

2019中国家居数字消费者洞察报告

精简版

久势智库

中国·北京，2020年2月

1. 本报告由久势智库制作，久势智库拥有此报告（含文字、图片、表格等）全部版权和知识产权，受中国法律知识产权相关条例的版权保护。
2. 未经书面许可或授权，任何组织及个人不得以任何方式或理由使用本报告的信息用于其他商业目的。如需使用、复制、抄录、传播此报告中的任何数据及观点，需明确标注资料及数据来源。
3. 本报告中所涉及数据资料，久势智库主要采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究分析所得，受调研数据样本限制，可能部分数据不能够完全反映真实市场情况、本报告仅可作为市场参考资料，久势智库对本报告的数据准确性不承担法律责任。
4. 特别感谢北京豆果信息技术有限公司（以下简称“豆果美食”）在调研数据的大力支持，本报告的中国家具市场消费者调研问卷由豆果美食提供技术及数据支持。
5. 对任何侵犯版权的行为，以及由此造成的经济损失，久势智库保留追究其法律责任的权力。用户阅读该研究报告即表明遵守该版权约定。



研究目的

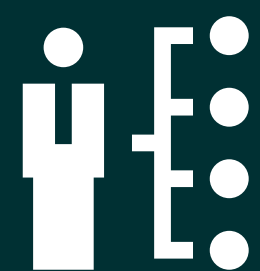
- 本研究从消费者的角度出发，通过问卷调研，分析中国数字消费者在家居领域的消费偏好和消费习惯及其核心特征，从而描绘出核心用户画像，为家居企业数字化变革提供消费者洞察的参考，并对数字时代家居消费市场未来发展趋势进行研判。



研究方法

- 定性研究、样本分析、数据统计分析、对比分析等方法。
- 中国家居消费者分析数据主要基于久势智库和豆果美食在2019年1月7日至2019年1月14日联合组织的《2019年中国家具市场消费者调研问卷》，共计样本量11,321份，其中有效问卷10,868份，有效问卷率96%，主要针对中国家居数字消费者的基本信息、购买渠道、购买频次、购买花费、消费偏好等问题进行调研。

