

家居用品

行业研究报告

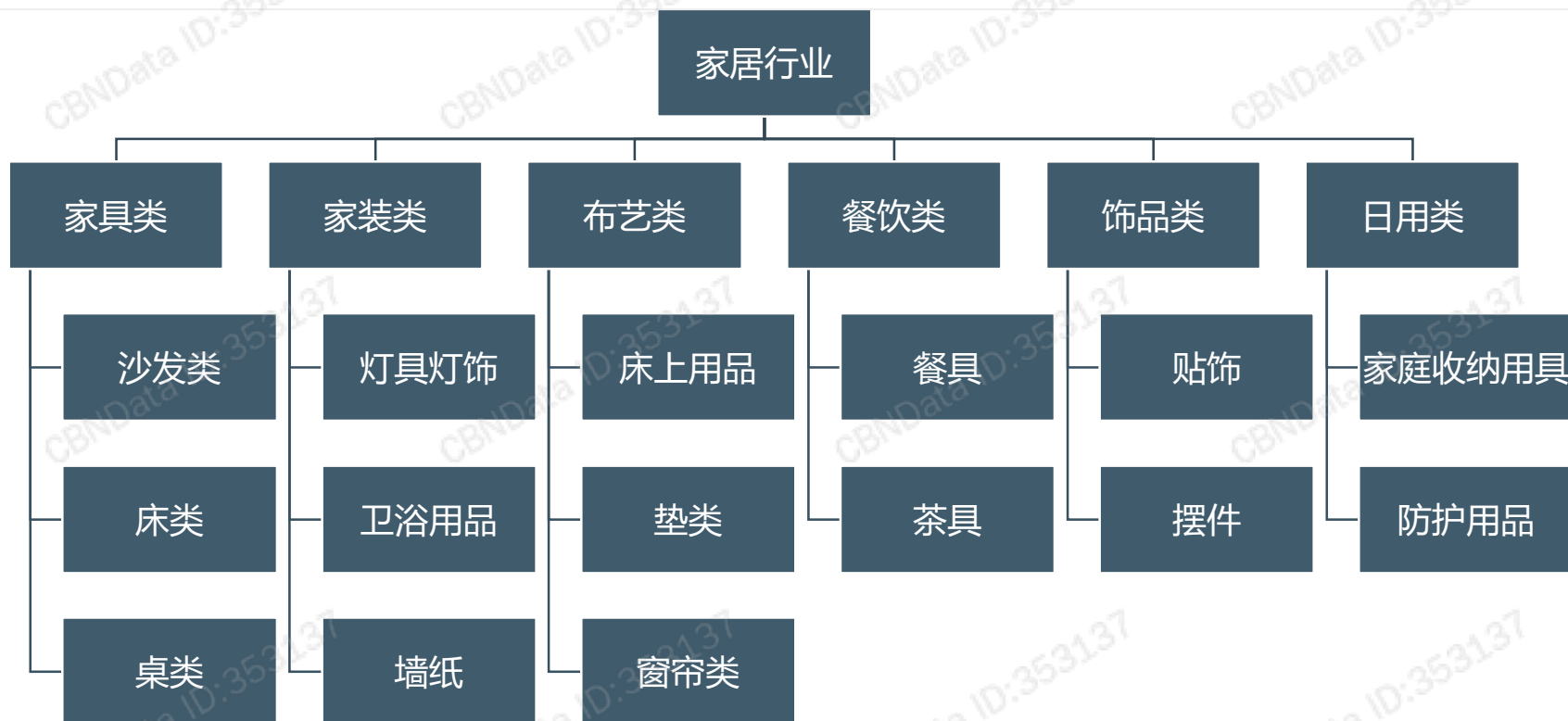
CBNData

第一财经商业数据中心



家居行业定义及研究范围

- 家居行业指维持家庭日常生活必要的基本生活用品和生活工具等产品的总和。本报告定义的家居行业包括家具类、家装类、布艺类、餐饮类、饰品类以及日用类等六大类别。



目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势



