

2022年 90后家装人群洞察报告

2022年9月

Mob研究院出品

©2022 MobTech. All rights reserved.

家装的定义及研究范围

本次报告研究范围为广义的家装，即室内空间的改造、装修，还包含将生活的各个情形“物化”到居住空间的过程，研究对象为出生于1990-1999年的拥有家装经验的90后人群

广义的家装：室内空间的改造、装修，也包含将生活的各个情形“物化”到居住空间的过程



狭义的家装：主要涉及室内装饰，从美化的角度进行考虑，使室内空间更美观



CONTENTS 目录

1

90后家装人群现状分析

2

90后家装人群画像分析

3

90后家装人群『理想篇』

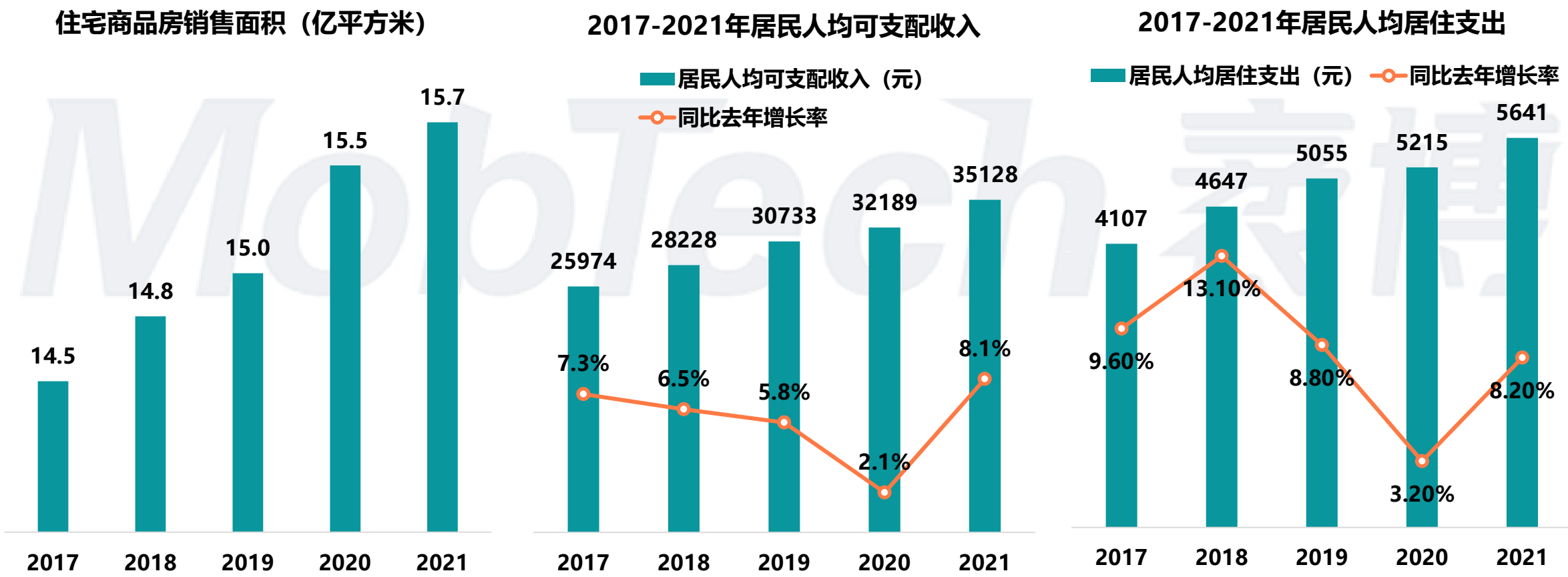
