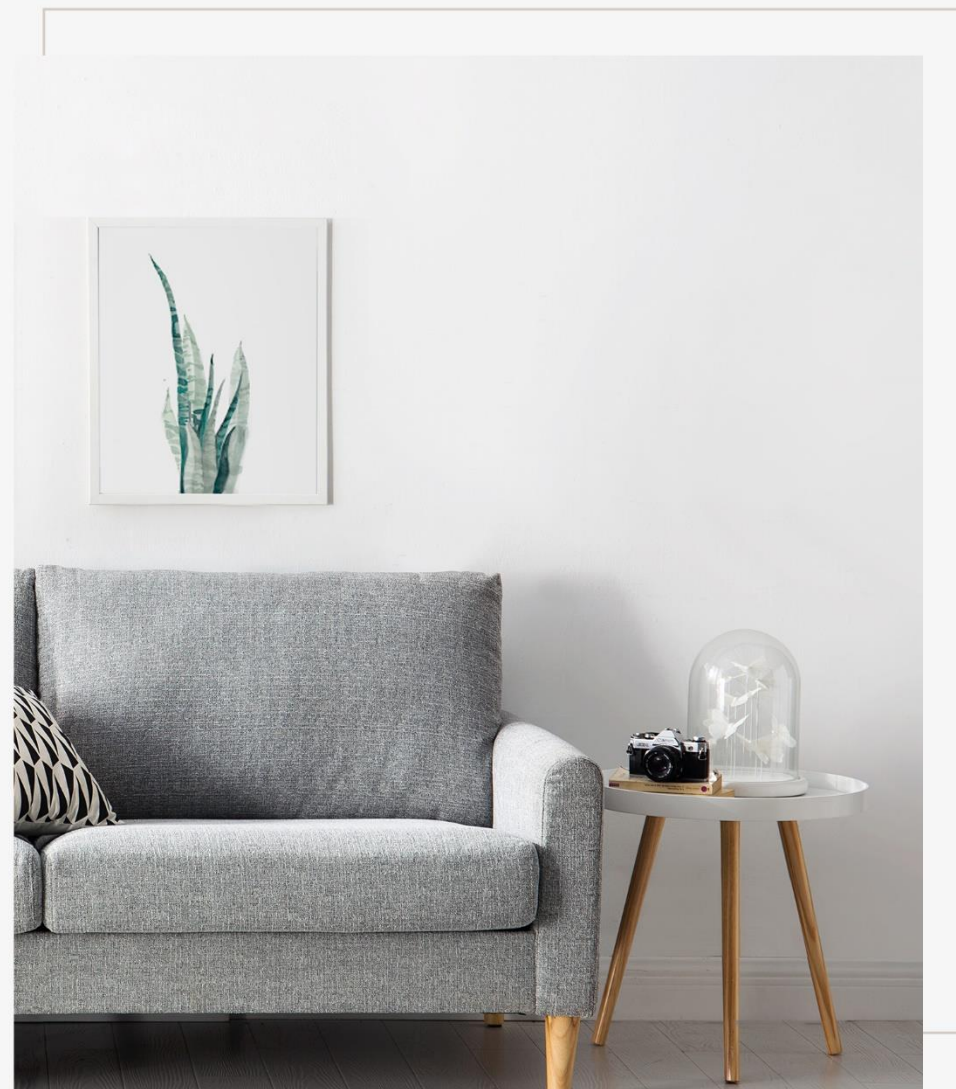


2019年都市家居 消费趋势洞察

网易严选 × 京东大数据研究院
JD BIG DATA RESEARCH INSTITUTE

网易严选 X 京东大数据研究院
联合发布



目录

TABLE OF CONTENTS



第一章： 都市家居消费大环境变迁

第二章：家居消费的四大趋势

懒人化：能不动手绝不动手、能自动绝不手动

多功能：小家大用，打造“海绵化”空间

生活质感：过有质感、有品位的生活

居家乐趣：家是离你最近的“游乐场”

附录：研究方法说明

核心结论

KEY CONCLUSION

随着都市消费环境变迁，家居消费出现了四大趋势：



懒人化

都市生活节奏快，省时、省心成为重要诉求，自动化、智能化的懒人式家居用品满足了消费者家务减负，解放双手的需求，家居用品也从单品智能升级向家居场景用品的全面升级演变



多功能

在城市有限的居住空间下，提高空间利用效率和灵活性的需求强烈，多功能、定制化家居用品趋于流行，此外，收纳用品品类备受市场青睐



追求生活质感

随着消费力增强，提升家居生活的质感成为都市消费的主流趋势，其中品质升级是核心。此外家居消费品类也向高舒适度、高颜值、健康的方向持续升级



营造居家乐趣

新一代都市家居消费者在精神生活有更高的追求，休闲娱乐活动在家的空间进一步丰富，与志趣相关的游戏、图书、乐器、宠物用品类市场稳步增长

除《企业家第一课》、《企业家功成堂》外，其他公众号分享本期资料的，均属于**抄袭**！
邀请各位读者朋友尊重劳动成果，关注搜索正版号：《企业家第一课》、《企业家功成堂》

