

家具用品

行业研究报告

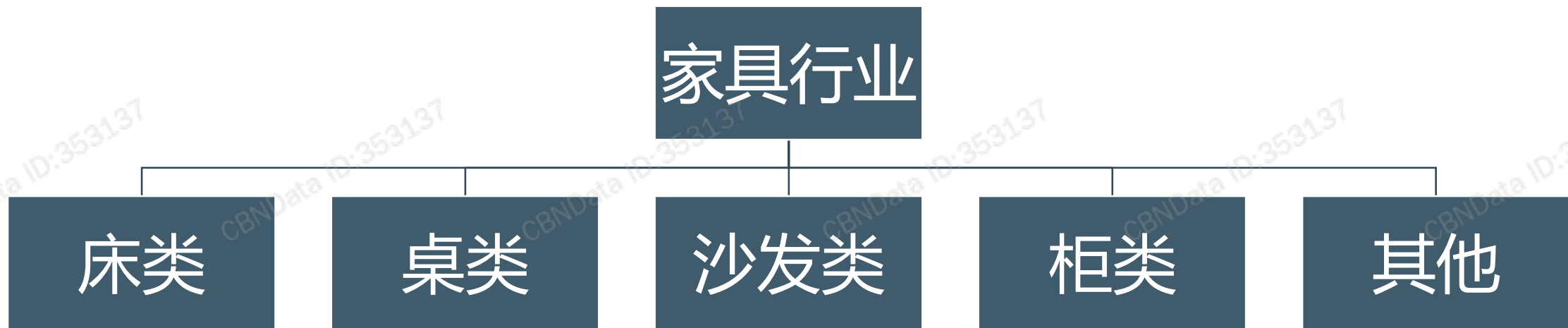


CBNData

第一财经商业数据中心

家具行业定义及研究范围

- 家具行业统指床类、沙发类、桌类等居家生活所不可缺少的日常用具的消费市场。



目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势

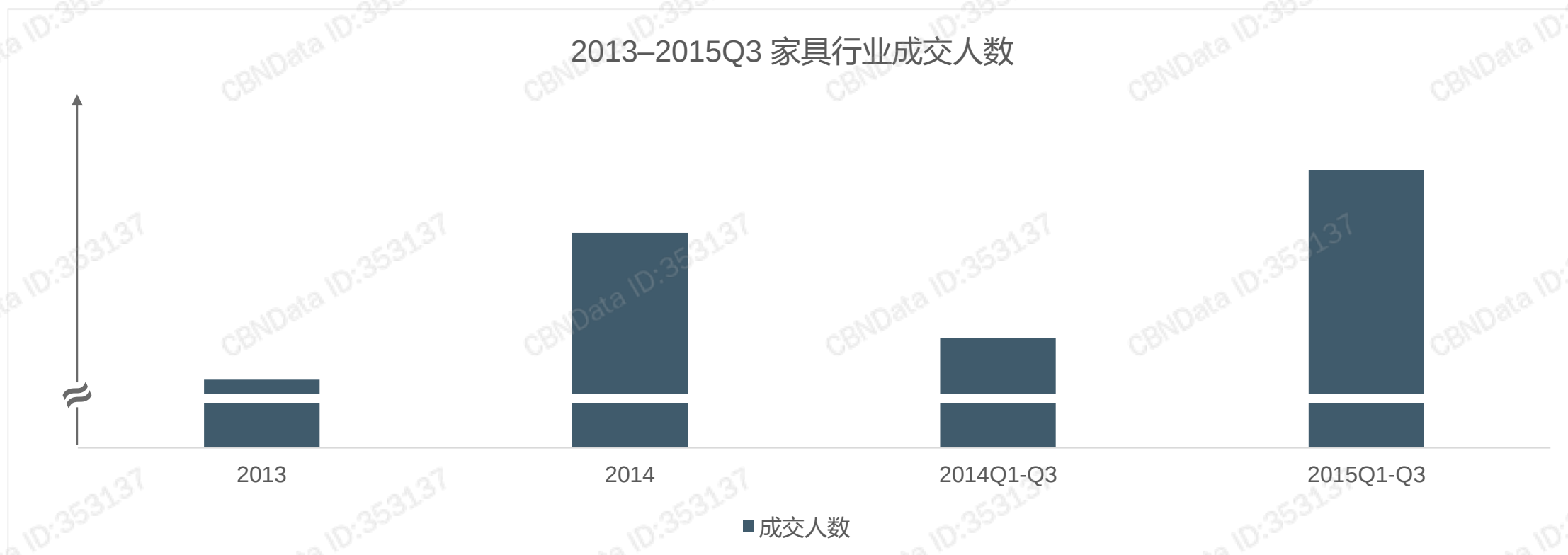


经营建议



附录

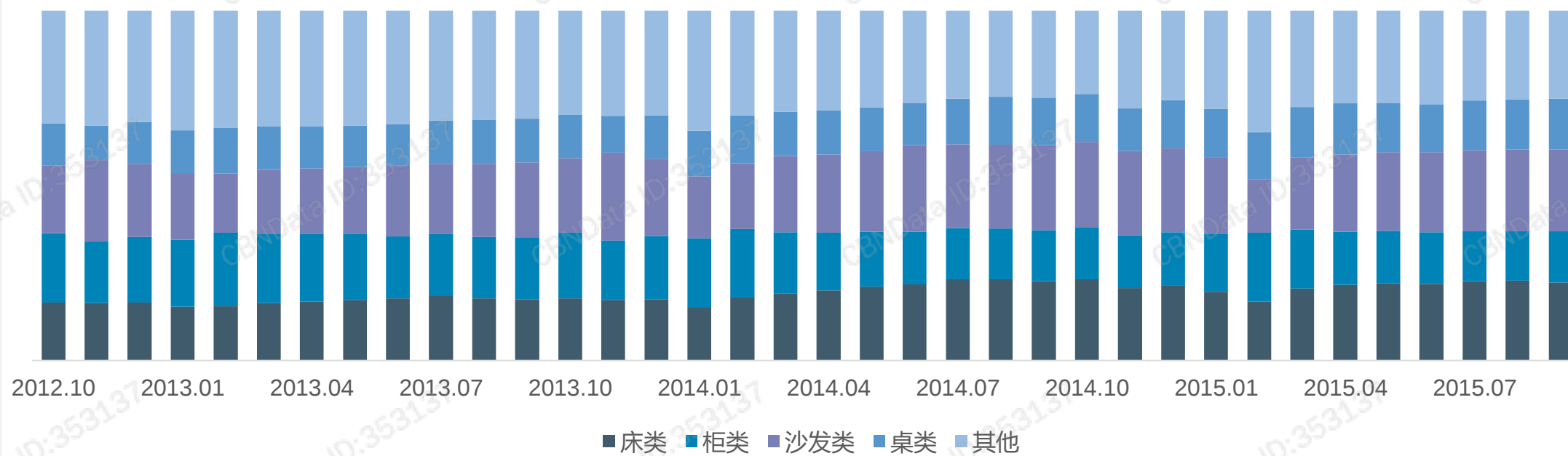
- 家具电商近年来的发展速度非常快，主要受用户增长的推动，家具行业的成交人数目前仍然保持远超大盘整体表现的增速。
- 家具上线的时间相对较晚，但线上市场近两年被引爆，行业目前正处于**流量红利期**。



