

SHOPLINE

2023上半年

商品定制热点

「家居」 & 「户外」 篇

Product Customization
Model White Book

SHOPLINE | 品牌出海首选



行业 | 观点 | 趋势 | 案例 | 活动 | 资本

扫码加入家居行业社群

- ① 每日免费获取行业一手报告
- ② 与30000+家居行业操盘手深度交流/合作
- ③ 大咖线上分享
- ④ 家居行业头部企业资源地
- ⑤ 不定期行业洞察,掌握行业发展趋势



关注公众号【家页】与10W+家居人见证行业变化

- 01 | 商品定制行业概况与趋势**
- 02 | 第一&二季度节日梳理**
- 03 | 第一季度（1-3月）家居户外品类定制策略**
- 04 | 第二季度（4-6月）家居户外品类定制策略**

01

商品定制 行业概况与趋势





商品定制 - Print on Demand (按需定制)

SHOPLINE

商品定制一种按需定制的商业模式，以个性化为卖点，允许消费者在商店定制商品，卖家可以给消费者带来与众不同的按需定制体验并履约交付给客户。

对买家

- 商品定制充分**满足了消费者的个性化需求**，消费者可以通过定制获取独一无二的专属商品。

对卖家

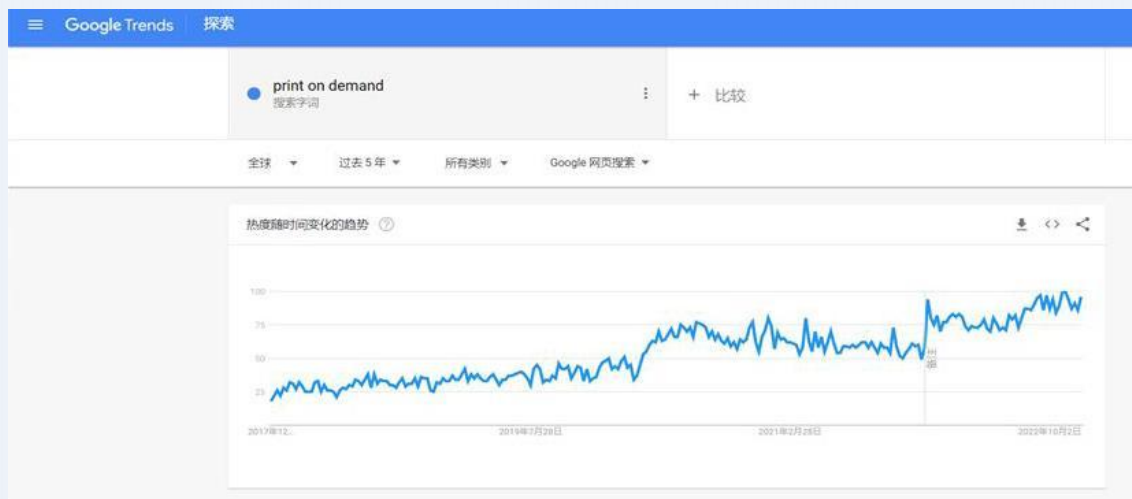
1. 商家在消费者成功付款后才印刷发货，大大**减缓库存压力与成本风险**；
2. 玩法比较自由，选品测试容错率高，易于形成**差异化**；
3. 印花刻字、礼品盒等定制服务可以**有效提升商品客单价与店铺转化率**。



