

行業概覽

本節及本文件其他部分所載的資料(除另有指明外)及統計數據來自多個政府官方刊物及其他公開刊物以及弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。我們認為該等資料及統計數據的來源就該等資料及統計數據而言乃屬適當來源，且已合理審慎摘錄及轉載該等資料及統計數據。我們並無理由相信該等資料及統計數據在任何重大方面屬虛假或具誤導性，或遺漏任何事實，致使該等資料或統計數據在任何重大方面屬虛假或具誤導性。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]、任何我們或彼等各自的董事、高級職員、員工、代理或顧問均未獨立核實來自政府官方來源的該等資料及統計數據，因此，對來自政府官方來源的資料及統計數據的準確性、公平性及完整性概不發表任何聲明。

行業資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文對全球廚房電器市場進行詳細分析，並編製報告以供本文件使用，我們已同意就此支付委聘費用人民幣830,000元，且我們認為此費用符合市場水平。

在編匯及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採用以下假設：(i)2026年至2030年期間(「預測期間」)，全球社會、經濟及政治環境可能保持穩定；(ii)購買力預期在新興地區持續溫和上升，而在發達地區則穩步增長；及(iii)相關行業的主要驅動因素可能在預測期間推動市場。

除另有說明外，本節所載的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文基於詳細的一手研究(涉及與若干領先的行業參與者討論全球廚房電器市場狀況)及二手研究(涉及審閱公司報告、獨立研究報告及基於其自身研究數據庫的數據)編製弗若斯特沙利文報告。董事經採取合理審慎措施後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資料並無重大不利變動而對有關資料構成重大限制、相抵觸或造成影響。

全球廚房電器市場概覽

廚房電器的定義及分類

廚房電器指為協助家庭或商業廚房中之食物準備、烹飪及清潔任務而設計的電力或機械裝置。其主要涵蓋促進烹飪活動及維持廚房衛生之產品。廚房電器可分為兩大類別，即(i)大型廚房電器，其指體積較大、通常為嵌入式或獨立式之裝置，用於執行核心廚房功能，並屬長期家庭投資及(ii)小型廚房電器，其指便攜式或檯面式裝置，可提升日常烹飪及食物準備之便利性與多功能性。

行業概覽

廚房電器市場價值鏈分析

廚房電器市場之價值鏈由三大主要環節組成：上游供應商、中游製造商及組裝商，以及下游分銷與終端用戶及服務。每個階段均從原材料採購與工程設計，至市場准入、安裝及生命週期支援，創造獨特價值。



資料來源：弗若斯特沙利文分析

全球廚房電器市場規模

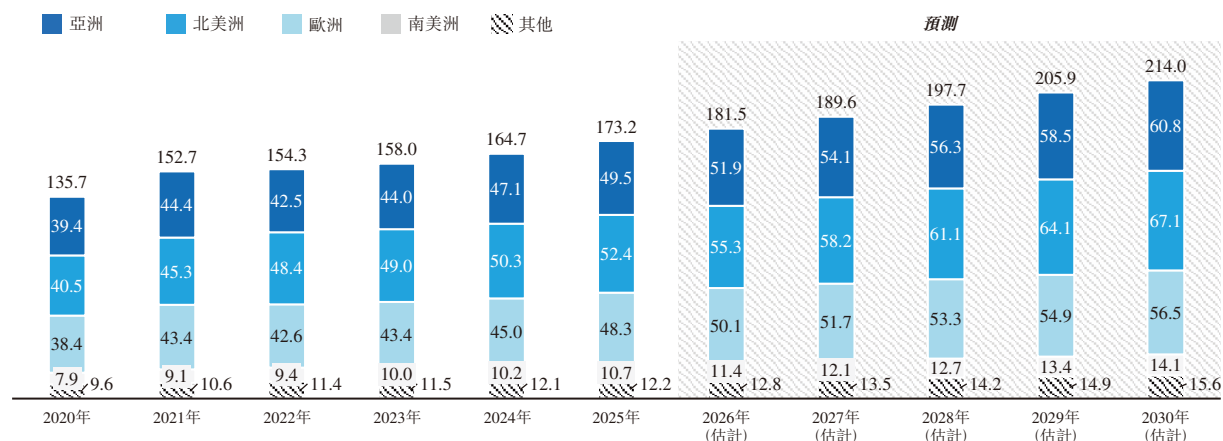
全球廚房電器市場由2020年約1,357億美元擴增至2025年1,732億美元，該期間複合年增長率約為5.0%，預計到2030年將達到約2,140億美元，2025年至2030年複合年增長率約為4.3%。2020年及2025年期間的市場增長反映持續的產品更換、功能升級，以及智能與節能技術逐步普及至家庭。歐洲仍是基準地區，由高產品滲透率及強調能源效益與耐用性的嚴格環保標準支持。北美洲憑藉成熟的烹飪文化與穩定的裝修週期維持穩定需求，而亞太區則憑藉廣泛且持續擴大的消費者群體，貢獻大部分增量增長。展望未來，隨著技術提升與設計優化進一步推動全球廚房電器發展，預期全球市場將繼續其穩定且由創新驅動的發展軌跡。