谢谢观看！

企业家第一课，专注做最纯粹的知识共享平台



关注官方微信
获取更多干货



加入知识共享平台
一次付费 一年干货

都市家居消费大环境变迁.

THE CHANGES OF URBAN HOUSEHOLD
CONSUMPTION ENVIRONMENT

CITY / HOME / CONSUMPTION

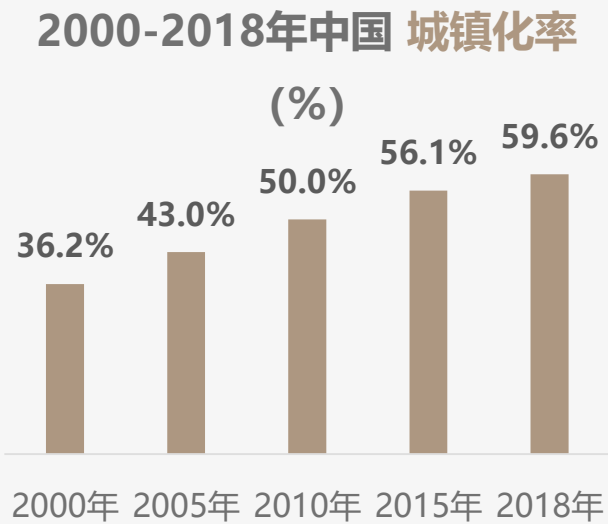


居住空间变化：城镇化加剧，房价攀升，都市居住环境“拥挤”

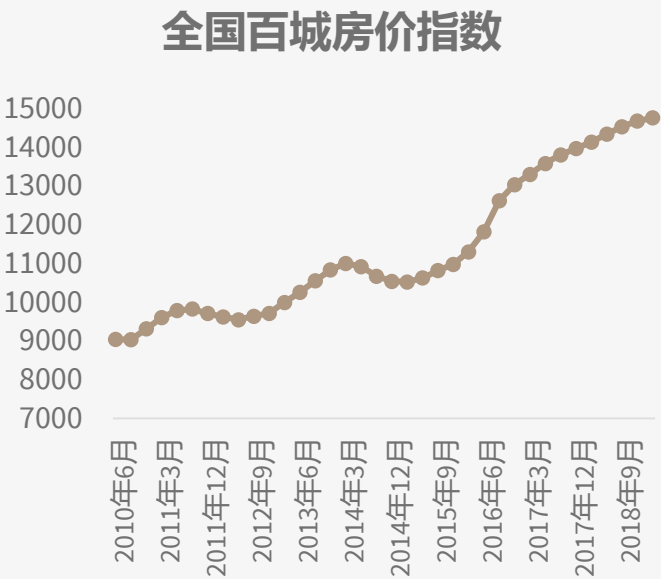
在城镇化加剧和中心城市虹吸效应的作用下，大量人口涌入都市，房价持续攀升，都市居住环境相对“拥挤”

- 国家统计局最新数据显示，我国城镇人均住房建筑面积为36.9 m²，在不考虑住房空置率的情况下，按照城镇住宅使用率70%到75%折算，实际城镇人均居住面积也仅为26~28 m²。
- 此外，某调研数据也显示，“24.3%的购房者人均居住面积不到20 m²，相当于三口之家住房不到60m²”

