新适代 居住空间 居住消费

新适代居住空间洞察报告

CBNDATA 第一财经商业数据中心 × 天禧派 顾家家居旗下轻时尚品牌

© 2021 CBNData. All rights reserved.

目录

TABLE OF CONTENTS

01 家居家装市场概况

02 家装家居消费者洞察

03 家居消费未来展望

CBNData ID:14053

01

家居家装市场概况

家居家装行业市场规模不断扩大

新房装修是市场主导，城市化带动旧房装修市场

85后、90后成为家居家装市场两大力量

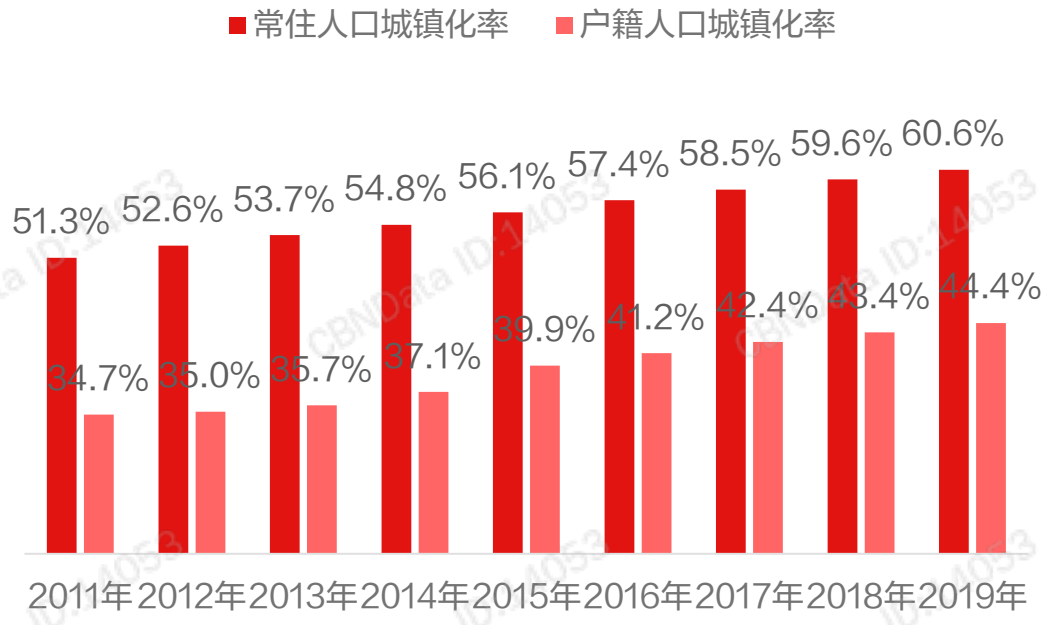
年轻一代对高品质、高性价比的家居产品需求上涨

CBNData ID:14053

行业背景：随着经济的发展，家居家装需求逐年增加

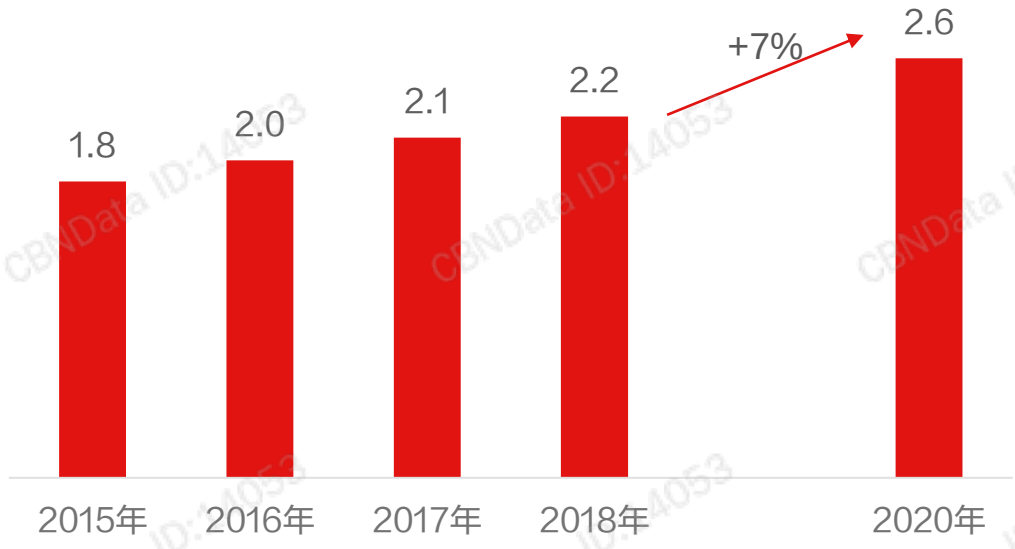
随着我国城镇化率的进一步提高，居民的家居生活改善的需求逐渐释放，将助推家居市场的进一步发展；
随着消费者消费水平的提高，对家居家装产品的需求也进一步提升。

2011-2020年全国居民城镇率增长情况



数据来源：国家统计局

2015-2020年中国家居家装行业市场规模统计
（单位：万亿元）

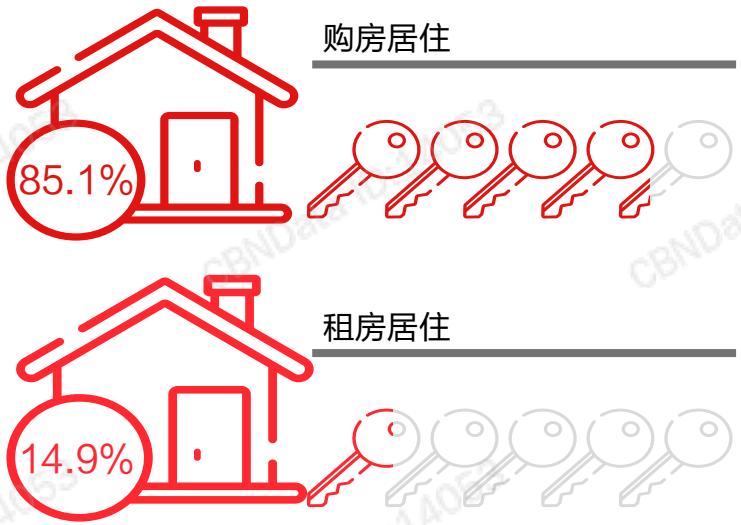


数据来源：前瞻产业研究院《中国家装行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》

新房装修占主导，随着城市化进程的进一步加强，将拉动旧房装修市场的发展

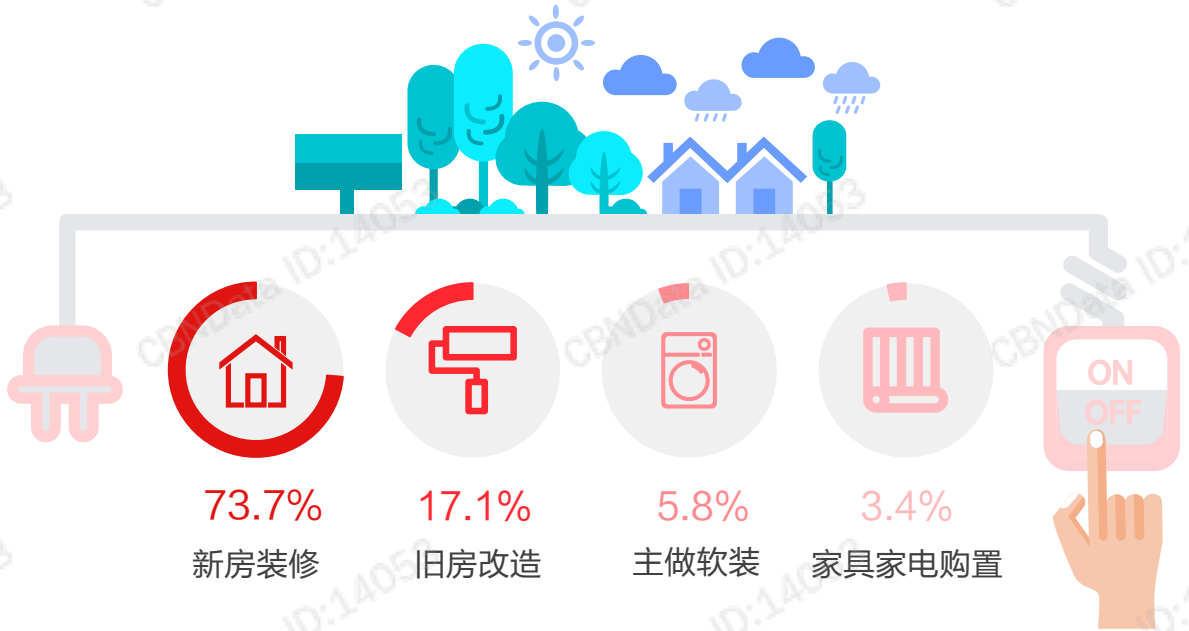
中国的城市化进程仍在逐步发展，购置新房进行装修的人群，仍然盘踞家装市场的主力地位。而随着房子存量越来越大，人们消费升级的需求，二手房装修和旧房翻新的需求会越来越多，旧房的家居市场也会被激活。