行業概覽

按地區劃分的全球廚房電器市場

十億美元；2020年至2030年（估計）

複合年增長率	總計	亞洲	北美洲	歐洲	南美洲	其他
2020年至2025年	5.0%	4.7%	5.3%	4.7%	6.4%	4.9%
2025年至2030年（估計）	4.3%	4.2%	5.1%	3.2%	5.6%	5.1%



附註：廚房電器市場指廚房電器的零售額。

資料來源：國際貨幣基金組織、年度報告、專家訪談、弗若斯特沙利文分析及估計

全球大型廚房電器市場規模

全球大型廚房電器市場由2020年約714億美元擴增至2025年約937億美元，該期間複合年增長率約為5.6%。此期間的增長受惠於現代化廚房佈局的日益普及，以及家庭生活對功能效率、衛生與便利性的重視提升。大型家電通常具有單位價格較高及更換週期較長的特點，並隨著家庭對集成式與耐用解決方案的投資增加而受益。與此同時，關於能效與安全標準的法規要求強化了產品升級，而持續演變的消費者偏好則推動對兼顧實用性與現代化設計的電器需求。展望未來，全球大型廚房電器市場預計於2030年達到約1,167億美元，2025年至2030年的複合年增長率約為4.5%。增長將受以下因素驅動：效率與性能的持續提升、智能聯網技術整合以增強便利性與耐用性，以及更緊密契合永續發展目標。隨著現代家庭日益重視便利、健康與設計協調性，大型廚房電器將進一步從必要工具演進為定義現代廚房的多功能及環保解決方案。

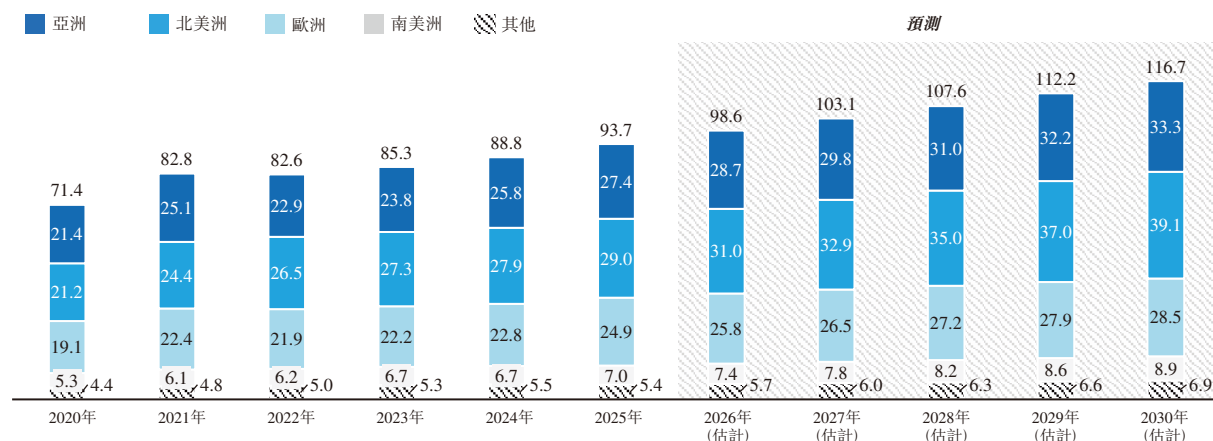
在歐洲，大型廚房電器市場已相對成熟，其特點是家庭滲透率高及嵌入式廚房文化根深蒂固，需求主要由更換及翻新需求驅動。於2020年至2025年期間，增長亦受惠於疫情後的房屋翻新活動，以及在歐洲能源成本上升的情況下，加速以更節能的產品更換舊電器。隨著該等因素逐步常態化，歐洲大型廚房電器市場的增長率預計於2025年至2030年有所放緩。此外，與更廣泛的廚房電器市場相比，大型廚房電器通常具有更長的更換週期及較低的購買頻率，導致增長相對較為溫和。