注：调研数据来源于贝壳研究院《2018年全国购房者调研报告》



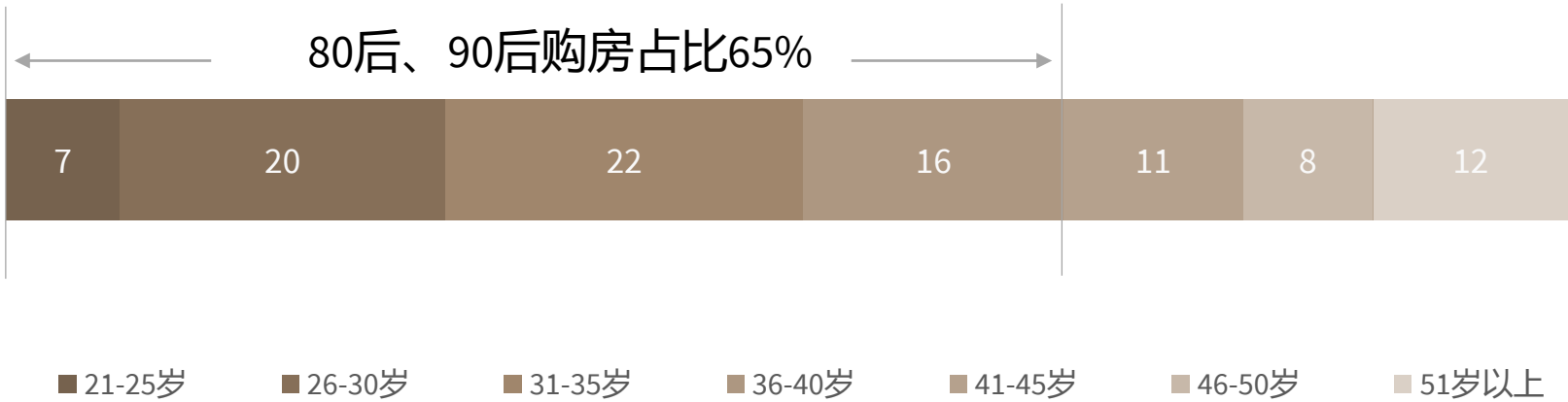
数据来源：国家统计局



数据来源：中指研究院

居住主体变化：80、90购房占比65%，成为家居消费主力

2018年购房人群组成(%)



数据来源： 根据公开资料整理，数据来源《中国房地产报》。

消费现状变化：城镇居民收入不低，但想买的也不少

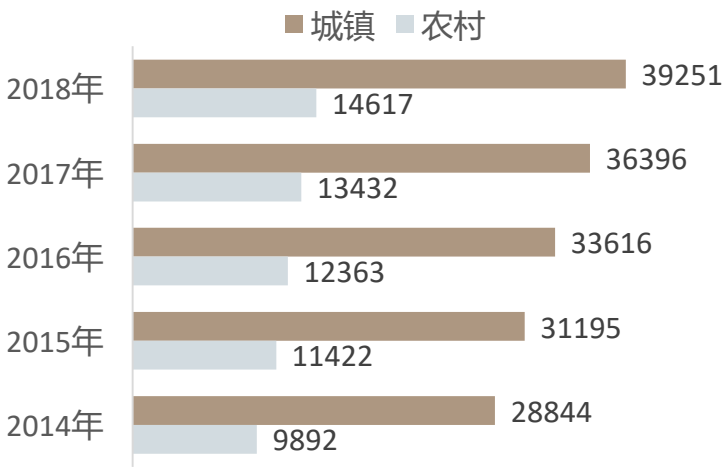
➡ 2019年春节以来，网络热词“车厘子自由”到“香椿自由”的流行，既反映出对都市生活高成本的无奈，也反映出都市人对品质生活的追求，正是因为收入不低但“钱不够花”，虽然买得起，但却不能买得随心所欲，都市人在消费时才会有实现种种“自由”的愿望



2019年3月走红的网络流行词，意为在任何时间地点，想吃任何数量的香椿，都可以随便吃，不用担心买不起。

2014年-2018年，城镇居民可支配收入保持较快增长，2018年城镇居民人均可支配收入达**39251元**

2014-2018年中国居民人均可支配收入(元)



数据来源：网易严选研究中心&京东大数据研究院 根据公开资料整理，左图资料来自百度知道词条，右图数据来源为国家统计局，。

家居消费诉求：懒人化、多功能、追求生活质感、营造居家乐趣



背景/原因



用户痛点/诉求



解决方案/消费趋势

趋势一

都市生活节奏快、工作忙

时间不够用

懒人化，自动化，智能化

趋势二

城镇化+高房价/高租金

居住空间小、拥挤

空间“海绵化”，商品多功能

趋势三

收入水平/消费力提高

愿意花钱，过更好的生活

追求生活质感，舒适/健康/个人品味

趋势四

消费文化+精神消费

注重自我表达和精神愉悦

营造居家乐趣，家是最近的“游乐场”

当代家居消费的4大趋势.

4 MAJOR TRENDS IN CONTEMPORARY
HOUSEHOLD CONSUMPTION

CITY / HOME / CONSUMPTION



趋势一：懒人化.