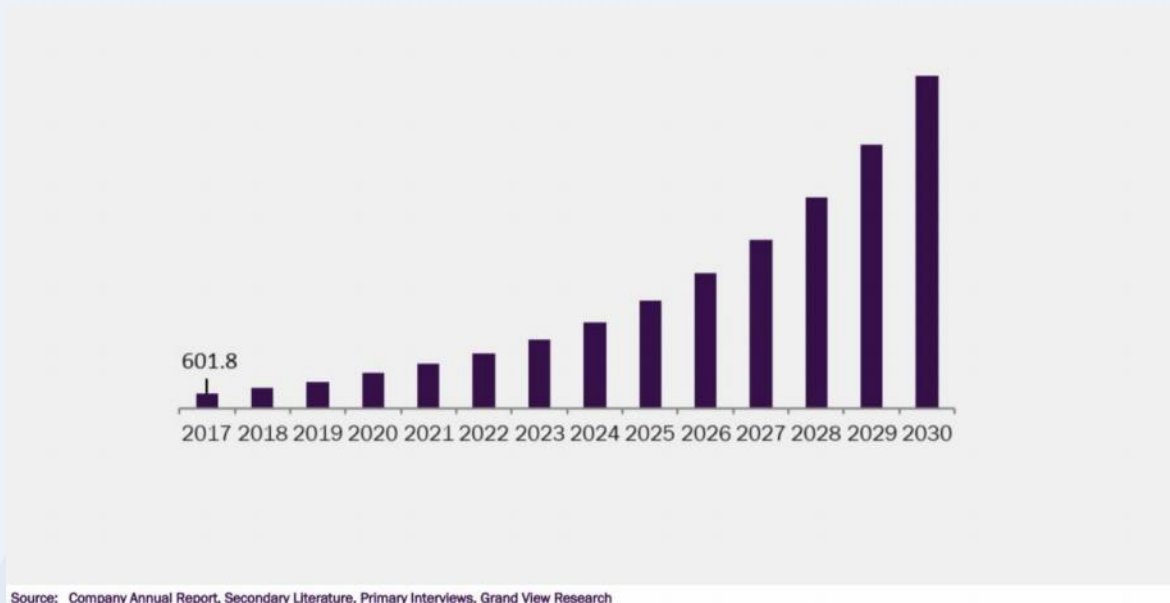


商品定制模式在海外市场呈现增长趋势

SHOPLINE



Google Trends中“print on demand”关键词搜索量稳定增长



到2030年，北美地区商品定制模式的市场呈现加速上升趋势

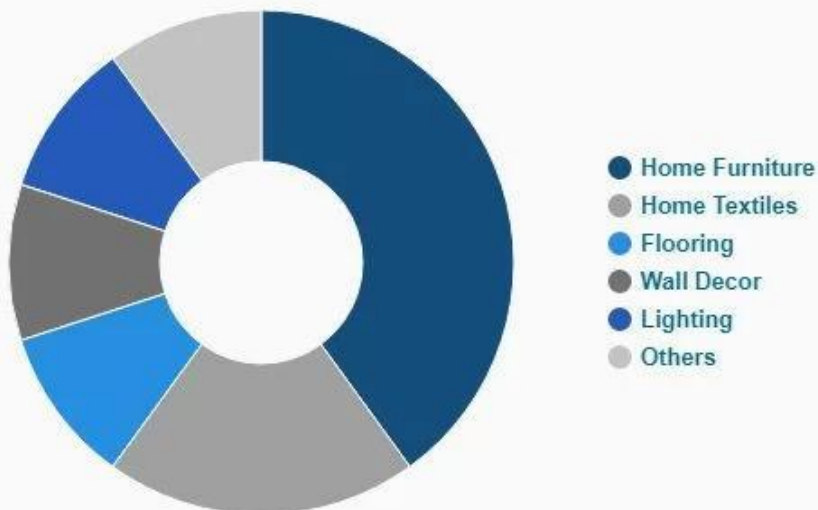
- 当前海外消费者对个性化商品需求强烈，且商品定制行业整体呈增长趋势。
- 德勤消费者评论报告显示超**50%**消费者有兴趣为自己、朋友或家人购买个性化产品，且商品定制行业在过去4年增长**12%**。
- 2021年全球商品定制市场规模可达**49亿美元**，预计2022年至2030年的复合年增长率 (CAGR) 将达到 **26.1%**。



