

2021

家装

天猫

2021年中国互联网 家装消费趋势 白皮书

CBNDATA × 天猫TMALL.COM

第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



目录

CONTENTS



第一部分 家装行业消费概况

3

- 1.1 家装行业消费升级 线上化趋势增强
- 1.2 细分品类竞逐 新品牌激发市场活力

第二部分 家装行业消费者洞察

7

- 2.1.2.2 新家装消费人群的信息渠道和购买行为
- 年轻一代成家装消费主力

第三部分 家装行业消费新趋势

13

- 3.1 标准明确好选择
- 3.2 风格材质个性化
- 3.3 家居定制成风潮
- 3.4 光影氛围打造家
- 3.5 环保健康新时尚
- 3.6 购买安装一站式
- 3.7 机智偷懒享清闲

第四部分 家装行业未来展望

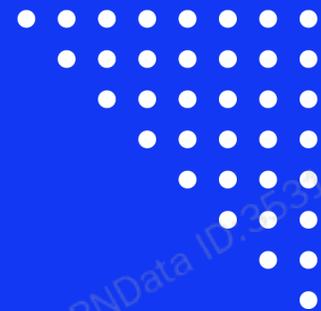
18

- 4.1 供给升级 满足多样化需求
- 4.2 触达升级 打动年轻人的心
- 4.3 服务升级 买前买后都放心
- 4.4 运营升级 趋势机遇尽掌握



CHAPTER ONE

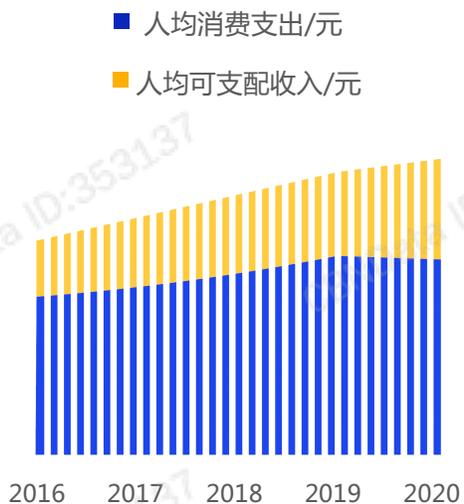
家装行业概览



人均收入增长推动家装消费升级，二手房装修焕新驱动行业增长

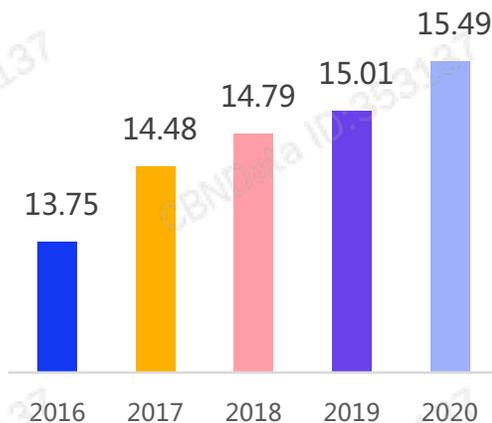
商品房销售进入以二手房为主要驱动的阶段，随着人均收入和消费支出的稳步提升，消费者开始向往更优质的居住环境，对二手房的装修焕新需求应运而生

2016-2020年
中国居民人均可支配收入与消费支出



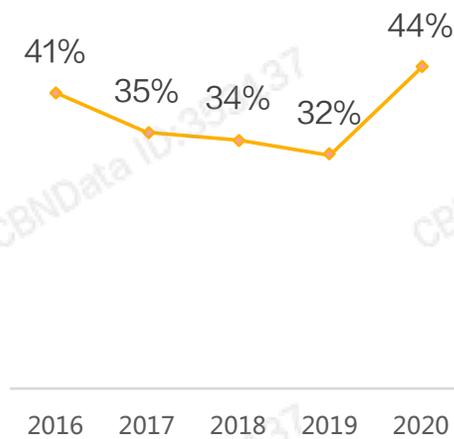
数据来源：国家统计局

2016-2020年
中国住宅商品房销售面积
(亿平方米)



