

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

年中消费数据分析

# 数字化激活家居消费

说数 本期点评 任威风

2023年上半年,在家居换新需求带动下,家电、家具、家居产品及服务消费均取得快速增长。特别是随着居民家庭生活消费升级,家庭消费潜力被持续激发,家装家居行业呈现出产品服务数字化和线上线下一体化发展趋势。

从产品看,数字技术能帮助家装家居企业更好了解消费者需求,助力产品设计开发从供给推动升级为需求拉动。例如,可以根据不同地域、年龄、性别的消费者需求,设计打造不同场景下的老年房、儿童房、户外家具等。同时,相关企业还要抓住智能家居这个新风口,进一步将智能化、科技化元素融入家庭消费场景,满足消费者对家居生活智能化升级需求。

从服务看,全过程服务质量大幅提升。一直以来,家装家居行业的服务品质颇受争议,但在数字技术加持下,消费者可以更直观地了解产品性能参数、装修设计,家具摆放效果等,避免了信息偏差导致的纠纷。在此情况下,家装及家具定制服务得到快速发展,后续的维修保养等服务也通过线上线下一体化的方式进行,消费者满意度进一步提升。

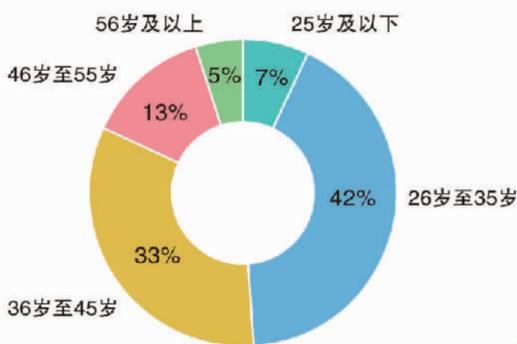
从业态看,线上线下一体化成为主流发展趋势。一方面,传统家装家居企业通过网络进行销售,就要对自身研发设计、生产储运、营销服务等环节进行数字化升级,从而实现降本增效。另一方面,数字供应链和平台企业入局,对行业资源进行整合,在帮助传统家装家居企业提高销量的同时,为消费者提供了更丰富的选择。

目前,家装家居行业新业态、新模式不断涌现。许多地方企业成为全国性品牌企业,线上零售企业也纷纷布局线下业态。更重要的是,新业态、新模式为消费者提供了更丰富多元的产品、更具性价比的价格和更专业优质的服务,实现了家装家居行业供需两端高质量增长。

(点评人:京东消费及产业发展研究院秘书长)



各年龄段消费者占比



不同性别消费者偏好



注:偏好指数越高表明该商品越受欢迎

## 1 装修热带动家居产品热销

儿童家具成交额同比增长



儿童书柜 180%

家具成交额同比增长



## 2 消费者特征



区域消费偏好

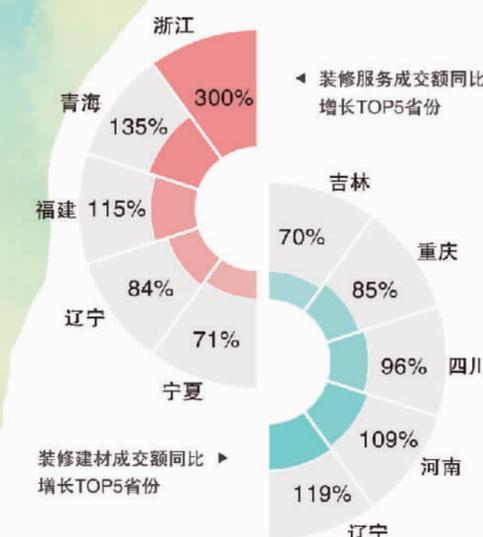
一二线城市



三四线城市



## 3 区域消费特征



居住环境和生活习惯等因素决定了不同消费群体的需求方向,相关品牌和企业要根据人群、区域、风俗等消费特征,有针对性地进行研发和营销布局,在产品、服务、销售等环节下功夫、做文章,这样才能真正受到消费者青睐。

当前,消费者对生活质量的评价标准发生了较大变化,实用舒适成为居家消费决策的关键因素,相关企业要快速适应市场变化,抓住新一轮家装消费热潮,及时调整产品结构,提升服务能力,更好满足消费者不断升级的居家消费需求。



数据周期: 2023年上半年