商品定制畅销品类 - 家居&户外

- 2021 年全球家居装饰市场达到 **6820 亿美元**。（Imarc Group）
- 家居装饰行业预计在 2022 年至 2027 年期间将继续以 4.8% 的复合年增长率增长，到 2027 年将达到 **8983 亿美元**。（Imarc Group）
- 按产品类型划分，家用家具拥有最大的家居装饰市场份额，其次是家用纺织品、地板、墙饰和灯饰。（Imarc Group）

Global Home Decor Market Share, By Product Type (in US\$ Billion)



SHOPLINE

Apparel	26.4%
Home Décor	27.7%
Drinkware	24.1%
Accessories	25.3%
Others	19.9%

Market Opportunity*



在商品定制的增长机会市场份额中

服装（如情侣卫衣等）增长机会空间在26.4%

家居（如毛毯等）增长机会空间在27.7%

杯具（如马克杯等）增长机会空间在24.1%

饰品（如刻字项链等）增长机会空间在25.3%



家居商品定制形式

- 外观定制：材质与尺寸；
- 内容定制：抱枕、浴巾、床上用品、桌布、马克杯等产品有较大留白空间，可以**印刷文字（姓名缩写、slogan等）**、**图片（肖像、卡通形象等）**、**范围印花（logo、图案、字母）**等。



来源：MadeMindAU

- TikTok上一款定制型变色马克杯的视频，拥有**410万播放量**，36万点赞和5000多条评论。
- 2021 年整体最畅销的商品定制产品是服装类别的 T 恤和运动衫，以及家居和生活类别的马克杯和海报。（Printful）



商品定制畅销品类 - 家居&户外

SHOPLINE



来源：MadeMindAU

户外商品定制形式

- 通过选择**特定材质**并进行**文字或图片的印刷等工艺**，能够轻松帮助消费者获得个性化户外产品（露营背包、帐篷、滑雪板、头盔等），户外类定制产品也可用作**活动专属产品**或**快速识别身份**。
- 根据Statista 发布的《2017-2023全球运动及户外用品市场报告》，全球运动及户外用品市场有望在 2023年达到**923亿美元**。以美国为例，**49%**的美国人参与户外运动，每人平均一年出游74次，美国人在户外运动上投入了大量的时间与财力。
- 随着户外运动向休闲化生活方式的转变，消费者更偏好选择独特产品和时尚装备。同时，用户喜欢在互联网上分享个性产品的行为提高了观看者被推荐的概率，在共同推动户外商品定制需求的增长。

