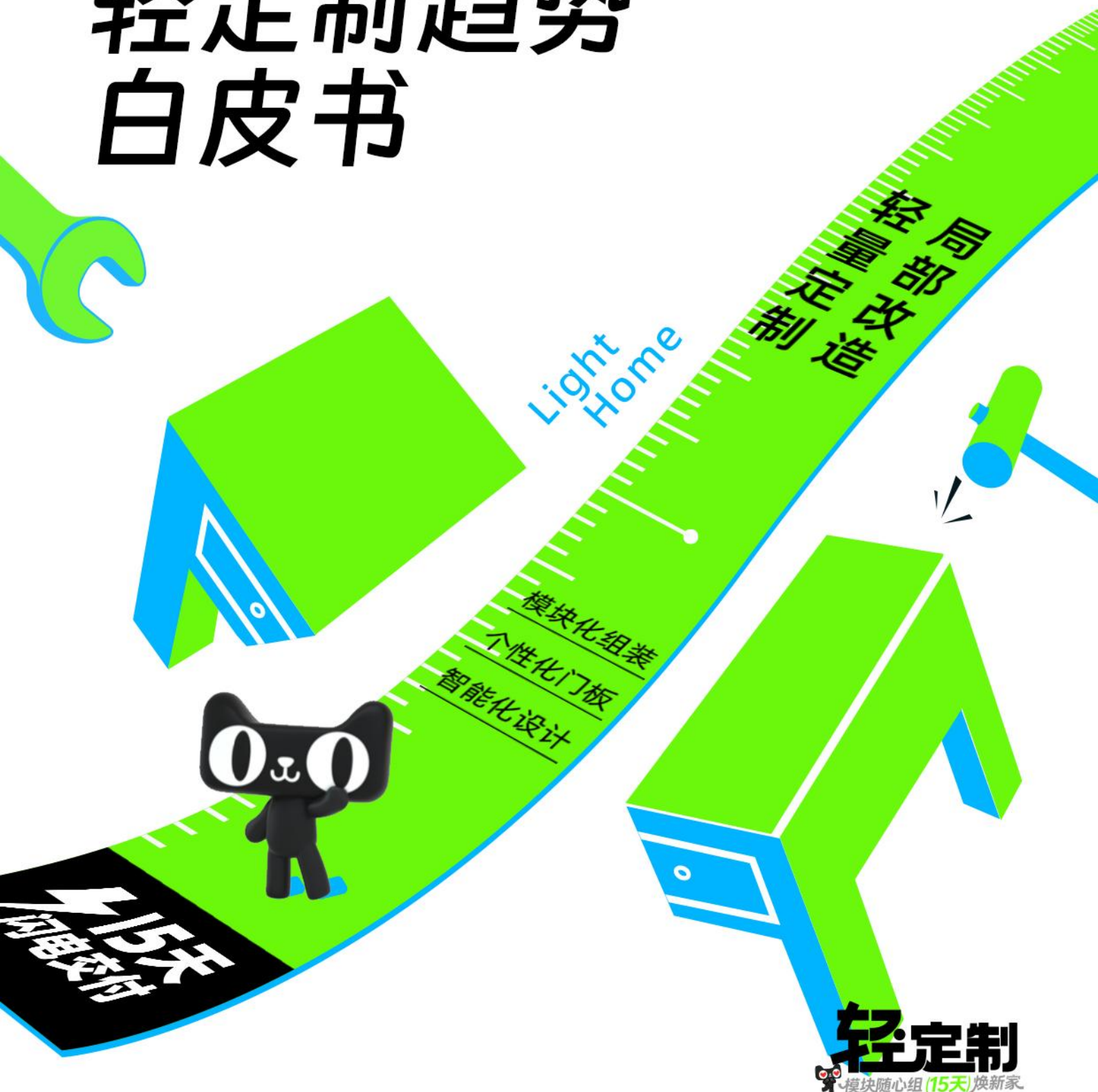


2025 轻定制趋势 白皮书



寄语

基于天猫家装行业的深度洞察，我们发现“轻定制”模式精准捕捉消费者个性化、高性价比、快速交付的核心诉求，并以其“轻量化”的选购交付体验与更优的成本结构，正精准填补着标准化产品与传统定制之间的市场空白，是未来最重要的增长赛道之一。

面对“轻定制”发展趋势，天猫致力于整合资源，优化平台履约，创新并完善AI技术，帮助商家在轻定制赛道中将消费需求精准转换为商家全域生意增量，一同开辟家装行业的增长新蓝海。



天猫家装及新零售总经理
冬一

对正处于转型关键期的家居产业而言，天猫“轻定制”模式是实现高效破局与价值跃升的重要路径。其核心价值在于，通过平台消费数据的精准洞察，驱动后端柔性供应链进行快速响应，从而高效对接日益增长的“个性化需求”与传统的“规模化生产”之间的矛盾，实现精准供给与低库存运营。这不仅是生产端的技术性升级，更标志着行业商业理念的根本性变革—从聚焦产品本身，转向围绕用户需求构建更高效的价值闭环，最终实现体验与效率的双重革新。从而创造更深层的客户价值与更持续的消费关系。商会认为，“轻定制”是驱动产业迈向高质量发展的核心引擎之一。我们呼吁广大企业积极拥抱这一变革，主动与平台生态协同，将数据洞察转化为产品力与服务力，共同塑造响应更敏捷、价值更突出的家居产业新生态。



全国工商联家具装饰业
商会副秘书长
定制家居专委会秘书长
王延平

当前家装市场正经历从“整体重装”到“精准焕新”的深刻转变。数据显示在理性消费与个性化需求并存的时代，消费者更追求“恰到好处的个性化”与“友好的性价比”，在这一结构性机遇中，轻定制衣柜凭借其高频的使用需求与强烈的个性化属性，已成为引领轻定制模式发展的核心驱动力。我们预见轻定制市场蕴藏着广阔的发展空间，正从一个细分赛道演进为影响行业格局的关键力量。本白皮书旨在与业界同仁共同洞悉这一趋势，把握增长先机。