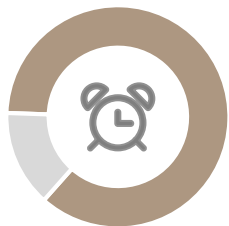
/能不动手绝不动手、能自动绝不手动/

TREND 1: LAZINESS.

CITY / HOME / CONSUMPTION



在快节奏的生活中，“时间”的价值被空前重视



工作日，**86%**在
早晨8点以前起床



44%的人**30min**
以内就会出门



20%的人在凌晨
12点以后才入睡

“ 时间不够用，希望有更多个人休闲娱乐/陪伴孩子的时间。 ”

谈到城市生活时 **39.6%** 的都市人如是说

工作日我是不做饭的，太忙了，反正外卖很方便，有那个时间我宁愿多休息一会。

--北京，李女士，28岁，公司职员

我现在买东西就喜欢去品质有保障的地方买，我老公也跟我说，你用自己的时薪换算一下值不值得，我觉得确实是这个道理，买东西不会像以前那样挑挑捡捡很久了。

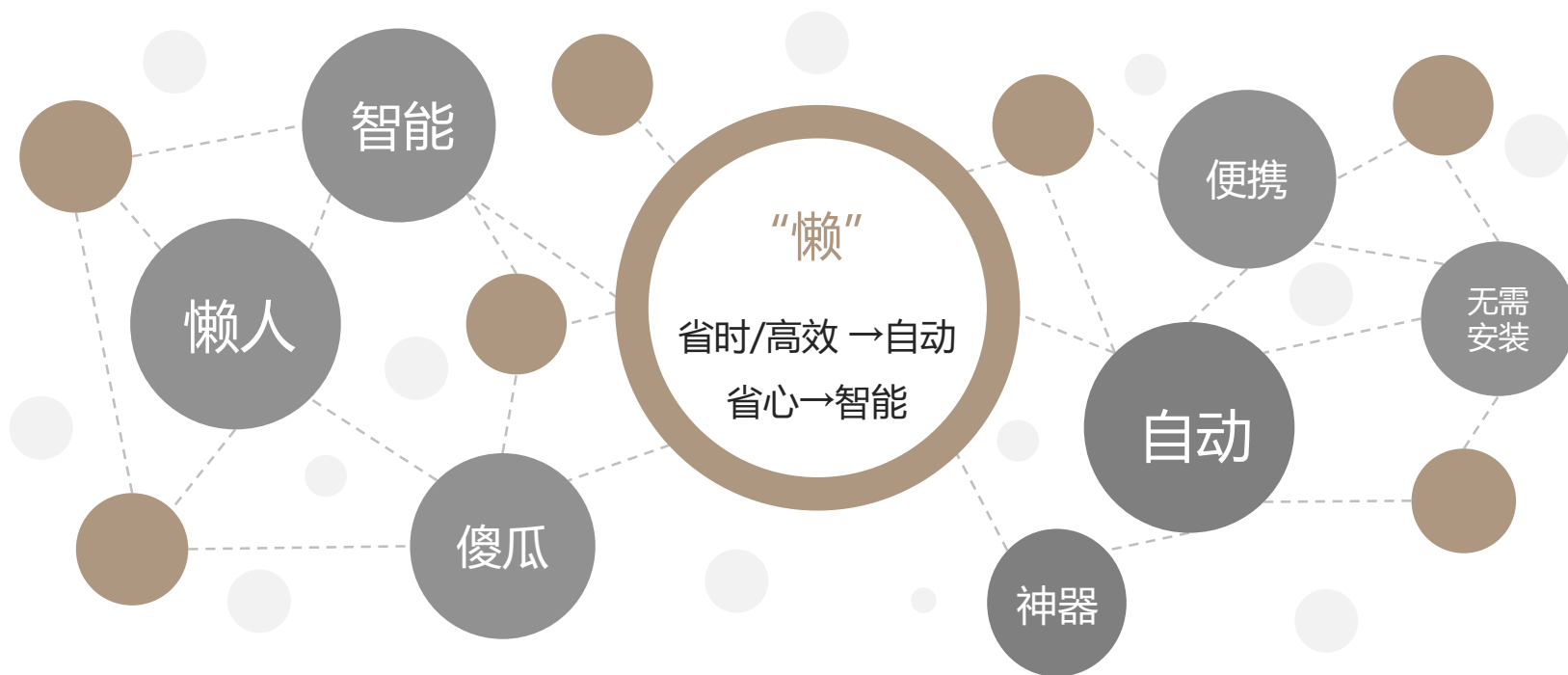
-上海，胡女士，34岁，项目经理

我平时比较忙，大部分时间都给工作了，有空的时候就多想多陪陪孩子。

-杭州，王先生，36岁，IT从业者

从省时省心出发，懒人化成为重要趋势

2018年，在生活用品、家庭清洁、厨具、厨房卫浴这四个品类中，搜索量TOP30的属性词中有大量与省心、时效、便捷相关的描述。



数据来源：网易严选研究中心&京东大数据研究院，消费数据来自京东，用户调研数据来自网易调研样本库。

懒人化：能不动手的绝不动手，能自动的绝不手动

京东大数据显示：2018年

关键词“**懒人**”的

搜索量激增，是2017年的
19倍，是2016年的**21倍**；

“**懒人抹布**” 2018年下单销量是2017年同比的**3.1倍**；
同时它也是网易严选十大经典商品之一



★★★★★

规格:1卷 (单卷50抽, 吸水吸油, 干湿两用, 不易破)

懒人必备, 像油烟机灶台这种特别容易脏的地方, 一擦, 直接丢掉, 省了洗抹布的力气,

2018-04-27 18:44

★★★★★