商品画像 – 品类成交结构

- 细分来看，床、沙发、柜、桌是成交占比最高的细分品类。
- 其中，床和沙发最近几年的份额提升明显。

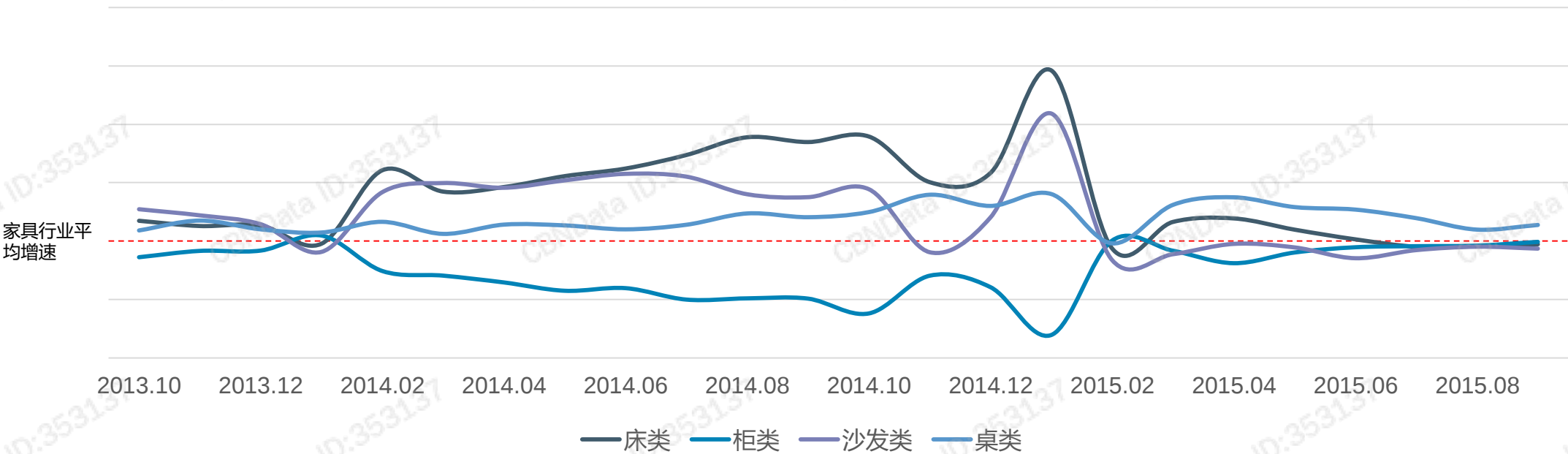
2012Q4–2015Q3 家具行业分品类销售额占比



商品画像 – 行业分品类成交增速

- 从增速来看，床和沙发前几年的增长速度远高于行业平均水平，带动其占比持续提升。进入2015年以后，它们的增速回落至平均水平。
- 而桌类的情况刚好反过来，其前期增长乏力，但2015年以来增速有所提升。