目前居住方式



数据来源：CBNData消费者调研

家居家装主要需求

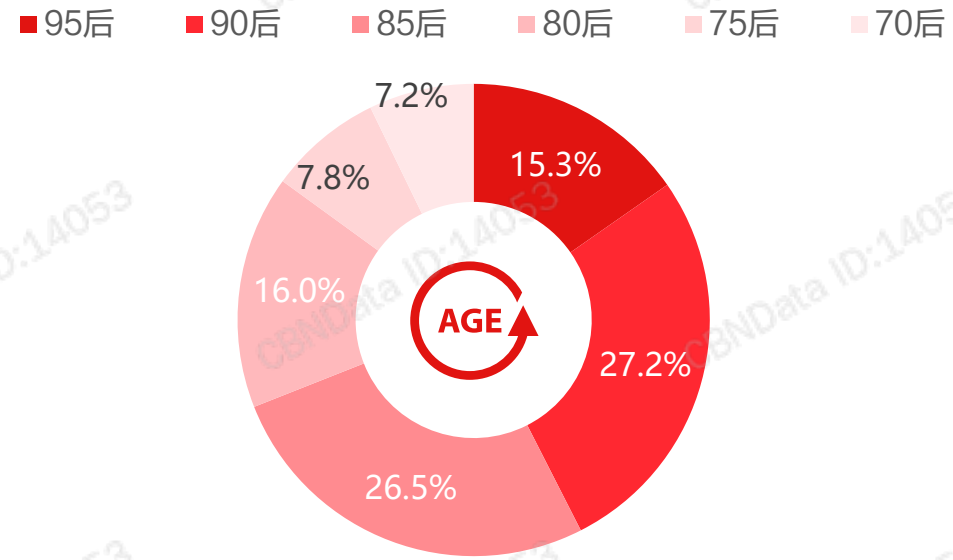


数据来源：CBNData消费者调研

随着消费人群的迭代，85、90 后成为家居家装市场两大中坚力量

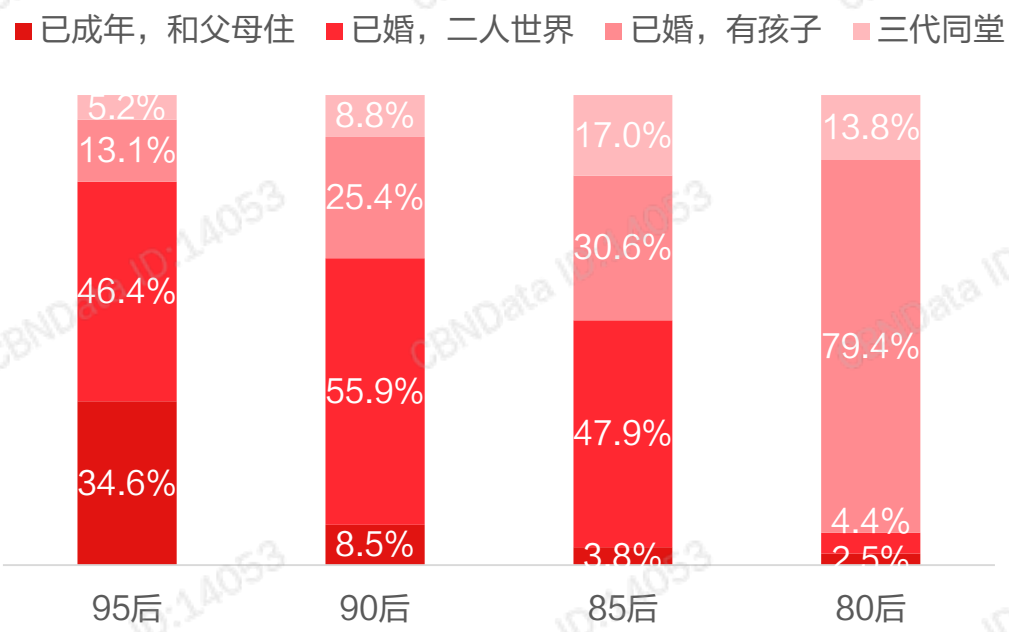
随着消费升级的浪潮，85、90后已然成为核心消费群体，用户年轻化趋势明显，且随着85后90后的成家立业，他们也已成为了家装行业的主流消费人群。

家居家装市场核心人群年龄分布



数据来源：CBNData消费者调研

家居家装市场核心人群家庭结构分布

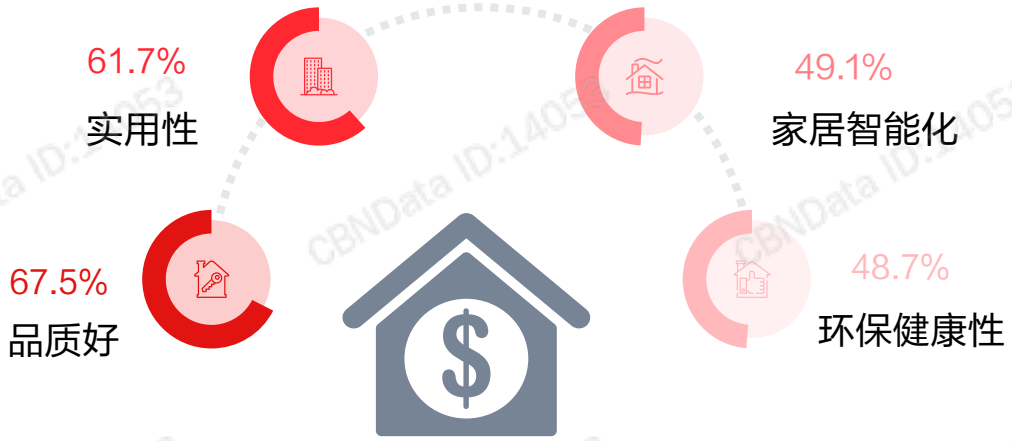


数据来源：CBNData消费者调研

作为年轻一代消费群体，对于高品质、高性价比的家居产品的需求上涨

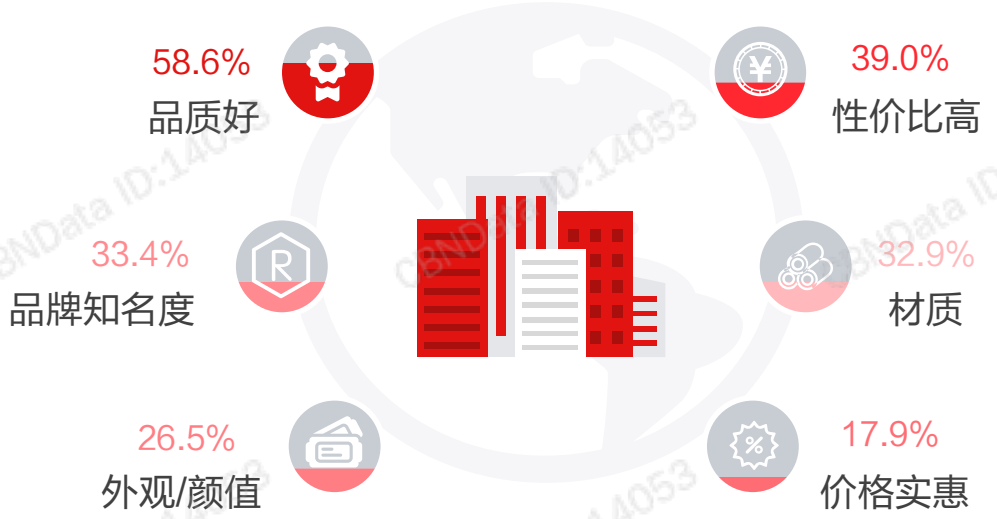
年轻一代为了让自己能够置身于更舒适的生活环境，开始对家居的品质提出了更高的要求，但随着新一代的消费观念迭代，品质好、高性价比成为他们选择家居产品的重要关注点。