第一部分
中国家居数字消费者
消费偏好分析



page 4

第二部分
中国家居数字消费者
购买要素分析



page 9

第三部分
中国家居数字消费者
用户特征画像



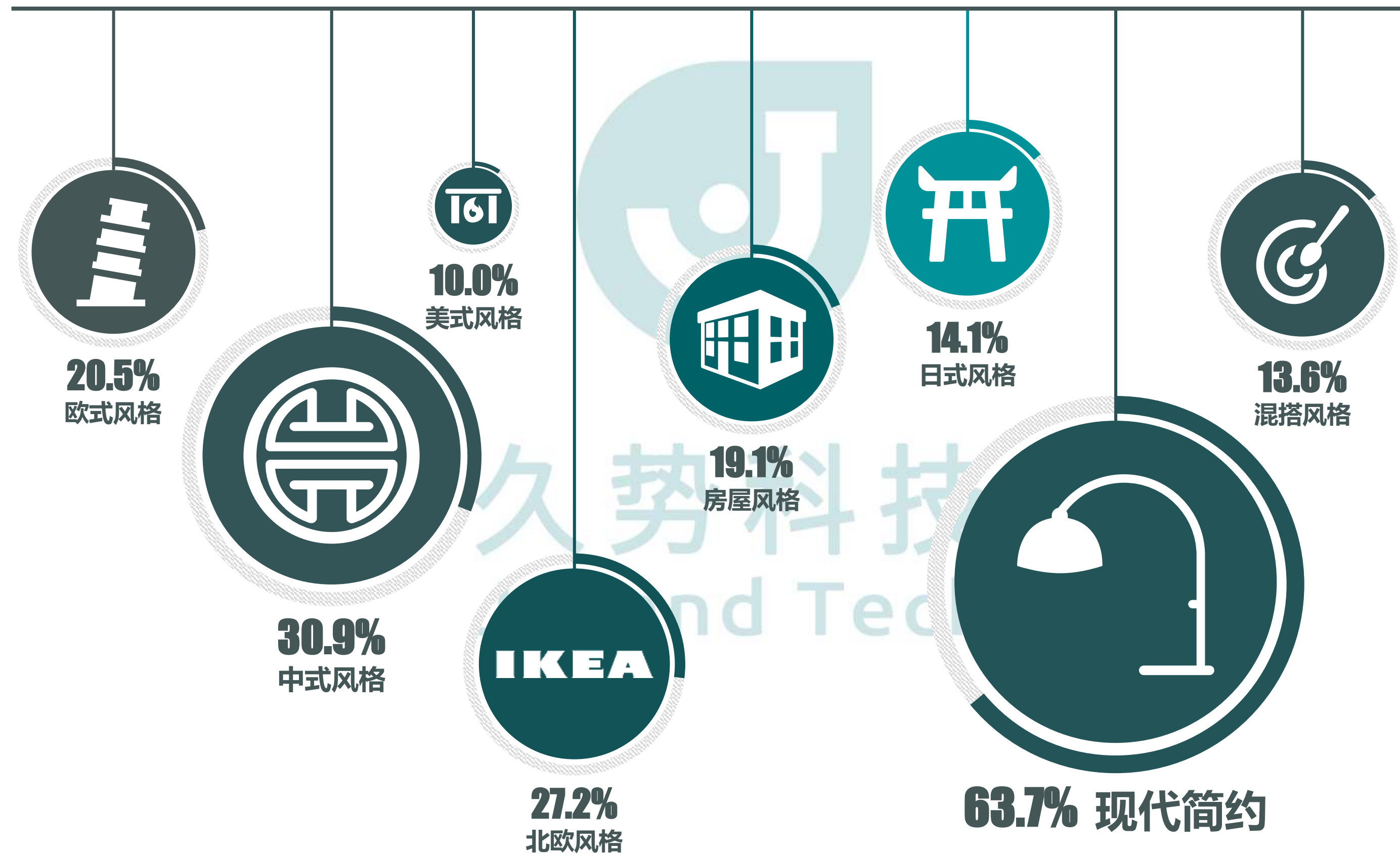
page 13



中国家居数字消费者消费偏好分析

家居风格偏好率：现代简约成为首选风格

根据2019年1月进行的《2019中国家具市场消费者调研问卷》，现代简约、中式、北欧、欧式为中国家居消费者首选的四大风格，偏好率分别达到63.7%、30.9%、27.2%与20.5%，日式、美式风格也具有一定的市场



家居材质及家居组合方式：偏好实木，并倾向于成品+定制

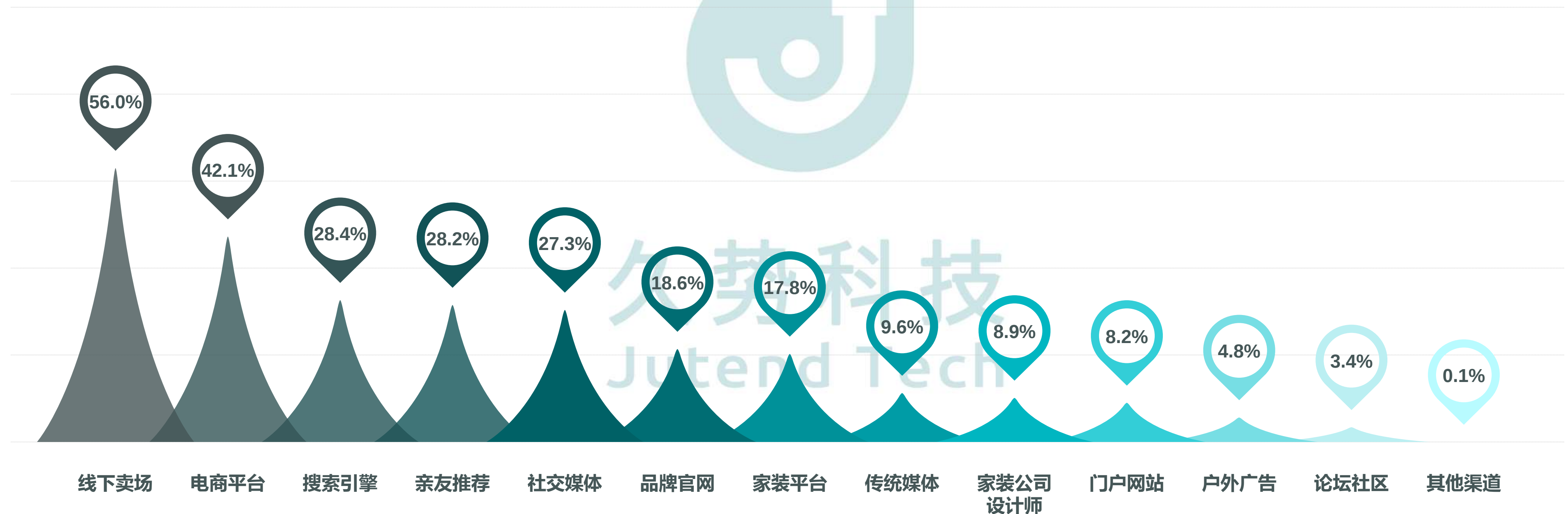
超过六成的消费者更愿意选择实木材质的家居产品；成品家居加定制家居为消费者喜爱的家居组合购买方式