4

90后家装人群『现实篇』



居民消费能力不断提升，助推家装市场需求不断壮大

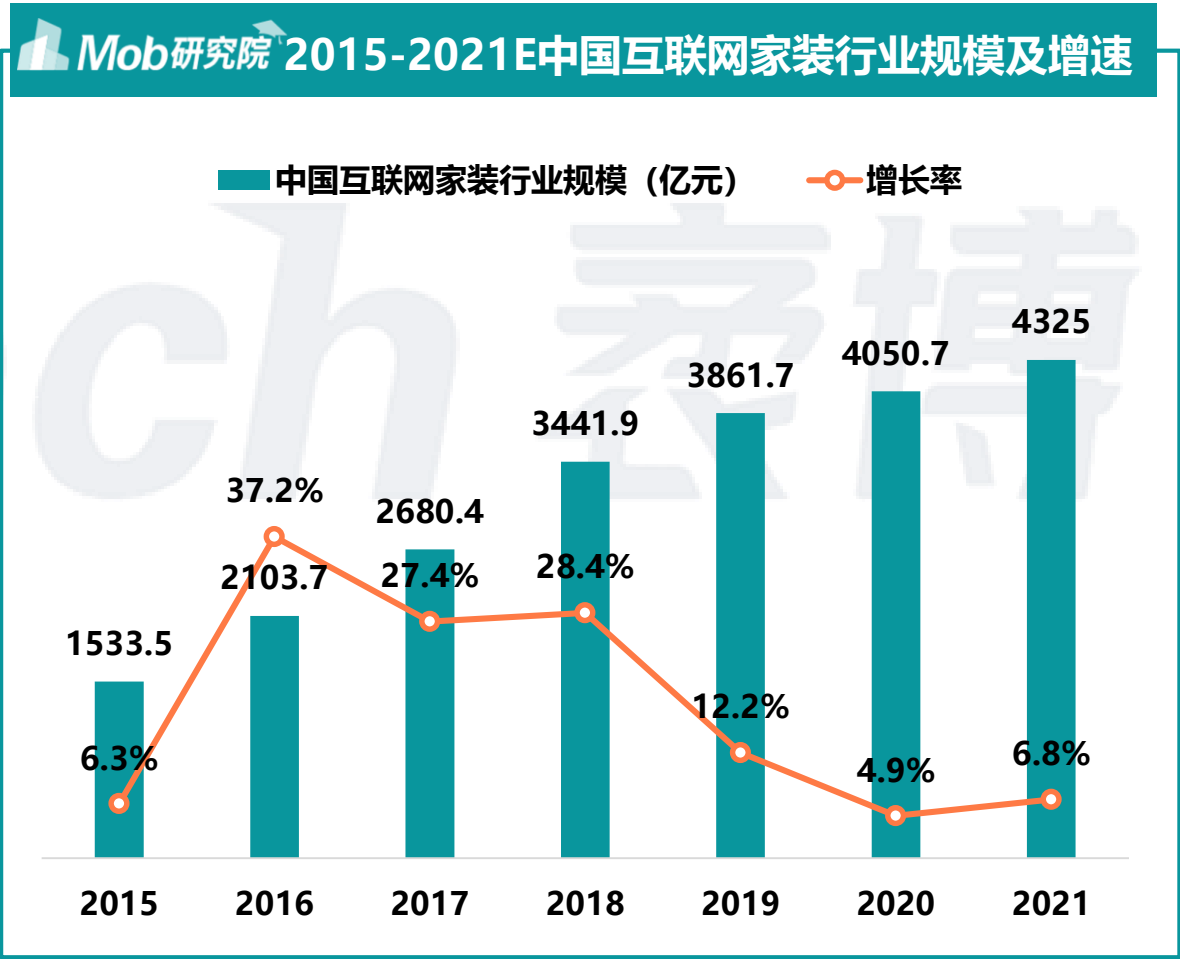
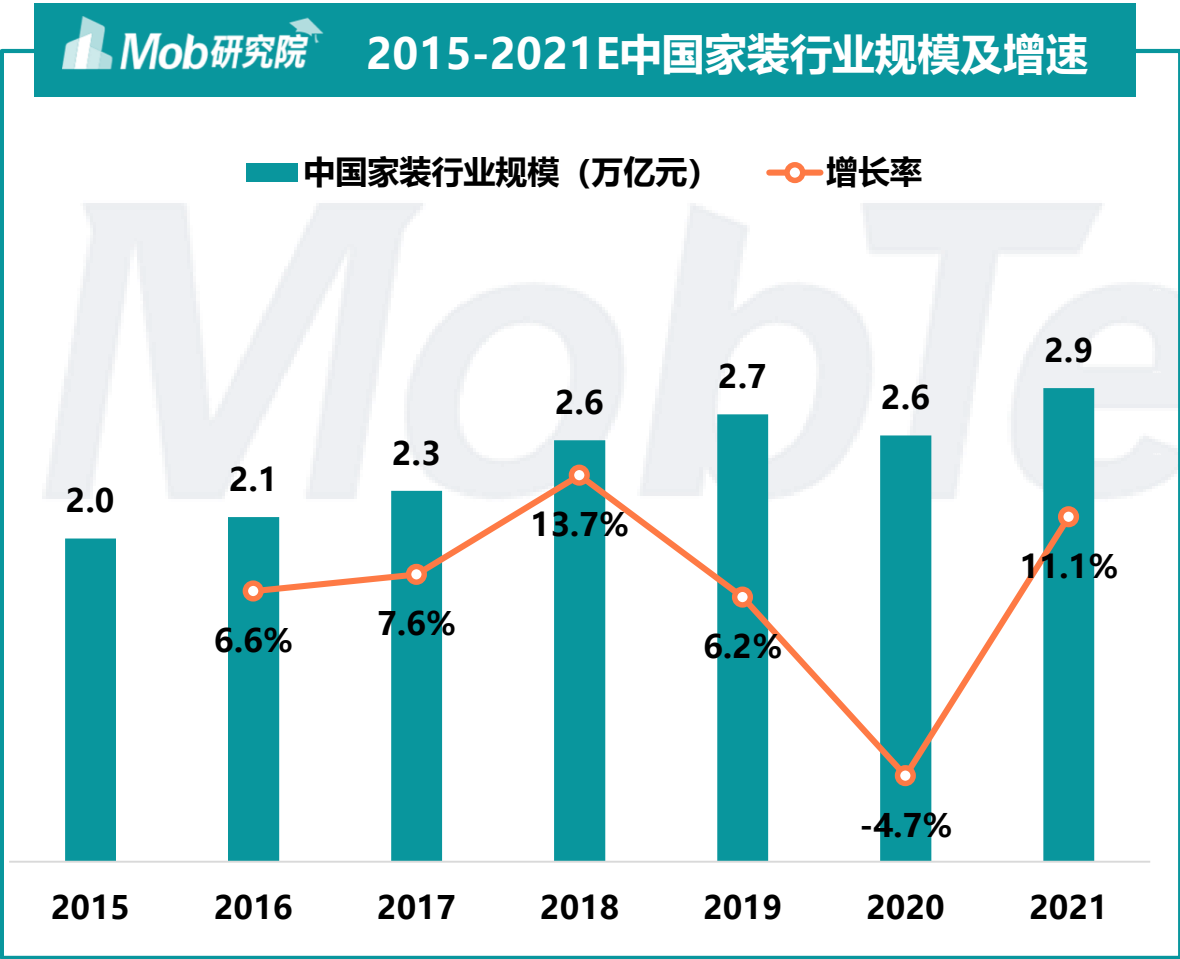
随着住宅商品房销售面积的扩大，居民可支配收入稳步增长，他们对居住环境的支出投入也日益增加