家居产品重要关注点TOP4



数据来源：CBNData消费者调研

家居选择影响因素TOP6



数据来源：CBNData消费者调研

02

家居家装消费者洞察

新适代青年是指紧跟主力军 85 后，且已初露头角的 90 后新面孔

新适代青年特征：追求极致性价比的专家

CBNData ID:14053



新适代青年人群画像洞察

CBNData ID:14053

新适代青年用户总体描述

在居住领域，新适代青年是指紧跟主力军 85 后，且已初露头角的 90 后新面孔

作为新一代家居家装消费群体，有新的生活追求和价值主张

作为新一代消费群体，新适代青年表现出如下特点：



绝大部分处于

刚结婚或结婚有孩的阶段

89.6%



数据来源：CBNData消费者调研

已经和另一半共同或在父母资助下或独立购置了房产

85.1%



数据来源： CBNData消费者调研



新适代青年用户画像

CBNData ID:14053

新适代青年用户群体特征：追求极致性价比的专家

所谓“追求极致性价比的专家”，指的是拥有较高文化水平和高度对称的消费者，在消费时热衷于精打细算、钻研价格、产品功效等特征。

普遍拥有较高文化水平和高度对称的消费水平

大多生活在在二三线城市，生活张弛有度

热衷于精打细算，高质价比是标准

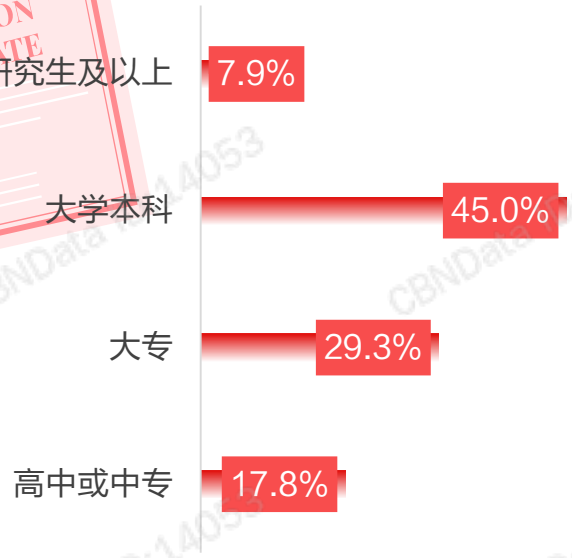


普遍拥有较高文化水平和高度对称的消费水平

随着年龄和收入增长，新适代青年一代已成长为当今社会的消费主力，新适代青年群体普遍拥有较高文化水平和高度对称的消费群体。

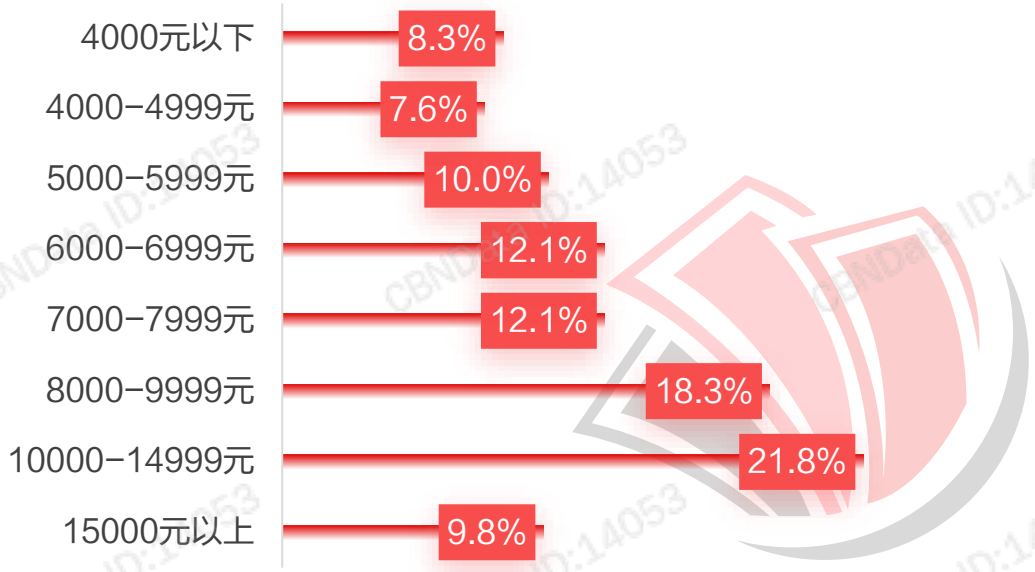
新适代青年学历情况





数据来源：CBNData消费者调研

新适代青年平均每月可支配收入

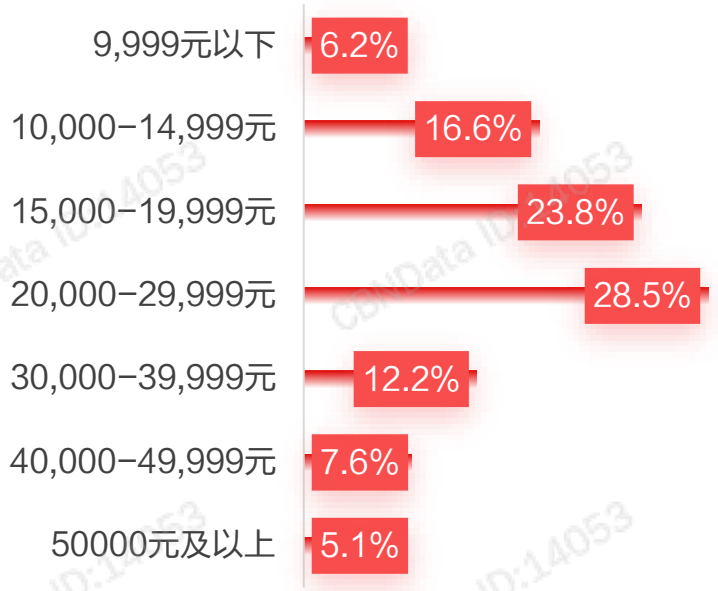


数据来源：CBNData消费者调研

工作与收入稳定，生活质量较高

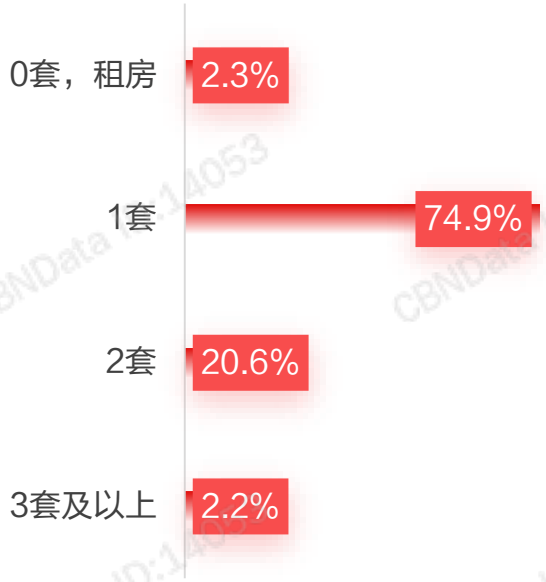
新适代青年一方面因为工作相对稳定、家庭收入不错，另一方面住房贷款的压力较小，总体的生活状态更为张弛有度。