家居信息获取渠道：家居卖场+电商平台

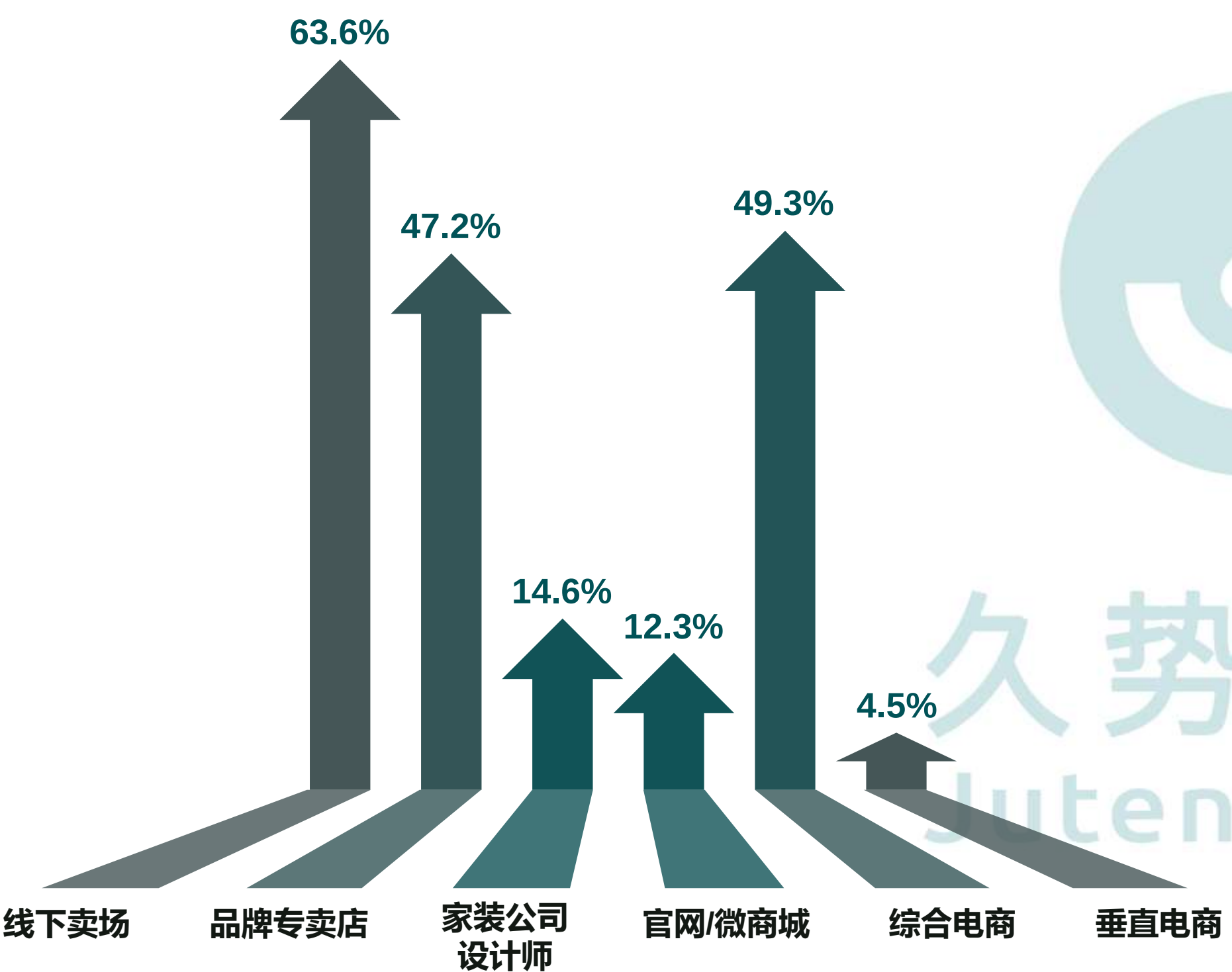
线下家居卖场以及电商平台为消费者获取家居信息的两大主要渠道，超过半数的消费者是主要通过线下卖场了解家居产品的；搜索引擎、亲友推荐、社交媒体为消费者次要信息获取渠道，使用比例为27-28%