经营建议

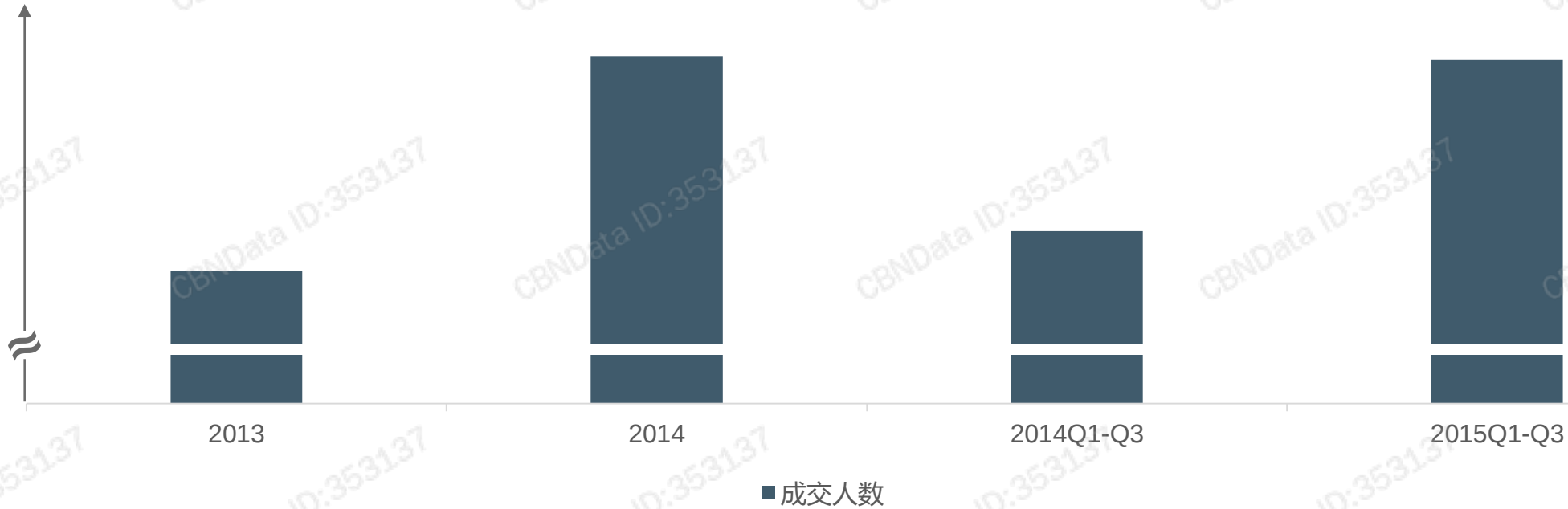


附录

行业概况

- 得益于成交人数的爆发式增长，家居电商近年来保持着持续快速增长的态势。
- 家居行业整体增长较快，同时消费习惯在往线上迁移，二者共同促成了今日家居电商的繁荣景象。
- 家居行业上线相对较晚，行业目前仍处在**外延式增长阶段**。

