

A

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

哪些品牌、哪些产品最受消费者欢迎？

从电商销售数据看家居市场趋势

□ 本报记者 陆俊 文/摄

喧闹的11月刚刚过去,以“双11”为主题,各大电商平台举办了时间跨度长、形式多样、热火朝天的大促销活动,让11月成为一场购物狂欢季。作为重要的民生行业,家居业在这场消费热潮中有什么样的表现?哪些品牌和产品最受消费者欢迎?梳理各大电商平台的销售数据,可以看到市场的最新变化和发展趋势,这对广大家居企业的未来营销和发展具有积极的借鉴作用。

各大电商平台发布“双11”喜报

今年,淘宝、天猫、京东、抖音等知名电商平台都发布了各自的“双11”喜报。值得关注的是,家居品类在这场“双11”热销中也取得了不俗的业绩,据天猫数据,“双11”海尔386洗烘套装、追觅H30ProPlusM洗地机、九牧卫浴智能马桶等成交破亿。

京东家具全品类成交额同比增长超5倍,黑白调、帕沙曼、宜洛、护童、小半、栖作等1000+品牌成交额同比增长超3倍,京东家具政府补贴持续加码,用户以旧换新成交额同比增长超2倍。家具闪电新品受到消费者追捧,京东“双11”全时期成交量超300万件。众多趋势品类也迎来高速增长,其中,智能床、智能沙发、智能晾衣机等智能类家居成交额同比增长超3倍,高颜值、设计感十足的潮流家具100余品牌成交额同比增长超200%,功能沙发、护脊床垫、人体工学电脑椅、升降桌等护脊、健康家具品类成交额同比增长超100%。户外家具100余个品牌成交额同比增长超100%。

此外,在政府补贴和品牌优惠加持下,顶侧双吸油烟机、洗碗机等成交额同比增长超3倍,其中洗碗机新品成交额同比增长500%、油烟机新品成交额同比增长350%。

从各大电商平台“双11”战报可以看出,家居知名企业和品牌的销售业绩取得了大幅增长,特别是一些新产品,取得了高达500%的增长率,因此,创新是企业开创市场、保持竞争力的重要支柱。

家居品类在“双11”取得不俗的业绩

家居品类在“双11”促销中取得了不俗的业绩,哪些品牌销售增长



最高?什么样的产品最受消费者欢迎?这些可能是行业从业人士最关心的问题。

数据显示,京东“双11”期间,海尔JC系列小贝壳智能马桶盖等十款产品成为用户最喜欢的十大品类TOP单品。

此外,九牧智能马桶S770P、德施曼全自动指静脉智能锁大至Q5S、奥普风暖浴霸S628M、TOTO全功能智能马桶G5Lie等超千款单品成交额同比增长超200%,掌静脉智能锁、智能浴霸、智能花洒等智能家居品类成交额同比增长超100%,超薄平嵌洗烘套装成交额同比增长超700%,这些都成为最受市场欢迎的产品。

万和发布的数据显示,今年“双11”万和交易总额(GMV)超4.9亿元,政企双补累计补贴金额超1亿元。哪些产品最受消费者欢迎?统计数据显示,万和“安睡洗”系列燃气热水器总销售额超8315万元,万和“节能星”系列电热水器总销售额超1776万元,万和“小蓝光”系列油烟机总销售额超1064万元,万和“蓝莲花”燃气灶超1433万元,万和“超能G”燃气灶总销售额超729万元。

而方太今年“双11”的累计GMV突破19亿元,整体GMV同比增长23%。此外,方太还是京东烟灶消零售第一品牌和天猫厨房大电行业销量第一。哪些产品最受消费者欢迎?数据显示,方太洗碗机GMV同比增长

160%,热水器GMV同比增长70%。其中,联动大火力天然气S5X(T)高端集成灶、家用烤箱一体机64L大容量油烟机灶灶联动V5D.iZK(T)、24风量直流变频灶灶联动大容量蒸烤一体机93L蒸箱烤箱三款产品融合了现代科技与人性化设计,成为“双11”必抢好物。

华帝“双11”推出的三款高品质吸油烟机成为最受消费者欢迎的产品,分别是侧吸式小尺寸家用脱排吸油烟机、家用静音欧式脱排吸油烟机、“小飞翼”顶侧三吸油烟机。三款产品均具大吸力、智能控、自清洗,一级能效,满足不同需求家庭,成为“双11”购物节首选产品。

今年“双11”凯迪仕智能锁再次以卓越的产品实力和深厚的品牌底蕴,稳居全渠道第一,连续11年领跑智能锁行业。最受消费者欢迎产品方面,凯迪仕传奇大师K70系列与国民爆款Q20F Pro等明星产品持续热销,销量和销售额稳居行业前列,在天猫、京东、抖音等各大电商平台持续霸榜TOP1。

作为国内知名的集成灶品牌,美大二星消毒集成灶一体S9A、美大蒸烤分腔集成灶一体机S9MAX,以及美大集成灶独立蒸烤款T9/V9MAX多款产品在“双11”市场上赢得了良好的口碑。