新适代青年家庭月收入情况



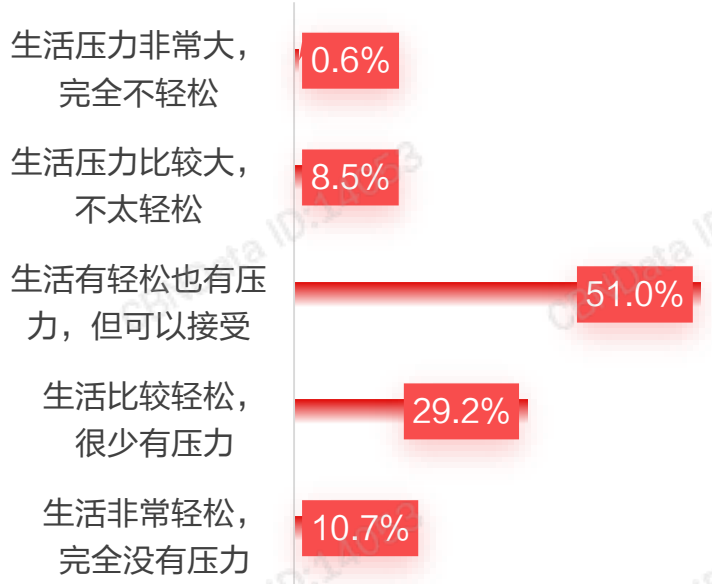
数据来源：CBNData消费者调研

新适代青年房产拥有情况



数据来源： CBNData消费者调研

新适代青年生活状态情况

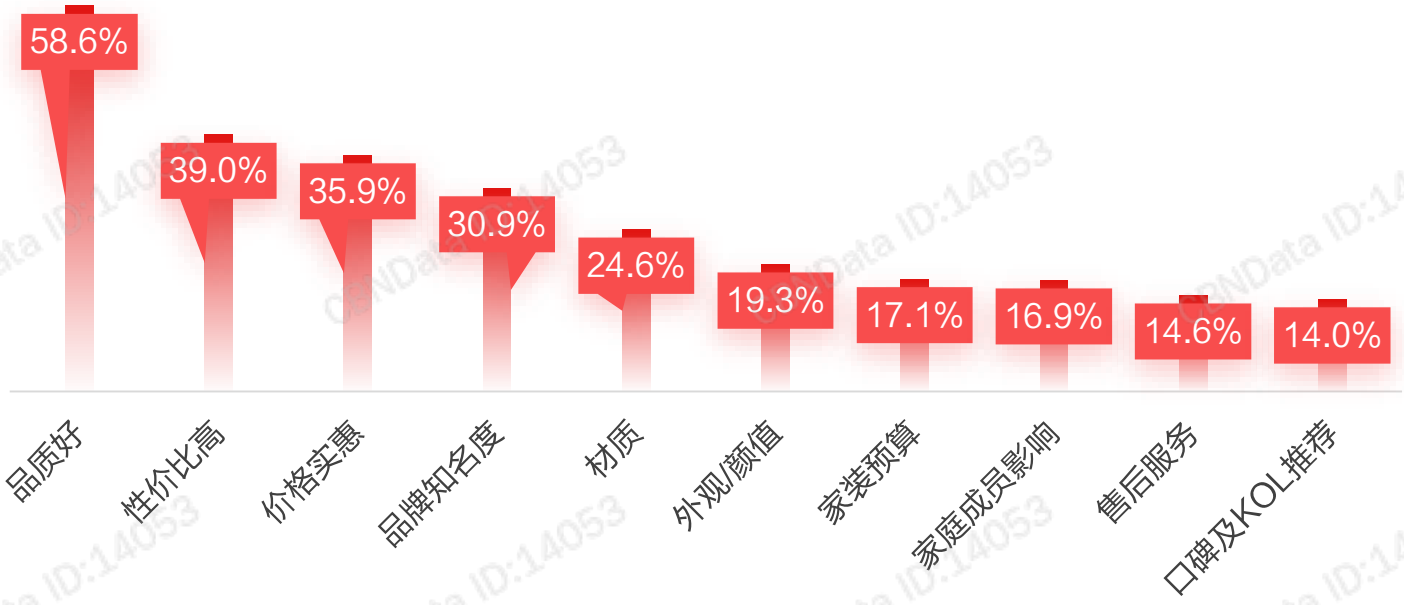


数据来源： CBNData消费者调研

随着收入的增长，新适代年轻人对家居有着自己的追求

新适代青年在挑选家居产品时热衷于精打细算，在保证产品质量的前提下，性价比高与价格实惠也是他们选择时考虑的主要标准。与此同时，在选择家居产品时会进行比价，选购认为价格合理的产品。

新适代青年选择家居产品时的重要考虑因素



数据来源：CBNData消费者调研





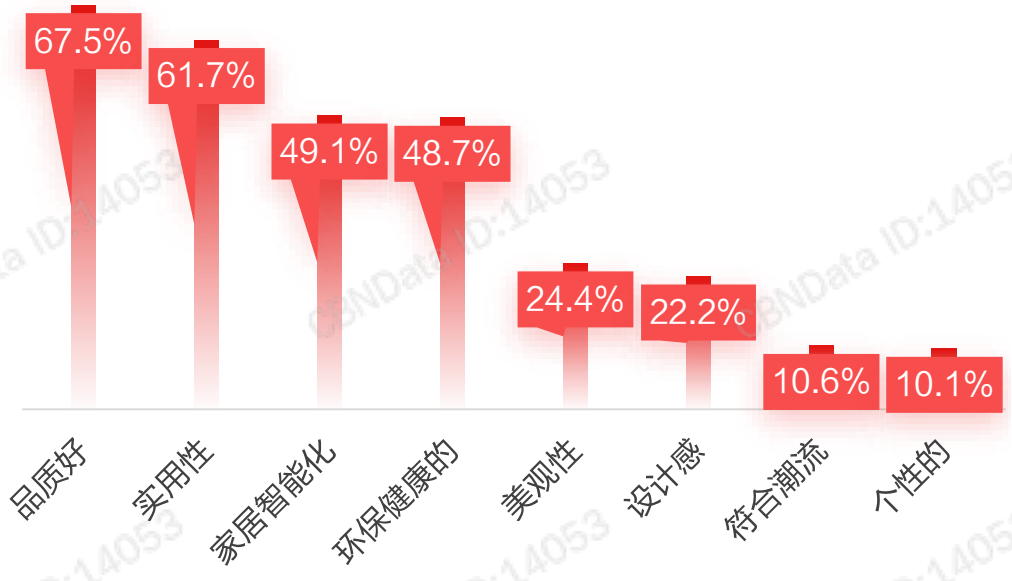
新适代青年居住消费趋势洞察

CBNData ID:14053

“懒”人经济：新适代青年“懒吃懒住”，追求便捷与舒适的生活

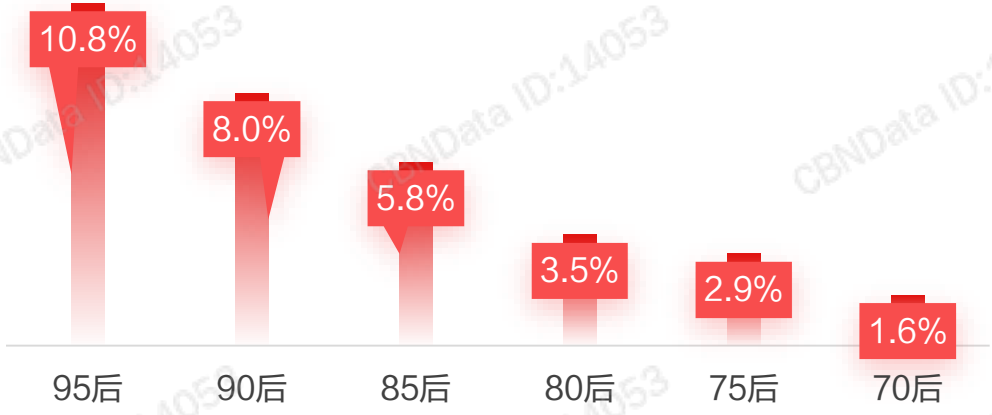
在消费升级的趋势下，住和用的便捷与舒适也是当下懒人经济的重要体现，智能化的懒人家居用品满足了新适代青年家务减负的需求。在家居产品的选择上，懒人沙发也在90后95后的偏好名单中位列前茅。