行業概覽

按地區劃分的全球大型廚房電器市場

十億美元；2020年至2030年（估計）

複合年增長率	總計	亞洲	北美洲	歐洲	南美洲	其他
2020年至2025年	5.6%	5.1%	6.5%	5.4%	5.9%	4.3%
2025年至2030年（估計）	4.5%	4.0%	6.2%	2.8%	4.9%	5.1%



附註：大型廚房電器市場指大型廚房電器的零售額。

資料來源：國際貨幣基金組織、年度報告、專家訪談、弗若斯特沙利文分析及估計

全球抽油煙機市場規模

抽油煙機屬大型廚房電器類別，透過收集烹飪過程中產生的油煙、油脂、異味、熱氣及蒸氣，提供廚房通風功能。其通常安裝於爐具上方，透過將空氣排出室外或在室內進行淨化及循環，從而改善室內空氣質量及提升烹飪舒適度。

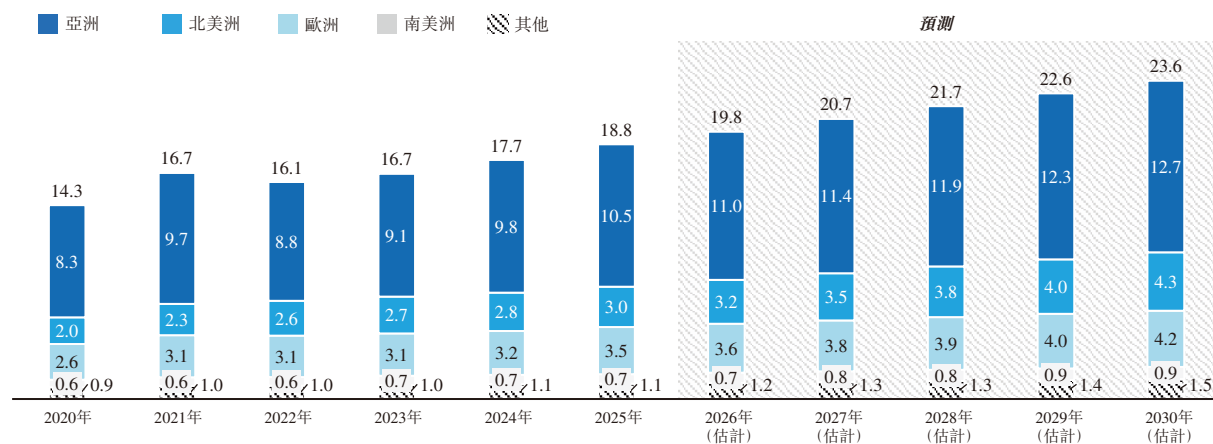
全球抽油煙機市場由2020年約143億美元擴增至2025年約188億美元，在此期間的複合年增長率約為5.6%。增長主要受消費者對室內空氣品質日益重視，以及現代廚房對高效通風需求所帶動。隨著開放式與緊湊型住宅格局日漸普及，市場對能高效排除油煙、油脂及異味，並可與整體廚房設計無縫整合的抽油煙機需求持續上升。同時，建築標準提升及對健康衛生意識的提高，強化了通風產品的換代與高端化。展望未來，全球抽油煙機市場預計於2030年達到約236億美元，2025年至2030年的複合年增長率約為4.6%。增長將受吸油煙效率、油煙與油脂分離及降噪技術進步所支持，而自動油煙偵測、易清潔部件與智能控制功能等創新技術，預計將進一步提升產品吸引力。此外，對設計協調性與能源效率的重視，將使抽油煙機不僅作為功能性電器，更逐漸成為可持續發展現代廚房空間的重要構成元素。

行業概覽

按地區劃分的全球抽油煙機市場

十億美元；2020年至2030年（估計）

複合年增長率	總計	亞洲	北美洲	歐洲	南美洲	其他
2020年至2025年	5.6%	4.9%	8.7%	5.8%	5.0%	5.2%
2025年至2030年（估計）	4.6%	3.8%	7.6%	3.6%	4.6%	5.6%