规格:1卷 (单卷50抽, 吸水吸油, 干湿两用, 不易破)

不错, 挺好用的, 方便不用洗, 懒人专用

懒人化：多场景的懒人解决方案也应运而生



客厅：扫地机器人

2018年全年下单销量相较
2016年累计提升**3.6倍**



厨房：洗碗机

2018年全年下单销量相较
2016年累计提升**4.7倍**



卫浴：电动牙刷

2018年全年下单销量相较
2016年累计提升**3.9倍**

趋势二：多功能.

/小家大用，打造“海绵化”空间/

TREND 2: MULTIFUNCTIONAL.

CITY / HOME / CONSUMPTION



空间“海绵化”：客厅、卧室、阳台等区域承担更多功能

以前它用来：



会客、休息、看电视



休息/睡觉



晾衣服、堆杂物

现在它还可以是：

游戏室、电影院、
儿童娱乐房、健身房、音乐

飘窗茶室、影音室、
工作间、衣帽间

阳台花园、书房、健身房

“海绵化” 方案：多功能、定制 成家居消费热词

调研显示，在选购家居/家具/餐厨/日用品时，

38% 的都市消费者表示购买过
多功能的用品

“

2016-2018年，从家具品类的关键词搜索看，“多功能”、“小户型”和“定制”连续三年都是用户在选择家具时最看重的因素。提高家居空间的灵活性成为选购家具的重要要求。

”

多功能：一物多用，多功能家具成为新宠



抽拉式餐桌

2018年全年下单销量
相较2016年累计
提升**5.3倍**



高低床

2018年全年下单销量
相较2016年累计
提升**2.9倍**



边桌/角柜

2018年全年下单销量
相较2016年累计
提升**2.5倍**

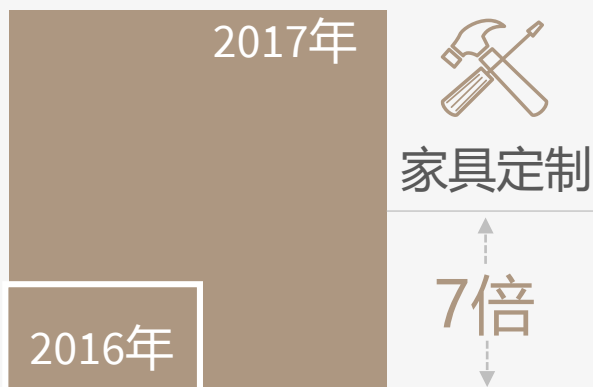


墙壁桌

2018年全年下单销量
相较2016年累计
提升**2.6倍**

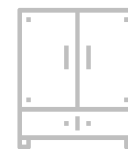
定制：家具定制趋于流行，用好每一寸空间

“ 2017年定制类家具品牌的下单
金额同比增长均超过**7倍** ”



