

## 对家居环境的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“随着整体住房条件的改善，中国消费者更渴望通过家居设计来实现和表达自己对特定‘生活方式’的追求。消费者在基本的居住需求外，更加注重全面的身心健康，尤其是在新冠疫情爆发后。从健康相关的智能设备和环保材料到家庭娱乐系统，消费者愿意支付更多的钱来营造安全、轻松和愉悦的家居环境，这为家居品牌指明了未来的机遇所在。”

— 邵愉茜，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 住房状态和关注问题
- 家居设备的持有率和兴趣度
- 家居产品的升级意愿
- 家居产品的增值功能
- 令人印象深刻的家居品牌营销活动
- 对家居设计的态度

在中国消费者的传统理念中，房子是生活居住和家庭团聚的场所，具有重要的意义。过去几十年中，随着生活条件的显著改善，人们更多关注家居设计，希望打造令人舒适愉悦的秘密空间。新冠疫情更进一步加深了消费者对家的情感依赖。智能家居、家居氛围和全面健康幸福等新理念都是行业发展的关键推动力。

本报告调查了中国消费者对家居环境的态度，首先探讨了他们目前的住房状况和关注问题，其次是偏爱的家居设计风格，以及是否自己参与家装设计。此外，报告还讨论了家居产品相关的话题，如家居设备的持有率和家居产品的增值功能，以及令人印象深刻的家居品牌营销活动。

购买  
这篇报告地址：  
store.mintel.com电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533巴西  
0800 095 9094美洲  
+1 (312) 943 5250中国  
+86 (21) 6032 7300亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100邮件：  
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 对家居环境的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 概述

您所需要了解的

本报告的主要议题

定义

## 综述

市场

住房空间和家居条件显著改善

数据1: 城镇人均住宅建筑面积, 1978-2018年

新冠疫情提高了人们的自我保护意识

数据2: 消费者目前最关注的生活方式因素, 2020年2月至2021年1月

智能家居趋势重新定义家居必需品

时尚和奢侈品牌扩展到家居用品市场, 推动创造力和灵感涌现

数据3: Zara家居, 2021年

数据4: 古驰家饰店, 2021年

消费者

家居设计是首要的待改进问题

数据5: 住房状态和关注问题, 2020年11月

健康和智能理念是关键驱动力

数据6: 家居设备的持有率和兴趣度, 2020年11月

消费者认为最值得升级日常使用的家居产品

数据7: 家居产品的升级意愿, 2020年11月

半数消费者愿意额外支付50%以上的钱购买使用环保材料的家居产品

数据8: 为家居产品的增值功能支付溢价的意愿, 2020年11月

营销活动需采用多元渠道, 给消费者留下深刻印象

数据9: 令人印象深刻的营销活动, 2020年11月

数据10: 令人印象深刻的营销活动——TURF分析, 2020年11月

自然的家居设计风格仍是中国消费者的主流选择

数据11: 对家居设计的态度, 2020年11月

我们的观点

## 议题与洞察

传统知名品牌和新晋流行品牌均可把握环保材料的机遇

现状

启示

数据12: Organoid天然装饰面板, 2021年

数据13: How Do You Like Your Eggs?, 2020年

生活方式主题展览日益启发消费者在家居设计中追求愉悦的感官体验

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 对家居环境的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 现状

## 启示

数据14: 天猫家居, 2020年

数据15: ZHotel, 2020年

在设计中表达有个性的文化元素是吸引年轻消费者的关键

## 现状

## 启示

数据16: RE调香室香氛产品, 2021年

数据17: 红宝梦《场景剪纸灯饰》, 2021年

## 市场因素

居住空间和条件明显改善

数据18: 城镇人均住宅建筑面积, 1978-2018年

新冠疫情提高了人们的自我保护意识

数据19: 消费者目前最关注的生活方式因素, 2020年2月至2021年1月

智能家居趋势重新定义家居必需品

时尚和奢侈品牌扩展到家居用品市场, 推动创造力和灵感涌现

数据20: Zara家居, 2021年

数据21: 古驰家饰店, 2021年

## 消费者——您所需要了解的

家居设计是首要的待改进问题

健康和智能理念是驱动力

消费者认为最值得升级日常使用的家居产品

半数消费者愿意额外支付50%以上的钱购买使用环保材料的产品

营销活动需采用多元渠道, 给消费者留下深刻印象

自然的家居设计风格仍是中国消费者的主流选择

## 住房状态和关注问题

家居设计是首要的待改进问题

数据22: 住房状态和关注问题, 2020年11月

年轻消费者对家居设计风格的需求更高

数据23: 住房状态和关注问题 (按年龄区分), 2020年11月

居住环境质量在低线城市中更突出

数据24: 住房状态和关注问题 (按城市线级区分), 2020年11月

## 家居设备的持有率和兴趣度

健康和智能理念是关键驱动力

数据25: 家居设备的持有率和兴趣度, 2020年11月

消费者环保意识增强, 带动一线城市健康相关产品的拥有率提升

数据26: 家居设备的持有率和兴趣度 (按城市线级区分), 2020年11月

实质的创新是智能家居设备赢得Z世代的关键

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 对家居环境的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据27: 家居设备的持有率和兴趣度（按年龄区分），2020年11月

## 家居产品的升级意愿

消费者认为最值得升级日常使用的家居产品

数据28: 家居产品的升级意愿，2020年11月

已婚男性对家居产品的兴趣度不亚于女性

数据29: 家居产品的升级意愿（按部分人口统计特征区分），2020年11月

年轻一代对愉悦的感官体验有高需求

数据30: 家居产品的升级意愿（按年龄区分），2020年11月

收入较高的消费者更追求日常生活中的仪式感

数据31: 家居产品的升级意愿（按个人月收入区分），2020年11月

## 家居产品的增值功能

半数消费者愿意额外支付50%以上的钱购买使用环保材料的产品

数据32: 为家居产品的增值功能支付溢价的意愿，2020年11月

不同收入水平的消费者普遍愿意为环保材料支付溢价

数据33: 为家居产品的增值功能支付溢价的意愿（按个人月收入区分），2020年11月

一线城市消费者更多认为知名品牌更“放心”

数据34: 为家居产品的增值功能支付溢价的意愿（按城市线级区分），2020年11月

年轻消费者更看重外观设计和独特性

数据35: 为家居产品的增值功能支付溢价的意愿（按年龄区分），2020年11月

## 令人印象深刻的家居品牌营销活动

营销活动需采用多元渠道，给消费者留下深刻印象

数据36: 令人印象深刻的营销活动，2020年11月

数据37: 令人印象深刻的营销活动——TURF分析，2020年11月

高收入者更倾向于通过全面的途径探索家居设计理念

数据38: 印象深刻的家居品牌营销活动（按个人月收入区分），2020年11月

不同线级城市的关键触点不同——可以看出消费者最需引导之处

数据39: 令人印象深刻的营销活动（按城市线级区分），2020年11月

社交话题能更有效地吸引Z世代

数据40: 令人印象深刻的营销活动（按年龄区分），2020年11月

## 对家居设计的态度

自然的家居设计风格仍是中国消费者的主流选择

数据41: 对家居设计的态度，2020年11月

年轻人喜欢通过家居设计来展示自己的个性

数据42: 对家居设计的态度（按年龄区分），2020年11月

室内装修和装饰是已婚消费者和未婚女性关注的重点

数据43: 对家居设计的态度（按部分人口统计特征区分），2020年11月

## 附录——研究方法 with 缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 对家居环境的态度 - 中国 - 2021年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

研究方法

缩略

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)