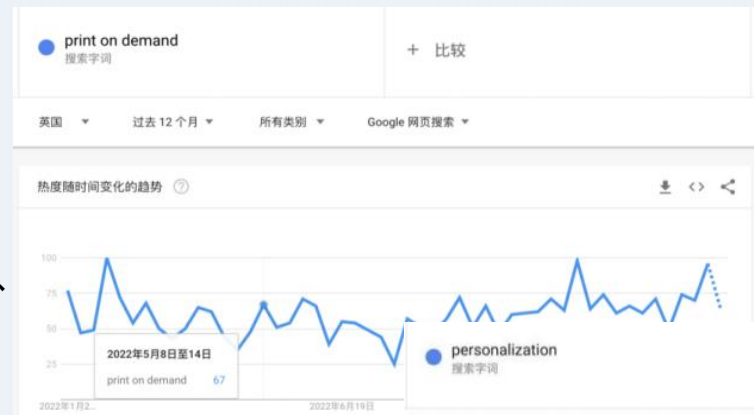


商品定制 - 节日玩法

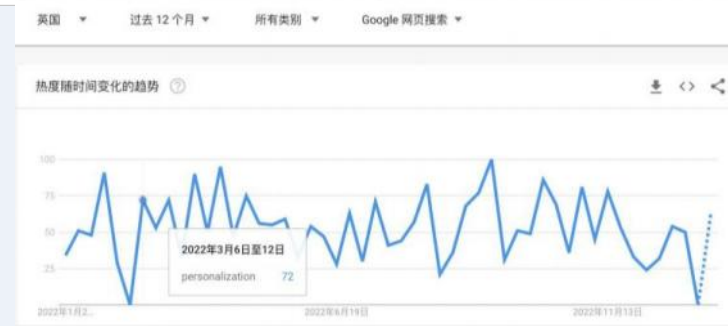
SHOPLINE

节日场景下商品定制模式有望提高家居户外类商家成单量

- 节日期间消费者购物欲强，考虑到**打造节日氛围与独特性**，**商品定制产品需求量会大幅增加**（例如能够增强节日氛围的居家装饰、园艺装饰，或能够在户外运动中体现个人身份或团队归属的产品），抓住节日机遇将**有效增加客单价与GMV**。
- 节日趋势易于预测，**多数节日日期固定且消费者需求具有规律性**（可参考右图 Google Trends）。针对节日特点与消费者倾向，商家可提前修改销售计划并掌控营销节奏，**调整相关产品备货/商品定制功能**，以便**提高消费者满意度与成单率**。
- 显然，假期对电子商务来说是有回报的。2020 年网络周期间的按需印刷企业主表示**黑色星期五的销售额最高（38%）**，其次是**网络星期一（27%）**。因此，仔细规划好营销工作并准备最畅销的按需印刷产品是促进业务发展的关键。