从各家家居品牌的“双11”战报中,我们可以看出,知名品牌和创新产品,是

今年家居“双11”战报中的“明星”。

家居业平稳向好的体现

各大电商平台的喜报,是经济平稳向好带动企业、市场活力复苏的体现,也是家居行业稳健发展的一个侧影。今年,国内经济在一揽子增量政策、存量政策以及大规模设备更新和消费品以旧换新政策的协同作用下,消费市场预期逐步改善,企业的发展信心和经营活力不断增强。

消费品及互联网行业涵盖日常生活的各个方面,网络消费成为扩大消费的重要引擎,相关企业也纷纷抢抓市场机遇,加大投入,“双11”期间,相关领域的多个细分行业采购额均实现增长。

随着2024年11月购物狂欢节的圆满落幕,家居行业也交出了较为满意的答卷,市场也显示出对家居产品特别是创新产品日益旺盛的需求。家居“双11”战报不仅展示了行业的稳健发展,也为企业提供了积极的借鉴作用。首先,产品创新是推动家居市场销售的关键,随着消费者对产品品质和功能要求的不断提高,企业需要不断加大研发投入,推出更加符合市场需求的新产品。

今年“双11”战报不仅展示了家居行业的稳健发展态势,也为行业内的企业提供了宝贵的市场洞察和发展方向。产品创新、品牌塑造和传播、电商渠道布局将成为推动家居行业持续发展的重要因素。

近日,亿欧智库发布《2024中国家居行业观察报告》(以下简称“报告”),从宏观环境、中观行业、微观企业、产品趋势四个维度全面剖析中国家居行业发展现状,预测市场发展趋势,指明企业革新方向。

刚需行业韧性十足,增长总体趋于稳定

家居行业受上游行业影响大,尤其是原材料市场。2023年至今原材料市场逐渐摆脱疫情影响,价格有所回落,但仍存在持续且高频的波动,部分企业通过签订长期供应合同缓解原材料供应紧张和价格波动。

除此之外,上游房地产市场依旧承压,呈现下行趋势。但受政策支持,市场有望逐渐筑底企稳。随着家居行业迈入存量时代,基于旧改、旧房翻新、二次装修及旧家居换新升级为主的存量需求,逐步占据市场重要份额。

自2022年开始,利好政策频发,家居行业销量回暖,更多企业得以缓解资金压力。各地“以旧换新”政策持续出台,激活庞大的存量市场,许多城市的补贴范围从家电领域扩展到住宅升级和厨卫改造产品、智能家居产品、适老化改造产品等,为家居企业带来新的机遇。

2024年家居行业景气度稍弱于上年,走势较为平稳。未来家居行业增长率呈现一定周期性波动,并逐渐趋于稳定。亿欧智库预测,家居行业未来五年复合增长率约2.8%,至2028年市场规模将达5.17万亿。

行业全方位竞争加剧,市场未来发展方向明确

随着行业竞争愈演愈烈,家居行业当前全方位竞争态势已逐步显现,分别体现在价格、渠道、产品、服务、现金流五个维度。

价格上主要表现为加大促销力度、持续价格战;渠道上,企业加强线上渠道的布局,实现线上线下融合,同时加大下沉市场,积极拓展多元化销售渠道以提高市场份额;产品层面,企业加大产品创新与研发力度,提升产品品质,以满足消费者多样化需求;服务方面,企业通过提供全流程一站式服务解决方案,拓展增值服务,优化用户体验,提升消费者满意度。

亿欧智库分析师认为,随着消费者需求的不断细化与升级,家居行业市场未来发展方向将明确指向高端型与普及型两大路线,介于之间的中间层级将涌现出更多的生态层级,诸多细分的价格与价值定位将逐渐明晰。基于特定用户群体的生活方式与审美品位,这些生态层级将提供更定制化与附加值的家居解决方案,满足消费者多元化的需求。

品类融合大势所趋,健全服务重中之重

近几年,家居产业变革持续深化,行业正处于转型升级的关键期。纵观整个产业链,企业纷纷加快创新,采用精细化和差异化运营方式,探索数字化转型道路,利用智能设备、物联网、互联网、AI等数字技术提升企业运营效率,降低成本。

随着市场和消费趋势的不断变化,消费者偏好一站式解决方案的趋势盛行,对于家居产品的需求不再局限于单一品类,而是追求整体家居风格的统一与个性化定制。品类边界逐渐弱化,欧派家居、顾家家居、索菲亚等家居企业逐渐向全品类大家居方向转型。

在此背景下,构建覆盖全国的健全服务体系显得尤为重要,不少企业通过和第三方专业平台合作的方式,强化品牌的服务竞争力。作为家居服务行业领军平台,万师傅成为众多家居企业的首选,与宜家、慕思、林氏家居、志邦家居等数百品牌达成战略合作,同时与京东、拼多多等电商平台实现系统对接,支持订单一键导入,实时下单安装服务,高效保障家居产品落地交付。

