

经济日报携手京东发布数据——

小空间蕴藏大商机

客厅经济是市场蓝海

李苑

随着年轻人成为消费主力军,追求个性、注重性价比和体验感渐成主流消费趋势,这一点,在客厅经济的发展上表现得淋漓尽致。有预测显示,2021年中国客厅经济的整体商业价值总量将达到6300亿元。

如今的客厅已不再是以往单纯的社交会客场所,而是变成了以客厅空间为载体,以各种智能化、个性化产品,如智能沙发、智能电器、健身器材等为依托,根据不同生活习惯、使用用途和兴趣爱好,形成的新型复合性空间场景。

比如将客厅和书房融合在一起的办公学习场景;将客厅和游戏、观影、看球空间相结合的休闲娱乐场景;将客厅和儿童游戏、学习区域融合的亲子教育场景;将客厅和健身房融合的运动健身场景;将客厅和宠物区相结合的萌宠场景等。

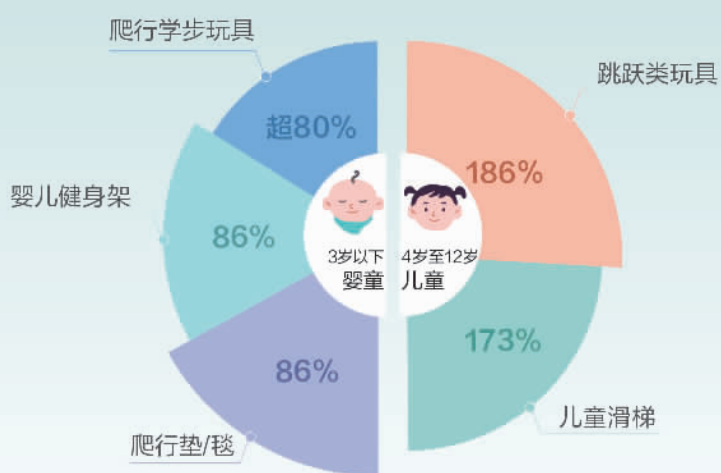
客厅经济得以蓬勃发展,得益于客厅被赋予了更多功能和价值,一方面是由于多场景的

运用为人们提供了更加多元化的生活选择,更好地实现了人际情感交流;另一方面得益于高科技产品带来的个性化、便利体验感,更好地满足了个人需要。这也为装饰装修、家电、家居等行业可持续发展提供了重要参考。

其实,无论是新场景还是场景延伸,更多消费场景的出现不仅反映了生活水平的提升,更折射出社会经济发展水平和消费潜力所在。

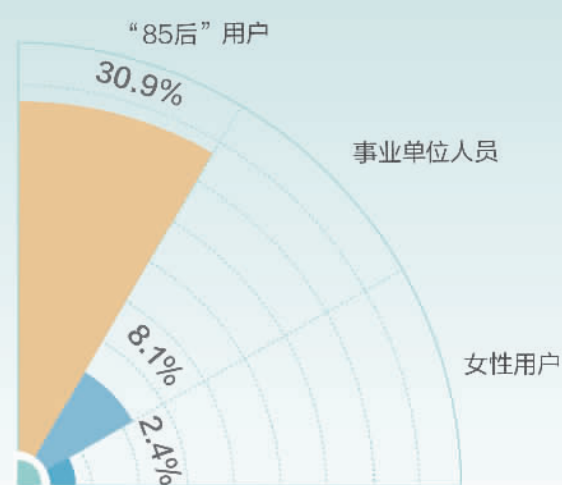
对于供给侧而言,相关企业首先要紧跟行业迭代升级步伐,精准对接需求侧,打造客厅更多功能场景;其次要优化整合客厅产品供应链,通过高质量产品供给满足人们差异化、多样化的新需求;三是要根据不同人群的消费需求,提供个性化升级服务,帮助人们提升生活品质、改善消费体验,这将开辟一片市场蓝海,有利于企业赢得竞争主动权。