Google Trends中
“personalization”
(个性化)
“print on demand”
(商品定制)
关键词搜索量





商品定制 - 节日玩法

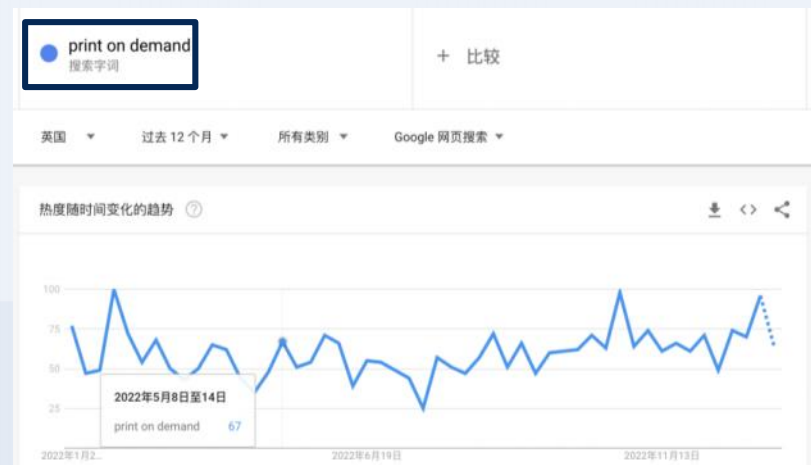
提前布局商品定制节日玩法，助推GMV提升

- 节日时间范围固定，多数商家会**提前进行节日营销**，甚至提前一年制定销售计划或调整商品定制素材。以欧美地区为例，每年1月份情人节热度就开始攀升。

- 考虑到商品定制产品设计、制作、运输周期，**提早针对目标群体进行营销推广与商品定制产品推荐**将**有利于提高成单率**。

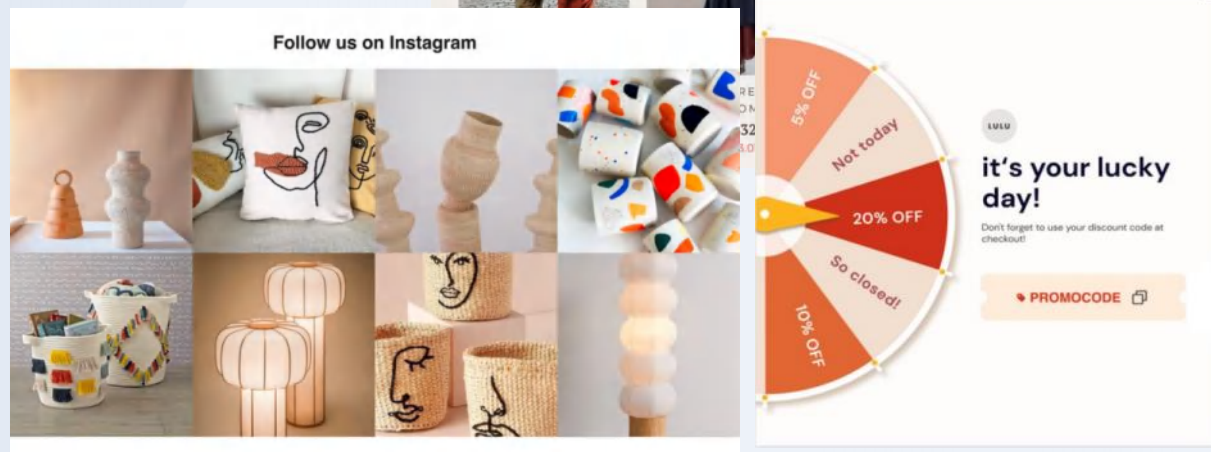
- ✓ 43% 按需印刷企业主决定为网络周推出早期促销活动
- ✓ 33% 的店主专门为网络周添加了新产品
- ✓ 使用社交媒体 (71%) 是开展网络周促销活动的首选方法

来源：Printful



Google Trends中 “customise” (定制)

节日落地页 (上)
Ins照片墙 (下左)
大转盘活动 (下右)



SHOPLINE建站商家会通过节日落地页、Ins照片墙、大转盘等几十种节日促销插件开启节日营销玩法

02

第一&二季度

(1-3月) (4-6月)

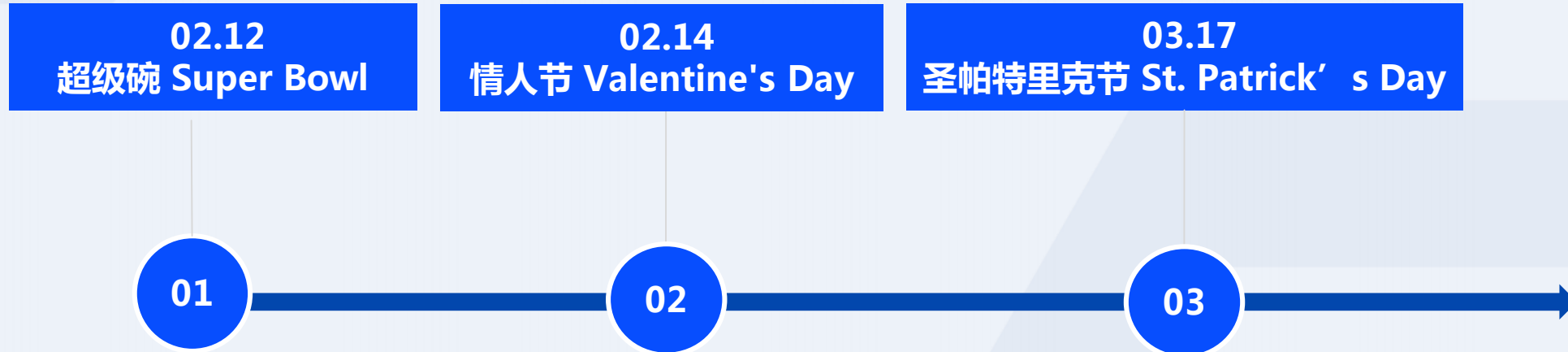
节日梳理



2023年上半年节日梳理

SHOPLINE

第一季度



第二季度



03

第一季度

(1-3月)

**家居&户外
品类定制策略**





02.12 - 超级碗 Super Bowl

1. 节日背景

超级碗 Super Bowl 是 NFL 美国职业橄榄球大联盟年度冠军赛，在美国等地备受关注。作为年度大型赛事与全美收视率最高电视节目，超级碗为商家在酒吧欢庆、居家聚会、现场观赛等消费场景提供爆单契机。