Source: 国家统计局

线上线下双驱动，共筑家装万亿市场

中国整体家装市场规模已近3万亿元，得益于网络环境的发展，消费者对多样化、定制化、高效率家装的需求持续增长，促进互联网家装行业蓬勃发展

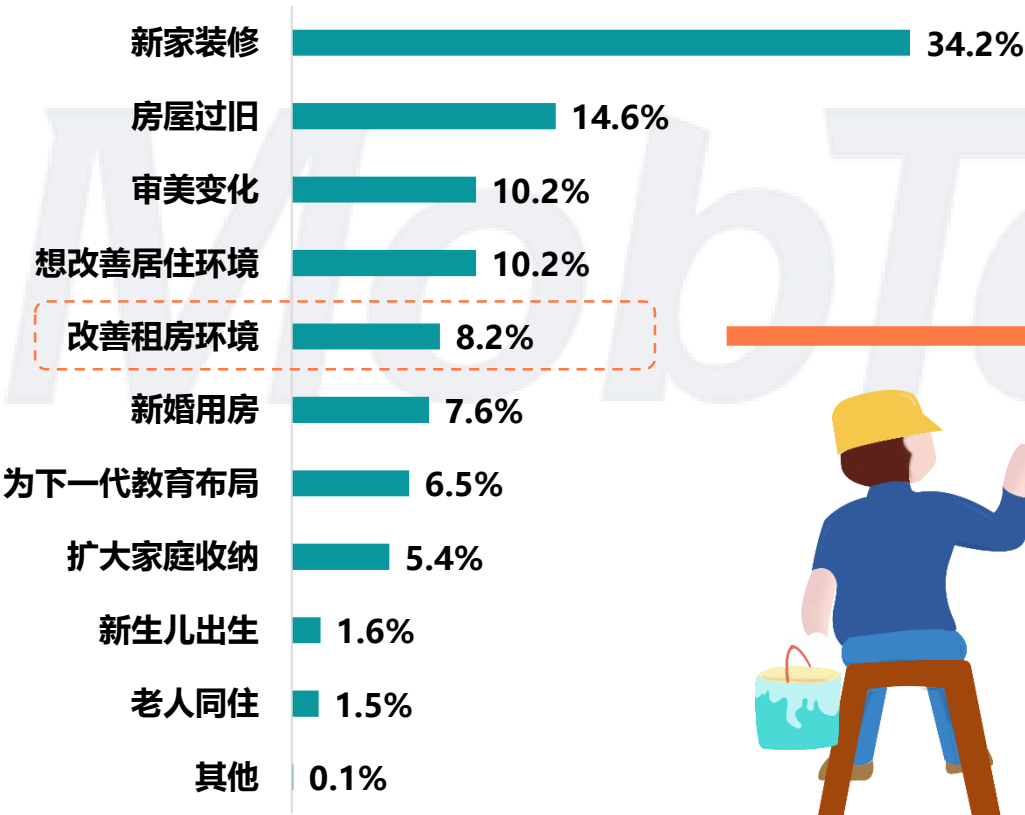


Source：中国装饰行业协会，观研

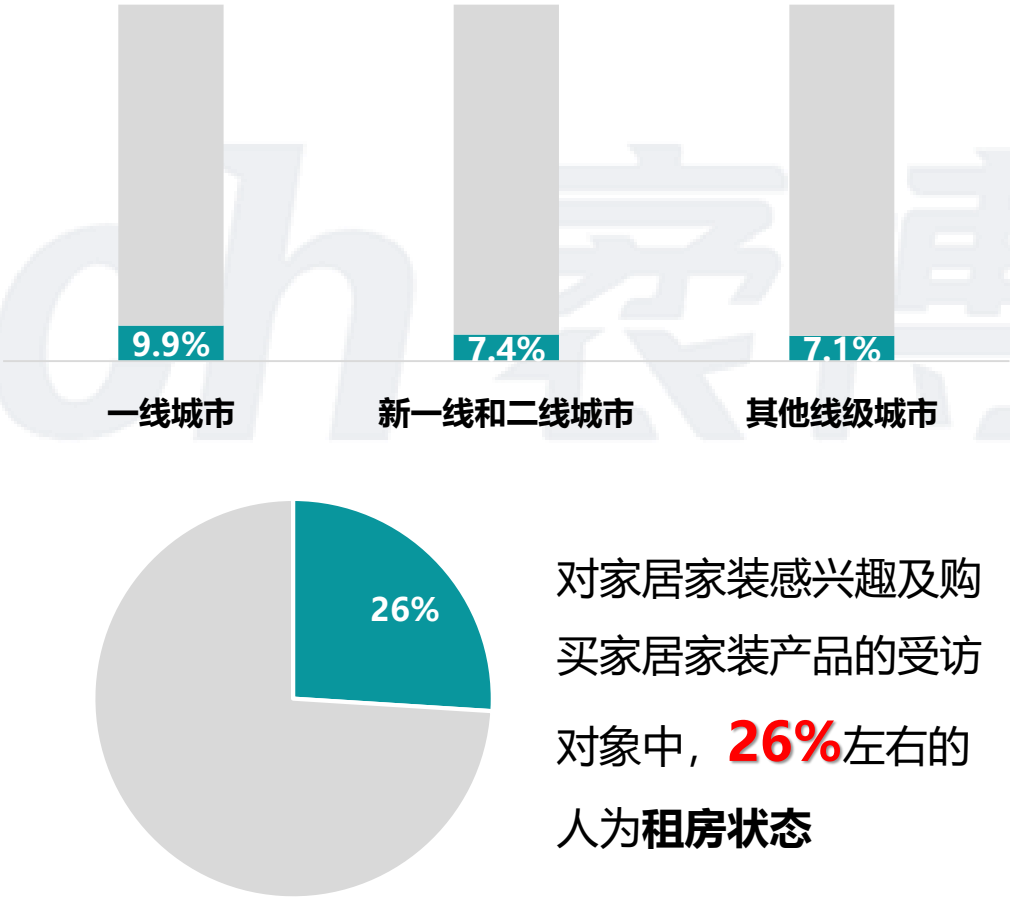
新房装修仍是刚需，租房也要美美哒