亲子型客厅



*成交额同比增幅

“85后”宝妈热衷为孩子打造客厅游乐空间



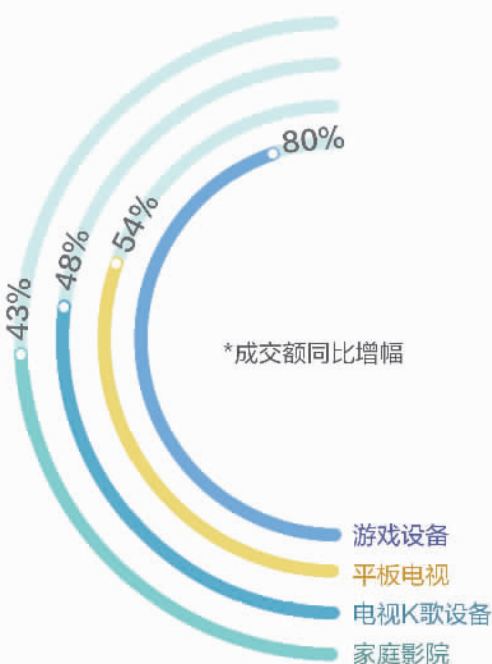
*占比高出平均

说数

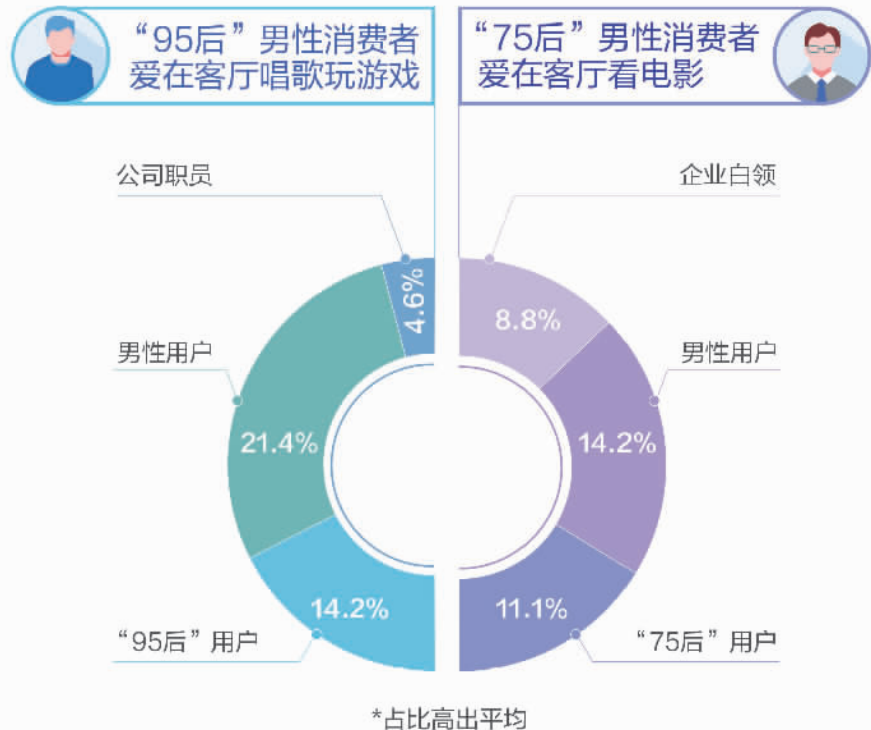
客厅家具总体成交额同比增长超40%



休闲型客厅



*成交额同比增幅



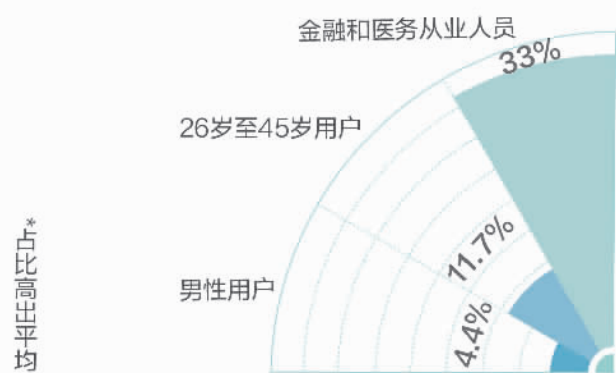
*占比高出平均



*成交额同比增幅

运动型客厅

中青年男性上班族常利用碎片时间在客厅锻炼



*占比高出平均

数据周期: 2021年1月份至7月份

数据来源 京东大数据研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