其中，定制家具TOP3是

1 橱柜



2 衣柜



3 木门



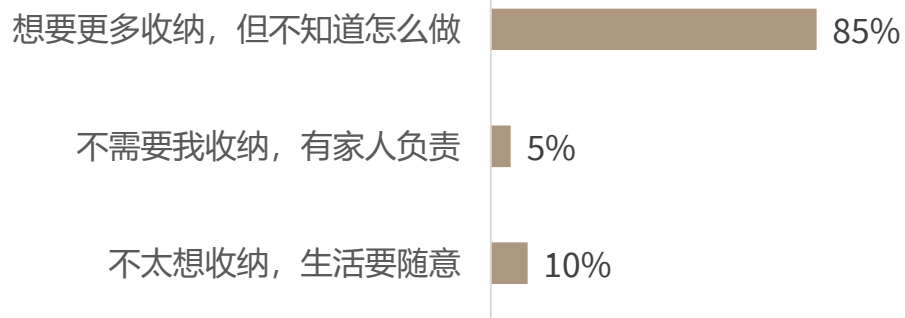
收纳：把东西“藏起来”，收纳的魔法大行其道

“

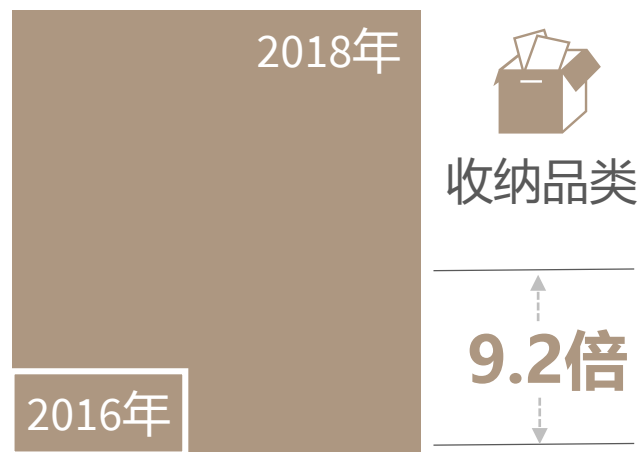
越来越多的消费品充斥都市人的家居空间，收纳品类能将东西“藏起来”，空间的收纳解决方案也成为当代都市家居生活的重要需求。

”

都市消费者对居家收纳的态度



收纳用品品类2018年全年下单销量相较2016年累计提升**9.2倍**；



趋势三：生活质感.

/过有质感、有品位的生活/

TREND 3: LIFE TEXTURE.

CITY / HOME / CONSUMPTION



3

都市家居质感三要素：品质、价格、颜值

在购买家居日用品时（含家居/家具/餐厨/日用百货类等），
都市消费者优先考虑的因素TOP3要素占比均接近40%，分别是：



“品质感是最重要的”



“一分价钱一分货”



“我宁愿多花点钱买个好看的”

有质感的生活：品质是首要诉求

2018年，消费者对“**品质**”的看重趋势最明显，搜索该关键词的数量是2017年的**21倍**



“我是特别看重品质的。这东西我宁可不要，但我绝对不要次的。我可能不知道我想要什么，但是我一定知道什么我不想要。尤其是现在日常生活里要用到的，高频次使用的东西，你宁可买好的，你都不要图便宜买差的。因为这个东西太影响你的生活了。”

北京-36岁-中层管理-网易严选用户

有质感的生活：提升居家舒适感

“

2018年，“舒适”关键词的搜索量是2017年的10倍”



硅藻土脚垫
2018年全年下单销量相较
2016年累计提升117倍



乳胶枕
2018年全年下单销量相较
2016年累计提升2.7倍



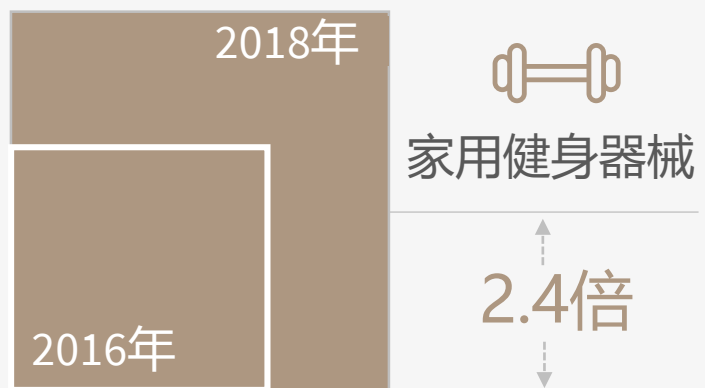
按摩椅
2018年全年下单销量相较
2016年累计提升2.4倍



“懒人沙发”
2018年全年下单销量相较
2016年累计提升2.9倍

有质感的生活：重视健康，家用健身器材销量稳步上升

“ 家用健身器械在2016年-2018年稳步增长，2018年全年下单销量相较2016年累计提升**2.4倍** ”

