

CONTENTS

目录



01	线上经营助力家居行业增长	
	1. 线上渠道对家居行业的影响力不断的大	05
	2. 线上家居细分赛道兴趣人群呈现出差异	07

02	2024年线上家居消费趋势	
	1. 一面理性, 一面感性	10
	1.1 家电消费回归理性	11
	1.2 家装感性消费明显	13
	1.3 智能是理性与感性的融合	15
	2. 场景定义, 由我做主	18
	2.1 活动中心随我定义	19
	2.2 空间形态个性多元	19
	3. 家居融合, 诉求一体	
	3.1 氛围融合一体	23
	3.2 隐藏美观一体	24
	3.3 实用收纳一体	25

03	家居行业抖音营销趋势	
	1. 家居全链路电商实现品效销一体	28
	2. 线索经营成为高端家居拉新新阵地	31
	3. 本地生活是家居线下商家引流新利器	33



线上经营助力 家居行业增长

- > 线上渠道对家居行业的影响力不断扩大
- > 线上家居细分赛道兴趣人群呈现出差异

CHAPTER 第一章



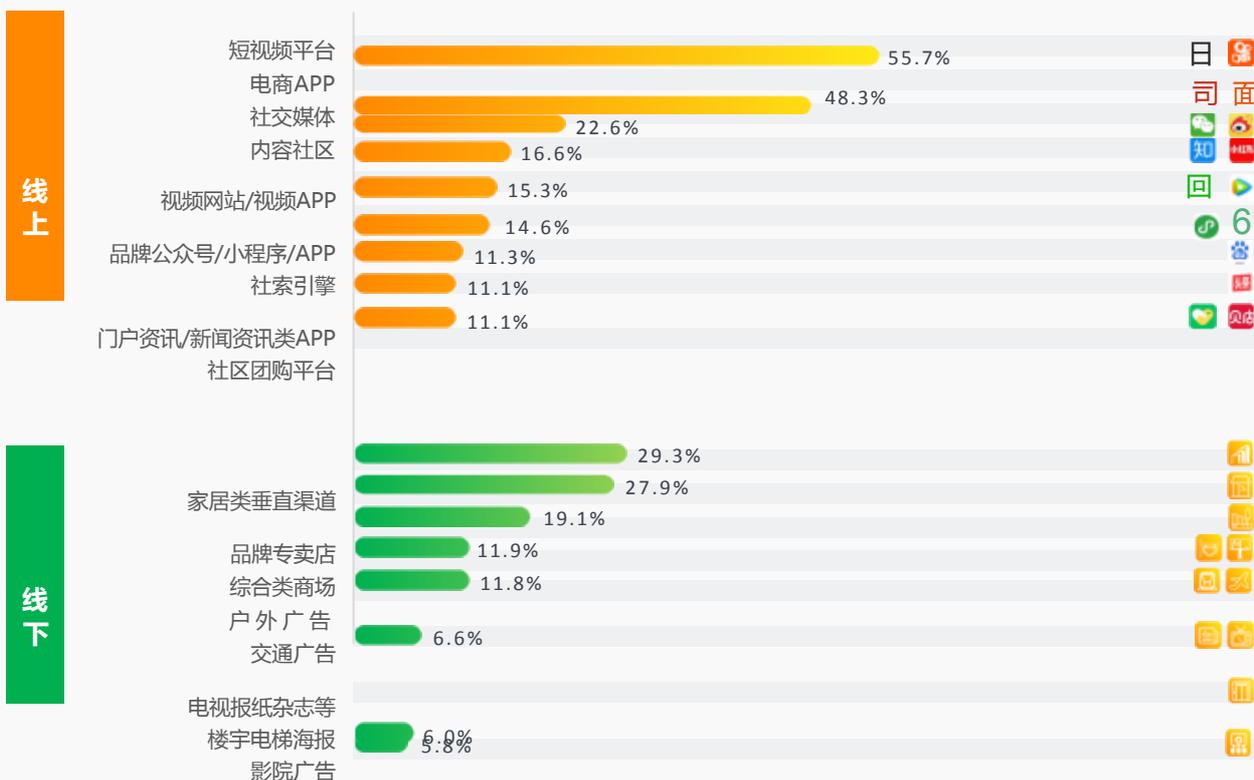
线上渠道对家居行业的影响力不断扩大



家居消费是一次性投资较高的消费，因此消费者选购周期长，且选购态度谨慎，会进行充分的了解和比较，家居线上渠道的发展和技术服务提升为消费者提供了更加便捷的信息获取途径。

调研显示，消费者更多通过线上渠道获取家居相关信息，短视频平台与电商APP成为获取家居信息的两大核心渠道，尤其是短视频，其因内容知识性更受用户青睐，可让用户在轻松娱乐的氛围下，快速学习包括家装技巧、收纳技巧等家居知识。另外，推荐信息丰富多样、可快速获取想要信息也是消费者选择短视频的重要原因，可见在信息爆炸的今天，能够迅速准确地获取所需信息对于用户家居选购消费显得尤为重要。

用户家居信息获取渠道

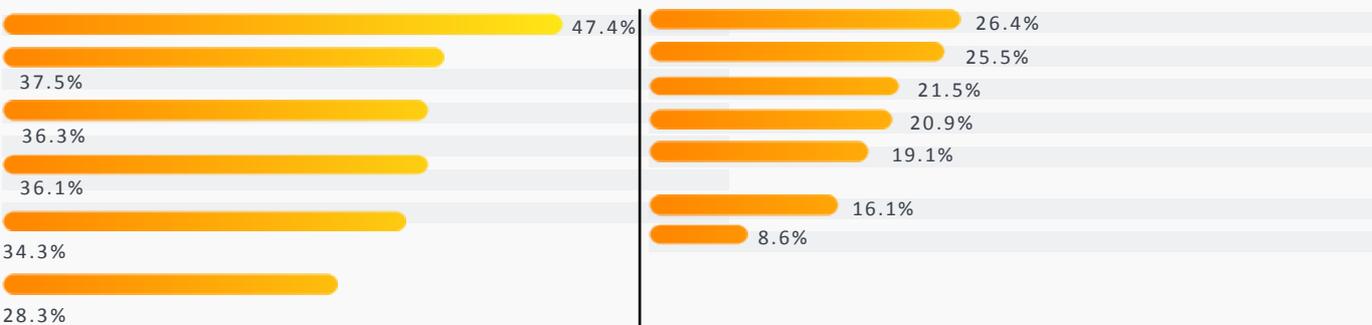


数研来源:巨量算数, 2024家居行业消费调研, 2024年3月, N=1790

选择短视频平台了解家居类相关信息的原因

能学习到很多东西(如家装技巧,收纳技巧等)
 推荐的信息丰富多样
 可快速获取想要的信息
 视频/直播的形式观看更轻松
 可获得的信息数量多
 可满足自己分享生活的需求
 内容形式生动,更有场景感

信息比较真实(如均是真实使用分享) 推荐内容都是喜欢看的
 正能量的内容多 新奇、网红产品、新产品多
 娱乐性强(如互动,内容有趣) 推广的广告少



数研来源:巨量算数, 2024家居行业消费调研, 2024年3月, N=997



以上内容仅为本文档的试下载部分, 为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文, 请访问: <https://d.book118.com/808044074053006056>