杭州智篆文化传播有限公司总经理
叶挺

目录 *Contents*

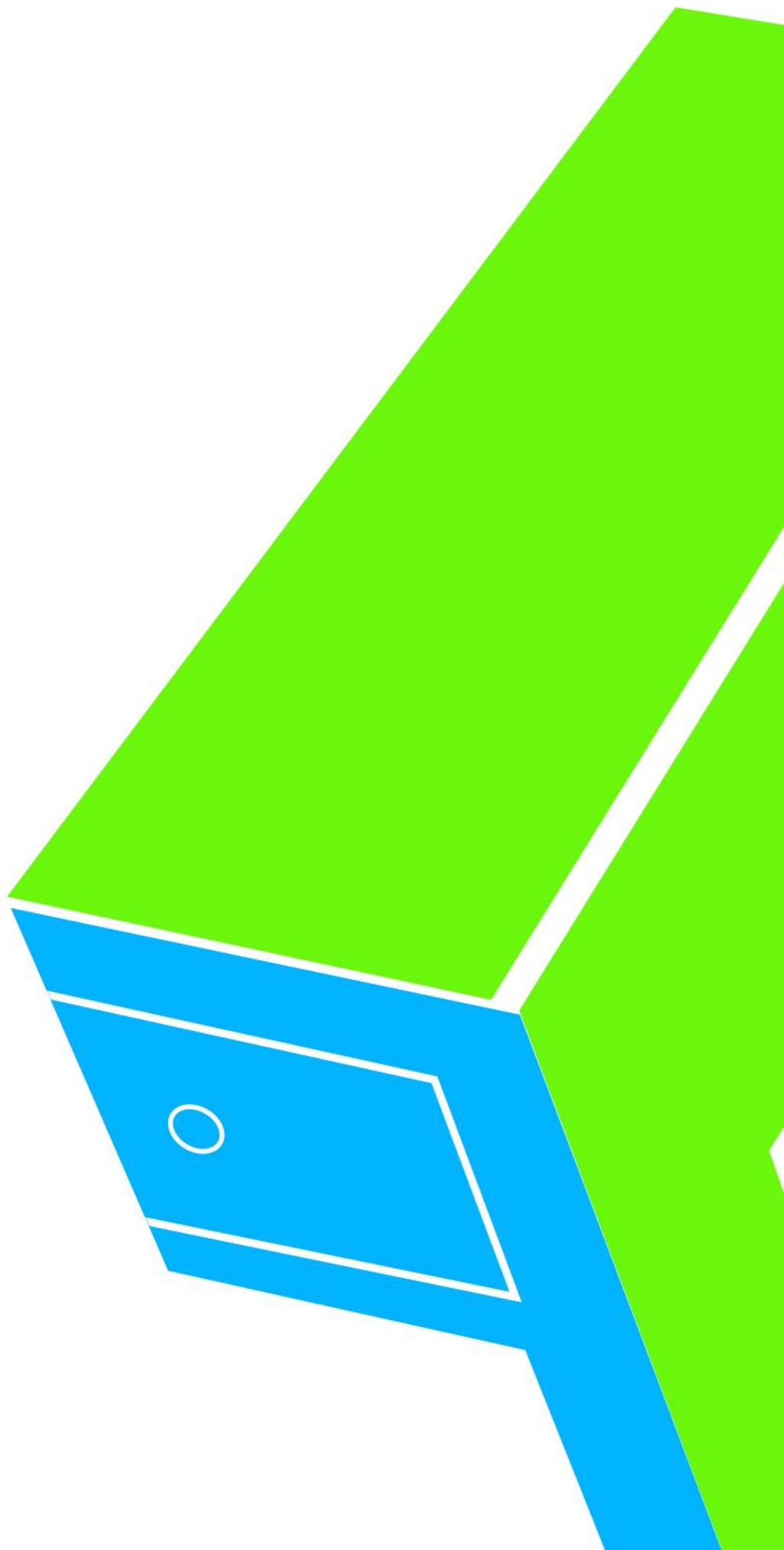
01 行业发展现状

02 轻定制人群洞察

03 轻定制品类趋势

01

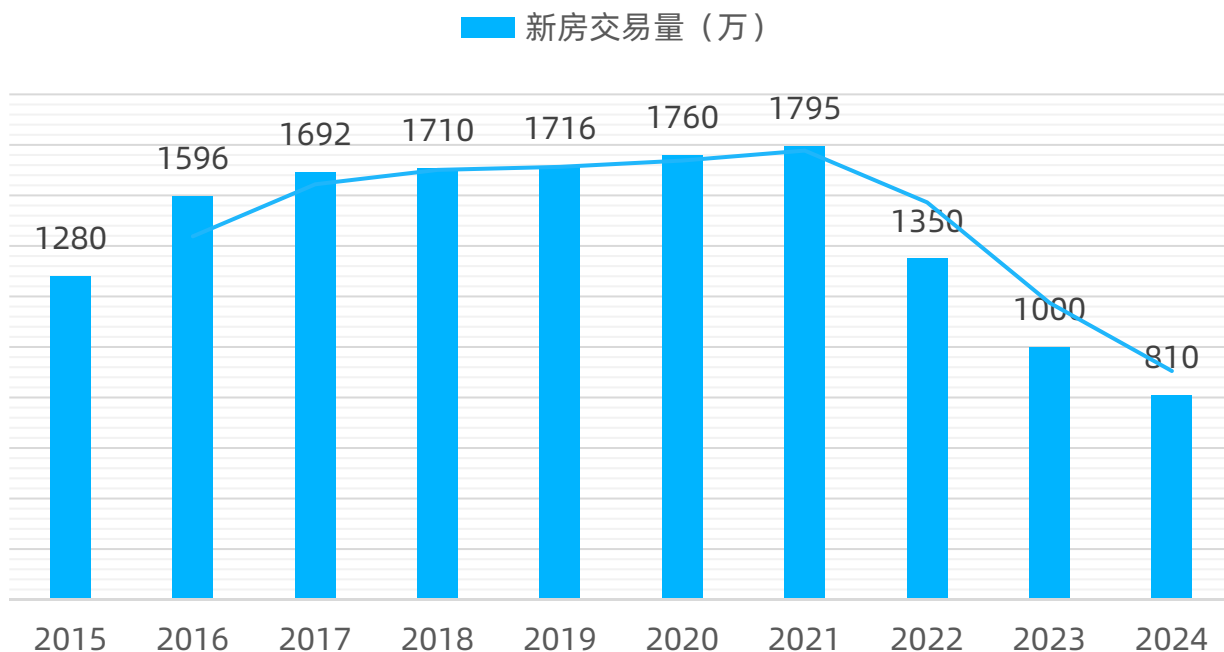
行业发展现状



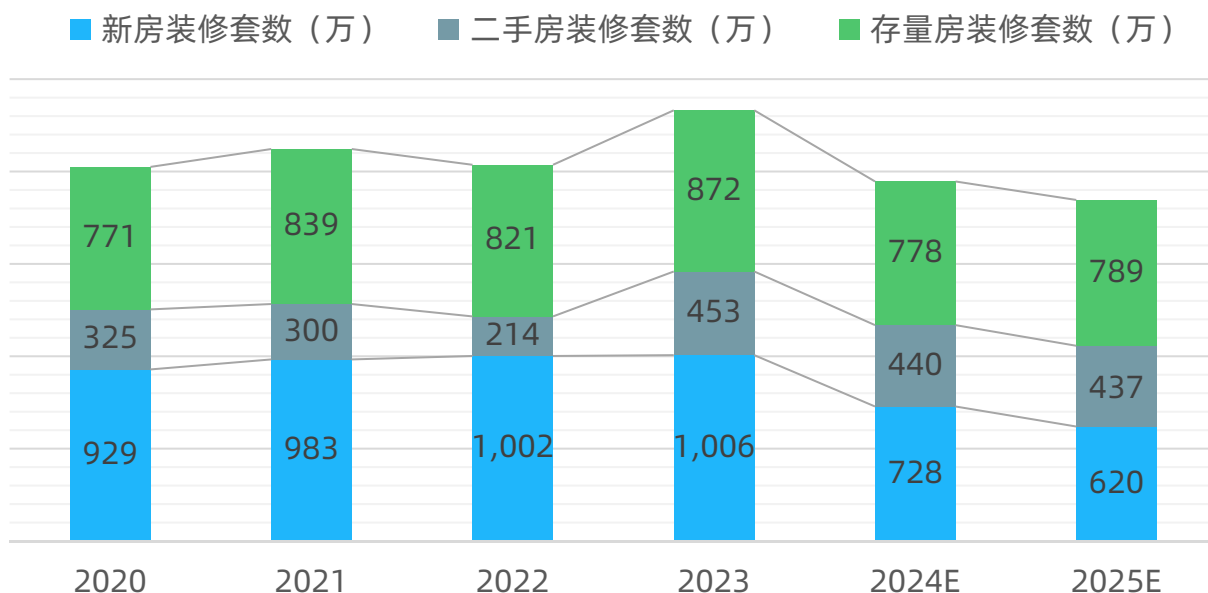
家装市场结构转变： “新房退潮”催生“存量焕新”主流

新房交易在 2016-2021年后有所下滑，2024 年仅成交810万套；二手房及存量房装修份额同步攀升，2020-2025E “旧房改造/局部装修” 需求爆发，存量房装修贡献率将超 50%，成为家装市场核心增长极。

2015-2024年全国新房交易量走势



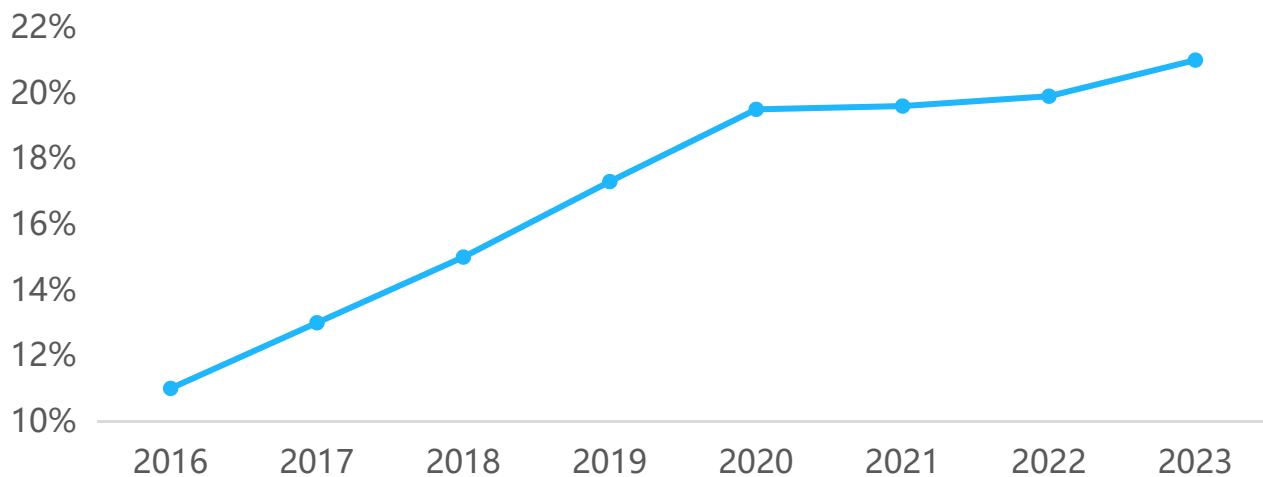
2020-2025F全国家装市场结构变化



消费者线上家具消费心智逐渐成熟

互联网家装渗透率持续攀升，消费者线上选购家具的心智深度成熟。不同装修需求人群的购买方式差异化：二手房装修及局部装修群体更偏好线上的成品家具购买，新房装修群体则相对青睐全屋定制。

2016-2023中国互联网家装渗透率（%）



数据来源：《前瞻产业研究院》

不同装修类型人群家具购买渠道 TGI 偏好对比

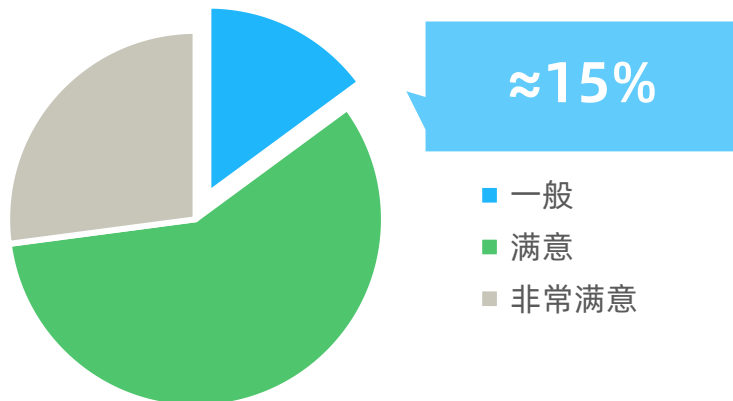
购买方式整体分布		新房装修	二手房装修	自有房整屋装修	自有房局部装修
线下购买成品家具	<div></div>	95	101	119	96
线上购买成品家具	<div></div>	98	104	97	101
线下定制家具/全屋定制	<div></div>	116	91	102	71
线上定制家具/全屋定制	<div></div>	118	78	103	78

数据来源：TMIC消费者调研，N = 903

家具消费体验仍存在痛点待解决，合理定价、设计感与原料可选性的改进备受关注

15%左右的消费者认为过往的家装经验仍有改进的空间，核心痛点体现在与商品描述存在差异、价格虚高、设计不符合新意等。更透明的定价、更能追逐前沿趋势的设计能力和更绿色环保的材质选择，是大部分用户期待的家装市场升级方向。

