

对家居环境的态度 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格, 可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 生活方式不同的人群的家居兴趣与习惯
- 对家居服的态度和喜好
- 家居设计灵感信息来源的有效性
- 消费者对家务信息和家政服务需求日益增长的兴趣
- 疫情影响下的家居设计和功能需求变化
- 未来的装修计划和对新兴家装元素的喜好

在后疫情时代, 消费者的健康意识和对提高家居生活质量的需求有所增长。无论是家装设计、家用电器还是家居服饰, 消费者都表现出“不妥协”的态度; 与家居有关的任何决策都变得更加严肃和重要。据调查, 消费者获得最多家居灵感的信息来源是线下大型家居商场和家装类综艺节目。将二者有机结合起来, 可以最有效地覆盖73%寻求家居设计相关信息的消费者。

此外, 消费者对于拓展家居场景和功能的需求越来越明显。家不再只是“巢”, 根据不同场景, 它可以变成招待客人的茶室、私人健身房、家庭游戏室甚至是办公室。消费者越来越希望探索家的概念, 并将其拓展到更多领域。

随着人口、家庭构成和智能家居技术的变化, 家居需求将持续不断地发生变化。因此, 品牌需要针对特定顾客群体进行有效的市场细分, 不仅基于消费者的人口统计特征, 还需要考虑他们的生活方式特征, 比如喜欢外出或是宅家一族, 以此来获取竞争优势。



“消费者对家居环境不妥协的态度, 不仅体现在功能和设计上, 还体现在他们对家居服饰和季节性装饰的选择上。他们倾向于寻找符合自己风格的产品, 并寻求耐用性, 远离‘一次性’快时尚思维。消费者对扩展家居功能（特别是在社交场景中）的需求, 推动了人们打造属于自己的家居环境的需求。注重健康、嵌入式家电设计和智能家居概念是主要趋势。尽管线下家居市场依然不可替代, 但如何整合数字营销和零售渠道是一个重要问题, 这将在

很大程度上决定品牌在消费者中购买此报告
光的广度和深度。”
网址 store.mintel.com

张泽龙, 高级研究分析师

欧洲 +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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义

综述

- 议题与洞察
- 为打造个性化、多功能空间提供灵感
数据1: Made.com从不平凡，2022年
- 以灵活的购买方式整合信息渠道
数据2: 抖音“美好生活家”推广，2022年
- 对家居产品和家人都多点关爱，少点漠视
- 市场综述
- 家居市场增长放缓，但家居改造支出保持稳定
- 智能家居技术持续刺激升级需求
- 家居美学的重要性和健康意识提高
- 多功能产品可满足拓展家居场景和增加感官体验的需求
- 我们的观点

市场规模

- 家居市场增长放缓，但家居改造支出保持稳定
数据3: 家居消费支出，2012-2022年
数据4: 消费变化趋势——在非包装消费品方面的花费变多了，2021-2023年

市场因素

- 家居环境的改善是可持续需求
数据5: 疫情后进行“报复性消费”的可能性，2022年
- 智能家居技术持续带动家居升级需求
数据6: 智能家居产品购买动机，2022年
- 家居美学的重要性和健康意识不断提升
- 利用多功能产品打造扩展家居场景和增加感官体验的目的

营销活动

- 企业社会责任营销：温暖椅子和消费者的心
数据7: 林氏家居“椅子穿衣计划”，2022年
- 情怀营销：将传统生活智慧与现代“智能家居”相结合
数据8: 三翼鸟《爸妈智造》，2023年
- 共情内容营销：分享新冠疫情影响下的艰难时刻
数据9: 宜家 x 彩虹合唱团《餐桌》，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

新产品趋势

- 结合“生活方式需要”和“人体科学”的家居服
数据10: 蕉内2023夏季家居服套装和实体店设计，2023年
- 疫情下的升降桌和健身+办公解决方案
数据11: 乐歌升降桌和健身椅，2022年
- 从家具、香氛到各品类的设计中传达一致的品牌信息
数据12: 无印良品于原研哉和深泽直人联名商品，2022年

家庭居住情况

- 25岁以上各年龄群体中约两成属于三世同堂家庭
数据13: 居住成员，2022年
- 年轻人群和高收入消费者养宠物的比例更高
数据14: 与宠物同住（按照年龄、家中是否有孩子和家庭收入区分），2022年

家居兴趣与习惯

- 消费者越来越热衷打造带有个人标签的家居空间
数据15: 家居兴趣与习惯——回答“是”，2022年
- 更多人来家中做客可以激励人们营造理想的家居环境
数据16: 亲朋好友经常来我家里做客——回答“是”（按性别、年龄和家庭收入区分），2022年
- 家居兴趣与习惯——部分选项回答“是”（按做客情况区分），2022年
- 年轻消费者更重视家居环境
数据18: 家居兴趣与习惯——部分选项回答“是”（按年龄区分），2022年
- 有老人和孩子的家庭更喜欢有科技感的装修风格
数据19: 我喜欢有科技感的装修风格——回答“是”（按年龄和居住成员区分），2022年

家居服选择

- 在对家居服的要求上不妥协
数据20: 家居服选择，2022年
- 会穿专门家居服的消费者时更注重宽松的款式和舒适感
数据21: 家居服选择——更同意（按是否穿专门的家居服区分），2022年
- 人们对家居服的态度因家中是否经常有访客而异
数据22: 家居服选择——更同意（按做客情况区分），2022年

家居设计灵感的信息来源

- 线下家居商场仍然不可取代
数据23: 家居设计灵感来源，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据24: TURF分析——信息来源，2022年

- 专业性是打动富裕消费者的关键

数据25: 家居设计灵感来源——部分选项（按家庭收入区分），2022年

- 社交媒体影响着年轻一代的家居设计趋势

数据26: 家居设计灵感来源——部分选项（按年龄区分），2022年

搜索过的家居信息

- 对于家具和家电进行专业保养的需求更加明显

数据27: 家居所需信息，2022年

- 在人口老龄化的背景下，对特定家居服务的需求增强

数据28: 家居所需信息——部分选项（按居住成员区分），2022年

- 宠物主人的家居保养需求值得关注

数据29: 家居所需信息——部分选项（按是否与宠物同住区分），2022年

疫情对家居意识的影响

- 疫情提高人们健康意识的同时带动家居空间的功能性拓展

数据30: 疫情对家居意识的影响，2022年

- 女性更关注健康和日常必需品的补充

数据31: 疫情对家居意识的影响——部分选项（按性别区分），2022年

- 父母最关注健康和健身问题

数据32: 疫情对家居意识的影响——部分选项，2022年

未来的装修计划

- 健康家居、嵌入式家电设计和全屋智能/物联网概念引领家居潮流

数据33: 未来的装修计划，2022年

- 放松和社交需求激励女性追逐流行的家居元素

数据34: 未来的装修计划——部分选项选择“一定会”或“有可能会”（按性别和年龄区分），2022年

- 东部消费者紧跟家居流行趋势

数据35: 未来的装修计划——部分选项选择“一定会”或“有可能会”（按地区区分），2022年

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法

- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。