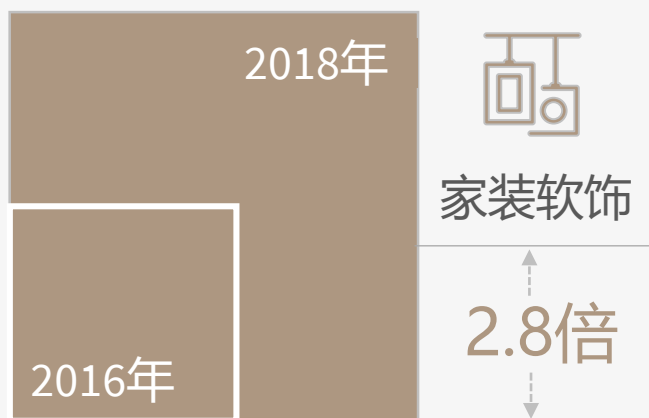


其中，用户最爱购买的器械呈现两极化，依托于京东优质的物流服务，划船机、跑步机和椭圆仪这类重量较大的运动器械销量较高，而拉力器/臂力器和壶铃这种简单易上手、不占空间的小型运动器材也非常受欢迎。



有质感的生活：颜值当道，家装软饰品类增速走高

“家装软饰”品类2018年全年下单销量相较2016年累计提升**2.8倍**



其中墙贴、照片墙、造景装饰、装饰字画的同期增速都超过了3倍



墙贴



照片墙



装饰字画



造景装饰

趋势四：居家乐趣.

/ 家是离你最近的“游乐场” /

TREND 4: HOME ENJOYMENT.

CITY / HOME / CONSUMPTION



理想的家，除了家人和必需品，还要有有猫、有狗、有志趣

要和我的家人在一起

要有一个大落地窗，可以在窗前
看书晒太阳，弹吉他

要在墙上挂满我淘回来的
画

要有一面书墙

你理想的家是？

要猫狗双全

要有一个用来做手工的
屋子

要一个可以做放映室的小阁楼，
可以窝在里面喝茶看电影

要有一个桌游房，可以
招待朋友们一起玩

家装风格更多变，家是个人表达的空间

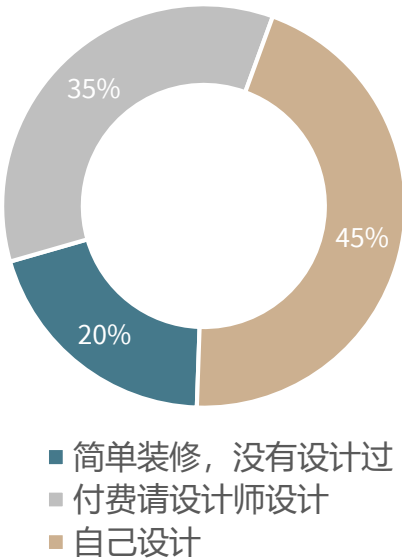
2016年-2018年，用户在家居/家装风格选择上几乎从一而终，其中北欧简约风连续三年领跑家装风格，新中式风格在2018年增速最快，越来越多年轻人关注“混搭”风格，在他们的思想里，家不一定要被单一风格所主导。

2018年，都市消费者最喜欢的家居/家装风格关键词分别是：

北欧简约风	新中式	混搭	地中海
田园风	后现代	复古怀旧	新古典
明清古典	INS风	日式风格	意式轻奢

80% 消费者在家装时会通过设计师或自己设计实现在家装上的个人偏好

家装设计情况



数据来源：网易严选研究中心&京东大数据研究院，消费数据来自京东，调研数据来自网易调研样本库。

玩乐有理，游戏用品“登堂入室”

- 2018年，在Switch、外星人（ALIENWARE）、PS4、XBOX这几款主流游戏设备中，**PS4的下单销量最高**，占这四款游戏设备总下单销量的40.3%，随后是Switch、XBOX和外星人（ALIENWARE）。游戏爱好者的“电竞椅”销量也是稳步增长
- 特别地，**Switch成为新晋爆款游戏机**，2018年下单销量是2017年同比的4倍；城市偏好上，一线和二线城市用户更喜欢购买“Switch”，价格较高的“外星人（ALIENWARE）”则在三线城市更热销