现存家具消费
满意度分布



成品家具与定制家具的核心痛点

因为是标准化的尺寸，所以不能100%匹配我的户型

对板材、油漆等原料来源存疑，到手之后味道和质感差别较大

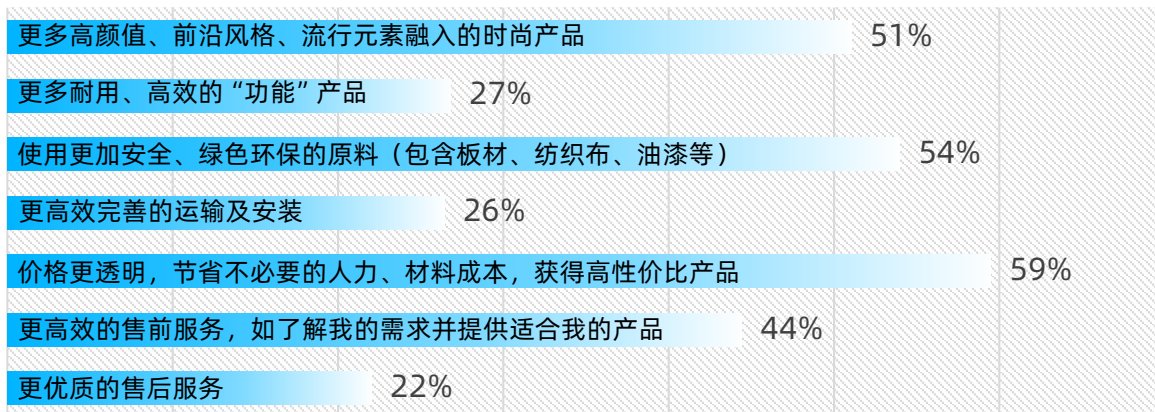
样品和图片美化过度，到手之后颜值外观差别较大

设计稿和样本渲染过度，到手之后颜值外观差别较大

价格较高且不透明，但使用后的性价比不高

售后困难，因为是定制产品所以返工耗时长，或是拒绝退换

消费者家具期望升级方向及占比



天猫引领家装生产力革命大升级 柜类家具行业步入轻定制时代

1990-1999年

成品柜类主导的家装启蒙期

随着工业化进程的加速，批量生产技术成熟，成品柜类家具应运而生，成为当时家装市场的核心产品，精准解决了消费者对收纳的刚性需求。

品牌动作

- 本土品牌纷纷创立，“中国特色”家具出口海外。
- 品牌尝试通过线上图文、线下沟通的模式，开启家装线上销售的初步线索。

2000-2015年

定制衣柜/定制橱柜时代

柜类定制化交付能力逐步成熟，家装行业迎来从“标准化成品”到“个性化定制”的转型。

品牌动作

- 从定制单品切入（如定制橱柜、定制衣柜），凭规模化设计打开市场。

2015-2025年

全屋定制崛起，服务嵌入家装

消费者需求从“单件实用”转向“整体个性化、品质化”“天地门墙柜一体”的全屋定制崛起，并将一站式服务也融为全案定制的一环。

品牌动作

- 技术大力创新，融合智能与环保理念，并构建完善服务体系。

平台动作

- 天猫牵头多个家装头部品牌，发布“全屋定制”品类，并确立“按平米报价”的行业标准。

2025年-至今 AI工业4.0时代到来

“轻定制”模式应需求而生

介于成品家具与全屋定制之间的新型解决方案，结合 AI 技术，实现了风格统一、空间高效利用与高交付效率、低成本的双重优势，精准填补市场空白。

品牌动作

- 欧派、米兰纳、志邦、好莱客等行业头部品牌已率先推出“轻定制”品类。

平台动作

- 天猫首发多个AI模块提高工业4.0的能力，让定制从选购到交付更轻量。

“AI轻定制设计小程序”

“AI超级客服”

“AI尺寸模块”

（覆盖90%+的柜类需求）

“AI轻定制安装小程序”

“轻定制”模式：存量焕新的「效率 × 体验」破局之选

轻定制家具是存量房时代的精准解决方案——以 AI 自主设计、低成本、短周期、高交付率、高空间利用率，适配“老房局部焕新”需求，成为传统成品与全屋定制的最优替代。

全屋定制痛点：
等待周期长、设计不理想

最近房子刚装修好，全屋定制花了五万多，等了一个月还返工，后来补了成品家具，家里还是挤得难受

请的设计师让我觉得毫无新意，没有考虑到我真正的需求，柜子做出来的尺寸很怪异

成品家具痛点：
过度美化、价格参差

我在他家订了两个柜子，第二个柜子长得完全不是详情图的样子

为了省钱搜同款买了便宜款，到手后发现惨不忍睹，做工差、开裂等问题

成品家具&全屋定制*轻定制的差异化对比（以柜类为例）

维度	成品柜	全屋定制	轻定制
主要目标人群	标准化空间人群	新房人群	存量焕新人群
设计	固定样式	专业设计师主导	通过AI用户自主设计
生产	标准化	整体设计解决方案	标准化柜体+定制化门板
履约	7-15天	45-60天	15天
交付	成品交付	一次性交付率低于80%	一次性交付率90%+
价格带	价格范围广	1w~5w	500-700 (小) 1.5k-1w (大)
空间利用率	低 (空间浪费率35%+)	高	高

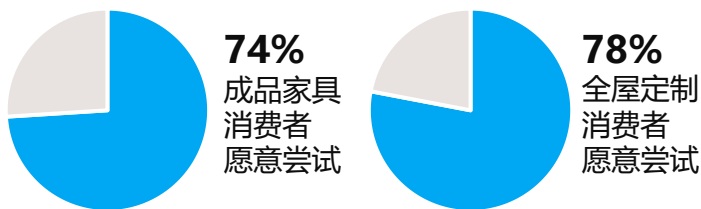
数据来源：外部资料整理

轻定制市场潜力持续释放，未来市场空间广阔

轻定制市场快速增长，预计2026年线上平台轻定制成交将达到20亿元。行业头部商家看好其发展动向，认可轻定制模式将覆盖更加多元的家具品类，且从“满足功能”升级为“定义场景”，打造如轻定制办公、宠物家化等细分场景，实现获客、服务、产品一体化模式。

2025E轻定制市场空间预测

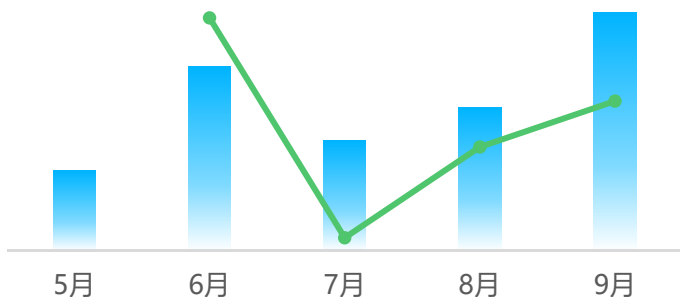
家装人群对“轻定制模式”的尝试意愿度



预计2026E线上轻定制客群规模

650万+

2025年5-9月 淘天轻定制的成交金额环比



5-9月环比增长

3xxx%+

预计2026E线上整体市场规模

20亿+

数据说明：线上轻定制市场规模预测 = 淘天轻定制（柜类）预估增值/淘天占线上家具渠道份额

轻定制市场的未来展望

当解决了量尺问题和生产问题，基本任何产品都可以采用轻定制的模式进行私人订制，未来可开发更多家具品类的轻定制化；在此基础上，通过线上获客，线下服务的模式实现硬装+轻定制产品一体化的空间场景模式。

--好莱坞

轻定制通过数字化赋能、品质环保、模块化适配，完成对家具基础功能的满足后，深化细分场景是最具增长潜力与竞争壁垒的方向，需与AI驱动的空间整合协同推进，实现效率与体验的双重升级。

--欧派

未来的轻定制消费者将是更成熟、更挑剔、也更愿意为优质体验付费的一代。在柜类基础上，优先拓展细分场景如居家办公、人宠共居、餐厨一体化等，同步扩充新兴风格，满足审美多元化需求。风格拓展可与场景深化协同推进。

--志邦

轻定制家具未来的产品升级，必须从“满足功能”转向“定义场景”，因为轻定制销售的是一套“即买即用”的理想生活方式。基于我们已有的核心柜类优势，未来最核心的升级方向，正是落在更细分的场景上。例如塑造“轻定制办公环境”，“宠物家人化”、“家庭小酒馆”等。

--米兰纳

02

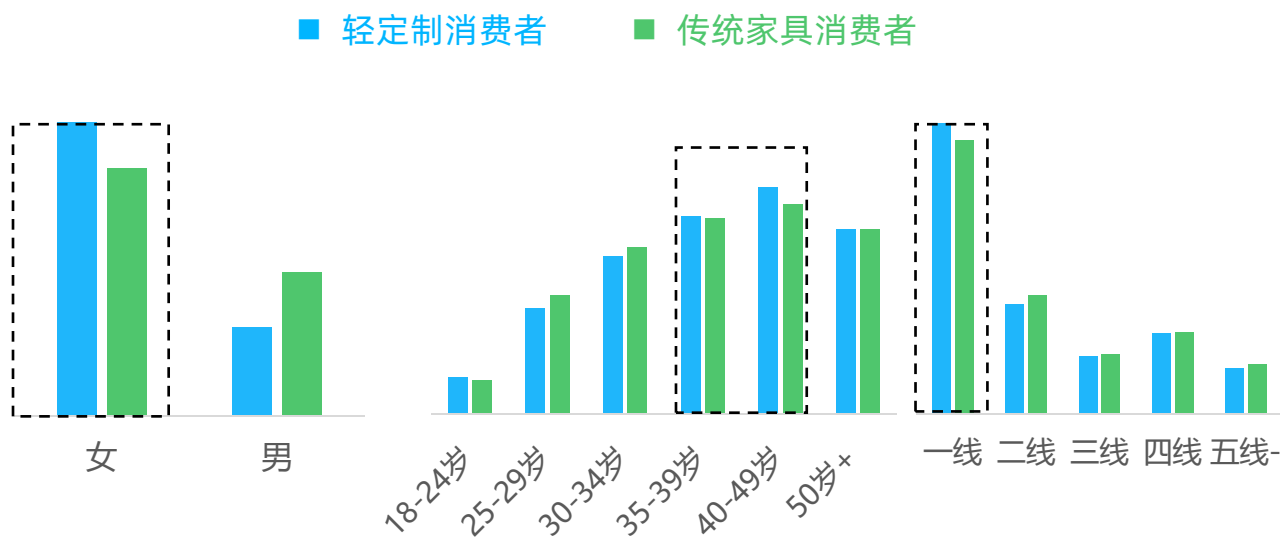
轻定制人群洞察



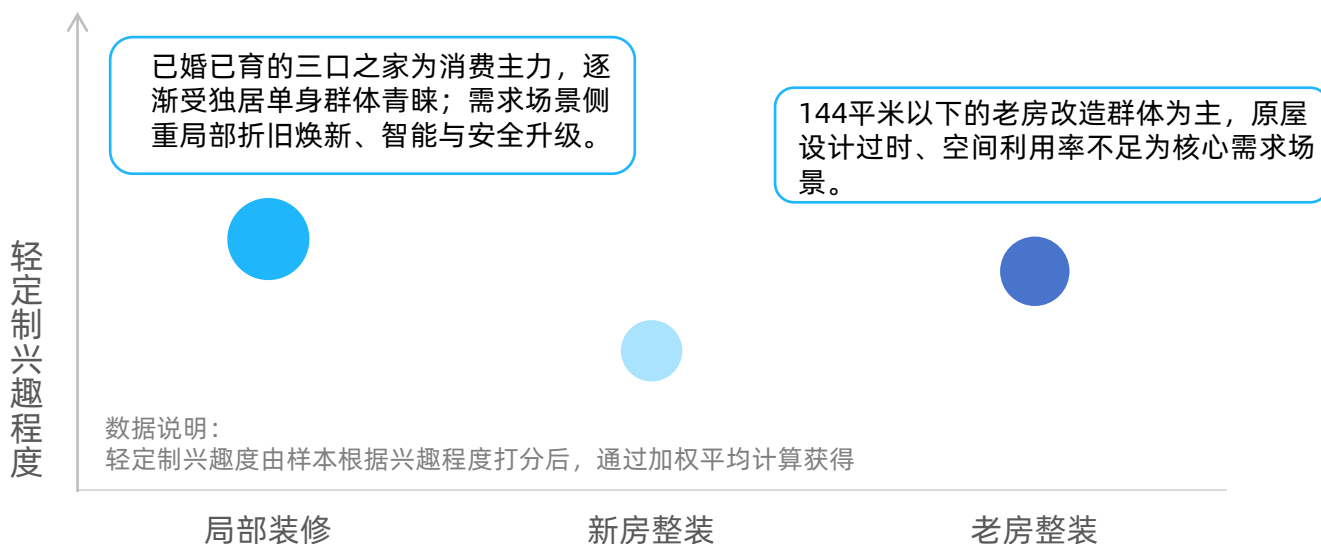
高线城市的熟龄女性率先尝试轻定制 局部装修人群为轻定制高兴趣群体

和传统家具消费者相比，轻定制消费者更集中于女性、35-49岁、一线城市（尤其是新一线）的基础特征。高兴趣度（有尝试欲或已购买）者集中在局部装修和老房整装人群中：三口之家为局部装修主力，单身独居者亦有偏好；中小户型的老房改造者也青睐轻定制，以提升房屋空间利用率和智能与安全性。