2013Q4–2015Q3 家具行业分品类销售额相对增速

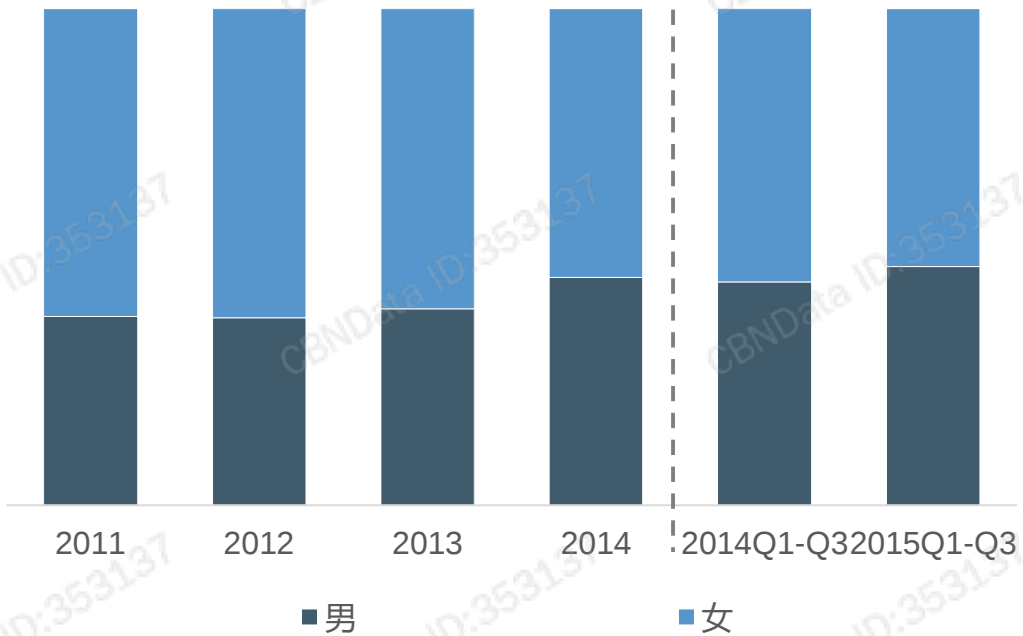


注：相对增速=品类增速 - 行业增速

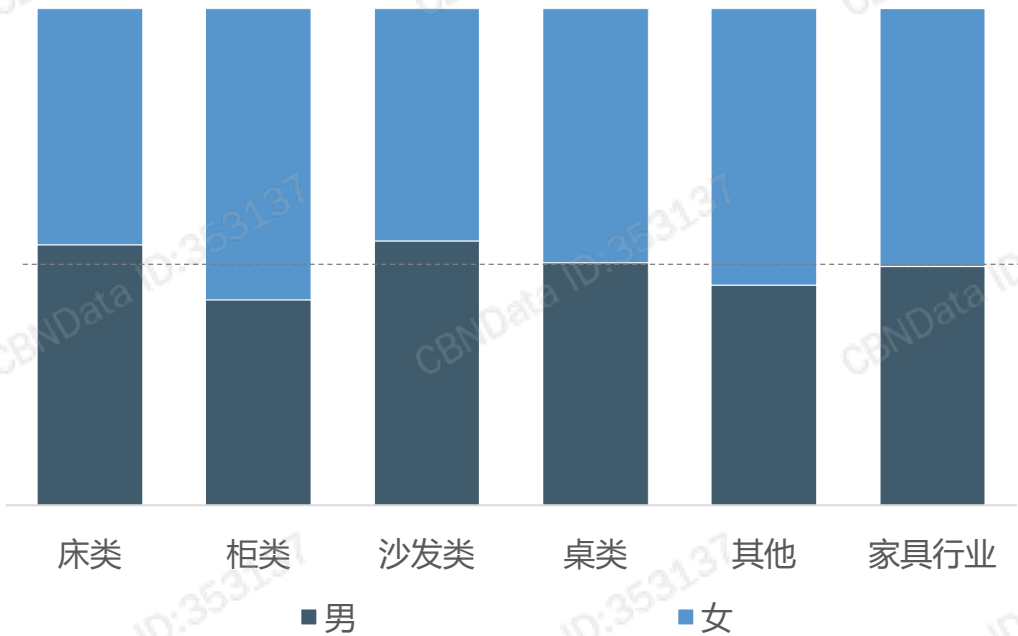
消费者画像 – 性别分布

- 消费者方面，家具行业消费者以**女性**为主，说明**家庭消费仍是女性主导**，但男性消费者占比在逐渐升高
- 分品类来看，男性比例最高的是**床类**和**沙发类**大件家具
- 家具是家居行业男性用户占比最高的类目之一。

2011–2015Q3 家具行业消费者性别分布



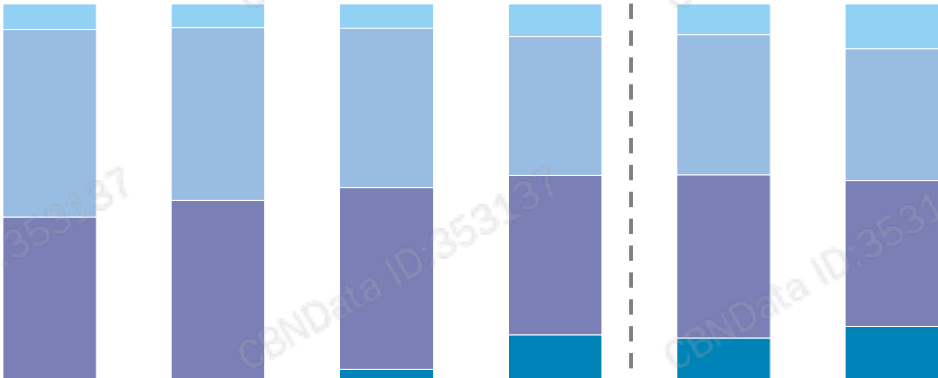