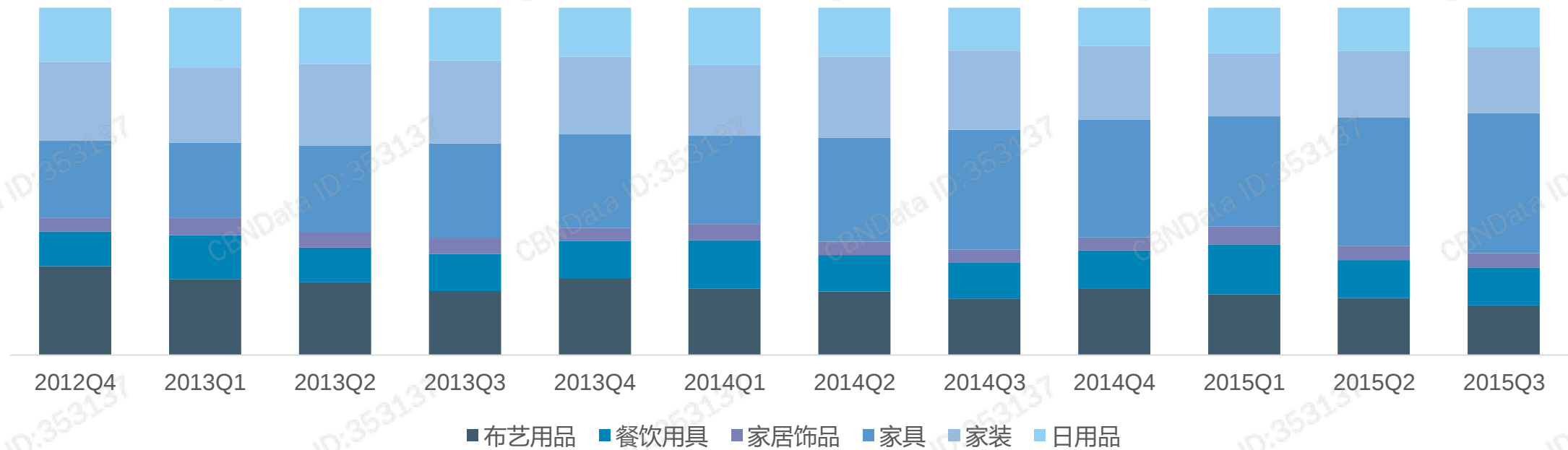
2013-2015Q3 家居行业成交人数



商品画像 – 品类成交结构

- 细分来看，**家具**是目前占比最高的子行业，而家居饰品占比相对偏低。
- 家居各品类的季节特征明显。餐饮用具、家居饰品及日用品类目在一季度表现较好,而布艺用品则在寒冷的四季度销售最旺。上半年为家装业的销售旺季，三季度家具业销售更旺。

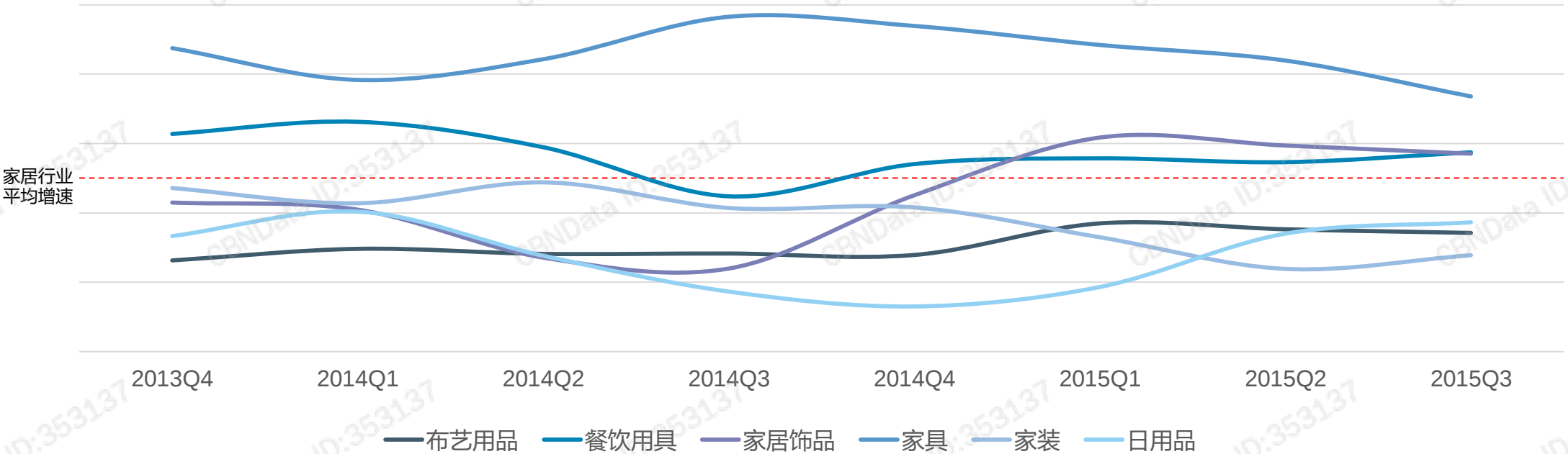
2012Q4–2015Q3 家居行业分品类销售额占比



商品画像 – 行业分品类成交增速

- 从增长速度来看，**家具**是家居行业近年来增长遥遥领先的细分品类，带动家具的成交占比快速提升。
- 而家装、布艺用品、日用品由于上线稍早，发展相对成熟，目前的增速已低于行业平均水平。
- 家居饰品**和**餐饮用具**则在2015年以后增速开始提升。