近一年 淘天轻定制消费者 vs. 传统家具消费者的基础画像



各装修需求人群的轻定制兴趣程度



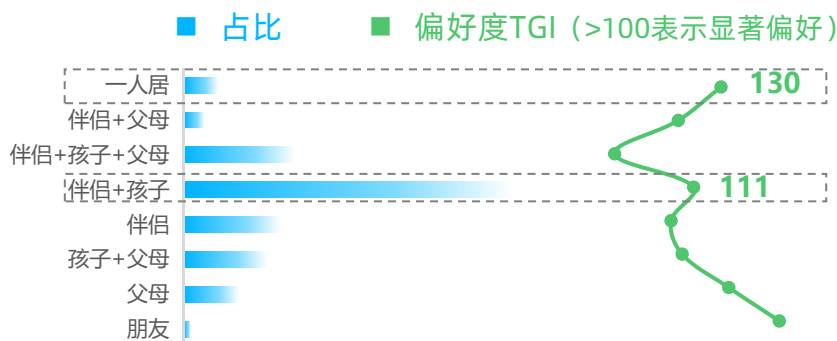
数据来源：TMIC消费者洞察，N = 1,150

数据说明：传统家具消费者包含全屋定制柜类及住宅家具柜类消费者

轻定制局部装修人群已婚已育家庭居多 核心需求场景为悦己体验升级与儿童成长辅助

过半的局部装修为已婚已育的三口之家，此外独居人群对轻定制的兴趣偏好显著高于整装人群。装修原因多为房屋局部老化升级，提倡改造后的智能与安全性，对原料的把控排在决策因子首位。另外，功能的动态调整也是动因之一，如定制书桌书架优化宝宝学习环境，衣柜餐边柜升级提高生活品质感。

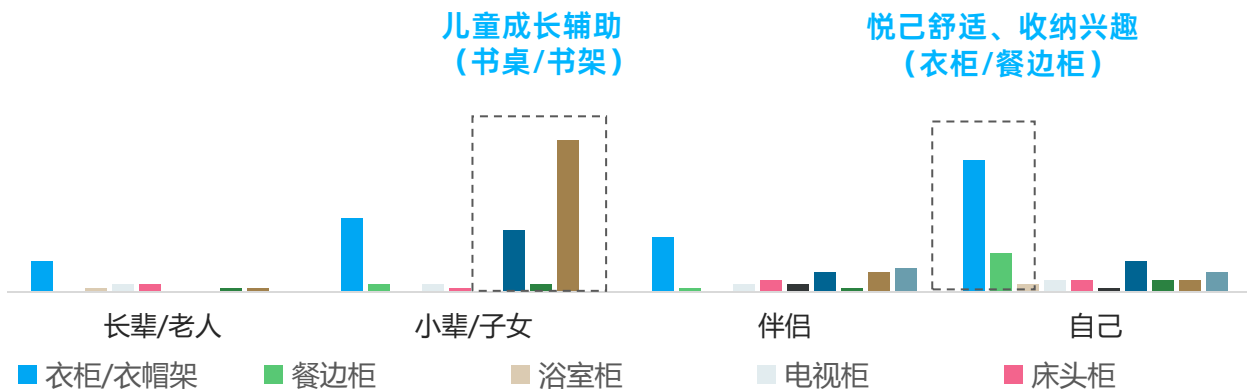
轻定制局部装修人群居住状态分布



轻定制局部装修人群装修动因



轻定制局部装修人群的需求场景 (%)



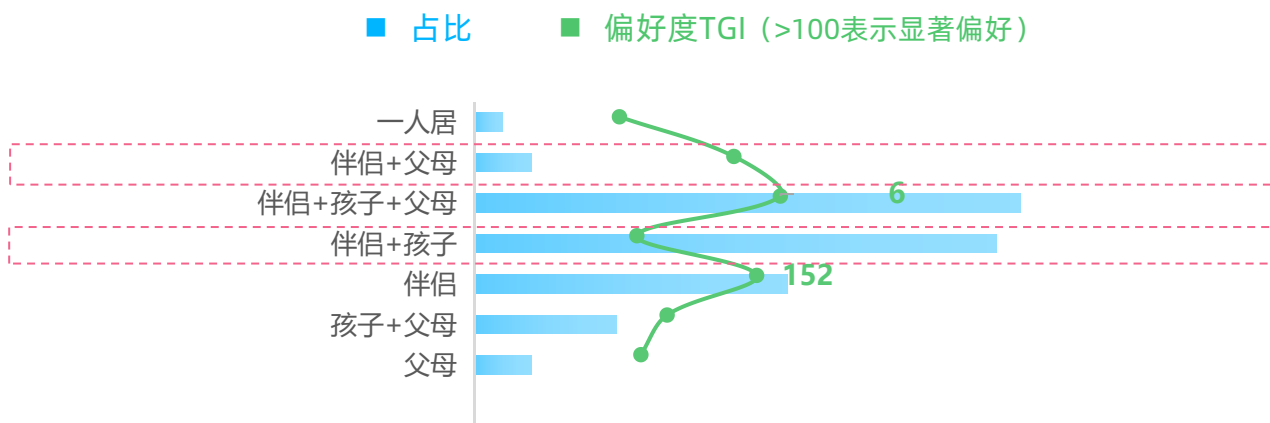
轻定制局部装修人群的购买决策因子



轻定制老房整装人群偏好柜类的个性定制 满足空间利用效率

轻定制的老房整改人群以144m²以下的中小户型居住者为主，空间扩容是家装的核心关注点之一，因此更偏好柜类的个性定制，以满足多人住房状态下的空间效率利用。因是全屋整改，所以除了原材料、功能方面的关注外，下单后的等待周期长短也是重要的购买考虑因素。