附註：抽油煙機市場指抽油煙機的零售額。

資料來源：國際貨幣基金組織、年度報告、專家訪談、弗若斯特沙利文分析及估計

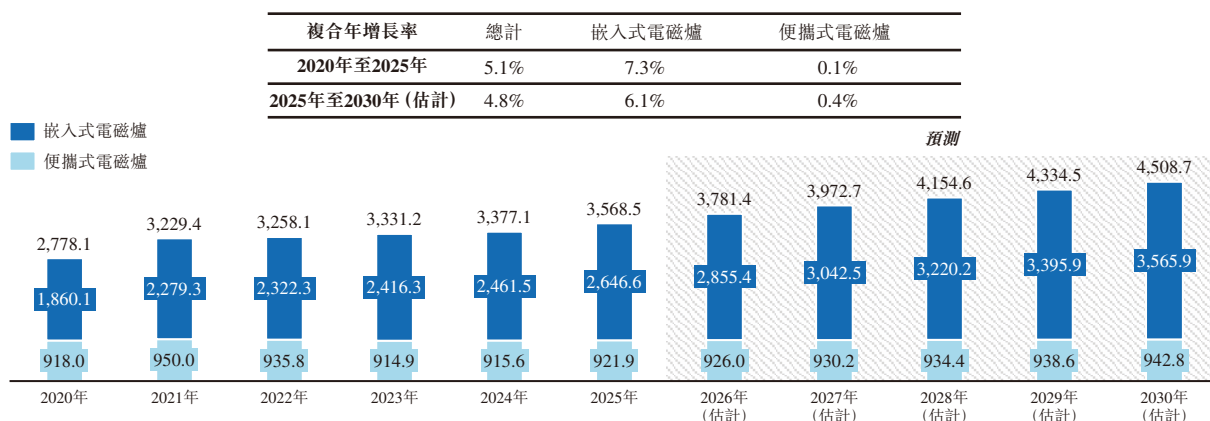
全球電磁爐市場規模

電磁爐透過電磁場直接作用於適用鍋具的底部產生熱力，而非加熱爐具表面，並具備快速加熱反應、高能源效益以及自動關閉等加強安全功能。

全球電磁爐市場由2020年約2,778.1百萬美元穩步擴增至2025年約3,568.5百萬美元，在此期間的複合年增長率約為5.1%。整體市場增長受惠於住宅廚房電氣化程度提升、電磁技術的可負擔性改善，以及消費者更廣泛地接受電磁爐作為主流烹飪方案而非小眾選擇。展望未來，市場預計於2030年達到約4,508.7百萬美元，隨著主要市場的滲透率增加，2025年至2030年的複合年增長率將放緩至約4.8%。在電磁爐市場內，產品組合持續向嵌入式格式轉型。嵌入式電磁爐於2025年約佔2,646.6百萬美元，佔電磁爐總銷售額約74.2%，其份額隨時間呈現持續上升趨勢。這反映了電磁爐在裝修驅動及新裝修廚房中的作用日益增強，在該等廚房中，嵌入式解決方案因其集成外觀及與協調廚房升級的一致性而備受青睞。相比之下，便攜式電磁爐於2025年維持約921.9百萬美元的相對穩定市場規模，但其份額經歷逐步下降，預計將維持作為補充類別而非主要增長驅動力。

行業概覽

按產品類別劃分的全球電磁爐市場
百萬美元；2020年至2030年（估計）



附註：電磁爐市場指電磁爐的零售額。

資料來源：國際貨幣基金組織、年度報告、專家訪談、弗若斯特沙利文分析及估計

中國跨境大型廚房電器市場競爭格局分析

儘管上述分析側重於全球大型廚房電器市場，但本集團主要從事中國至海外市場的大型廚房電器出口業務。由於中國為全球大型廚房電器的主要製造及出口樞紐之一，中國跨境大型廚房電器市場的發展與全球行業需求及供應鏈動態緊密相連，因此代表了全球大型廚房電器市場的重要組成部分。據此，以下章節進一步分析中國跨境大型廚房電器市場的競爭格局，這與本集團的業務營運及市場定位更為直接相關。中國跨境大型廚房電器市場較為分散，眾多出口商在產品組合、品牌策略及目標海外市場方面各有不同。於2025年，中國大型廚房電器行業出口至海外的前十大公司合共僅佔中國大型廚房電器總出口銷售收益約28.6%。競爭在不同價格細分市場尤為明顯，出口商利用產品廣度、製造能力及ODM經驗來滿足多樣化的海外需求。同時，監管要求、認證標準及本地化服務預期構成了進入壁壘，有利於具備更强合規能力及更趨成熟的全球營運體系的公司。