新适代青年选择家居产品时重要关注点



数据来源：CBNData消费者调研

懒人沙发在不同代际中的偏好

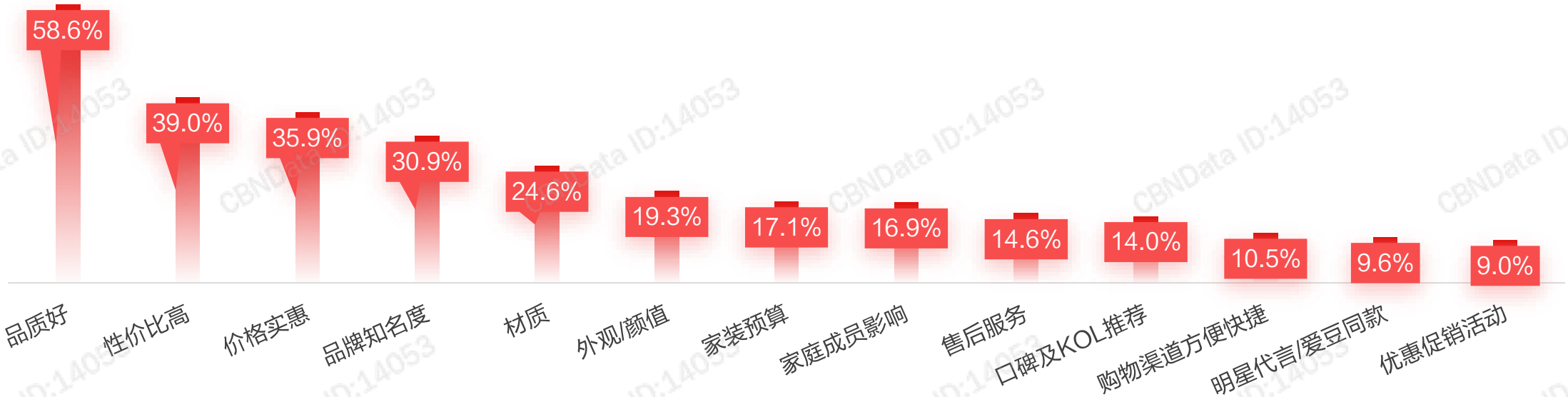


数据来源：CBNData消费者调研

消费理性，注重品质也追求性价比

新适代青年对于高品质产品的追求提升，让其消费观念更趋成熟、理性，花更少的钱，买更好的产品成为主流。新适代青年在家居消费中，更加关注品质，也会注重性价比。

新适代青年选择家居产品时重要影响因素



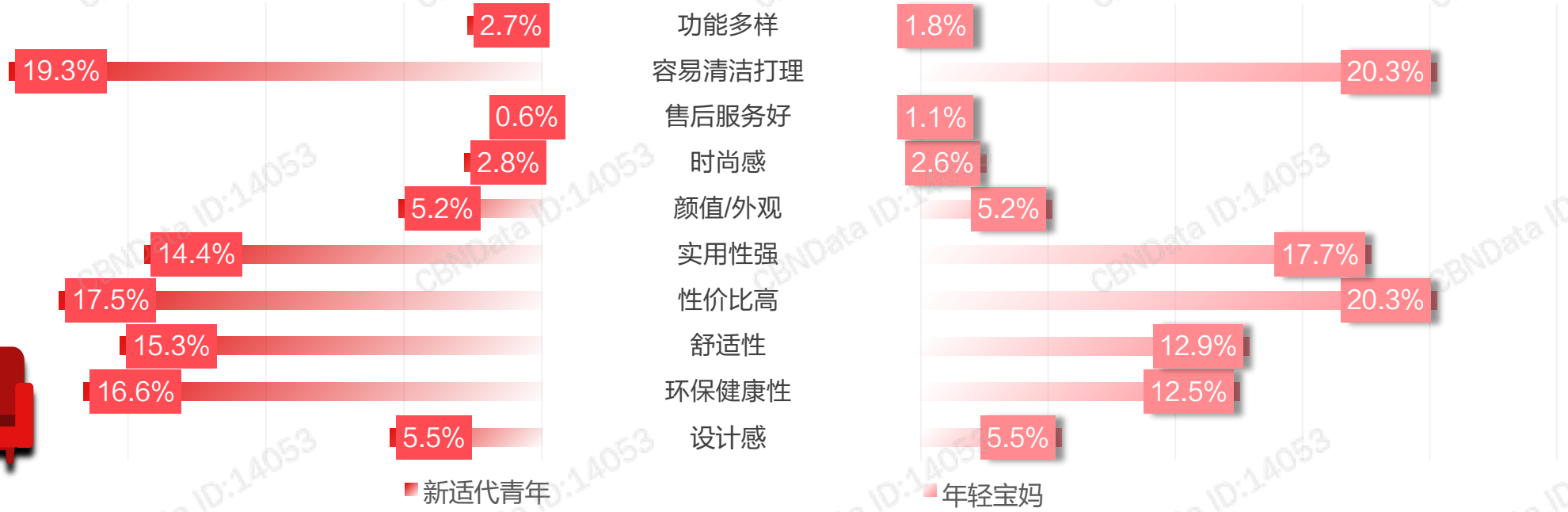
数据来源：CBNData消费者调研

易清洁、易打理，当代年轻宝妈对家居产品的首要期待

随着家居需求的提升，在满足家居功能化、健康化消费心理的同时，省事、省心成为新适代青年的重要诉求，容易清洁打理的家居产品更受年轻宝妈及养宠一族的关注。



家居产品最吸引的特点

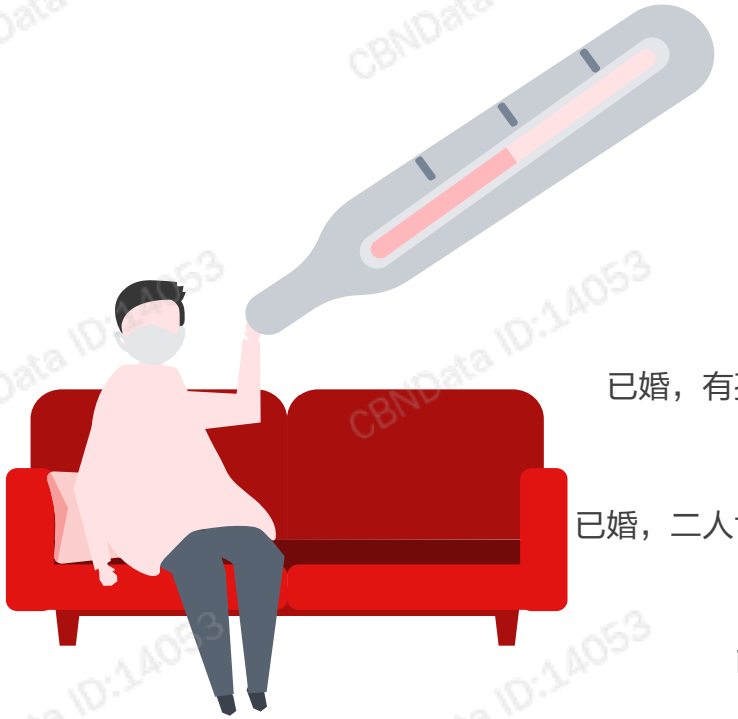


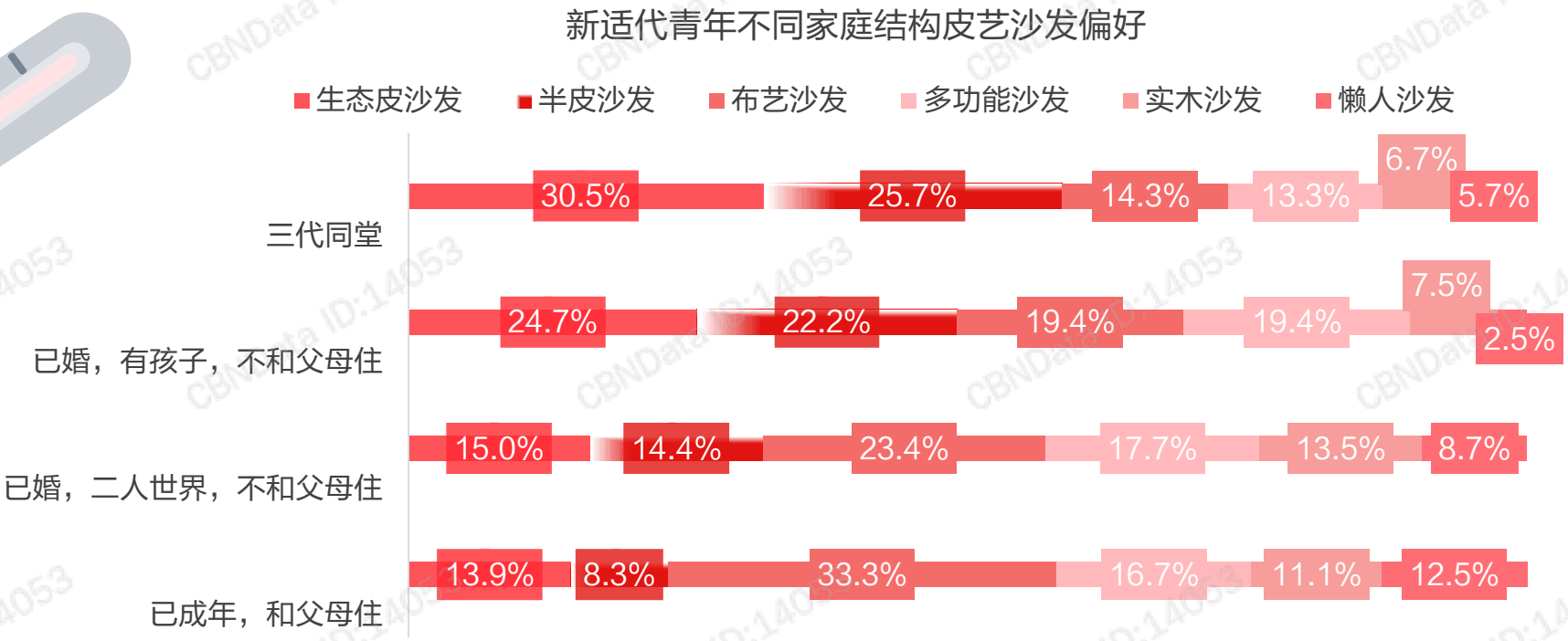
数据来源：CBNData消费者调研

数据来源： CBNData消费者调研

有孩家庭：耐脏耐抓和易清洁打理的需求明显

随着生活水平越来越高，消费能力的提升，新适代青年在选择家居产品时，不仅关注家居产品绿色环保的健康性，也越来越关注家居产品是否能减少家务负担，节约清理时间，因此在选择家居产品时，耐脏耐磨也成为新适代青年比较看重的一项指标。尤其是有孩家庭的需求更甚。