轻定制老房整装人群居住状态分布



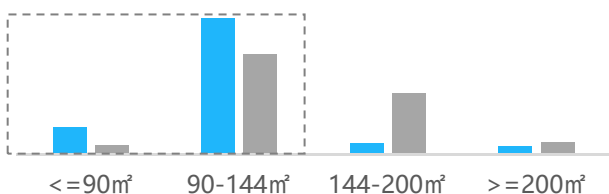
轻定制老房整装人群装修动因



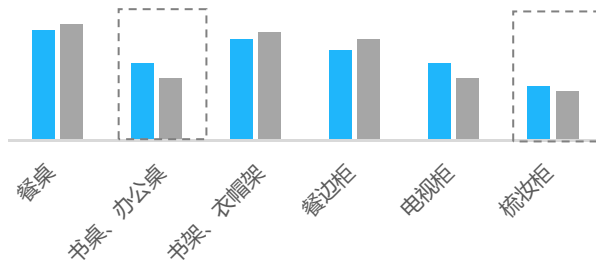
轻定制老房整装人群的居住面积分布

轻定制老房整装人群的定制品类需求

空间利用需求 ■ 老房整装 ■ 新房整装



■ 老房整装 ■ 新房整装 个性柜类需求



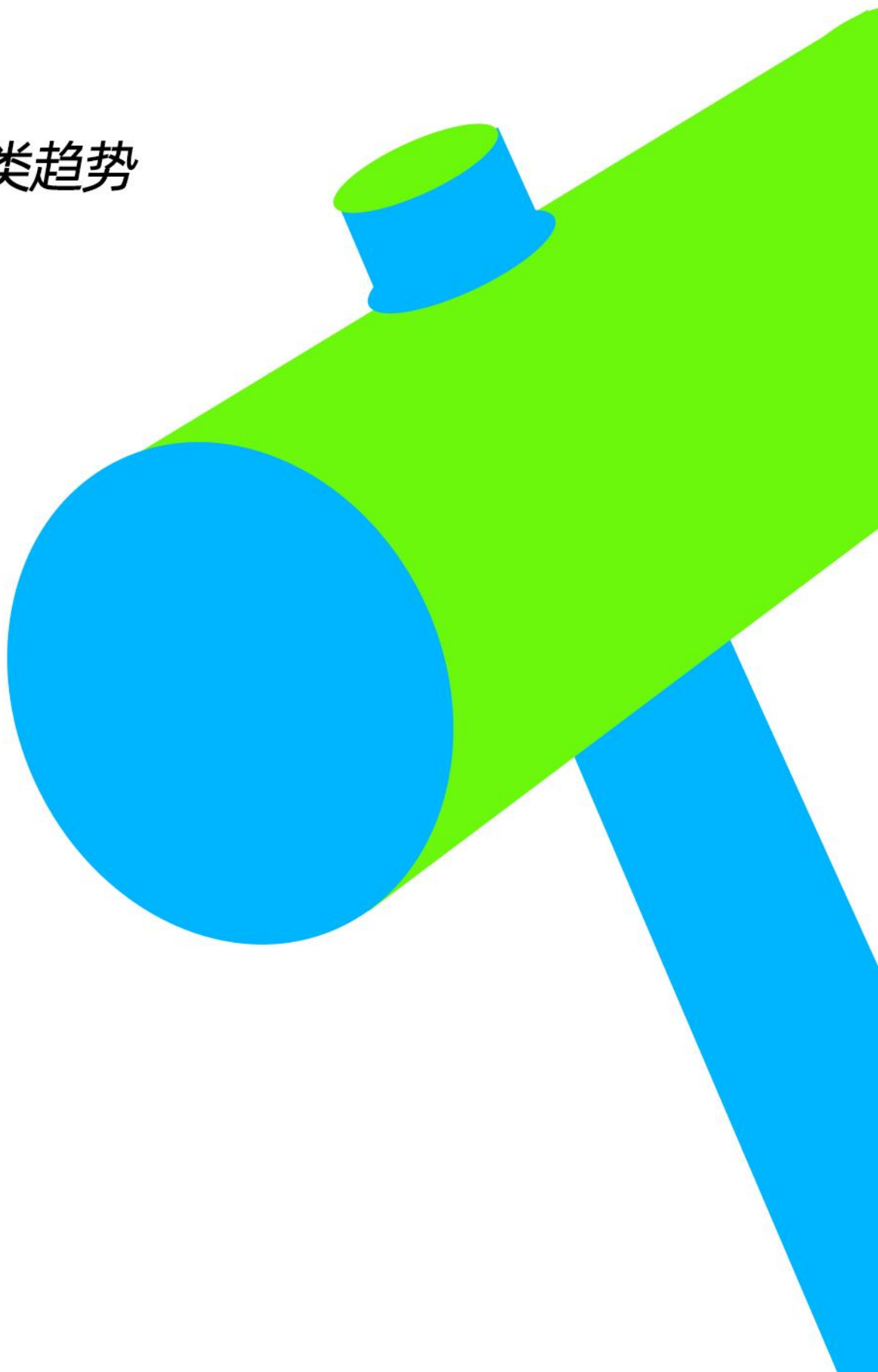
轻定制老房整装人群的购买决策因子

■ 原料 ■ 价格 ■ 功能 ■ 服务 ■ 风格



03

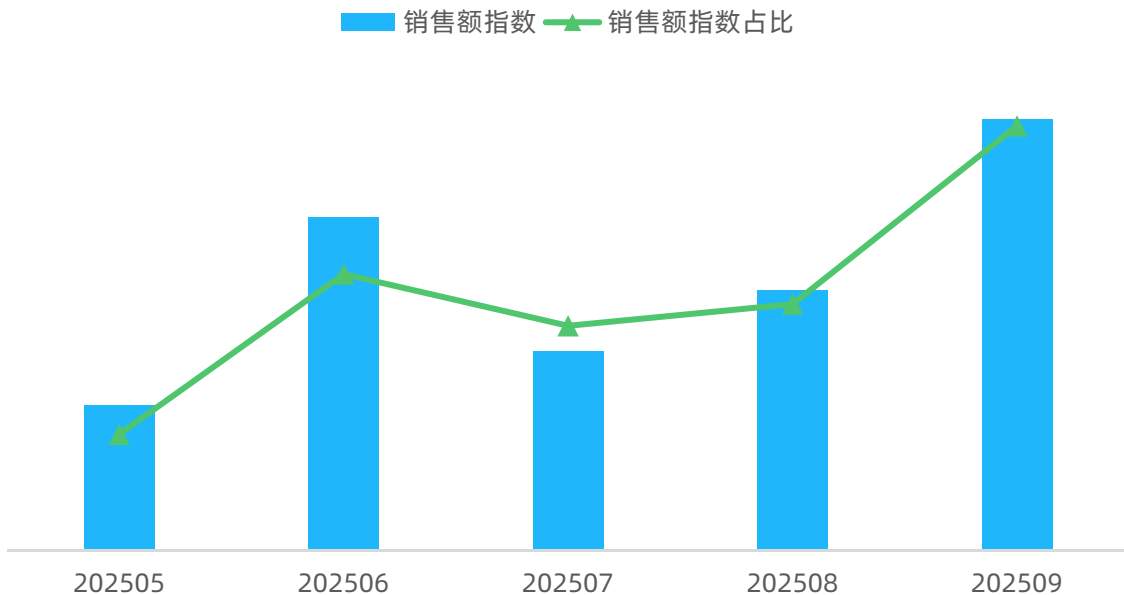
轻定制品类趋势



轻定制市场份额快速扩张，极具性价比优势

自2025年5月以来，天猫轻定制市场销售额整体呈现增长趋势，并且在全屋定制和成品家具市场的销售占比快速提升，成为消费者信赖的选择之一。在价格方面，核心需求柜类中，轻定制相比定制衣柜客单价低，更具性价比。

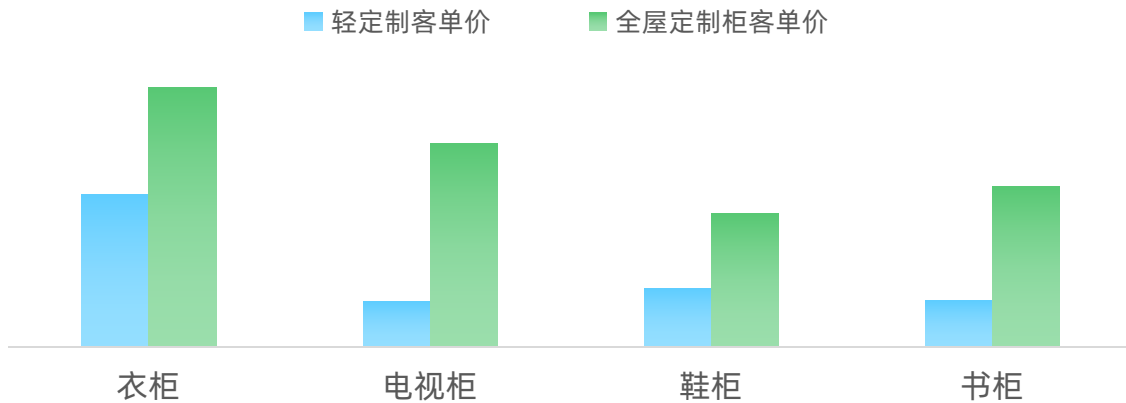
2025年5-9月天猫轻定制销售趋势



销售额指数占比=轻定制销售额指数/全屋定制和成品家具整体销售额指数

数据来源：TMIC

2025年5-9月天猫轻定制vs全屋定制家具分品类价格对比

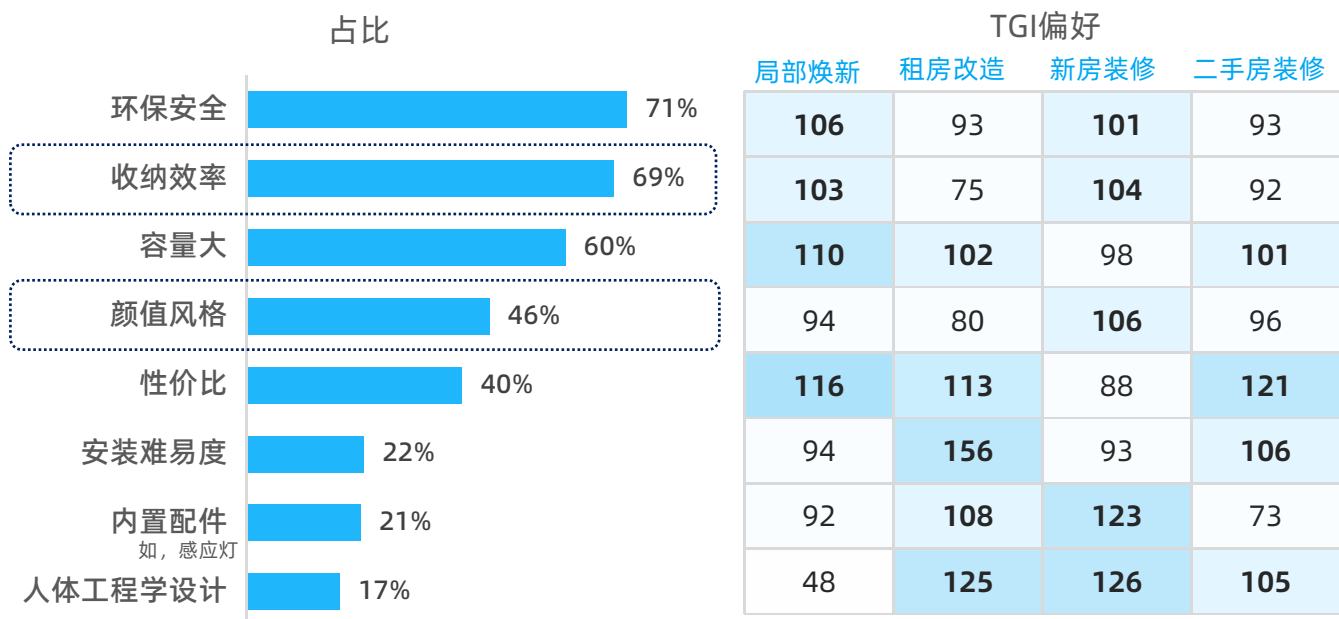


数据来源：TMIC

高效收纳、颜值统一和人体工学设计 是购买衣柜的核心关注点

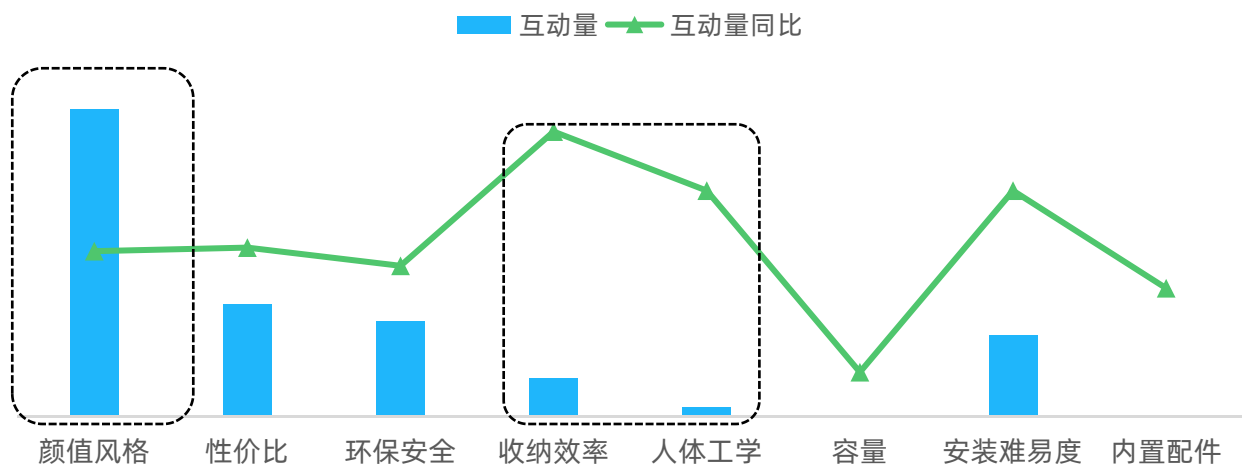
除最基础的环保安全外，消费者购买衣柜最关注收纳效率、容量和高颜值。局部焕新群体更关注性价比和容量，租房改造人群更关注安装难易程度以及是否有人体工学设计，刚需装修人群更关注内置配件和人体工学。同时，社媒上消费者对颜值风格讨论度最高，对收纳效率和人体工学的讨论增速最快。

