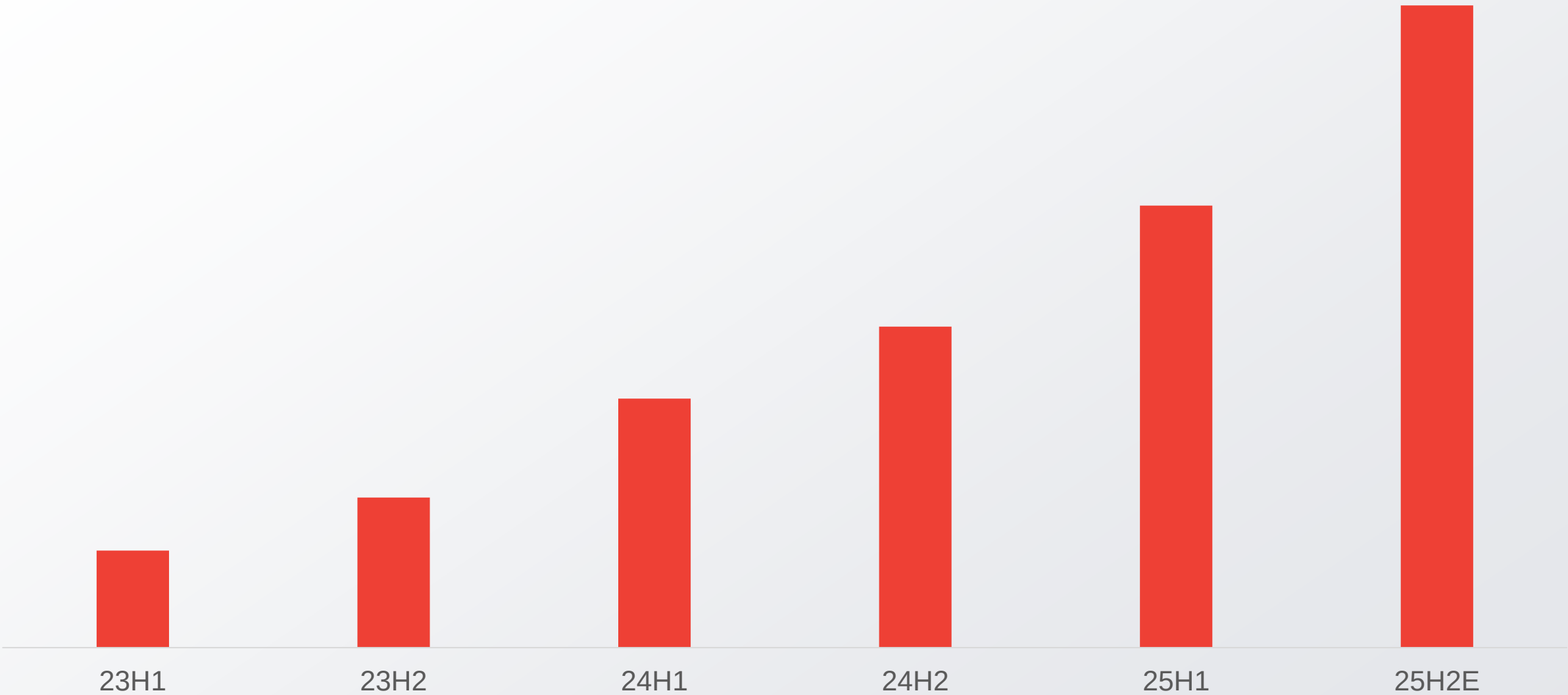
● 京东平台钛厨具成交用户复合增长率118%，越来越多用户选择钛厨具

+118%

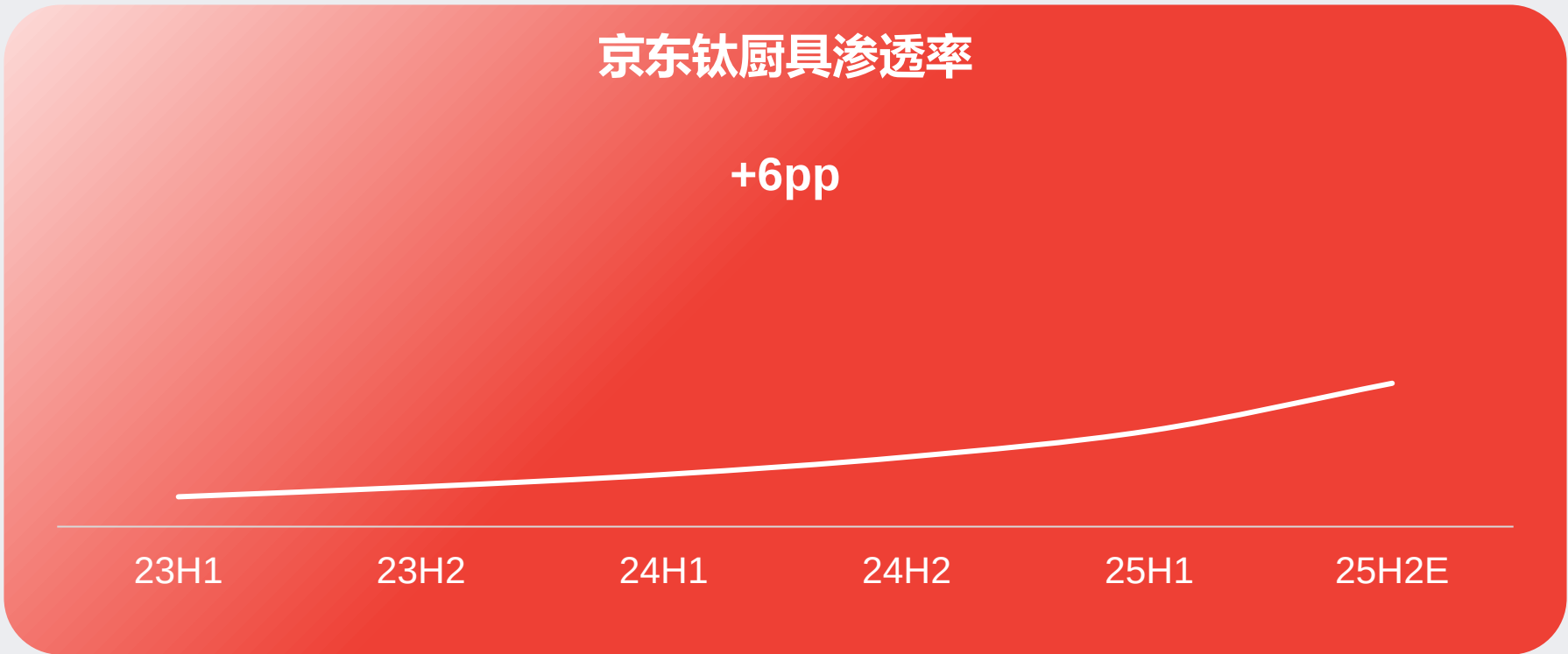
23-25年成交用户
复合增长率



京东钛厨具成交用户趋势



● 京东钛厨具渗透率加速提升，锅具、水具尤其明显



● 京东平台钛厨具引领品类高端化升级，客单价300元以上商品行业销售占比超40%

京东钛厨具相对厨具整体价格

京东钛厨具

约**5.4**倍
相对价格



钛锅具

相对价格 约**2.2**倍



钛水具

相对价格 约**5.4**倍



其他钛厨具

相对价格 约**3.3**倍

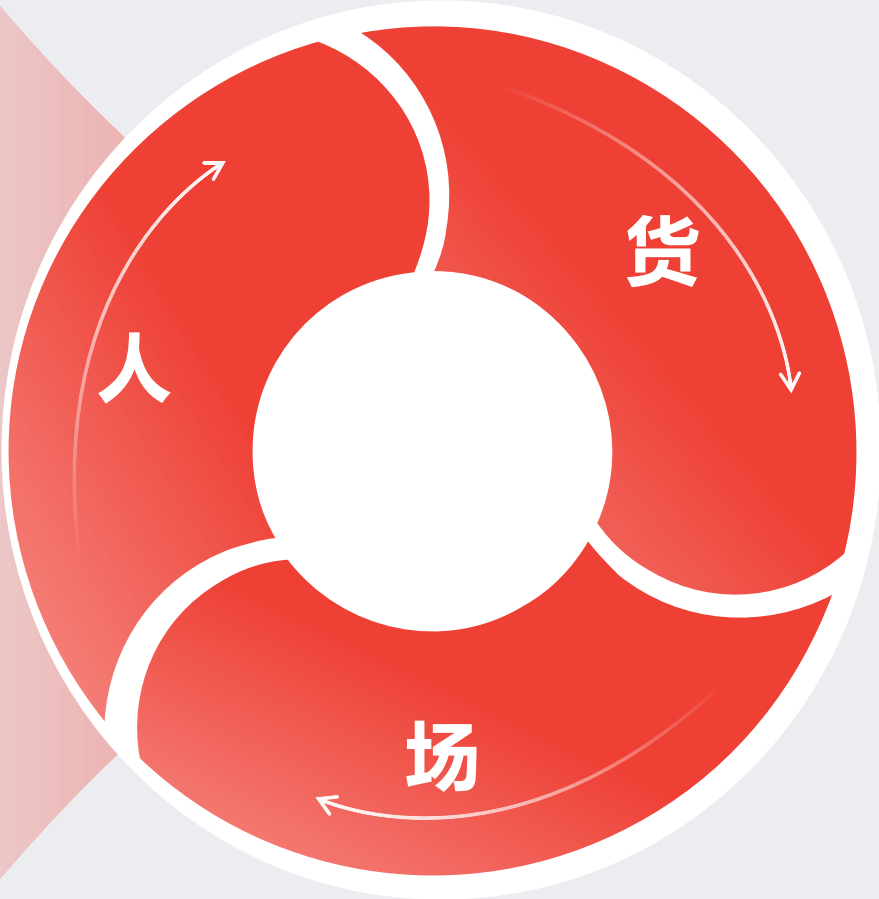
京东钛厨具客单价300元以上商品

行业销售占比超**40%**

引领厨具行业消费升级

数据来源：京东大数据，数据维度25H1；相对价格指钛厨具相对于厨具整体的件单价倍数。