2013Q4–2015Q3 家居行业分品类销售额相对增速

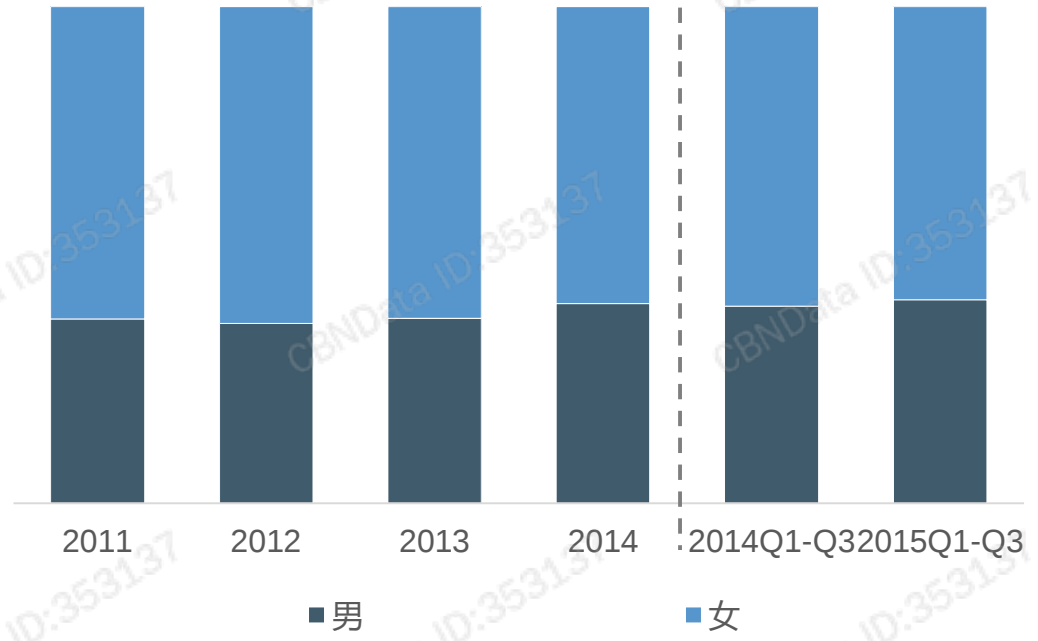


注：相对增速=品类增速 - 行业增速

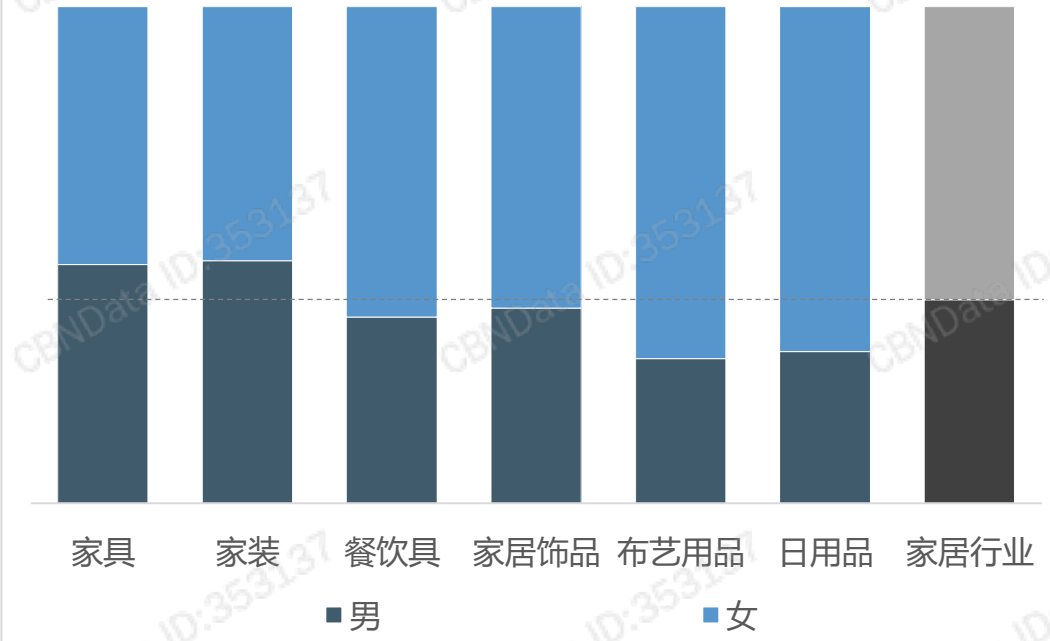
消费者画像 – 性别分布

- 消费者方面，家居行业消费者以**女性**为主，表明家庭消费仍为女性主导，但男性占比在逐渐升高。
- 分品类来看，女性比例最高的是**布艺用品**和**日用品**，而最低的是家具和家装类的“硬家居”。

2011–2015Q3 家居行业消费者性别分布



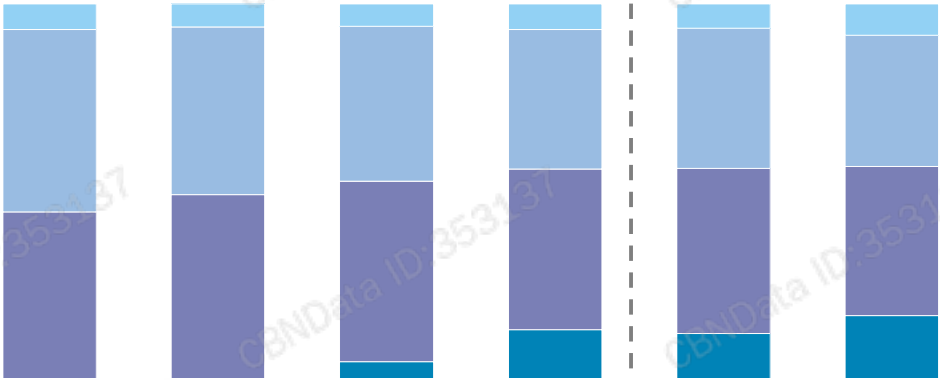