消费者购买衣柜的核心关注点占比及不同人群的购买偏好TGI



数据来源：TMIC，N=1,275

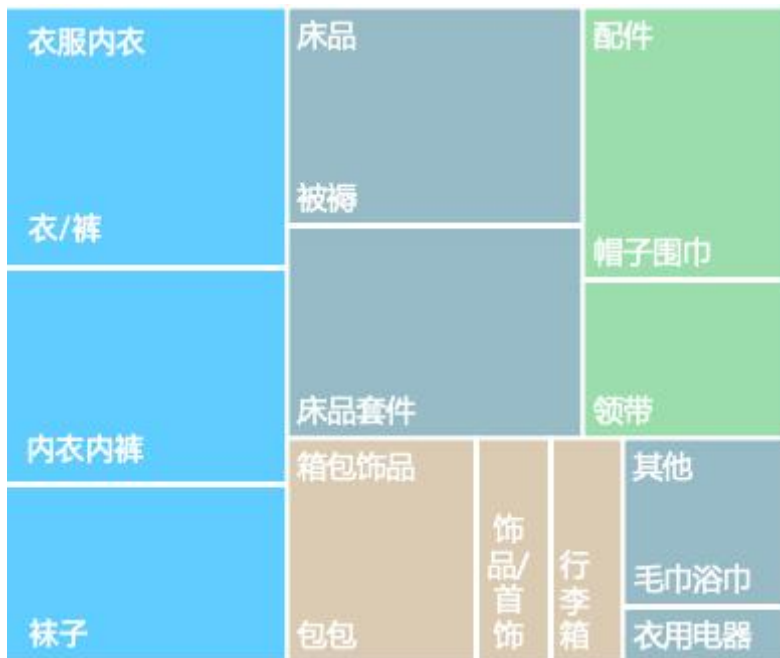
MAT2025小红书衣柜相关话题的讨论热度



● 数据来源：智篆GI洞察

**衣柜收纳品类更加多样
推动专物专区和分区精细化收纳需求**

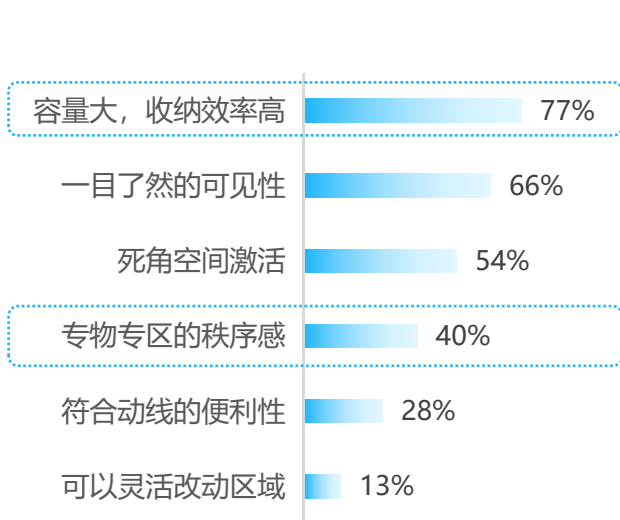
除了最基础的衣物储物外，消费者追求在有限空间内实现多品类物品的精细化和秩序化管理，如床品、配件、箱包饰品等。因此“专物专区”收纳理念形成，如50%+消费者选择按品类或季节收纳，其次部分消费者按衣物长度或性别进行科学分区达成高效收纳和方便拿取的双重提升。



● 数据来源：TMIC, N=1,275

高空间利用率和专物专区提升收纳效率

Q: 您对衣橱高效收纳的期待



专物专区、高效收纳的方式

按品类收纳 55%

衣柜划分区域的思路：最上层是被褥区，右边上下分为短挂衣区、挂裤区，左侧是长挂衣区和四件套收纳区。



四季分区收纳 53%

季节分区法：当季衣物放中层黄金区域好拿取，过季衣物用防尘袋收至顶层或下面。



数据来源：TMIC，N=1,275，资料来源：社媒数据

全悬挂衣柜简化收纳流程 激活消费者按模块个性化定制需求

伴随快节奏的生活，全悬挂衣柜通过“能挂不叠”的机制便捷性直击消费者追求高效穿衣、懒人收纳与免熨烫护理的痛点，不仅满足了70%的消费者简化收纳流程的追求，同时在社媒的互动量快速增长，引发共鸣。并且，95%消费者愿意为轻定制全悬挂衣柜买单，既能保证定制的灵活性又能保障可靠品质。

全悬挂衣柜需求旺盛，讨论热度快速提升

消费者选择全悬挂衣柜的原因

70%+ 消费者希望有个
全悬挂衣柜，主打能挂不叠

社媒互动量 全悬挂衣柜

MAT2024 53W ▶ MAT2025 139W

同比增长
+161%

MAT2025小红书热门话题

#快节奏年轻人的衣柜

互动量同比 +771%

#无痛收纳

互动量同比 +753%

#懒人衣柜

互动量同比 +337%



数据来源：TMIC，N=1,275，智篆GI洞察

数据来源: TMIC, N=1,275

95%

选择全悬挂衣柜时，
95%的消费者认为相比成品衣柜或自己设计，轻定制让他们更放心。

轻定制全悬挂衣柜定制关注点

73% 轻定制悬挂区

展开陈列式收纳，分区收纳布置所见即所得。安装之前要注意测量好收纳品类的尺寸，每个品类之尽量挨着，这样在不影响秩序的前提下会装的更多。

69% 轻定制收纳配件，如挂杆、滑轨等

第一个原则就是物品走向人，所有深处的物品都可以拉到你眼前来。第二个重点原则是全面摊开，物品之间互不遮挡，拿取放回都没有障碍。

58% 轻定制挂杆数量、高度和承重等

每层每米承重150斤，全挂衣也不变形不倒塌不松动，挂满秋冬厚外套也稳稳当当，衣服再多也不弯不塌，安全感爆棚！

数据来源：TMIC，N=1,275，资料来源：社媒数据

模块化内配布局供给在满足消费者个性化需求的同时 将大力提升履约效率

分模块化定制家具为消费者提供设计灵感的同时也能满足消费者的个性与创意定制。从选择尺寸、门板到搭配配件的每一步，消费者成为自己的理想收纳空间的设计师，在灵活的框架内体验量身定制服务，让高效收纳触手可及。同时，模块化定制能让商家节省设计成本，提升履约效率。

模块化定制满足个性化需求

STEP1: 设置尺寸，
如高度、深度等



STEP2: 设置颜色等
外观信息



STEP3: 设置收纳需求
求，如挂衣杆等



STEP4: 测量宽、深、
高度



STEP5: 设计完成
高度



社媒“模块化定制”的消费热评

定制专属衣柜

- 1.选择框架：框架分为几个尺寸，42×112cm，77×77cm，42×147cm，77×147cm等
 - 2.选择颜色：白色，黑褐色，白色橡木
 - 3.选择配件：底架，分隔，柜门，软质的储物盒，根据自己喜好和功能进行调整
 - 4.选择装饰性的灯：如果作为展示柜使用，光源也是非常重要的。
- 可以根据个人喜好设计一个专属衣柜

流程顺利，体验好

售前客服回复比较快速，下单-预约量房时间-量房-现场沟通设计（设计师我们到现场已出方案，这点不错节约时间）-修改方案-带看家具-下单-坐等收货，整个流程比较顺利。

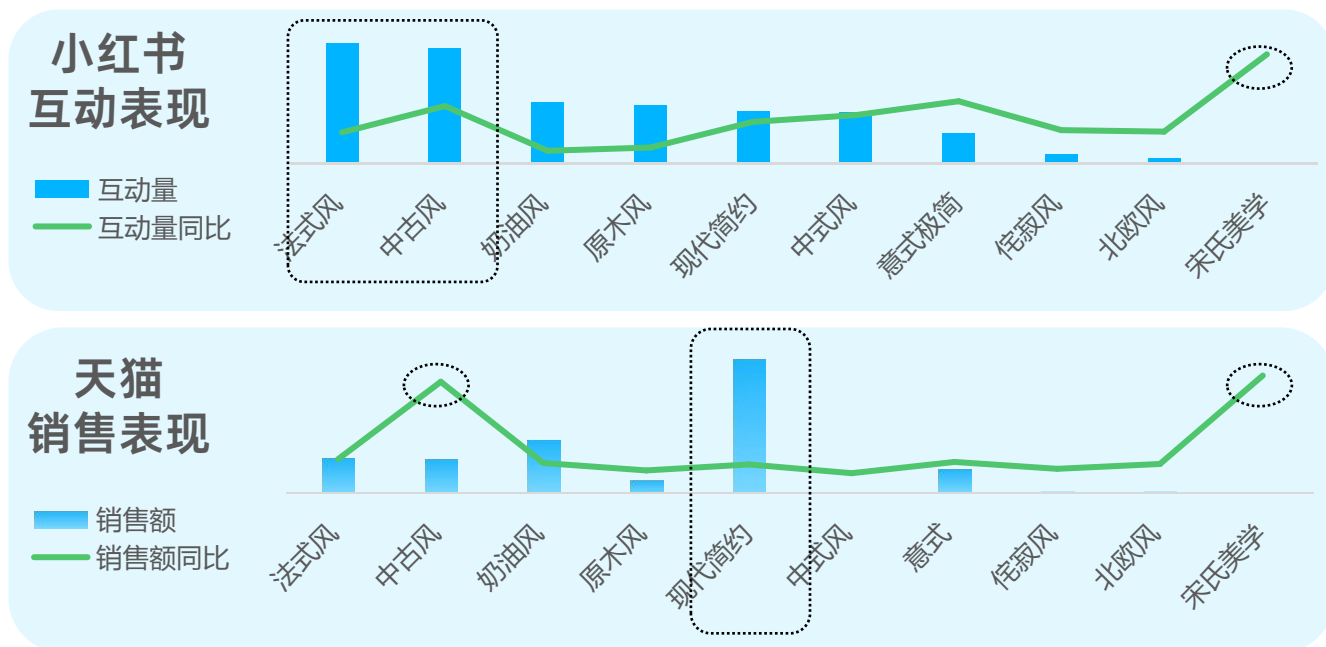
价格透明

模块化定制自动生成最终价格，价格透明。

现代简约风是购买首选 中古风和宋氏美学兼具复古美和现代设计销售飞增

法式风互动量高但近期销售贡献占比低，中古风社媒互动量TOP2且在天猫销售呈现增长趋势，最具潜力，其次现代简约是消费者的购买首选，另外宋氏美学兼具中国新中式古风 and 现代设计，其社媒热度和天猫销售同时跃增。