数据来源：CBNData消费者调研

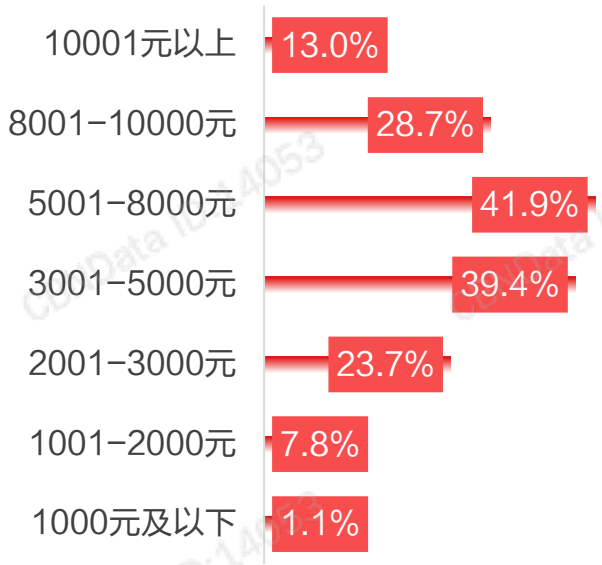
数据来源： CBNData消费者调研

必备家具，更加追求高性价比的价格

为追求更舒适、更具品质感的居住空间而精打细算的新适代青年，3001-5000元、5001-8000元价格段的沙发及床类更受新适代青年青睐。

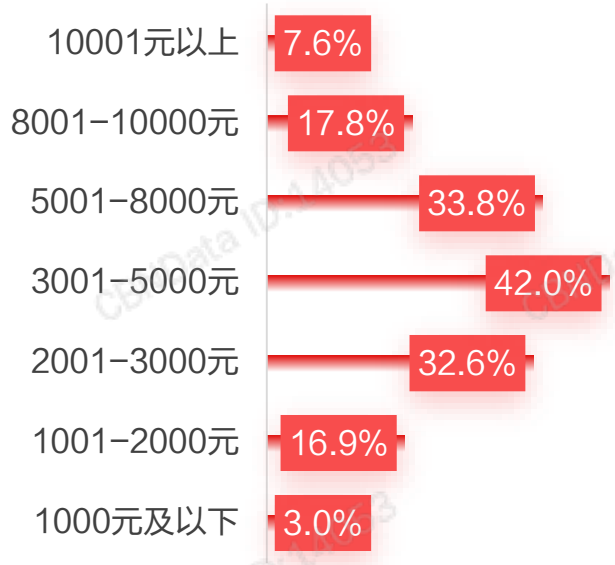


新适代青年购买沙发类价格



数据来源：CBNData消费者调研

新适代青年购买床类价格

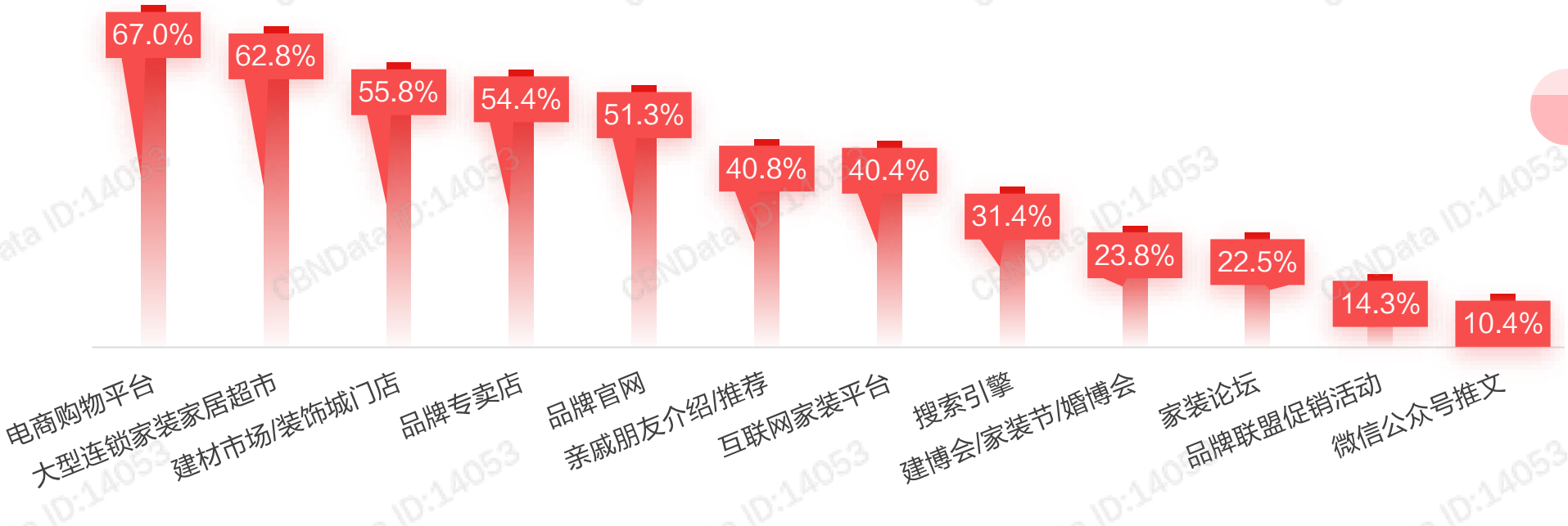


数据来源： CBNData消费者调研

线上挑选+线下体验，直达新适代青年核心需求

随着移动电商的发展，越来越多的消费者会倾向在线上先行去获取全方面的产品信息。在此之外，他们也同样喜欢在线下的大型连锁家装家居市场去进行体验。线上+线下的购物模式，更“省钱、省心、省时、省事”，为新适代青年提供最大的便捷和享受。