2015Q1–Q3 分品类消费者性别分布



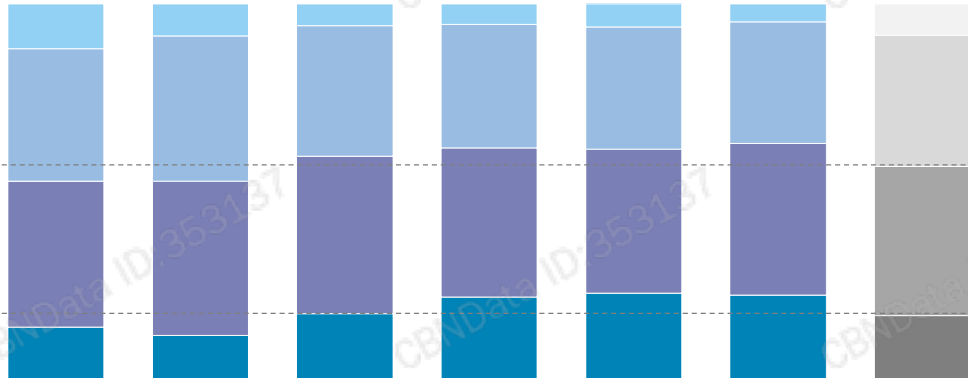
消费者画像 – 年龄分布

- 家居行业的消费者以中年用户为主，但呈现“**年轻化**”趋势，**19–28岁**人群占比提升明显。
- 分品类来看，“年轻化”最明显的是布艺用品、家居饰品和日用品等**件小价廉**的商品。
- 年轻化程度最低的家具和家装类消费人群中，36–70岁中老年占比明显较高。

2011–2015Q3 家居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_17368