家居信息获取渠道偏好比例

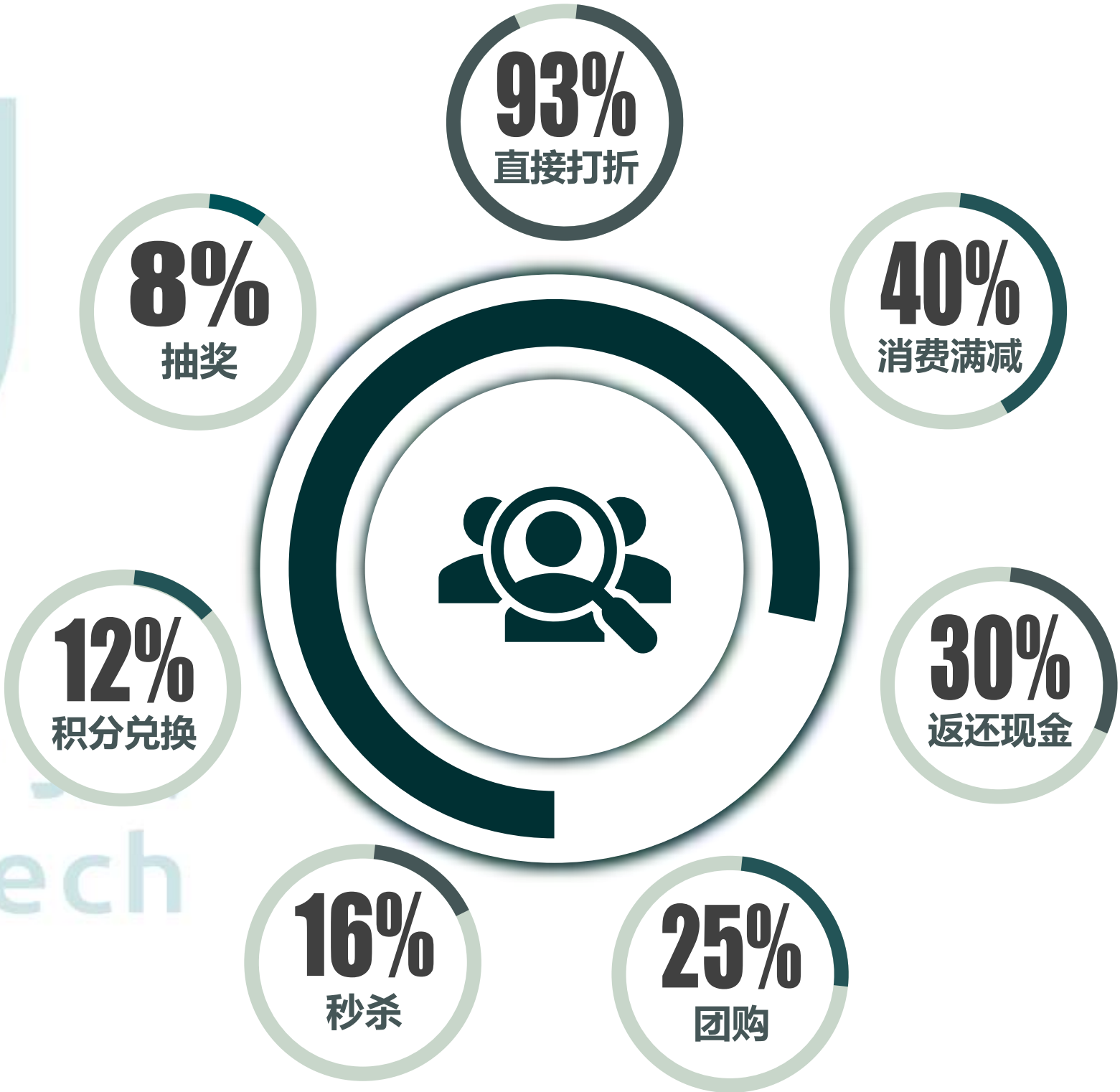


家居购买渠道及促销方式：电商平台逐渐成为主要购买渠道

线下家居卖场以及综合电商为消费者购买家居两大主要渠道，家居垂直电商渠道仍有待进一步的建设；直接打折、满减、返现为消费者最青睐的三大促销方式，中国家居消费者更喜欢“实在”的促销方式



家居购买渠道比例



家居促销方式偏好比例

数据来源：久势智库《2019中国家具市场消费者调研问卷》，N=11,321



中国家居数字消费者购买要素分析

决策主要关注品质、设计，消费偏好的品牌特征为舒适、简约

质量/原料做工和外观设计为中国家居消费者的首要关注因素，价格/性价比和售后服务也是消费者相对关注的因素，家居消费者偏好五大主要特征分别为舒适（50.3%）、简约（41.5%）、实用（35.2%）、人性化（31.4%）以及性价比（17.8%）

