家居消费遭遇“她时代”

居家

浣滆

鍙戝竷浜庡細2009/03/09 12:47

当商品有了性别，家居消费品也不会例外。

记得有一本书《发现母亲》里有一句话：上帝之所以先造男人，并不是男人优越，而是男人比较好造。先造出男人这个实验品后再造女人。当上帝把女人造出来之后，他的任务就完成了，他把这一任务交给了女人。

随着社会经济的发展，女性的社会经济地位不断提升，在我国女性达6.2亿，占人口总数的48%，其中20岁至50岁的年龄中，女性占2.5亿多，且女性消费每年都以7倍于男性消费的增长占据着主导地位。世界用一种偏爱的声音宣告，“她时代”不再是一种概念，它已成为服装，手机，车市，房产等各个行业的关注点，也成为社会经济发展的一个新的增长点。

家居用品，温馨、唯美、时尚的特性似乎与女性的爱美、顾家、追求幸福更为契合，更是现代人本主义的体现。家居消费，女性常常掌握着举足轻重的决策权，家居市场越来越是一个女性为主导的市场。据一项调查显示，家居购买成交中，女性决策的占69%，男性决策只占到11%，共同决策的占20%。家居企业，精准地把握市场脉搏，以女性受众为核心，创新设计与营销的理念，才是发展之路。

为“她”设计

“她时代”成为一种流行，来源于人本主义设计和女性特征与“家”概念的高度统一。“她”特有的追求与偏好，是家居企业的指挥棒。

“她” 更关注色彩的运用与搭配。女性的世界五光十色，年轻的女孩追逐时尚，有着天然的浪漫气质，色彩多鲜艳明快，对比度很强，如橙黄，天蓝，红与白。性格文静的女孩则更钟意一些粉嫩的颜色，如粉红，浅绿，淡紫等。年纪稍长些的女士性情温柔平和，她们更多喜欢中性的暖色，如浅灰色和咖啡色系；优雅的米白，时尚的银灰，内敛的紫酱等都可成为“她”的元素。不同色系的搭配，或大胆或保守，无不彰显个性。北京爱依瑞斯布艺沙发，蝶依斓布艺沙发等在色彩的运用与搭配上用足了功夫，取得了长足的发展。

“她”更关注款式工艺的创新与时尚。女性天生不喜欢千篇一律，“女人怕撞衫”就是其真实写照。女性的感性思维和“专业”的持家态度，多功能和造型别致的家具更能吸引女性的眼球，她们特别注重家具的收纳能力，另外对于体积相对小巧、功能相对较多的家具，例如可折叠移动的矮柜，卡通造型家具、可随意变换形态的软体家具都对女性有着相当的吸引力。设计的创新，紧跟时尚是设计的灵魂。