新适代青年家居产品信息获取渠道



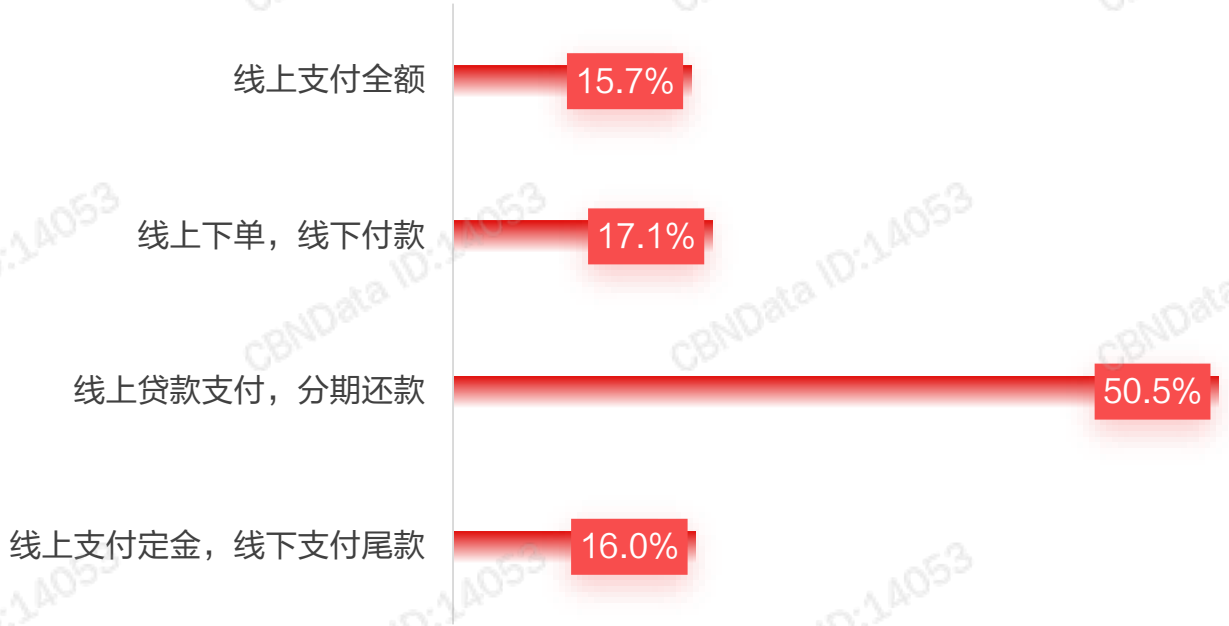
数据来源：CBNData消费者调研

花明天的钱，享品质生活

在消费升级的趋势下，新适代青年开始追求高品质、更舒适的家居生活，对家居产品的的购买也开始偏好提前消费，越来越多的人愿意花明天的钱来享受今天的品质生活。



新适代青年家居产品购买时付款方式偏好



数据来源：CBNData消费者调研



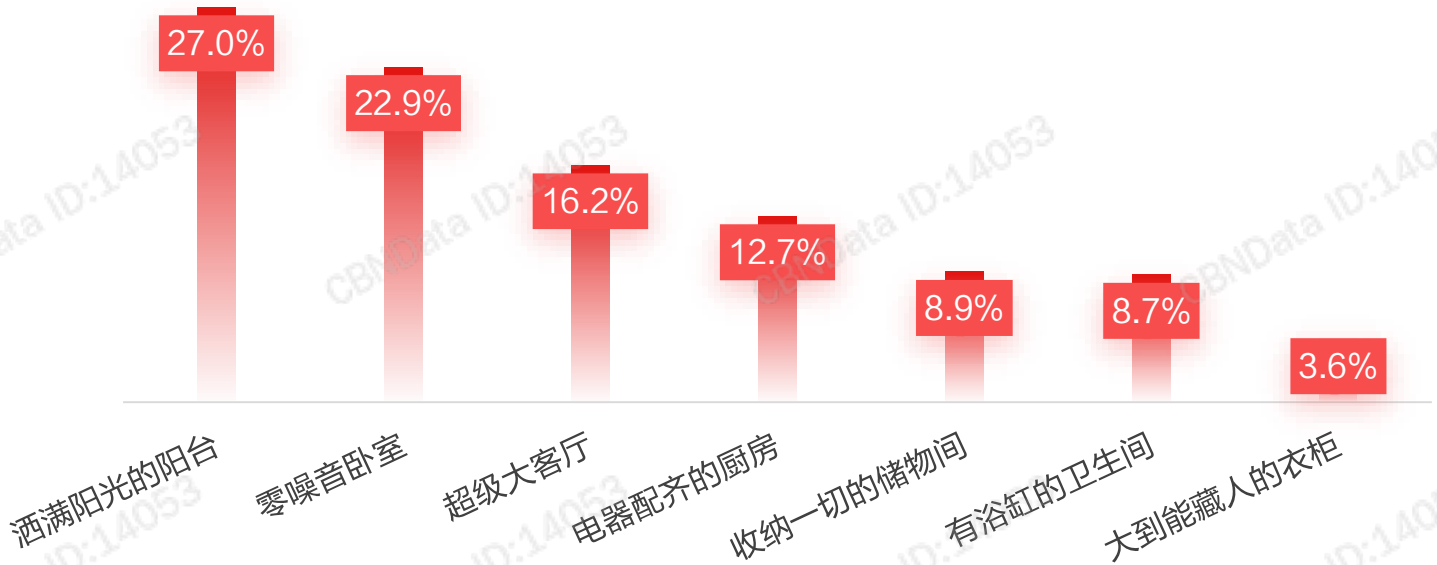
新适代青年居住空间趋势洞察

CBNData ID:14053

理想居住空间的追求集享受和实用于一体

品质生活成新适代青年的生活要义之一，追求更优质、更舒适、更便捷的居住空间，新适代青年对理想居住空间的追求集享受和实用于一体。在居住空间配置上，洒满阳光的阳台、零噪音卧室成为理想选择。

新适代青年期待的居住空间配置



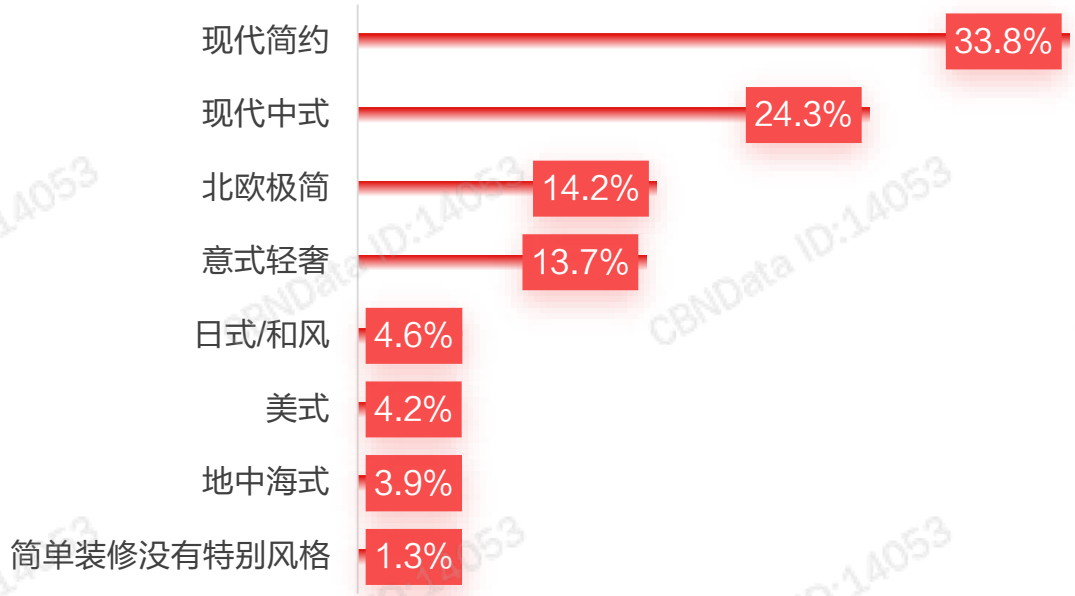
数据来源：CBNData消费者调研



偏爱现代简约风格，简约实用是王道

随着生活水平的提高，新适代青年追求现代化的装修风格，装修简单、住的舒服才是王道。现代简约风格是新适代青年追求的生活态度。

新适代青年家装风格偏好

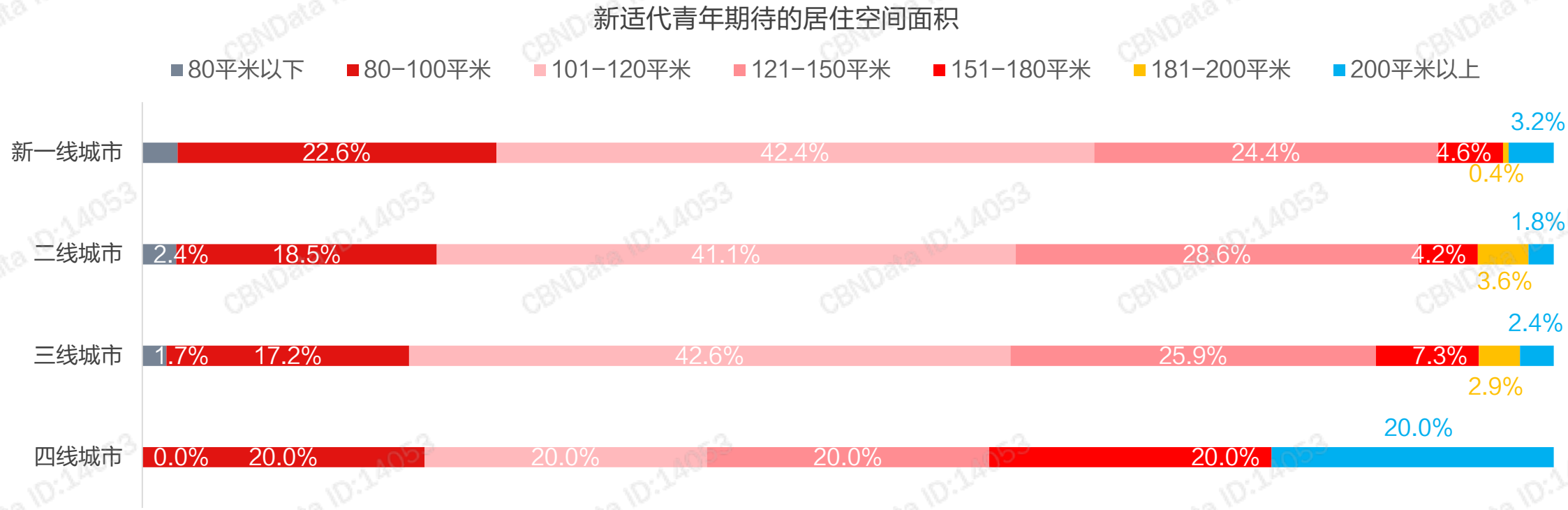


数据来源：CBNData消费者调研



追求更加宽敞、更加舒适、更加功能化的居住空间

随着收入的增加和对美好生活的不懈追求，二三四线城市新适代青年购房面积越来越大，面积在101-120㎡的房子在二三线城市中备受青睐，可满足赡养父母、养育孩子等一家共同生活的需要。