● 需求升级、产品迭代、渠道协同，共同驱动钛厨具保持高速增长



人·需求

- 健康需求
- 体验需求
- 美学需求

货·产品

- 依托需求
- 拓展场景
- 迭代产品

场·渠道

- 双向转化
- 价值体验
- 数据协同

未来三年，京东将采购

50亿 钛厨具

助力行业健康快速成长

京东独家首发钛新品

首月 “0” 扣点 扶持

助力新品快速打爆

结束语

2025年，是钛厨具高速增长的一年。

消费者对厨具的需求愈发多元，从基础的不粘性能、材质安全，到追求使用时的便捷体验、外观的品质感，不一而足，一些敏锐的品牌已经顺势推出契合需求的产品。钛厨具本身具备的高端属性，为品牌塑造高端形象提供了契机。当技术、设计与品牌故事同频共振，钛厨具不仅是一件锅、一个水杯，而是新一代消费者健康、品位生活方式的宣言。

“人”的需求牵引“货”的创新，“货”的升级激活“场”的价值，“场”的体验又反哺“人”的认知，三者形成闭环联动。消费者在体验中深化对钛厨具的认可，推动市场需求扩容；品牌依托需求迭代产品、拓展场景，进一步抢占市场份额；而成熟的市场生态又会吸引更多供应链资源、渠道力量入局，形成“需求 - 供给 - 体验”的正向循环，最终推动钛厨具市场迈向“成熟增长期”，成为厨具行业中兼具健康价值与商业潜力的新增长极。



研究团队

报告指导委员会

金立新 中国五金制品协会专职副理事长兼烹饪器具分会秘书长
孔德成 京东零售-家电家居事业群厨具业务负责人
邢承正 京东零售-家电家居事业群锅具行业负责人
尹佳琳 京东零售-家电家居事业群水具行业负责人
刘易之 京东零售-家电家居事业群刀剪菜板行业负责人
刘 柯 京东零售-家电家居事业群小件营销运营负责人
朱 冰 京东零售-营销云与数据业务负责人

作者

孟刘青（京东） 朱思敏（京东）
王芝兰（艾瑞） 孙若萱（艾瑞）

致谢团队

感谢京东各团队对此报告做出的贡献

张梦 段芳淇 宣雨涵 陆江玮 穆美霖 阮因平 王嘉骐
陈佳璇 娄谦 史美琦

感谢以下品牌团队对此报告做出的贡献

苏泊尔 爱仕达 飞剑 特美刻 鸿蒙智选·哈尔斯 OOU

注：排名不分先后



感谢!