家装的消费动机主要是新家装修，值得注意的是改善租房环境的消费动机占比达到8.2%。其中，一二线城市的居民因租房产生的家装需求更大。房子是租的，但生活是自己的

2021年中国家装用户消费动机分布



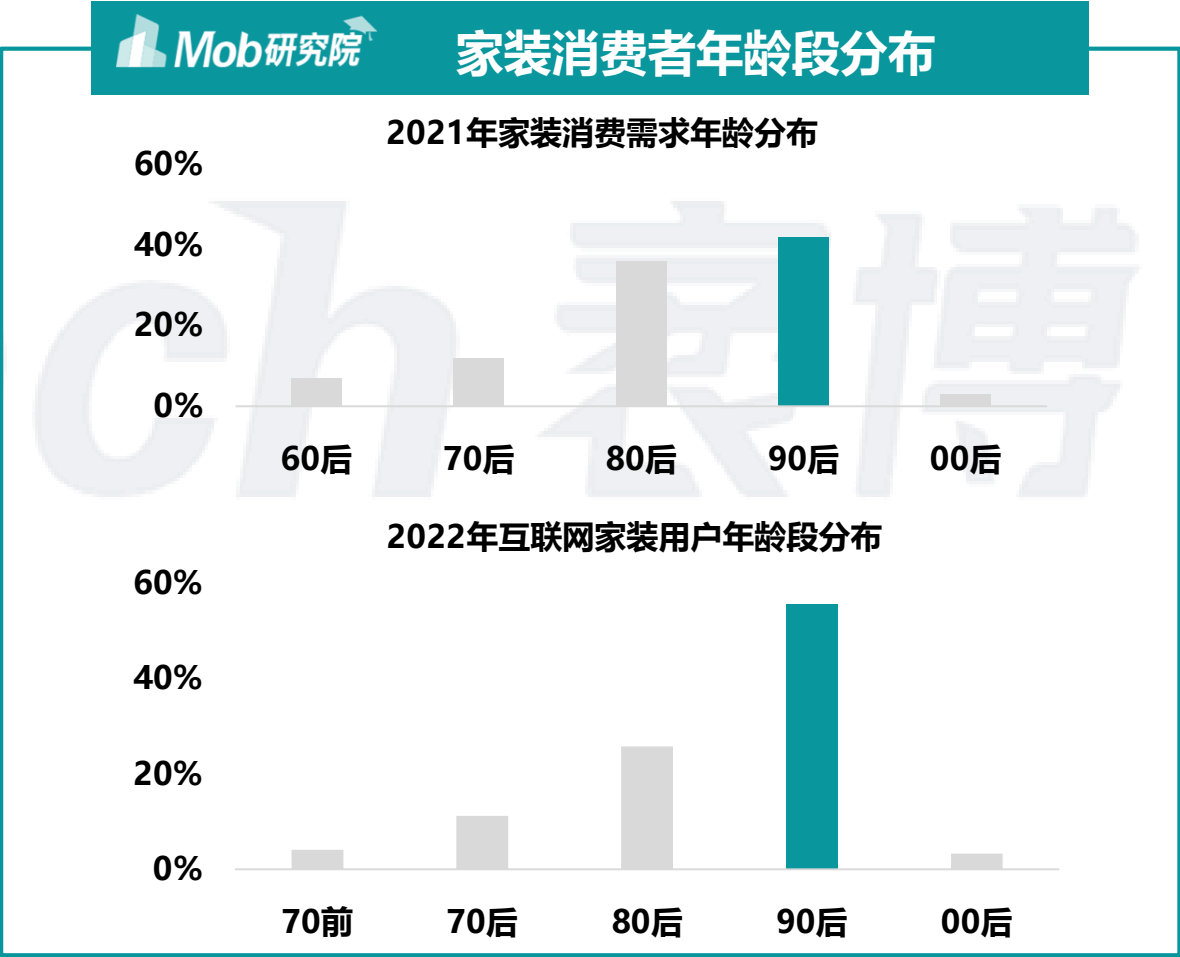
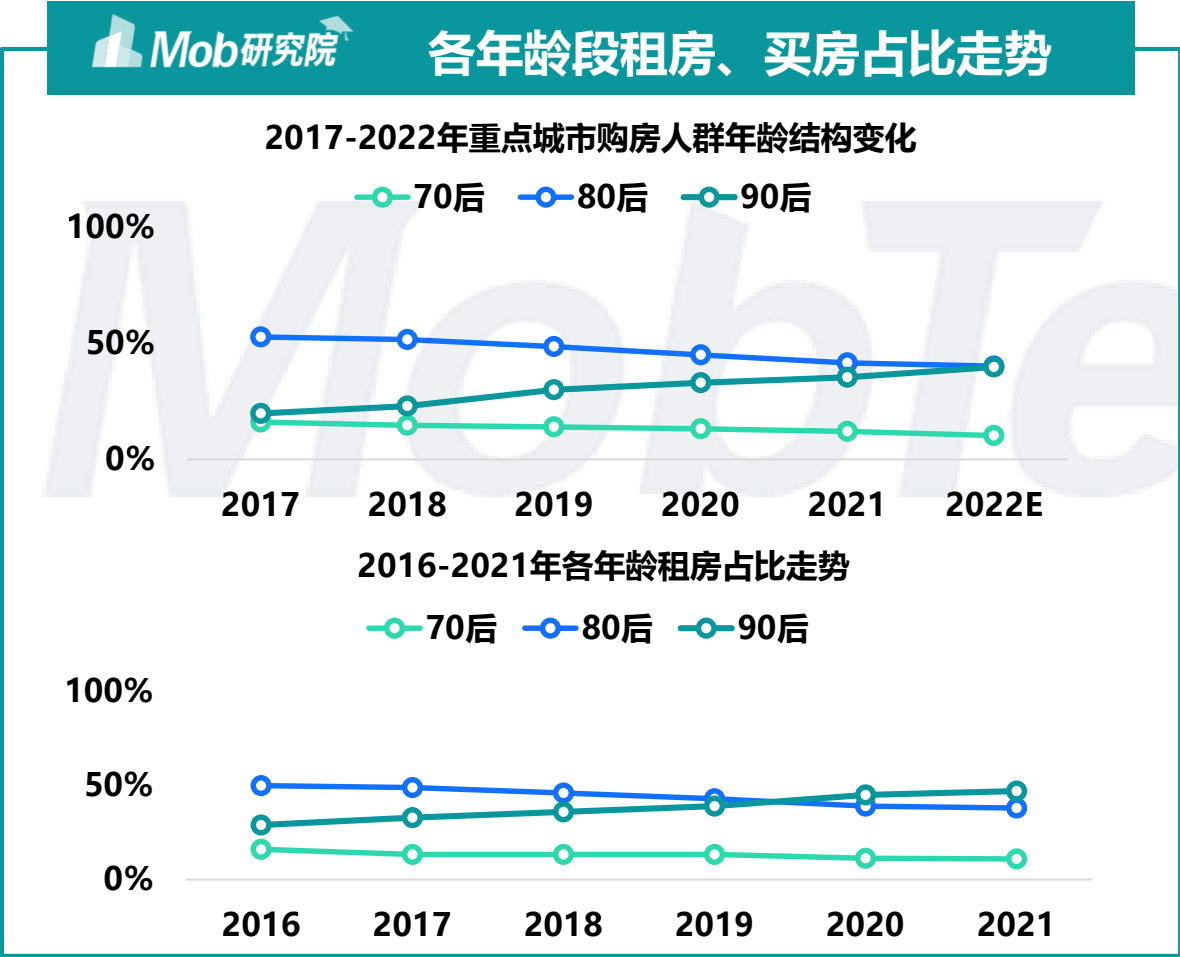
2021年各城市等级因租房产生家装需求的占比



Source：观研，首创证券

90后成购房、租房主力军，装修改造需求旺盛

随着时间的推移，越来越多的90后或租或买都拥有了属于自己的幸福之家，成为家装消费的主要消费群体



Source: DT财经, 贝壳研究院, 齐家网, 泛家居网

CONTENTS 目录

1

90后家装人群现状分析

2

90后家装人群画像分析

3

90后家装人群『理想篇』



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_45795