家居品牌决策因素构成



家居品牌特征偏好构成



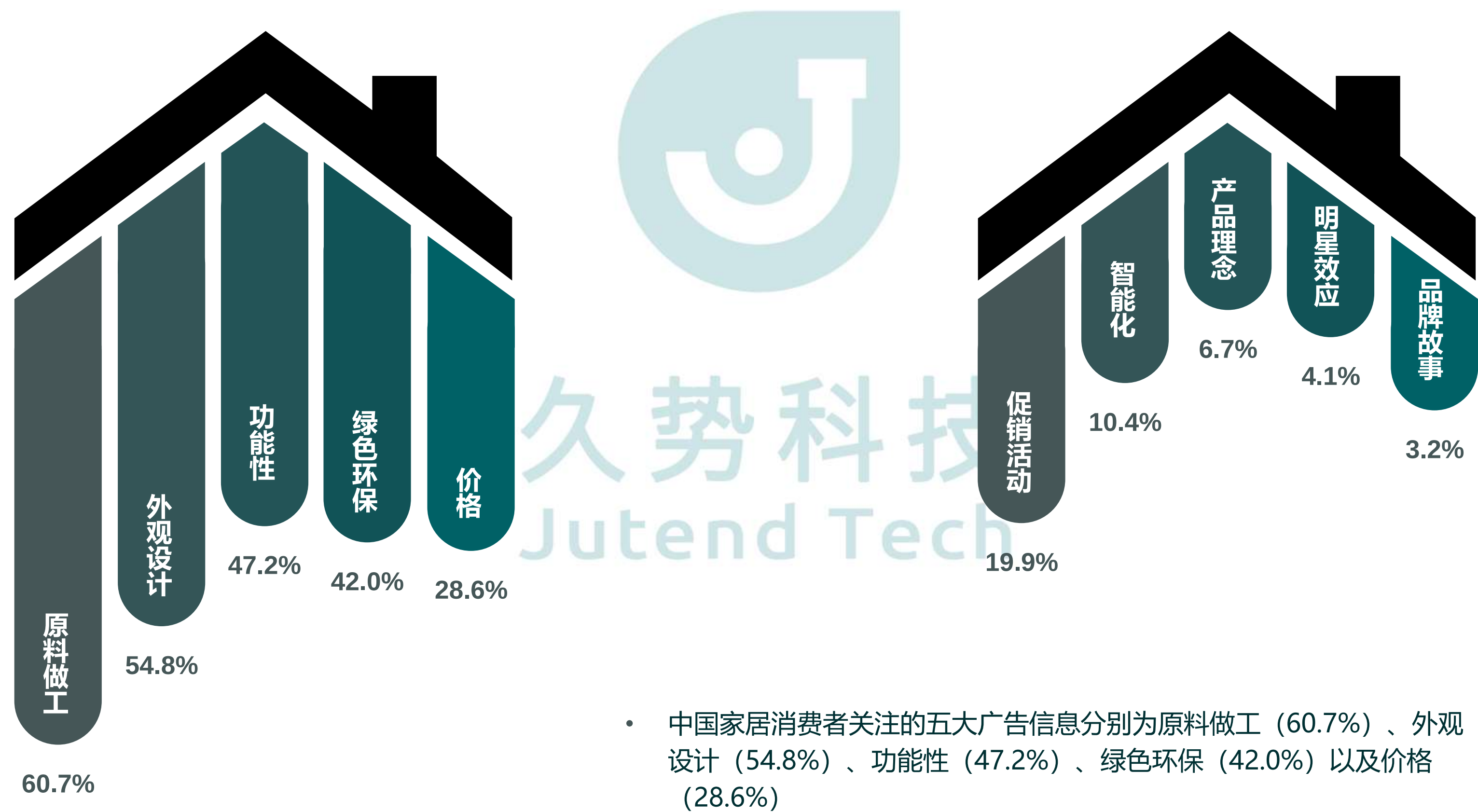
- 影响中国家居消费者决策的五大主要因素分别为质量（76.1%）、风格（68.7%）、售后（37.6%）、价格/性价比（37.6%）以及口碑（22.7%）

- 中国家居消费者偏好五大主要特征分别为舒适（50.3%）、简约（41.5%）、实用（35.2%）、人性化（31.4%）以及性价比（17.8%）

有效广告信息主要为原料做工、外观设计、功能性和绿色环保

家居广告中，产品的原料与做工、外观设计、功能性（如人性化设计）、健康及环保等因素更易为消费者留下深刻的印象，而产品理念、品牌故事等抽象因素对消费者影响较小，明星效应对家居购买影响弱化