2. 市场趋势

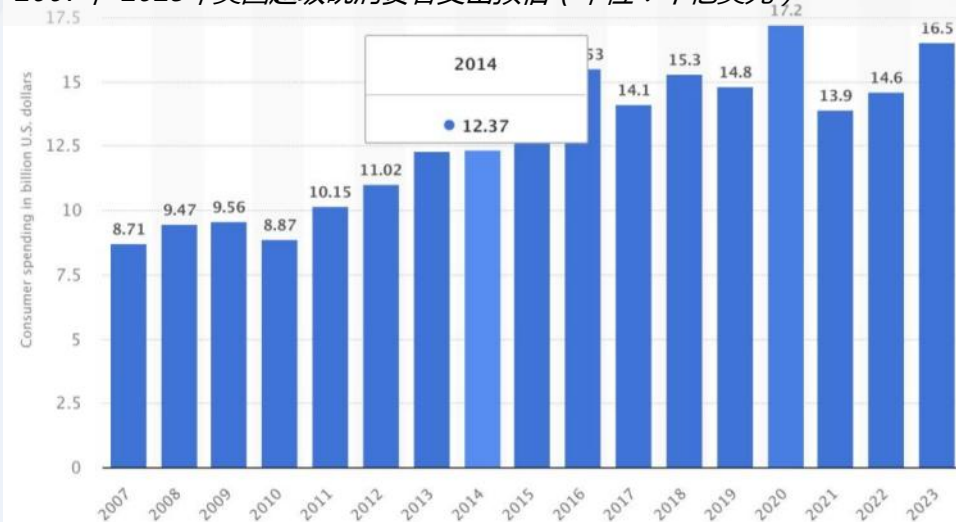
- 于家居户外类商家而言，超级碗期间有极大可能**提高成单率与客单价**：2022年美国与超级碗相关的消费支出约为146亿美元且支出逐年增高，能够打造观赛氛围的家居产品成为消费者主要支出项目之一。此外，超级碗所具有的竞技精神也会在极大程度上激发消费者户外运动欲望。
- 超级碗拥有57年历史、32支备受关注的球队与众多明星球员，商品定制商品能在超级碗期间满足超级碗粉丝差异化喜好与购物需求。



Estimated Super Bowl consumer spending in the United States from 2007 to 2023

(in billion U.S. dollars)

2007年-2023年美国超级碗消费者支出预估 (单位：十亿美元)





02.12 - 超级碗 Super Bowl

SHOPLINE

3. 营销场景

- Super Bowl现场观赛
- live streaming - 居家聚会
- live streaming - 酒吧欢庆
- 橄榄球主题户外活动

4. 主要目标人群

- 运动爱好者：各年龄段美式橄榄球球迷，各联赛球队球迷，其他热爱运动人士
- 团体消费者：家庭团体、朋友群体、同学群体
- 爱宠人士：关注橄榄球的宠物主人

5. 主要目标国家：美国

6. 选品指导

商品定制产品范围广泛 - 超级碗适合于全年龄段爱好者观看，现场赛事亦支持各年龄段儿童及青少年观看。

• 家居类推荐：

- 橄榄球主题沙发
- 抱枕、桌布
- 装饰彩旗、水杯
- 橄榄球摆件
- 毛巾浴巾
- 地毯、门庭装饰

• 户外类推荐：

- 主题户外背包
- 帐篷
- 橄榄球头盔等运动器材
- 多功能水杯
- 折叠椅

【注意事项】

1. 海外国家严厉打击侵权，NFL对Super Bowl及各球队的版权管控严格，球队logo、超级碗logo、其他相关图案等已被注册的内容不可未经授权应用，商家在进行商品定制时应充分调研，避免外观侵权；
2. 若无法获得logo等授权，您仍可通过**颜色定制、过往精彩瞬间、经典语录、球队口号、球员号码**等方式提供商品定制产品。