2015Q1–Q3 分品类消费者性别分布



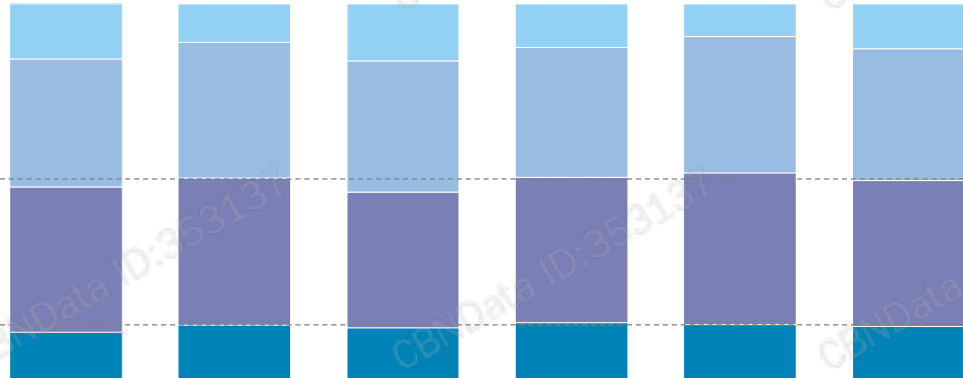
消费者画像 – 年龄分布

- 23–50岁的中青年群体是家具的核心消费人群，但人群正在逐渐“**年轻化**”，19–28岁人群占比提升明显。
- “年轻化”的同时，51–70岁的老年群体的消费比例也有逐年提升。
- 各子类目的年龄结构大体相近，但是，床类和沙发类产品的老年消费者明显较高

2011–2015Q3 家具行业消费者年龄分布



2015Q1–Q3 分品类消费者年龄分布



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_17367