跨境大型廚房電器市場的增長驅動力

價格優勢與廣泛產品供應

全球家庭正在升級廚房，但高端市場以外對價格仍然相對敏感。中國出口商憑藉提供廣泛的嵌入式及獨立式設備（如烤箱、爐具、抽油煙機及洗碗機），以實惠價格結合實用功能、現代設計與可靠品質，能有效滿足此需求。與成熟的國際品牌相比，中國產品通常提供更強的性價比，特別是對於入門級及中端市場消費者而言。因此，可負擔性及產品廣度繼續支持消費者接受度並驅動中國跨境大型廚房電器出口。

行業概覽

數字化跨境渠道與配套物流

數字商務的發展重塑了全球廚房電器的購買模式，中國出口商透過國際電商平台及品牌直營網站日益活躍地參與其中。對於大型廚房電器，跨境銷售日益依賴海外倉庫、本地化物流、安裝服務及售後網絡來處理產品體積及營運複雜性問題。同時，數字渠道透過詳細產品資訊、多語言支持及透明的保修與退貨政策提升購買便利性及消費者信任。該等因素共同繼續支持中國跨境大型廚房電器出口的增長。

ODM能力驅動OBM擴張

中國製造業集群兼具規模經濟與靈活性，而數十年的ODM經驗使製造商能內化海外市場的技術與合規要求。與國際零售商及品牌的合作支持了涵蓋電壓標準、安全認證、包裝及審核文件的出口導向生產體系的發展。此基礎亦支持從ODM到OBM的轉型，使中國企業能以更低的適應成本、更短的交付週期及更持續的品質保證，將自有品牌推向國際市場。

合規與本地化仍是此模式的重要組成部分。CE、CB及ETL等認證通常被視為基礎要求，而產品界面、說明書、安裝標準及售後支援均適應當地市場要求。該等能力共同使中國製造商在跨境市場中同時成為成熟的供應鏈合作夥伴及日益獲得認可的品牌所有者。

跨境大型廚房電器市場未來趨勢

智能互聯電器偏好持續提升

跨境市場預計將呈現更明顯的智能互聯大型廚房電器轉向。消費者日益重視可整合至更廣泛智能家居生態系統的電器，以提供遠程監控、能源管理及增強功能。隨著該等技術被更廣泛採用，跨境貿易將日益涵蓋吸引熟悉科技家庭並支持更高效家居管理的數字化大型電器。

可持續及節能產品需求攀升

可持續性將成為塑造大型廚房電器國際貿易之核心議題。消費者與監管機構日益重視能源效益、可回收物料，以及環保生產流程。儘管歐洲在制定標準方面一直領先，其他地區亦正奮力直追，跨境買家將更趨青睞取得綠色認證之電器。能夠平衡可承受性與可持續性認證的出口商預計將在全球市場中處於更有利的地位。

行業概覽

生活方式與地區需求推動產品多元化

跨境市場預期將從主流產品多樣化至切合不斷演變的生活方式及地區要求的細分領域。這包括為城市家庭提供的嵌入式及節省空間的電器、適應不同廚房格局的配置，以及按地區烹飪習慣定制的產品規格。同時，設計導向型消費者對高級美學及集成廚房解決方案的需求正在增加。此趨勢將帶來更為細分但價值更高的機會，要求出口商更精準地按不同市場調整產品組合。

加強全球競爭與品牌建設

隨著愈來愈多中國製造商及品牌進入跨境大型廚房電器市場，競爭預計將加劇。單靠價格優勢已不足夠；出口商日益加大對品牌識別、產品設計及本地化營銷的投資，以實現差異化。此轉變反映了從基於成本的競爭轉向差異化和品牌認知度的過渡。未來數年，成功將取決於建立更清晰的品牌定位及提供獨特產品價值，而非僅依賴規模及低價。