MAT2025小红书互动量TOP家装风格和天猫销售TOP衣柜风格



数据来源：TMIC，智篆GI洞察

MAT2025小红书热门衣柜风格热门讨论

中古风

分段式拼色柜门，打消了房间太暗的顾虑还增添了设计感，满满岁月沉淀的质感，氛围感直接拉满，腔调十足。

❤ 9145



宋氏美学

宋氏美学采用骨骼线，外观上具有复古的纹理，颜色是温暖的木色，同时融入藤编元素，高级感拉满。

❤ 7065

现代简约

看腻了中古风、奶油风、不妨来看看高级满满的意式极简风。这个设计真的是神来之笔，又实用配色又好看，而且还不用买衣帽架了。

❤ 7965

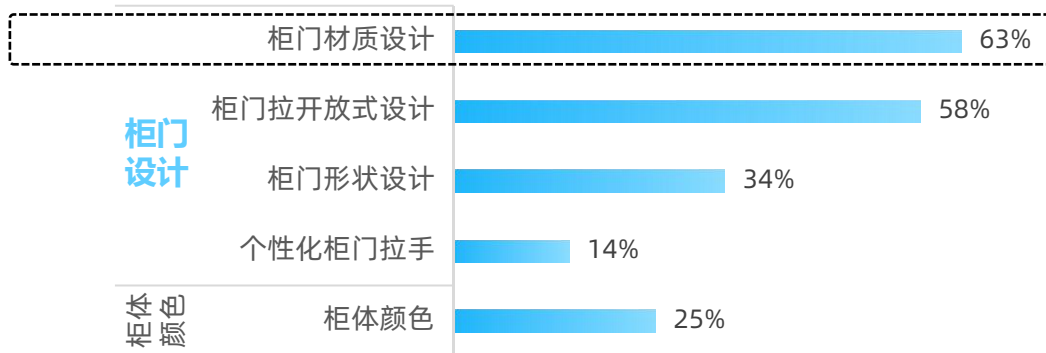


资料来源：智篆GI洞察

玻璃和藤编拼接柜门增加设计感 原木纯色柜体凸显衣柜质感

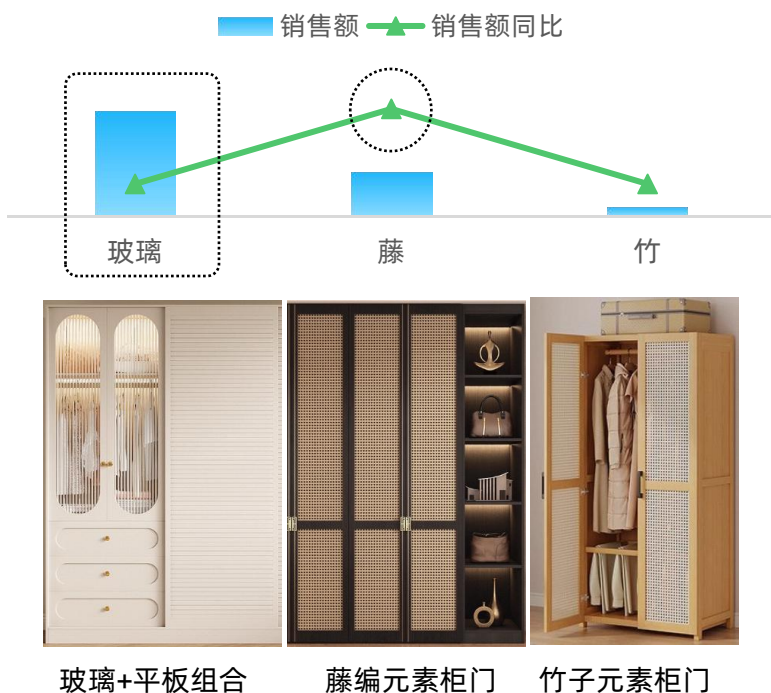
消费者在柜门设计方面的关注点多样，其中材质设计关注度最高，除基础木质选择外，拼接玻璃、藤编或竹子的柜门销售额同比正增长；此外，在柜体颜色上，近50%的消费者偏好原木纯色，凸显柜子的质感，25%的消费者偏好纯色奶油色系，其次白色拼原木色也较受欢迎。

消费者对衣柜颜值外观的关注方向



数据来源：TMIC，N=1,275，智篆GI洞察

MAT2025天猫柜门材质设计元素销售趋势



数据来源：TMIC，数据为成品家具市场销售趋势

MAT2025天猫柜门柜体颜色设计销售趋势



备注：成品衣柜销售额TOP50商品

数据来源：智篆GI洞察

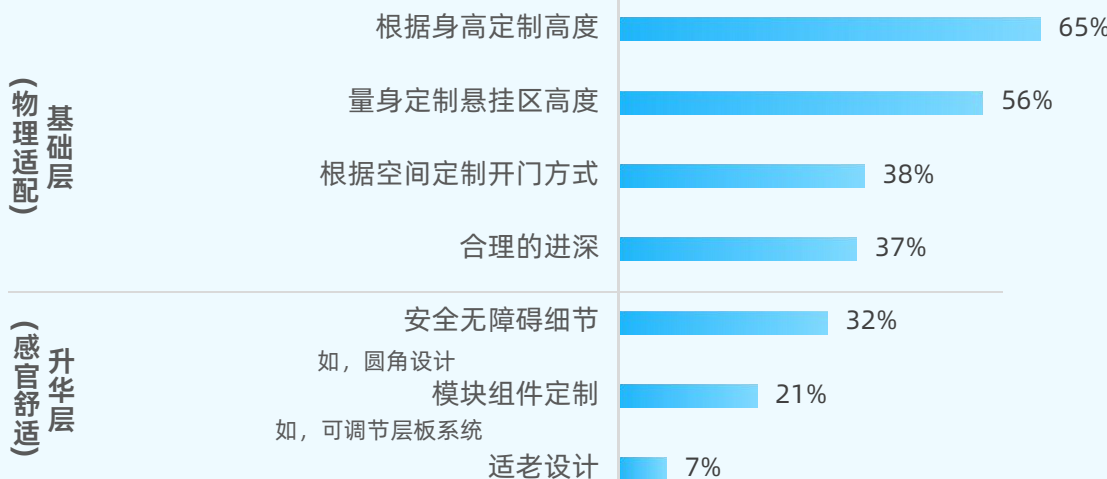
轻定制人体工程学衣柜从“装得下” 向“用得舒心”的舒适体验进阶

轻定制人体工程学衣柜从最基础的“精准的物理适配系统”逐渐向“关怀的感官体验系统”拓展。在物理适配方面，根据身高量身定制衣柜高度、深度、悬挂区高度等是核心需求；在体验升级方面，更关注全年龄包容化，如适老化、无障碍细节等，以及内置照明方案带来的收纳高效感和愉悦感。

人体工程学衣柜

MAT2025小红书热度4.4W 篇笔记，120W 互动量

消费者对衣柜不同人体工学设计的期望分布



数据来源：TMIC，N=1,275，智篆GI洞察

数据来源：TMIC，N=1,275，智篆GI洞察

MAT2025小红书“人体工学衣柜”的社媒热点话题

基础层（物理适配）

#完美高度

互动量 🔥 39W

完美衣柜的高度秘密：【重点公式】衣柜的第一层层板高度，它应该等于你的身高+20cm。

#不弯腰设计

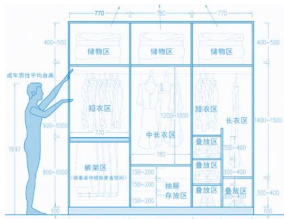
互动量 🔥 23W

分段式柜门遵循了黄金分割比，在分段线的位置设计抽屉，抽屉在衣柜的中下部，不需要弯腰！

#黄金尺寸

互动量 🔥 22W

女短衣区≥90cm，
女中长衣区≥145cm，
女裤区≥70cm，
女半裙区≥95cm，
抽屉高度20~25cm，
柜深≥60cm，
挂衣杆离层板8m。

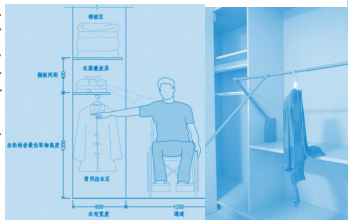


升华层（感官舒适）

#适老设计

互动量 🔥 12W

衣柜高度：普通老年人设置下拉挂衣杆，轮椅老年人设计挂衣钩距地高不应大于1200mm；
常用衣物高度：在腰部高度的抽屉里，避免踮脚和深蹲。



#内置照明解决方案

互动量 🔥 7W

衣柜灯带既能照明，又能大福提升氛围感和高级感。起早的时候找衣服不用开主灯，不吵醒其他人睡觉。

#无障碍细节

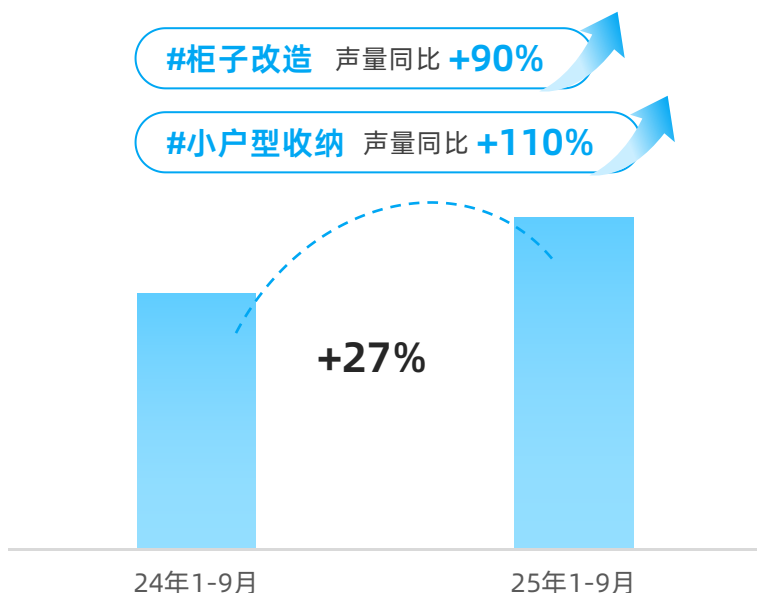
互动量 🔥 2W

圆弧转角柜：安全防磕碰，尤其适合有小孩或老人的家庭，同时线条柔和，视觉更温馨，颜值在线

极致空间利用的社媒热度走高，核心聚焦柜类改造： 高效玄关、便捷厨房、兴趣角、人宠融合成潜力场景

居家空间改造的社媒话题声量增长，大众对当前的家装环境已产生了自主DIY意识，其中“柜类改造”、“小户型收纳”相关话题的声量增速超过90%，极致空间利用成为家装需求的核心命题之一。拆分不同场景来看，玄关、厨房是两大聚焦改造的居住空间，此外随着兴趣生活多元化，生活角与宠物空间的需求也逐一显现。

社媒 空间改造DIY 相关话题声量趋势



社媒“柜子改造DIY”高提及场景及品类词云



提及率 13%

多功能玄关处

抽拉鞋柜、洞洞板挂衣区、折叠收纳...