数据来源：CBNData消费者调研

03

家居消费未来展望

未来住房消费的主力人群更趋向年轻化
对居住品质将提出更高的需求

CBNData ID:14053

新适代青年未来家居消费三要素

品质

“品质感是最重要的”

价格

“追求极致性价比”

颜值

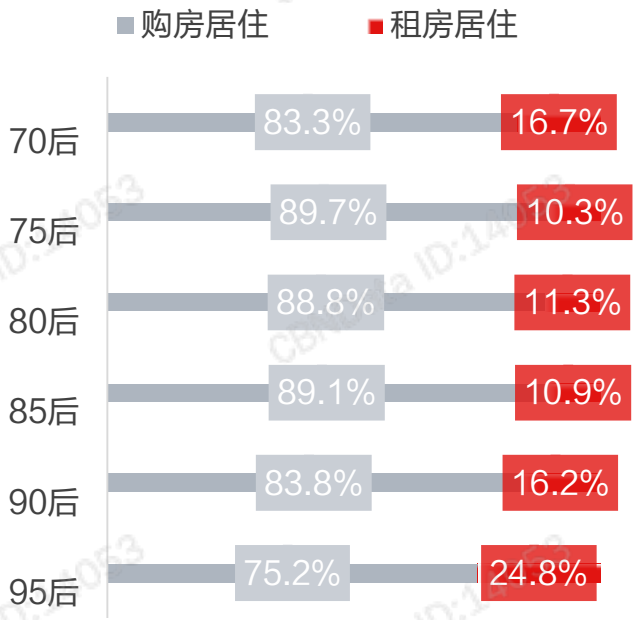
“追求个性化的颜值”



未来住房消费的主力人群会更趋向年轻化，“她经济”也会持续走强

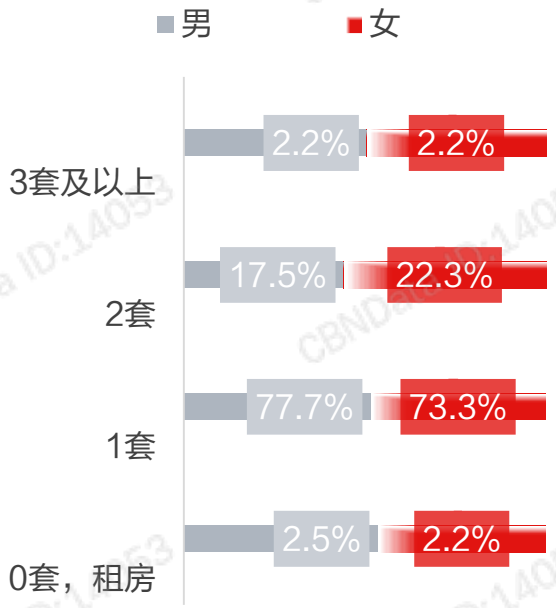
根据调研发现，购房者越来越年轻了，大多数城市购房者的平均年龄在降低。随着“她时代”的到来，越来越多的女性加入了购房置业的队伍，调研数据显示，近两成的女性能够凭一己之力独立购房。

新适代青年不同代际住房情况



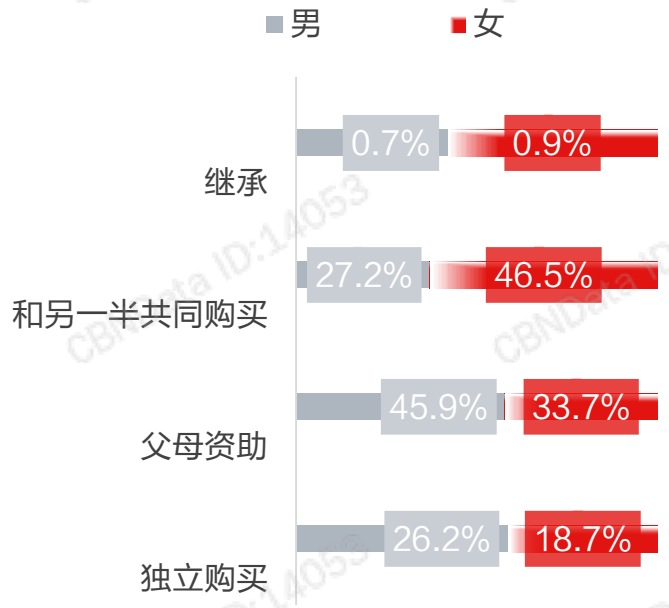
数据来源：CBNData消费者调研

新适代青年女性房产拥有情况



数据来源： CBNData消费者调研

新适代青年购房情况



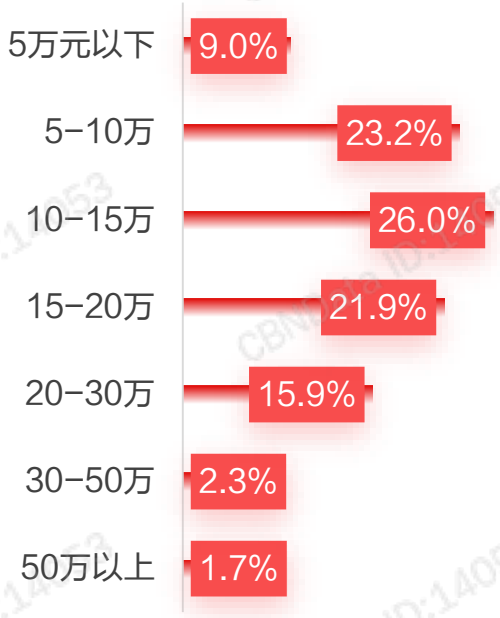
数据来源： CBNData消费者调研

不仅希望“有其屋”，还更盼望“优其屋”，对居住品质将提出更高的需求

高品质的家居环境作为生活的重要组成部分，成为新适代青年追求的目标。越来越多年轻人愿意花钱装修，追求自己想要的家居生活环境和品质，过自己憧憬的生活。



新适代青年整体软装预算



数据来源：CBNData消费者调研

新适代青年购买家居产品占整体预算情况

	餐椅	沙发	床架	床垫	床头柜	坐具类	茶几
5%以内	24.1%	9.9%	17.4%	22.2%	38.8%	17.5%	36.7%
5~10%	37.7%	26.4%	31.8%	32.8%	32.3%	34.6%	31.8%
10~15%	22.3%	32.1%	26.9%	24.2%	16.1%	28.0%	20.9%
15~20%	11.1%	17.4%	15.0%	13.0%	8.4%	12.6%	6.9%
20~30%	3.4%	10.6%	6.8%	5.6%	3.9%	5.7%	3.3%
30~50%	1.0%	2.9%	1.9%	1.7%	0.3%	1.0%	0.3%
50%以上	0.3%	0.7%	0.3%	0.4%	0.1%	0.7%	0.1%

数据来源：CBNData消费者调研

DATA COVERAGE 数据说明

数据来源：消费者定量调研，采用线上随机抽样方式

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
数据时间段: 2021.3.7-2021.3.10

人群标签：家居家装兴趣人群，1000位家装家居人群（最近 2 年家里进行过装修、正在 装修及未来 1 年有装修需求）

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

CBNData ID:14053

COPYRIGHT DECLARATION
版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

CBNData ID:14053

ABOUT US 关于我们

联系我们: Data@cbndata.com
商务合作: BD@cbndata. com
加入我们: JOB@cbndata. com

第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是由第一财经与阿里巴巴于2015年共同发起成立的，面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商。依托SMG、第一财经及阿里巴巴的优势资源，CBNData以全域消费数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

CBNData ID:14053

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

CBNData ID:14053