跨境貿易與本地化服務融合

未來跨境銷售將日益結合預約安裝、延長保修及區域客戶服務等本地化服務。對於價值較高且安裝複雜的大型廚房電器而言，這種向服務掛鉤模式的轉變尤為重要。這有助於緩解消費者對售後支持的擔憂並提升整體客戶體驗，同時亦為出口商創造額外的增值機遇。

跨境大型廚房電器市場的進入壁壘

監管及標準合規壁壘

在跨境大型廚房電器市場中，認證與標準合規仍是關鍵壁壘，特別是對於先前缺乏ODM經驗或未建立合規體系的製造商而言。不同市場均設有與產品安全、能源效益及環保表現相關的強制性要求，例如歐盟的CE、巴西的INMETRO及美國的UL/DOE/Energy Star。合規程序需投入大量資源，並須具備持續的技術能力及監管監測。隨著全球可持續發展及效率標準持續收嚴，合規要求日益推高國際市場出口商的進入壁壘及營運成本。

供應鏈、物流及資本密集度的壁壘

儘管跨境物流基礎設施有所改善，物流能力仍是跨境大型廚房電器市場的重要壁壘。大型廚房電器體積龐大且易碎，在運輸、倉儲及退貨管理方面產生挑戰。較大型製造商通常具備更佳優勢以利用海外倉庫、穩定的貨運安排及庫存管理系統，而較小型出口商往往面臨較高的物流成

行業概覽

本，以及在清關及「最後一公里」配送方面的營運複雜性。此外，建立海外倉儲及維持緩衝庫存需要投入大量前期投資及營運資金，進一步增加了較小型市場參與者的進入壁壘。

品牌認知度與文化洞察力不足的壁壘

中國大型廚房電器品牌在海外市場普遍面臨知名度不足與消費者信任度有限，制約市場接受度與定價能力。當地知名與國際知名品牌享有聲譽優勢，而烹飪習慣、廚房格局及文化偏好之差異，更進一步影響產品採納。若未對品牌建設、差異化設計及符合文化特性之推廣進行持續投資，多數出口商將停留在低利潤競爭。對於缺乏長期戰略承諾的公司來說，建立品牌資產及本地相關性仍是主要壁壘。

政策及地緣政治不明朗的壁壘

除營運挑戰外，政策及地緣政治風險構成跨境擴張的外部壁壘。貿易政策、關稅機制及碳相關措施(如歐盟碳邊境調節機制)之變動，均可直接影響成本結構及市場准入條件。地緣政治緊張與供應鏈中斷進一步增加了不確定性，形成出口商難以獨力管理的風險。對法律與合規資源有限的小型企業而言，適應此類波動尤為困難，往往制約其維持國際市場穩定參與之能力。

全球營運能力、產品開發及消費者互動壁壘

除監管、供應鏈及品牌相關壁壘外，跨境擴張亦須全球銷售渠道、產品開發及消費者互動方面的整合能力。領先企業利用成熟的國際分銷網絡、高效的產品創新週期及直接的消費者溝通渠道，快速響應多樣化且不斷演變的市場需求。相比之下，新進入者往往缺乏構建此類體系所需的經驗、資源及數據能力，限制了其在全球市場有效擴大規模的能力，構成了重大的進入壁壘。

中國大型廚房電器行業出口至海外的公司排名

中國大型廚房電器行業出口至海外的領先公司在產品組合、品牌策略及目標海外市場方面有所不同。其收益水平反映了產品定位及在國際市場滲透深度的差異。中國大型廚房電器行業出口至海外的特點是目的地市場多元化，消費者偏好、認證標準及分銷渠道的差異塑造了中國出口商的表現。於2025年，中國大型廚房電器行業出口至海外的前十大公司合計約為人民幣36,636.5百萬元，佔中國大型廚房電器出口至海外的總出口銷售收益約28.6%。

行業概覽

下表列示2025年按出口銷售的收益計中國大型廚房電器行業出口至海外的前十大公司：

按出口銷售的收益計，2025年中國大型廚房電器行業出口至海外的公司排名，人民幣百萬元

排名	公司	收益 ⁽¹⁾	市場份額 ⁽²⁾
1	公司A ⁽³⁾	21,115.0	16.5%
2	公司B ⁽⁴⁾	10,500.0	8.2%
3	公司C ⁽⁵⁾	1,265.0	1.0%
4	公司D ⁽⁶⁾	1,065.0	0.8%
5	公司E ⁽⁷⁾	715.0	0.6%
6	公司F ⁽⁸⁾	590.0	0.5%
7	公司G ⁽⁹⁾	505.0	0.4%
8	本集團	456.5	0.4%
9	公司H ⁽¹⁰⁾	260.0	0.2%
10	公司I ⁽¹¹⁾	165.0	0.1%
		36,636.5	28.6%