提及率 25%

厨房整齐收纳

锅具收纳、零食干货分区、电饭煲/垃圾桶等放置隔层...

提及率 22%

兴趣角

电视柜、游戏办公一体书桌、痛柜...

提及率 5%

人宠空间融合

狗窝与收纳柜一体、底部猫咪食堂...

玄关与厨房侧重极致收纳，兴趣角强调分区可调节

当前，小户型家装需求占据市场的主要地位，在有限的面积下，空间的极致利用成为首要命题。玄关处、厨房的痛点均集中于装物的合理放置及拿取，抽拉、折叠、无底板等设计更有效地解决了收纳问题，也成为消费者定制过程中的可选项。另一方面，兴趣角的特点是布局常调，可调节隔板、防潮防尘的门板材质更受青睐。



- 步入式折叠柜
(平面收纳)
- 包袋配件收纳区
(洞洞板)
- 可调节层板
(大件区/小件区)
- 无底板设计
- 抽拉鞋柜

0.8平超绝的玄关柜

玄关处痛点 - 入户面积小，门面整洁及装物需求高

我家玄关面积不到1平米，改造前进门后的杂物只能乱放，现在整洁多了，而且超级能装；

我无比想要鞋柜、餐边柜，但无奈入户实在太窄了，现在用洞洞板+定制柜的效果还是比较满意的。



- 浅口抽屉
(餐具/生活用纸)
- 电器收纳隔板
- 收纳拉篮
(干货/零食放置)
- 可旋转吊柜
(干货/零食放置)

让我家小厨房逆天改命了

厨房痛点 - 物品杂叠放凌乱，灵活分类拿取需求高

灶台下的推拉橱柜原本可能是个多功能的储物，但瓶瓶罐罐放里面丁零当啷，还容易倒。

挺好，厨房收纳这种深柜最核心的难点就是要解决深度导致后面无法利用的问题

个性化生活角



配色自定义 如红+黄=麦当劳色系
风格自定义 如奶油风
分区自定义 书架区+制酒区

不伤谷痛柜



洞洞板+抽屉组合柜+可调节层板
定制展示架 浅层收纳柜

兴趣角痛点 - 可调节灵活调整，无痛展示藏品

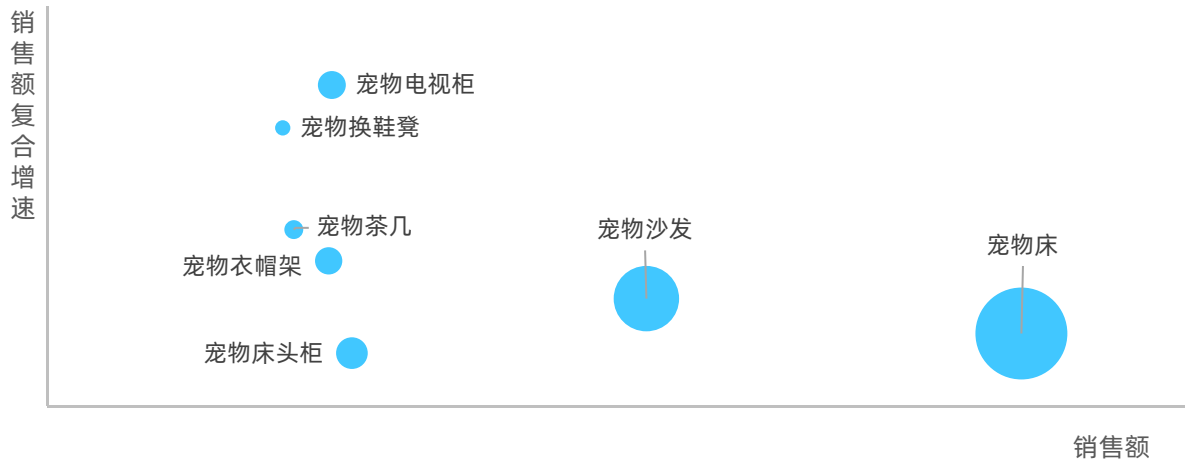
这次选了隔板可以调节高度的餐边柜，很适合我这种喜欢调整家里布局的人，可以使咖啡馆，也可以是阅读角。

改造家里衣柜用来当痛柜，特地订制了亚克力门防潮防尘。

毛孩家庭关注人宠空间的融合，多品类蓝海赛道显现

宠物家具赛道增长趋势可观，更多用户则通过家具改造为自家毛孩提供更舒适的生活空间。一方面，消费者会专门为宠物打造属于他们的专属家具，如书柜改狗狗衣柜，单柜改猫咪娱乐区等；另一方面，对空间利用较高的用户，则遵循家具共享原则，打造如带猫爬架书柜、带狗窝阳台柜的创新设计，为未来家具的轻定制化贡献新灵感。

2022-2024年宠物家具细分品类市场增长矩阵



单柜拼装+宠物活动空间



书柜改衣帽柜+可调节层高

人宠融合痛点1 定制化宠物尺寸家具

特意给小猫打造了一个娱乐区，虽然只是普通的泡沫板组合。

用XX的书柜改成了宝贝们的衣柜，柜子可以根据毛孩子衣服大小调节层高，再买些收纳盒匹配窄边。

人宠融合痛点2 宠物空间与人类家具共享



阳台柜+狗窝一体



书柜+猫爬架



电视柜+猫窝一体

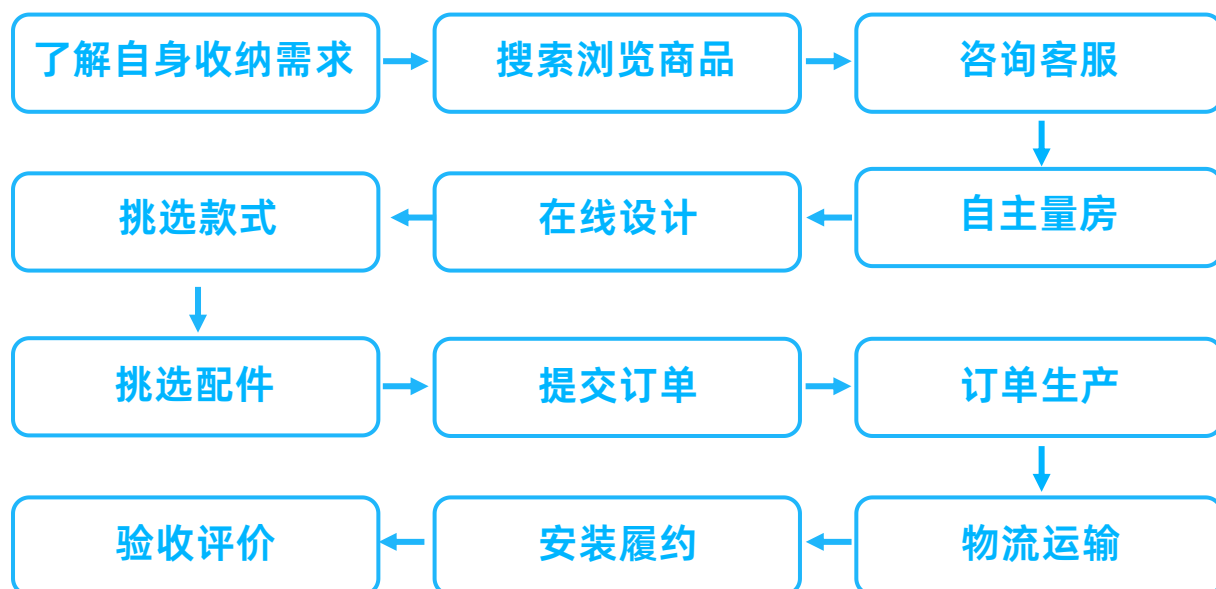
书柜加木板，变成隐藏式猫跳台，不用的时候可以收进去，节省空间学明白了。

家里有小猫，每买一件家具就会考虑适不适合猫咪躺，十二格柜太适合当猫咪小窝了，可以分好几格给他们造。

轻定制精准连接用户需求，提升履约效率 开启家装行业增长新赛道

轻定制服务既满足模块灵活化，从基础配置到全功能升级，丰俭由人，又能让整个设计服务透明可视化，在设计阶段即知总价，预算一目了然，同时也能给消费者带来更有导向性的体验，整个服务流程兼顾DIY乐趣与省心服务，在满足客户需求的同时也能提升生产效率降低生产成本，让家具市场整体销售实现破局增长。

轻定制服务流程



天猫助力品牌增长

技术助力

天猫除了围绕轻定制首发的四大AI能力（AI制造、AI设计、AI交互、AI交付）外，我们还在对商详、消费者导购链路进行全面的优化和调整。比如：相关定制信息同步到订单详情，消费者可随时查阅，并作为履约依据。

数据助力

天猫协助商家进行轻定制需求人群的精准识别，帮助“轻定制”商家圈选出对产品高需求的消费者人群，帮助商家快速出单破圈。

资源助力

天猫整合了社会化履约能力，并优选认证了履约机构，帮助品牌快速实现规模化、专业化、高效化履约，完成服务的最后一公里。同时，借着双十一，我们盘点了一系列曝光资源，轻定制品类在本次双十一期间，消费者端曝光过亿。

报告作者&致谢

报告指导委员会

冬一	天猫家装及新零售总经理	
叶挺	智篆文化传播有限公司总经理	
王延平	全国工商联家具装饰业商会副秘书长	定制家居秘书长
皓茗	天猫家装定制行业负责人	
陇西	天猫喵住总经理	
赤禹	天猫家享生活营销中心品牌品类营销负责人	
王丽	智篆GI副总经理	

报告作者

徐燕妮	智篆GI	数据咨询专家
王艺	智篆GI	数据咨询专家

视觉设计

周笑宇	智篆GI	资深视觉设计师
-----	------	---------

报告共创

本报告由天猫家装、家享生活营销中心品牌品类营销与智篆GI共同完成
天猫家装轻定制项目负责人：旌展
家享生活营销中心品牌品类营销：思琪、宸昭

特别鸣谢

感谢米兰纳、好莱客、欧派、志邦等商家品牌的大力支持
(按报告出现顺序露出, 排名不分先后)

联系我们

微信公众号	联系邮箱
	bd@gy-inc.com



智篆GI

新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

数据来源

《2025轻定制趋势白皮书》产出报告数据基于TMIC趋势洞察、TMIC问卷调研、市场公开信息等数据来源。

数据周期及指标说明

报告整体时间段：2023年10月-2025年9月，具体数据指标请参考各页标注。

知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(以下简称“我司”)所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。

