



中国家居零售新业态市场研究报告



多重影响下，家居市场有望出现与上游房地产周期脱钩趋势。受国家宏观政策调控，房地产市场逐渐降温，近十年我国住宅竣工套数年增长率为负。家居市场由以新房为主，逐步过渡至以二手房交易和存量房翻新为驱动，消费场景日趋多元化均衡化。

家居连锁零售渠道，以多元化管理运营优势抢占消费者心智，市场份额日益提升的同时获取更高附加值。

差异化的消费力和消费需求，助力家居零售行业全渠道拓展。中产阶级规模快速提升，重品牌品质和服务，消费升级需求持续，成为中高端家居消费市场主力军。下沉市场城市化进度快，耐用消费品换代需求旺盛，激发市场活力。多元化一站式消费需求，驱动家居连锁零售渠道品类持续拓展，运营日趋精细化。

家居连锁零售渠道竞争日趋激烈，头部品牌布局差异化战略。美凯龙针对消费场景多元化及消费力分层，布局多店态并行，持续拓品类深耕，市场份额稳居第一攀升至 2021 年度 17.5%。居然之家构建闭环产业链服务平台，赋能产业链上下游家装公司、商户、工厂及消费者。头部品牌，打造跨区域的线下实体商业网络，融合线上线下获客及交易场景，获取新的增长点。

家居连锁零售渠道通过产业链上下游延伸逐步显现聚集效应。基于建材和家具的优势，逐步往上游家装，下游家居、家电和到家服务衍生渗透，生态互补、流量互享、营销加码助力传统家居连锁零售卖场迸发出新的活

力和增长点，流量、出租率、租金、零售额均将得以进一步提升。

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_40690