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估計

附註：

- (1) 收益指該公司面向海外的大型廚房電器業務所產生的銷售收益。
- (2) 百分比的分母為中國大型廚房電器出口至海外的總出口銷售收益。
- (3) 公司A是一間總部位於山東省青島市的公司。該公司於上海證券交易所、法蘭克福證券交易所及香港證券交易所上市。該公司成立於1994年，從事家電及智能家居解決方案的研發、生產及銷售。其產品組合包括雪櫃及冷凍櫃、洗衣機、空調、熱水器、廚房電器及小型家用電器，以及支持互聯生活的集成智能家居應用場景。
- (4) 公司B是一間總部位於廣東省佛山市的公司。該公司於深圳證券交易所及香港證券交易所上市。該公司成立於2000年，作為一家科技集團營運，業務範圍涵蓋智能家居、新能源及工業技術、樓宇科技、機械人與自動化、醫療保健及智能物流。其智能家居分部涵蓋家用電器、互聯家居解決方案及相關生態系統產品，專注於場景化智能、用戶交互及數據驅動的價值創造。
- (5) 公司C是一間總部位於廣東省佛山市的公司。該公司於深圳證券交易所上市。該公司成立於2003年，從事廚房電器及水、熱能產品的研發、製造及銷售。其產品組合包括燃氣熱水器、電熱水器、抽油煙機、燃氣灶及消毒櫃等廚房電器，以及空氣源熱泵及採暖鍋爐等熱能產品。

行業概覽

- (6) 公司D是一間總部位於廣東省佛山市順德區的公司。該公司成立於2005年，從事廚房電器的研發、製造及銷售。其核心產品包括抽油煙機、嵌入式電烤箱、電磁爐及酒櫃，其中抽油煙機為關鍵產品類別。該公司產品主要銷往海外市場，分銷至廣泛的國際目的地。此外，該公司結合自有品牌及ODM製造模式營運，向終端市場及品牌客戶提供產品。
- (7) 公司E是一間總部位於廣東省中山市的公司。該公司於深圳證券交易所上市。該公司成立於1992年，專注於廚電領域，從事各種廚房及家居相關產品的研發、生產及銷售。其產品包括集成烹飪中心、抽油煙機、爐具、熱水器、壁掛爐、洗碗機、蒸烤一體機、消毒櫃、淨水系統、集成灶、集成洗碗機及全屋定制產品，服務各個國際市場的消費者。
- (8) 公司F是一間總部位於浙江省金華市的公司。該公司成立於2006年，從事廚房電器的研發、製造及銷售。其產品組合涵蓋一系列嵌入式廚房電器，包括烤箱、蒸汽爐、抽油煙機、燃氣灶、洗碗機、微波爐、咖啡機及酒櫃。該公司產品主要銷往包括歐洲及北美在內的海外市場，同時亦拓展了國內市場銷售。
- (9) 公司G是一間總部位於廣東省中山市的公司。該公司成立於2016年，從事廚房電器、熱水產品及智能家居相關產品的研發、製造及銷售。其產品組合包括抽油煙機、燃氣灶、集成灶、消毒櫃、洗碗機及蒸烤箱等廚房電器，以及燃氣熱水器、電熱水器、空氣源熱泵熱水器及太陽能熱水器等熱水產品。
- (10) 公司H是一間總部位於浙江省杭州市的公司。該公司於深圳證券交易所上市。該公司成立於1979年，從事家用廚房電器的研發、生產及銷售。其產品組合包括抽油煙機、集成油煙機、蒸箱、爐具、消毒櫃、電烤箱、微波爐、洗碗機、淨水器、燃氣熱水器及其他廚電類別。
- (11) 公司I是一間總部位於浙江省寧波市的公司。該公司成立於1995年，從事嵌入式廚房電器的研發、製造及銷售。其產品組合包括抽油煙機、燃氣灶、集成烹飪系統、水槽洗碗機、嵌入式蒸烤箱、淨水器及燃氣熱水器。該公司專注於嵌入式廚房電器領域，並在其研發活動及專利組合的支持下，開發了一系列自主產品及技術。

