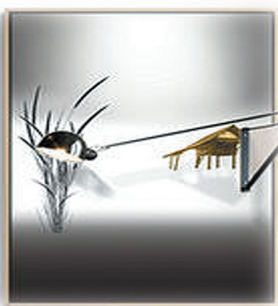


90后成为消费主力

会为家装行业带来哪些趋势?

随着第一批90后进入而立之年,这一群体正逐渐成为家装行业的主要消费人群。近日,天猫联合宜家、第一财经商业数据中心(CBNDData)共同发布了《90后天猫巢家居趋势指南》。报告显示,潮流和颜值成为90后消费者的关注重点,并且有7成年轻家装消费者认同智能家居的科技体验感,涌现出了“潮流”“智能”“个性”“无忧”四大趋势关键词。



潮流:注重颜值、风格独特的家

年轻的消费者对居家生活诉求全新的理念,首先体现在对潮流的敏感与坚持。在家装方面,年轻的消费者更注重颜值和风格,喜欢北欧、日式及轻奢风。90后年轻消费者更愿意在卫生间花钱。因为他们

他们而言,卫生间是最好的独处空间。90后消费者对卫生间的重视突显了他们对颜值与功能性的并重。年轻人引领了卫浴产品人均消费的增长,其中坐便器升级趋势明显,一体式智能马桶热度提升最快。

智能:智慧现代,极致舒缓的家

对年轻消费者而言,无限便捷的生活是追求的目标之一,可以认定,智能化家居在未来家庭中将会有越来越重要的地位。有7成年轻家装消费者认同智能家居的重要性,从智能单品消费来看,电子门锁、远程遥控开关等线上订单量最多,而浴室智能镜在2019年成为攀升最明显的单品。

连关灯都要“偷懒”的90后消费者,对于“充分休息”这件事,有着让人意想

不到的执着。年轻的消费者是各式“助眠神器”的拥趸,对好睡眠的关注体现在他们对卧室空间的一系列消费升级。在助眠装备,氛围照明,静音家具上的消费提升明显。

在家装中体现“智能”这一特点,是近年来伴随着科技升级而来的。而未来随着5G加速物联网的发展,预计智能家居市场规模十年内将会翻10倍以上,实现规模化渗透。是潜力无限的一大爆点。

个性:空间多元,各取所需的家

“个性化定制”以其丰富的可能性成为满足越来越多年轻消费者需求的解决方案。今年春节让许多人措手不及地体验了一把“在家办公”。事实上,许多“斜杠青年”早在装修的时候就把“在家办公”这个可能性考虑在内了。而随着“下厨”逐渐从家务变成兴趣,餐厨空间承载

着年轻消费者更多的社交需求。年轻人不单喜欢开放式厨房,而且,开放式厨房将会变得越来越开放。

数据显示,四分之三的90后家长表示会在力所能及的范围内向孩子提供最好的守护。于是,各类室外娱乐项目越来越多地进入室内,成为宝宝生活中的伙伴。

无忧:拒绝负担,享受生活的家

在深入了解90后年轻消费者心智以后,他们还有一大特点就是怕麻烦。事实上,提倡“先装后付”“一站家装焕新”等无后顾之忧的家装新方案早已获得了越来越多年轻消费者的青睐,满足了他们怕麻烦、化繁为简、注重环保等特点。

此外,当代消费者普遍呈现出关注安全、崇尚环保的特点。根据CBNDData《报告》,就算最讲究颜值的90后,也有近四成表示环保概念在家装选择时变得更加

重要。他们不仅关注安全性和可持续性,同时还会通过多元渠道安置废旧家具,使其得到回收与再利用。

不管对哪个代际的消费者来说,家装都是一个相对比较烦琐的过程。目前,消费者家装过程仍有诸多负面反馈,针对90后消费者希望化繁为简、注重环保等特点,为消费者“减负”,提供一站式贴心服务也是家装行业发展必然需要优化的方向。③8 (陈丽)

家居“遮丑”小妙招

家里装修后,总有那么几个角落,觉得很丑。电表箱、电线插座、墩布扫把、外露水管……怎么能让它们通通“消失”?给大家介绍几种简单有效的“家居遮丑方法”!

◎电表箱

电表箱比较影响家里的颜值,不过给它遮丑,只要一幅挂画就可以完全搞定。最好选择可掀开或者可左右滑轨的样式,这样需查看电表箱的时候,就能直接打开了,非常方便。也可以直接买个挂毯,清新好看,使用更方便。如果电表箱在入户玄关处,可以利用鞋柜藏起来,在装修前做好规划,合理定制鞋柜。

◎电线

随着家里购置电子产品的数量增多,原先设计的插座不够,各种排插、电线也就出场了。于是,电视墙下杂乱的电线、随处可见的排插……凌乱得让人心乱如麻。与其让它们在视线内碍眼,不如通过小小的电线收纳盒,实现“眼不见为净”的效果。

◎清洁工具

清洁工具收纳是我们一直提的问题,有些家居达人一开始意识到这个问题,就在阳台打了一个工具柜。不过入住后会发现,常用工具并不能直接放柜内,容易让柜内有异味,还发霉。可以使用洞洞板,把常用的清洁工具壁挂在卫生间门后,遮丑又能让拖把沥水干燥。

◎燃气表

燃气表可以做一个小巧的百叶吊柜,关上柜门完全遮挡,百叶柜也可以很好地通风散热。

◎热水器

热水器的外观不算丑,但有些家庭购置热水器不会想着要与装修搭配,因此安装后再与旁边的装修整体搭配起来,就显得不够精致好看。热水器不好拆卸也不好收纳,可以买些贴纸,细致地为热水器穿上相应风格的“衣服”,就能产生完全不同的效果。③8

(华龙)