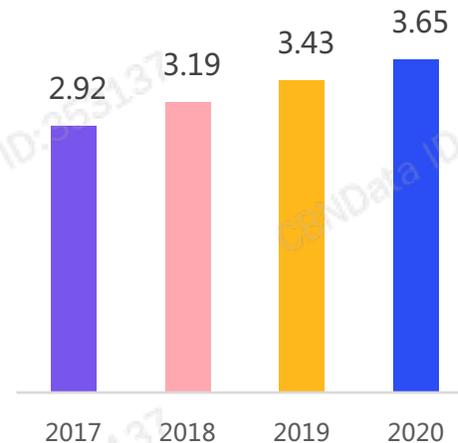
数据来源：国家统计局

2016-2020年
中国商品住宅销售额
二手房销售占比情况



数据来源：贝壳研究院

2017-2020年
中国家装市场规模
(万亿元)

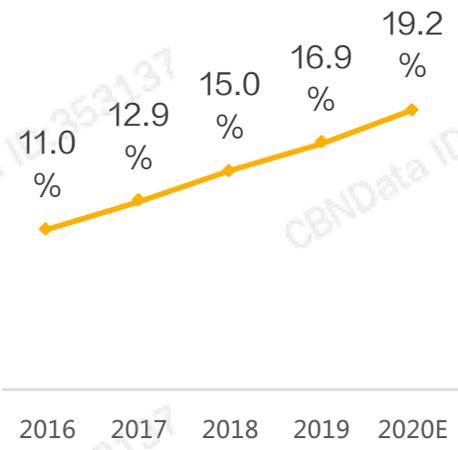


数据来源：公开资料整理

互联网家装渗透率持续上升，消费升级驱动线上家装高速增长

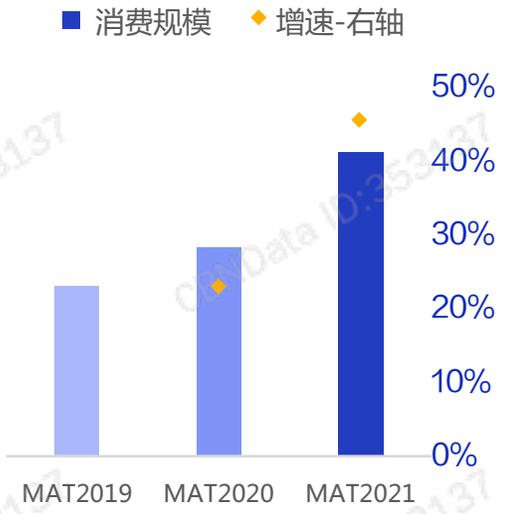
互联网家装渗透率在过去5年内加速提升，线上渠道对于家装行业日趋重要；天猫作为线上家装核心平台消费高速增长，消费频次和笔单价同步走高；商品丰富、性价比高、省时省力是线上渠道充满活力的重要原因

2016-2020年
中国互联网家装
渗透率及预测



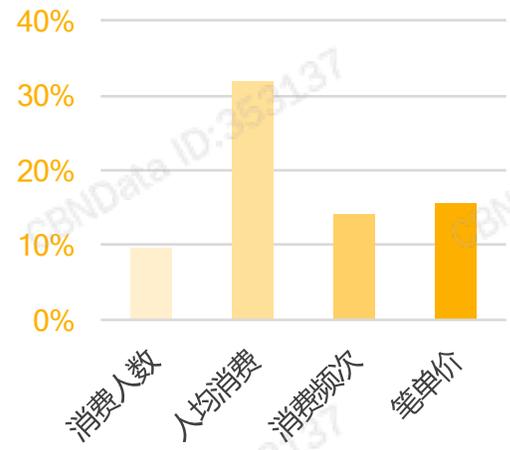
数据来源：易观分析《中国互联网装修行业指数洞察2020》

MAT2019-MAT2021
天猫平台家装行业
消费走势及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：含天猫家装行业消费数据；
MAT2021指2020.06.01-2021.05.31，
MAT2019，MAT2020以此类推