行業概覽

中國大型廚房電器行業出口至歐洲公司排名

中國大型廚房電器行業出口至歐洲的領先公司在產品組合、品牌方式及國別市場重點方面表現出差異。市場仍然分散，收益表現反映了與歐洲消費者需求的契合程度，以及在應對當地監管及分銷環境方面的能力。歐洲大型廚房電器市場呈現出相對成熟及受監管的格局，具有更嚴格的認證要求、更高的質量預期及完善的零售體系，這些因素共同塑造了中國出口商的競爭力。於2025年，中國大型廚房電器行業出口至歐洲的前五大公司合計約為人民幣8,334.0百萬元，佔中國大型廚房電器出口至歐洲的總出口銷售收益約26.6%。

下表列示2025年按出口銷售的收益計中國大型廚房電器行業出口至歐洲的前五大公司：

按出口銷售的收益計，2025年中國大型廚房電器行業出口至歐洲的公司排名，人民幣百萬元

排名	公司	收益 ⁽¹⁾	市場份額 ⁽²⁾
1	公司A	6,335.0	20.2%
2	公司B	1,230.0	3.9%
3	本集團	304.0	1.0%
4	公司D	275.0	0.9%
5	公司C	190.0	0.6%
		8,334.0	26.6%

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估計

附註：

(1) 收益指該公司於歐洲的大型廚房電器業務所產生的銷售收益。

(2) 百分比的分母為中國大型廚房電器出口至歐洲的總銷售收益。

行業概覽

主要原材料價格

熱軋鋼捲(HRC)

熱軋鋼捲(HRC)是抽油煙機及嵌入式爐具所用鋼板組件的主要上游原材料，於2020年至2022年經歷了顯著的價格波動，受疫情初期造成的生產、物流及下游工業活動中斷影響，於2022年達到約每噸人民幣4,400元的相對較高水平。自2023年起，HRC的平均價格呈現持續下降趨勢，由2023年的約每噸人民幣4,000元下降至2024年的約每噸人民幣3,700元，並隨著鋼鐵市場狀況逐漸常態化及供需動態趨於穩定，於2025年進一步下降至約每噸人民幣3,300元。由於鋼板佔抽油煙機及嵌入式爐具結構組件的很大份額，HRC平均價格的變化通常通過下游加工階段反映在製造成本中。展望未來，HRC的平均價格預計將保持相對穩定並持續溫和下降趨勢，到2030年達到約每噸人民幣2,900元。

玻璃

玻璃是抽油煙機及嵌入式爐具面板及可見組件中使用的主要材料，於2020年至2022年經歷了顯著的價格波動，在COVID-19爆發後玻璃行業受到暫時中斷後，平均價格於2022年達到約每平方米人民幣21.9元。自2023年起，玻璃的平均價格總體下降，在2023年保持大致穩定於約每平方米人民幣21.8元，隨後隨著行業狀況逐漸常態化，在2024年下降至約每平方米人民幣18.3元，並在2025年進一步下降至約每平方米人民幣14.7元。由於玻璃及微晶玻璃材料廣泛用於抽油煙機及嵌入式爐具的可見及功能組件，玻璃平均價格的變化通常通過材料採購反映在製造成本中。展望未來，玻璃的平均價格預計將保持溫和下降的軌跡，到2030年達到約每平方米人民幣10.8元。

鋁

鋁是抽油煙機及嵌入式爐具結構及外觀組件中常用的原材料，其平均價格於2020年至2022年經歷了整體上漲，在COVID-19爆發後工業活動及供應鏈逐步恢復的背景下，於2022年達到約每噸人民幣19,900元。自2023年起，鋁價在相對較高的範圍內波動，在2023年下降至約每噸人民幣18,700元，隨後在2024年增加至約每噸人民幣19,900元，並在2025年進一步增加至約每噸人民幣20,700元。由於鋁廣泛用於抽油煙機及嵌入式爐具的結構件、外殼及其他外觀組件，鋁價的變化通常影響相關材料及組件的採購成本。展望未來，鋁的平均價格預計將繼續保持上行趨勢，到2030年達到約每噸人民幣28,000元。