



磁力引擎



商家号

# 快手家居行业 价值研究报告

明略科技泛媒体研究出品

Miaozhen®  
Systems

2020年5月



## 行业现状

01

家居市场两重天，品牌在艰难中寻求新的破局点

## 消费特征

02

家居决策过程复杂，探索新的潜在家居用户消费特征

## 新的局点

03

短视频+直播以形式赢信赖，家居增长新风口渐成型

## 未来之路

04

全链路业务自循环将成为家居营销策略未来趋势



## 家居市场两重天，品牌在艰难中寻求新的破局点

### 现状

家居品牌需在存量市场中寻找机遇实现突破。

### 机遇1

2亿城镇化人口增量是中国家居市场发展的助推剂。

### 机遇2

新一线、90后家庭成为家居消费新主力。

### 机遇3

二线家庭、70/80后潜在需求激增。

## 家居决策过程复杂，探索新的潜在家居用户消费特征

### 发现1

84.7%的消费者认可品牌的重要性，但数量众多，缺乏了解。

### 发现2

72.3%的家居消费者更看重专业背书，30%消费者相信熟人推荐口碑为重。

### 发现3

家居消费者相信眼见为实，短视频成为65%消费者的主要信息获取渠道。

### 发现4

多数消费者消费前会在短视频媒体中搜索、关注、看直播，这已成为家居消费前的必做功课。

## 借助家居营销新势能，发展全链业务自循环

### 短视频+直播以形式赢信赖，家居增长新风口渐成型

**优势1** 快手聚合大量家居目标消费者，平均家居总消费额超过15万元。

**优势2** 快手每日4.5亿家装内容播放，助力家居消费决策。

**优势3** 家装创作者发布的内容吸引消费者关注，76.7%消费者愿意了解主播推荐品牌。

**优势4** 超半数快手家居消费者会主动搜索，快手搜+推商业服务加速意图→转化过程。

**优势5** 95%快手用户对品牌账号内容高度信赖，开放的消费观让新品亦有机会。

### 全链路业务自循环，将成为家居营销策略未来趋势

**现状** 电商平台获客成本攀升，品牌在寻找实现增长的营销工具，短视频/直播是唯一热度上升的营销方式，被广泛看好。

**快手** 社交+内容在家居消费中起着重要作用，快手人立方矩阵可助力品牌完成“三力”构建。

- 策略**
- 公域覆盖，家居品牌可完成规模化传播，广泛吸粉。
  - 私域深耕，家居品牌可通过用户经营提升客户生命周期价值。
  - 不同阶段家居品牌应采取不同策略，最终实现在快手内的全链路业务自循环。



## 定量调研方法及执行过程

- 利用 Online Panel 招募样本
- 在线定量问卷
- 根据此次调研样本要求从秒针系统在线调研 Panel 中抽样，发送项目邀请，收到项目邀请的被访者进行答题。此次调研向15020 个样本推送了问卷链接，最终回收有效样本 650 个

## 被访者条件

- 20-65 岁
- 符合市场调研的常规条件（相关行业排除、最近一个月内参加过市场调研的排除）
- 最近 2 年内有过家居装修、家具消费的人或计划在未来半年内有家居装修、家具消费的人

## 样本量

有效样本总量 650 个

样本分组	有效样本量 (个)
家居消费样本	650
快手样本	426
一线城市样本	130
新一线城市样本	130
二线城市样本	130
三线城市样本	130
四线及以下城市样本	130

## 定性调研方法及执行过程

- 利用线下 Panel 招募样本
- 电话一对一深访
- 根据此次调研样本要求从秒针系统在线调研 Panel 中抽样，发送项目邀请，收到项目邀请的被访者进行答题。此次调研向 5 个样本推送了问卷链接，最终完成有效样本 2 个

## 被访者条件

- 北京常住居民
- 符合市场调研的常规条件（相关行业排除、最近一个月内参加过市场调研的排除）
- 过去12个月内完成了家庭装修或正在装修
- 快手用户



## 行业现状

家居市场两重天  
品牌在艰难中寻求新的破局点

# 家居市场受行业影响，海水、火焰掺半， 品牌需在存量市场中寻找机遇实现突破



商品房和二手房销售额增速放缓  
中国住房市场正在逐渐步入存量消化市场

## 2013年-2019年 商品房销售情况

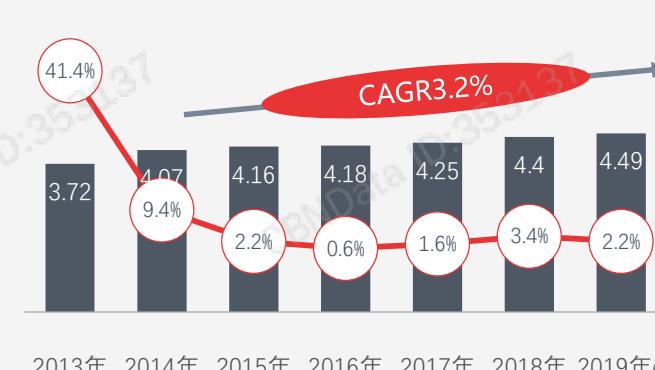


## 2013年-2019年 二手房销售情况



受到房地产市场影响  
家居行业增长放缓，竞争加剧已成定局

## 2013年-2019年 家居建材产业市场规模



## 2015年-2020年 中国定制家居市场规模



## 2015年-2020年 中国成品家居规模及增速



## 2014年-2019年 中国家具制造行业销售收入走势



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_16901](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16901)

