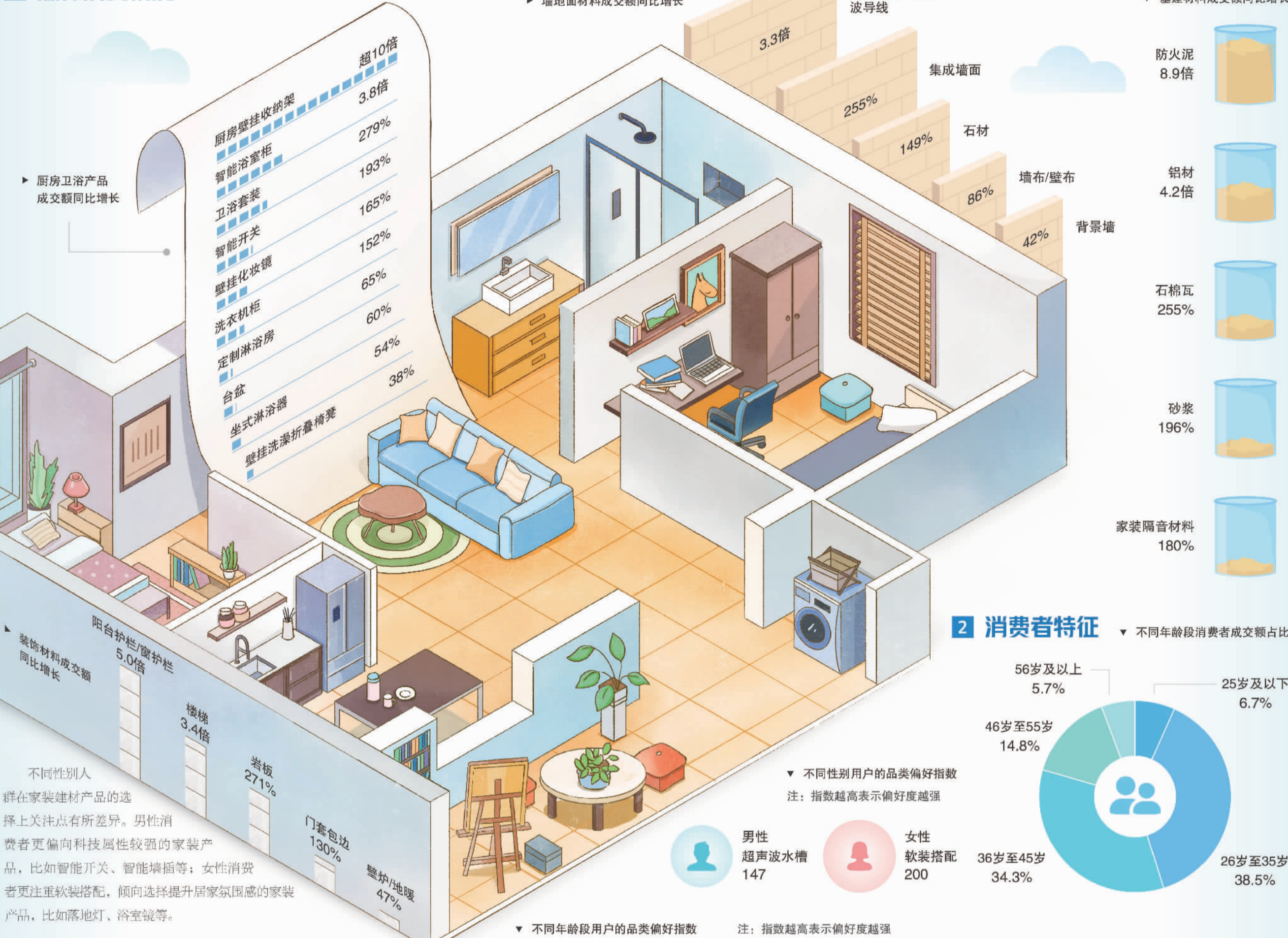


经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

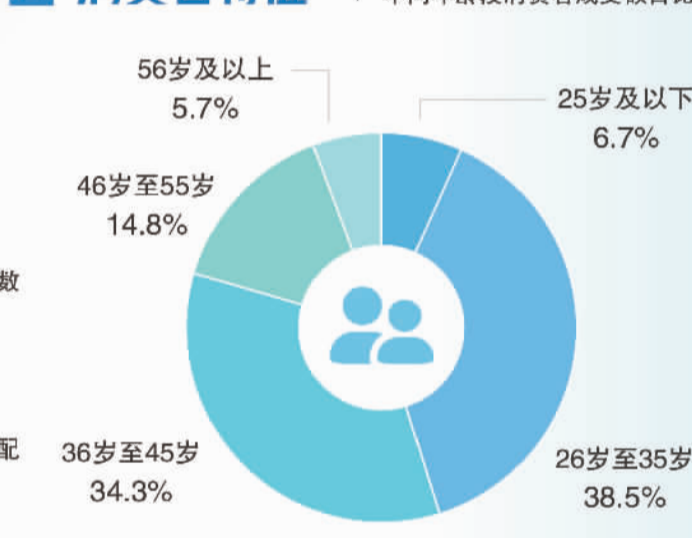
县域农村家装建材市场快速增长

1 总体消费情况



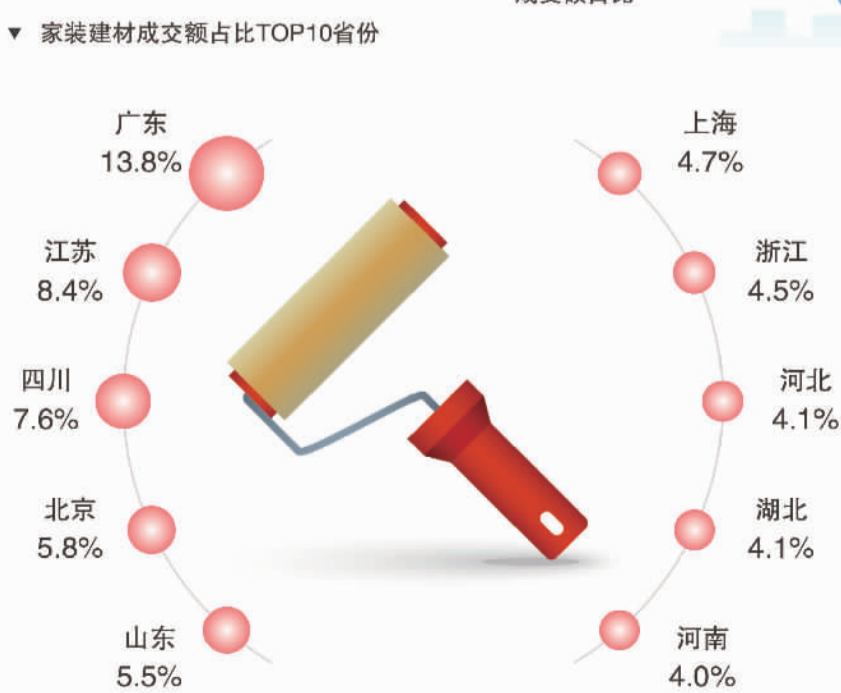
不同性别人群在家装建材产品的选择上关注点有所差异。男性消费者更偏向科技属性较强的家装产品，比如智能开关、智能墙插等；女性消费者更注重软装搭配，倾向选择提升居家氛围感的家装产品，比如落地灯、浴室镜等。

2 消费者特征



从各地区消费来看，家装消费市场不断下沉，县域农村地区的家装建材成交额占比超四成。大城市消费者更多选择整体全包、装修设计等专业省心的家装服务，而中小城市更多购买钢材、防水涂料、美缝剂、防盗窗等装修材料。

3 地域消费特征



说数

随着气温逐步升高，许多消费者将家装改造计划提上了日程，厨房卫浴、基建材料、墙地面材料、装饰材料等家装建材产品的销量提升明显，家装产品呈现出智能化、环保化、适老化的趋势特征。