索尼SONY PS4



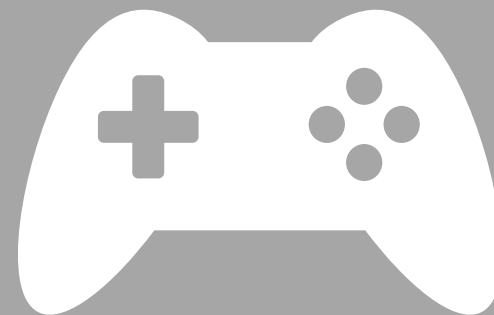
微软MS Xbox



任天堂Nintendo Switch



外星人Alienware游戏本



近20% 都市消费者在
家中设有游戏房/电竞室/
游戏设备区

琴在手上，书在枕旁，给精神世界一个角落

乐器：都市白领爱吉他

2018年，乐器品类全年下单销量同比2017年增长近**2倍**

纵观2016-2018年，都市白领最喜欢的休闲乐器都是吉他，吉他及吉他相关产品都是销量王，它的“孪生兄弟”尤克里里也是都市人群的心头好。



图书：理智而成熟是追求

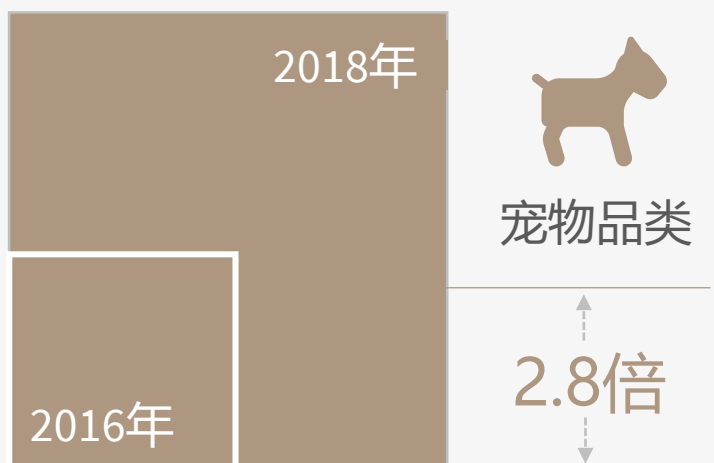
图书品类2018年全年下单销量相较2016年累计提升**1.6倍**

在图书类型的选择上，都市人偏好成熟和理智，“心理学”、“励志与成功”、“进口原版”下单销量上榜增速前三名。

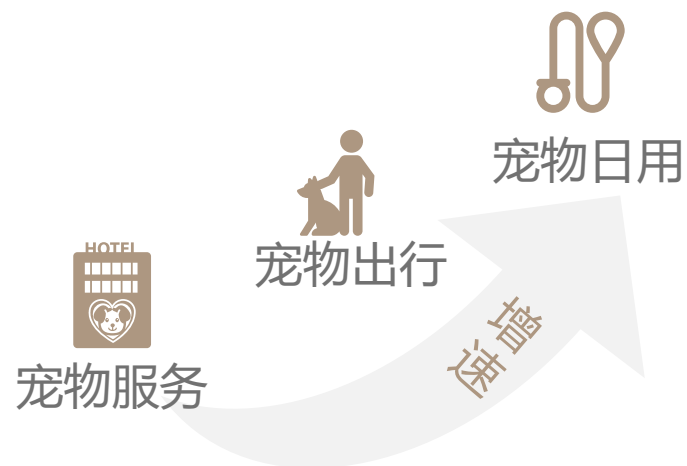


萌宠消费持续大热，宠物日用、出行、服务类的细分品类高增长

“ 2018年，宠物品类全年下单销量
相较2016年累计提升**2.8倍** ”



其中，宠物日用、宠物出行和宠物服务分列下单销量增长前三位，狗狗学校、狗狗专车成为新晋网红宠物服务产品。



附录：研究说明



研究方法和数据来源

- 线上问卷：网易调研样本框 (n=3228)
- 定性访谈：入户深访 (n=30)
- 商品研究：京东大数据商品销售数据
- 桌面研究：公开数据、行业报告等



研究对象

- 一二三线都市家居消费者
- 20-45岁消费者
- 男女不限

京东大数据研究院

京东大数据研究院是基于京东大数据所打造的专业、开放的智库平台。

以京东平台数以亿计的消费者和商品消费数据为基础，对行业及消费市场发展趋势、用户消费行为、品牌发展趋势等领域进行洞察研究，构建消费评价体系、消费指数体系等，对各区域市场、各行业市场的发展潜力进行评估，面向合作伙伴提供开放性决策支持，为消费者提供资讯服务。



扫码关注“京东研究院”

网易严选研究中心

网易严选是网易旗下为大众提供高品质、高性价比商品的网易自营生活家居品牌。网易严选于2016年4月正式面世，以“好的生活，没那么贵”为品牌理念，凭借众多创新性的核心价值，形成了独特的“严选模式”。

网易严选研究中心隶属于网易严选，长期聚焦“品质消费”话题，深入接触消费者，研究范畴主要覆盖行业消费趋势、热点人群现状及生活方式、消费渠道变迁等方面，以研究视角探索品质生活的筑建方式。



扫码下载网易严选App

感谢阅读

THANK YOU FOR READING