家居广告信息效果

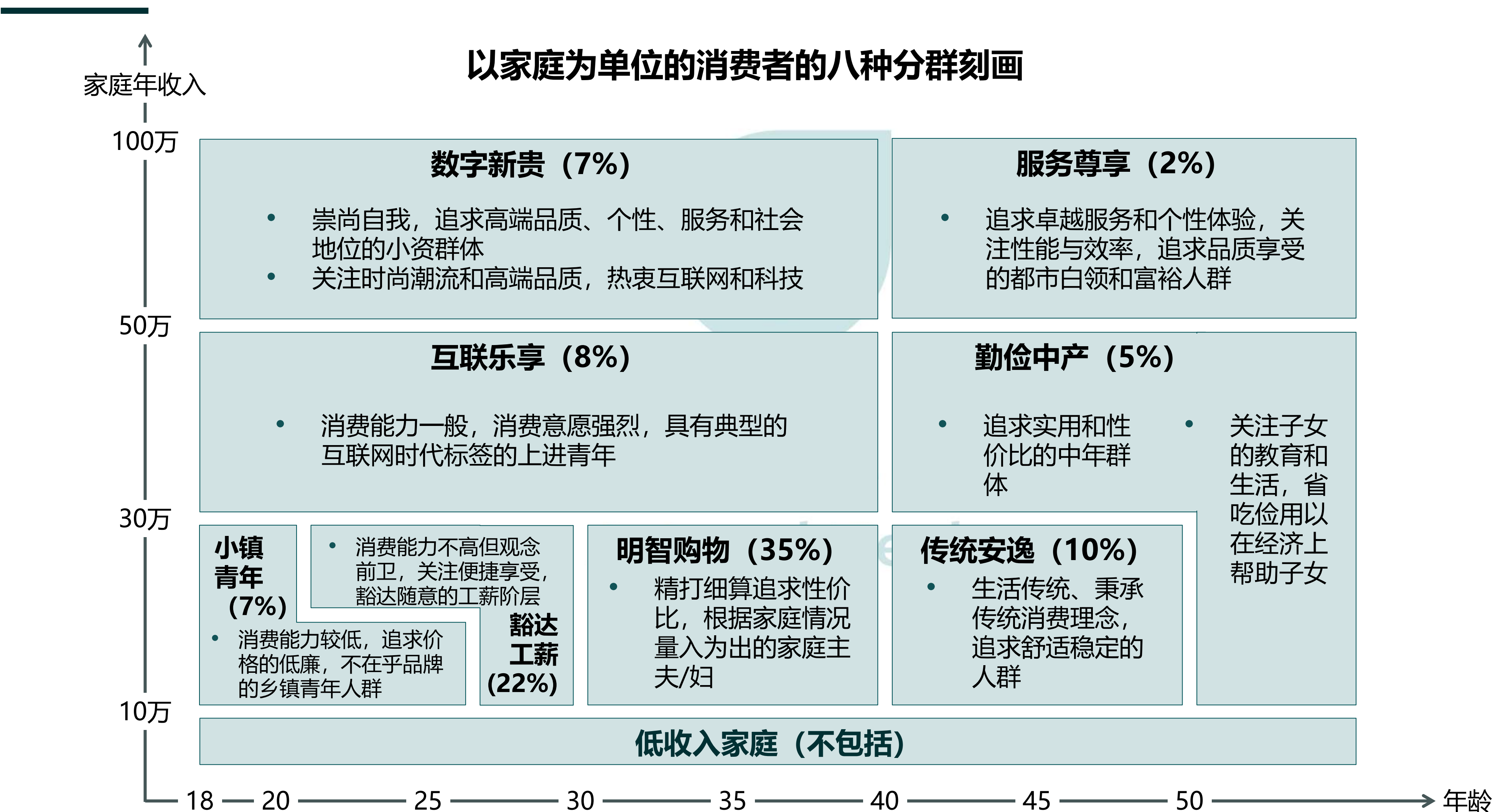




中国家居数字消费者用户特征画像

中国家居数字消费者用户特征画像

基于本次消费调研和长期市场研究，解构家居用品客户的价值需求，并按照其年龄段与收入将其分为八个主要类别



数据来源：久势智库《2019中国家具市场消费者调研问卷》，N=11,321

不同消费群体对家居消费需求更加多元化



小镇青年

房屋面积:
120平方米以下
(71.4%)
家具预算:
5-10万元 (43.3%)
偏好风格:
现代简约 (70.0%)
北欧风格 (38.4%)
购买渠道:
综合电商 (66.2%)
线下卖场 (65.4%)
信息获取渠道:
电商平台 (44.9%)
线下卖场 (42.0%)



豁达工薪

房屋面积:
120平方米以下
(72.7%)
家具预算:
5-20万元 (46.1%)
偏好风格:
现代简约 (68.0%)
北欧风格 (38.1%)
购买渠道:
线下卖场 (68.8%)
综合电商 (59.3%)
信息获取渠道:
线下卖场 (60.0%)
电商平台 (52.3%)



明智购物

房屋面积:
80-150平方米
(74.3%)
家具预算:
5-15万元 (41.2%)
偏好风格:
现代简约 (67.8%)
北欧风格 (29.2%)
购买渠道:
线下卖场 (71.7%)
品牌专卖店 (47.8%)
信息获取渠道:
线下卖场 (65.1%)
电商平台 (41.7%)



传统安逸

房屋面积:
80-150平方米
(82.6%)
家具预算:
10-20万元 (19.9%)
偏好风格:
现代简约 (60.3%)
新中式 (28.7%)
购买渠道:
线下卖场 (63.4%)
品牌专卖店 (62.6%)
信息获取渠道:
线下卖场 (71.3%)
家装平台 (31.0%)



互联乐享

房屋面积:
150平方米以下
(82.1%)
家具预算:
10-30万元 (25.3%)
偏好风格:
现代简约 (54.9%)
北欧风格 (46.6%)
购买渠道:
线下卖场 (67.0%)
品牌专卖店 (56.1%)
信息获取渠道:
线下卖场 (49.4%)
电商平台 (37.9%)



勤俭中产

房屋面积:
80-150平方米
(68.4%)
家具预算:
20-50万元 (13.1%)
偏好风格:
现代简约 (50.0%)
新中式 (32.2%)
购买渠道:
品牌专卖店 (69.7%)
线下卖场 (53.5%)
信息获取渠道:
线下卖场 (66.2%)
电商平台 (39.6%)