从消费趋势来看，局改微装需求持续释放，卫浴套装、壁挂化妆镜、定制淋浴房等产品提升卫浴空间的舒适度，智能浴室柜、智能开关等产品为消费者带来智能化生活体验。在家装材料的选择上，消费者尤为关注绿色环保属性，倾向选择污染小、可回收的建材产品，其中岩板、石材、墙布的成交增长十分显著。此外，适老化改造成为很多家庭装修的重要关注点，坐式淋浴器、壁挂洗澡折叠椅凳等产品为老年人生活带来了极大的便捷与安全。

从人群年龄特征来看，年轻一代正成为家装建材的主力消费人群，“90后”和“00后”的成交额占比达45%。年轻消费者追求时尚、创新，在选购家装建材产品时不仅要“好用”，还更注重氛围感、体验感与个性化。小夜灯、氛围照明、智能开关、智能窗帘等产品受到青睐，年轻人通过软装搭配服务、定制淋浴房等方式打造自己的家居风格。年轻人群更愿意为壁挂洗澡折叠椅凳、安全扶手、适老马桶等产品增加投入。

家装消费具有消费频次低、重服务体验、标准化程度低的特点，相关企业需要敏锐洞察家装市场发展趋势及不同人群需求偏好，融入科技创新、健康环保、个性化定制等元素，推出更多功能新颖、品质过硬的建材产品，为消费者带来全新的家居生活环境。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



数据周期：2024年1月1日至3月24日