MAT2021
天猫平台家装消费增长
驱动拆解-增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

选择线上渠道购买的原因



数据来源：CBNDATA × 天猫 问卷调查，数据说明：请问您为什么选择/打算在线上购买家装产品/服务呢？N=2239

主材、建材、全屋定制、办公家具线上消费加速发展，带动行业增长；消费者对定制和设计服务的付费意愿更高

住宅家具线上消费较为成熟，仍在高速增长，而电子/电工、五金、装修设计的线上消费规模仍较为有限

MAT2021线上家装细分行业消费趋势



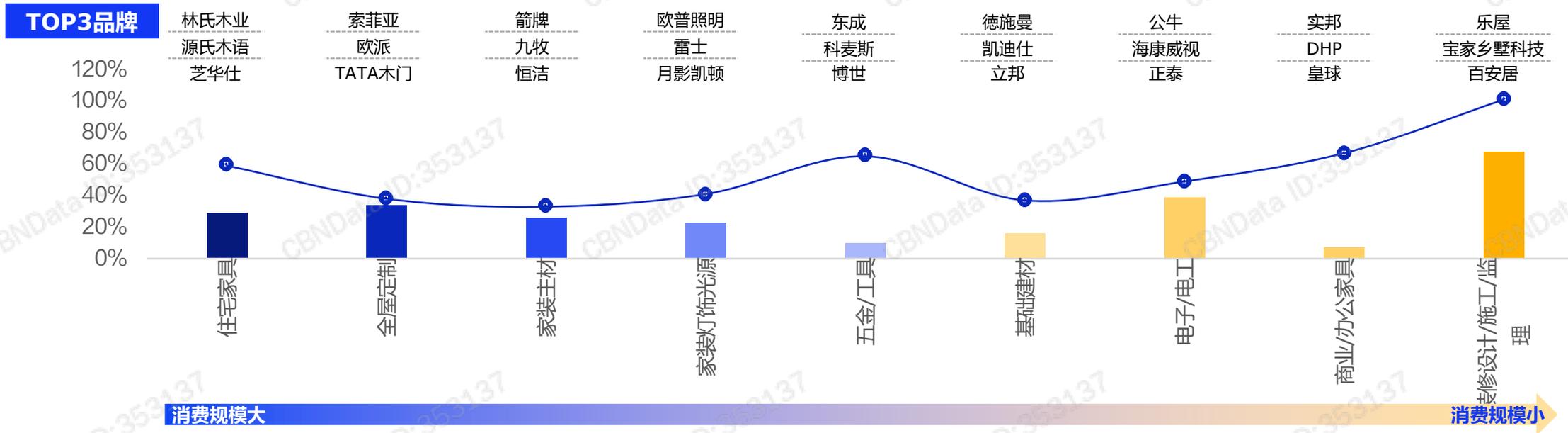
数据来源：CBNDATA消费大数据，气泡大小代表人均消费

线上家装行业整体头部品牌市场份额较低，新品牌持续入局激发市场活力

除装修设计领域头部品牌市场占比较高外，其余细分领域头部品牌份额均较低，存在大量长尾品牌，大量新品牌不断加入，市场竞争活跃，前景乐观

MAT2021线上家装细分行业TOP10品牌消费规模占比及品牌数量增速

■ TOP10品牌消费规模占比 ● 品牌数量增速



数据来源：CBNDATA消费大数据；数据说明：从左至右按照品类消费规模从大到小排序

深化“品牌心智”建设，构筑长期品牌力是企业发展的关键

品牌化对家装企业有何意义？



如何持续增强品牌力？



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_26534