数字新贵

房屋面积:
80-200平方米
(59.1%)
家具预算:
20-60万元 (14.3%)
偏好风格:
现代简约 (60.5%)
美式风格 (30.1%)
购买渠道:
线下卖场 (69.9%)
品牌专卖店 (49.3%)
信息获取渠道:
线下卖场 (57.7%)
品牌官网 (34.4%)

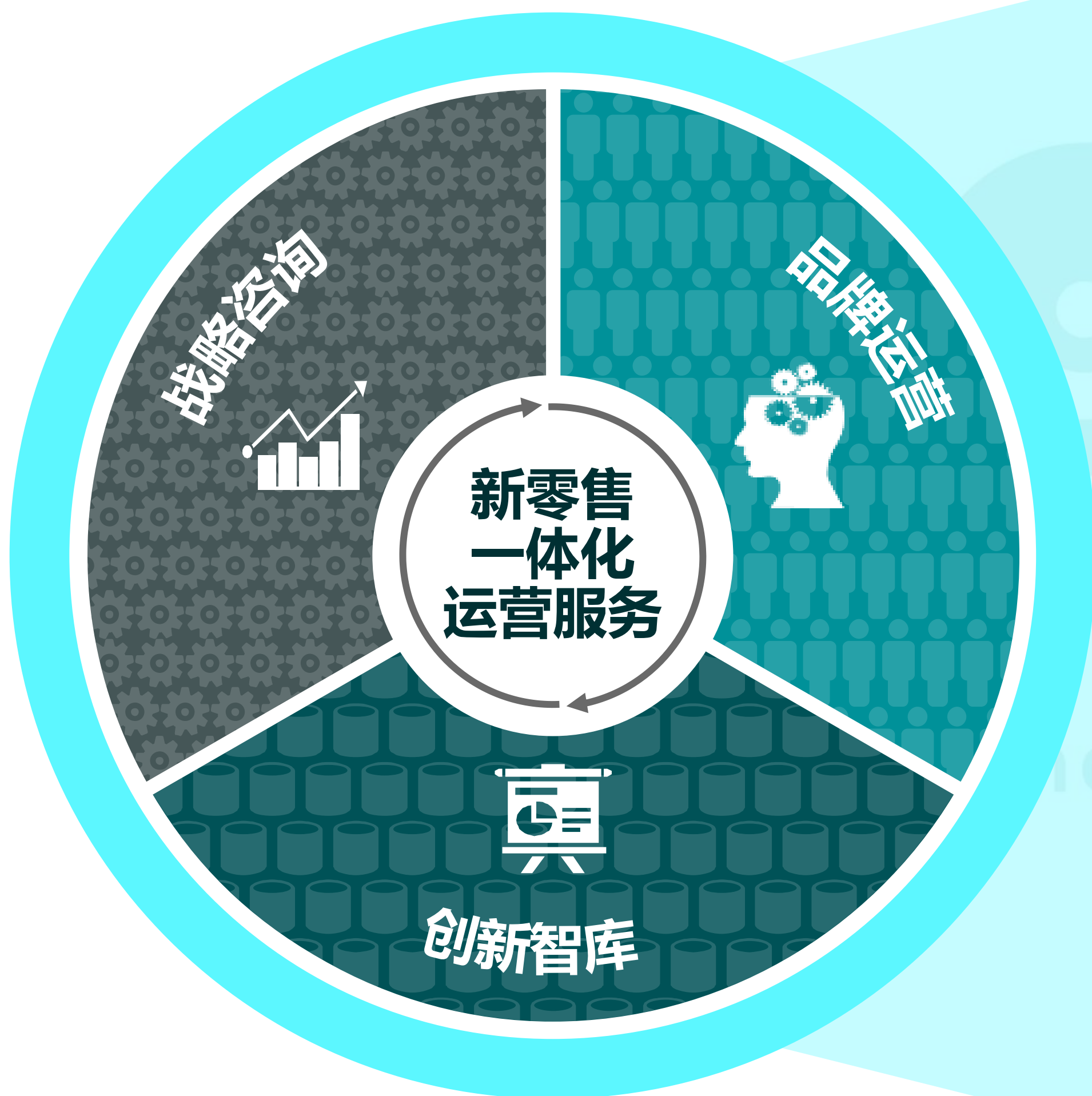


服务尊享

房屋面积:
120平方米以上
(47.8%)
家具预算:
50万元以上 (7.8%)
偏好风格:
现代简约 (63.5%)
欧式风格 (37.4%)
购买渠道:
品牌专卖店 (75.7%)
线下卖场 (46.1%)
信息获取渠道:
社交媒体 (48.7%)
线下卖场 (36.5%)