据了解,万师傅成立于2013年,截至2024年7月,平台入驻师傅超330万,精准触达全国99.8%的城镇区县,累计服务次数超1.5亿,1分钟内3个报价,2小时内预约上门,平均服务时长约为31.7h(次日完工)。作为宜家官方唯一推荐服务平台,万师傅宜家顾客NPS(净推荐值)高达92.35%,远超过网络服务行业的平均水平14.3%。

三大产品趋势反映美好生活需求

报告认为,当今消费者对家居产品的需求呈现出智能化、定制化和一站式的特征,反映到产品上即是智能家居、高端定制和整装整装模式三大发展趋势。

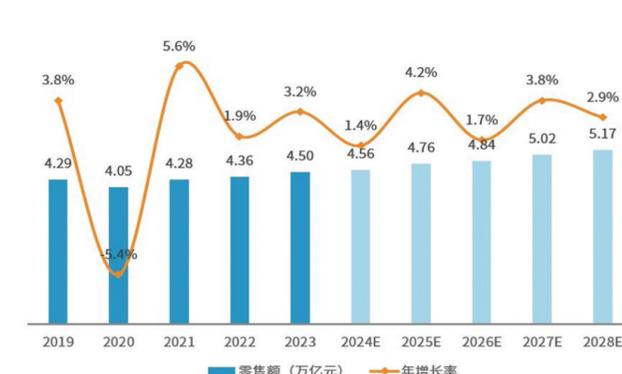
首先是智能家居,这一趋势代表了科技与家居生活的深度融合,不仅提高了生活便利性,满足了消费者对高效、安全、舒适生活的追求。其次是高端定制,随着个性化与定制化服务的兴起,消费者对家居空间独特性和品质高度重视。

整装整装模式是家居行业应对消费者对一站式解决方案需求的回应。这种服务模式简化了装修流程,减少了消费者在装修过程中的协调工作,同时确保了家居风格的统一性和空间使用的最优化。

当下家居行业面临多方面的挑战,处于行业转型升级的关键期。亿欧智库通过从宏观到微观的方式,洞察家居行业现状及趋势,深入解读行业发展背后的逻辑,对行业热点及标杆企业的研究。

该报告延续亿欧智库过往对家居行业的研究,同时探索行业的新动向、新变化、新趋势,帮助更多行业玩家了解当下发展现状及未来走向,期望为企业发展方向提供观点支持。(亿欧)

亿欧智库:2019-2028E中国家居行业零售规模及年增长率



前10月家具制造业利润总额达267.4亿元 同比增长6%

国家统计局11月27日发布数据,1—10月,中国家具制造业营业收入为5355.2亿元,同比增长1.6%;营业成本4435.5亿元,同比增长1.9%;利润总额为267.4亿元,同比增长6%。木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业营业收入为7168亿元,同比下降1.2%;营业成本6482.2亿元,同比下降1.2%;利润总额为236.2亿元,同比下降9.1%。

本刊支持单位:

中国五金制品协会
中国室内装饰协会
中国家具协会
中国工业设计协会
中国陶瓷协会
中国林产工业协会地板委员会
中国木材流通协会木地板委员会

东拉西扯

养精蓄锐 擘画蓝图

□ 双木

冬意渐浓,霜叶正红。深秋的天空,是最湛蓝的,深邃而宁静。冬天,也是万物蛰伏,养精蓄锐的季节。

家居企业也需要停下来,回望一下来路。一路走来,行业的发展有惊喜更有挑战,受国内外经济形势和市场的复杂变化等不确定性因素影响,行业企业仍然面临着诸多困难和风险,更需要企业养精蓄锐,擘画下一阶段的发展蓝图。

养精蓄锐并不意味着停滞不前。在家居行业,每一天都有新的变化、新的突破。这个冬天,或许

正是某个创新产品的诞生之际,或许正是某个技术难题被攻克之时。每一次的努力和突破,都是对未来的美好憧憬和坚定信念。

秋冬是一个沉淀、积蓄的季节,不再像春夏时那般喧闹与忙碌。家居企业也需要调整步伐,审视过去,展望未来。拥有一颗沉稳的心,打下坚实的基础,才能走得更远、更稳。

今年,国内经济在一揽子增量政策、存量政策以及大规模设备更新和消费品以旧换新政策的协同作用下,消费市场预期逐步改善,企业的发展信心和经营活力不断增强。

年底的新变化不仅为家居行业注入了新的活力,更为行业的未来发展奠定了良好的基础。

此外,2024中国国际五金展、2024中国国际厨卫家居博览会(KIB) & 2024亚洲湖电博览会(ACE)等展后报告也新鲜出炉,亮眼的数据让海内外行业人士看到了展会的蓬勃发展和巨大潜力,不仅给行业发展提振了巨大的信心,更让人们对于2025年充满了期盼。

在这渐浓的冬意中,家居行业也显示了自己独有的季节韵律,演绎着养精蓄锐、厚积薄发的行业故事。只要心中有梦、坚韧前行,这个冬天,会成为最美好的记忆。