久势科技致力于成为国内领先的新零售一体化服务运营商

通过战略咨询、品牌运营和创新智库，为传统产业和商业零售导入创新势能，端到端落地一体化新零售运营服务



新零售转型



产业研究报告



新零售案例



零售创新榜单

新零售赋能



智慧零售



人工智能



数字化

新零售指数



创新指数



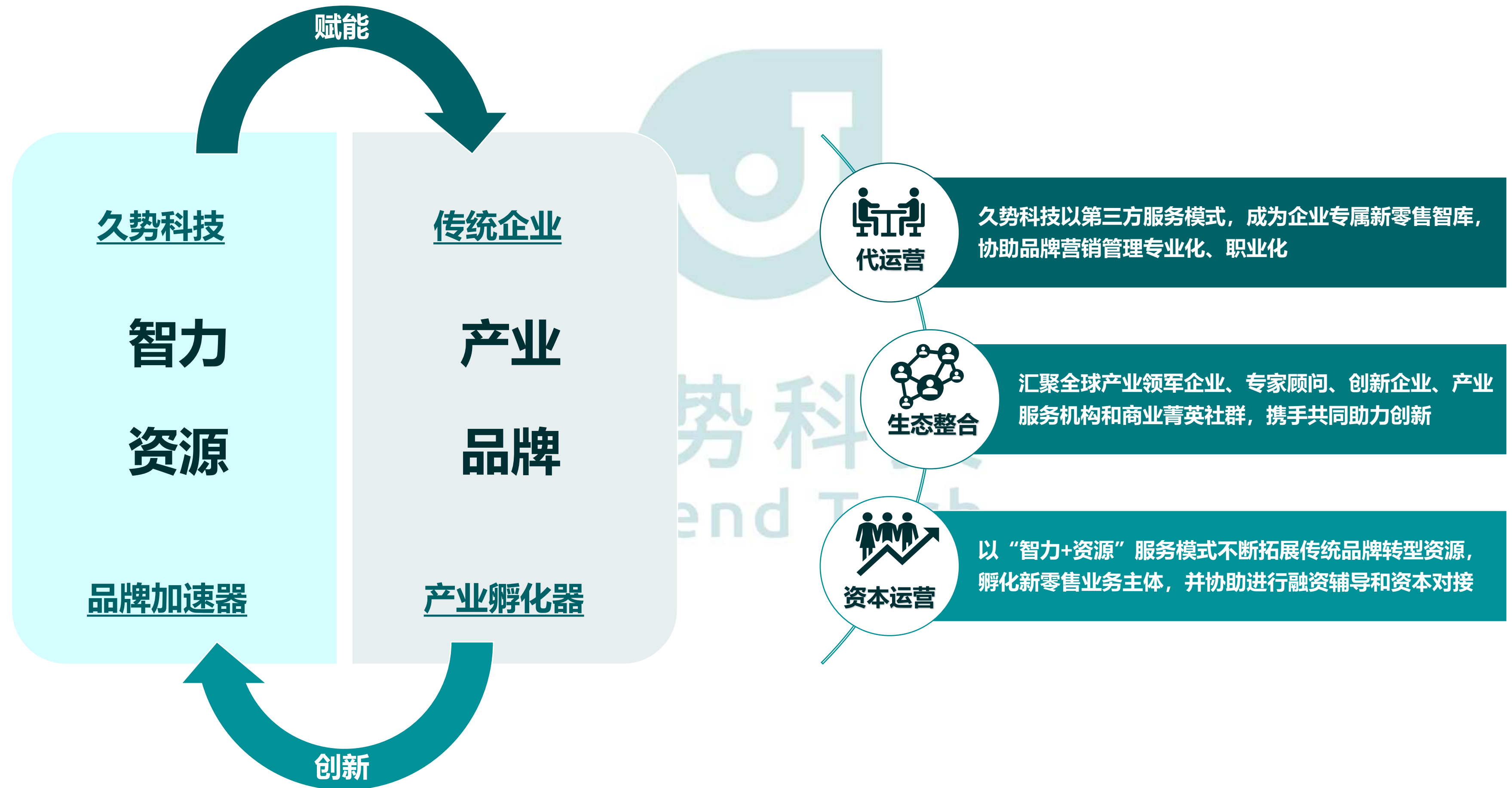
融资数据



消费舆情

久势科技构建“智力+资源”品牌加速器

携手全球多领域合作伙伴助力传统企业进行新零售战略升级，为传统产业和商业零售导入创新势能



久势科技的新零售生态

我们的新零售生态连接国内300余家投资机构、产业资本，覆盖国内500多名行业专家、企业高管、机构合伙人，和近千名国内优质商业创新和科技公司的创始人及CEO





久势科技
Jutend Tech

开启数智未来 · LEVERAGE THE DIGITAL FUTURE

2020年2月

www.jutend.com

本材料中所含数据乃一般性信息, 故此, 并不能构成任何久势及其成员机构提供的任何专业建议或服务。在做出任何可能影响自身财务或业务的决策或采取任何相关行动前, 建议向符合资格的专业咨询顾问寻求协助。本材料只提供给购买报告的客户作为市场参考资料, 久势对本材料的数据准确性不承担法律责任。

© 2018-2020 久势版权所有。欲了解更多信息, 请联系久势 +86 (0)10-8450-6062 或邮件至 info@jutend.com 。