02.12 - 超级碗 Super Bowl

7. 创意定制

● 家居类

- Super Bowl主题巨幅地毯
自选服装款式、大小、颜色，按需定制球队名称、球员姓名、号码、球队口号等，可自定义上传图片。
- 橄榄球造型创意沙发
- 球队代表形象抱枕
- Super Bowl专属门庭挂饰
- 橄榄球造型水杯
- 酒吧专属场景布置套装
装饰彩旗、橄榄球形状酒杯、橄榄球摆件等

● 户外类

- NFL主题多功能水杯
- NFL / 球队专属户外帐篷 / 遮阳篷定制
- 橄榄球主题户外背包定制



现场观赛增强氛围感，
直播观赛增强参与感，
亦可留作纪念或团建
身份象征



02.14 - 情人节 Valentine's Day

1. 节日背景

情人节虽起源于基督教，但经过多年发展，已被全球消费者广泛接受，其受众范围涵盖各年龄段消费者，不止为情侣，也为夫妻，亦可为朋友、长辈。

2. 市场趋势

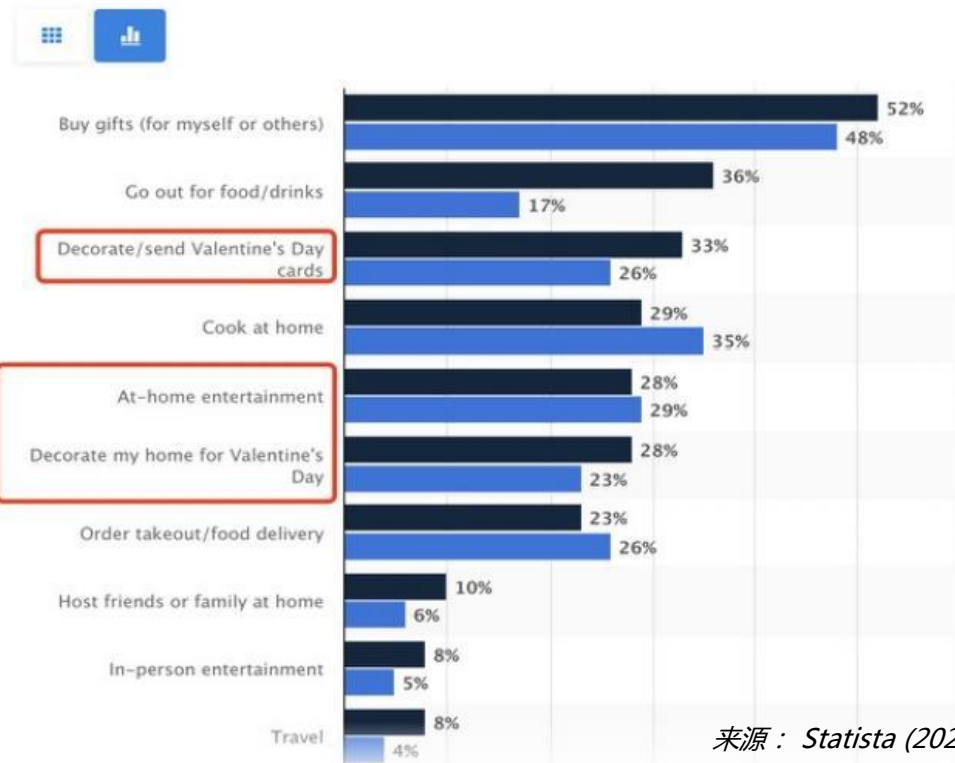
- **情人节，居家氛围布置不可或缺：**

赠送礼物是情人节标志性行为，据National Retail Federation，2020年情人节期间美国零售总额可达294亿美元，且需求量逐年增长。越来越多人愿意选择独一无二、有纪念意义的礼物，且会在节日期间居家娱乐或布置房间。消费者对于能够体现亲密关系并创造浪漫氛围的居家用品需求较大。

- **于户外类商家而言，情人节商品定制产品销量有望大幅增加：**

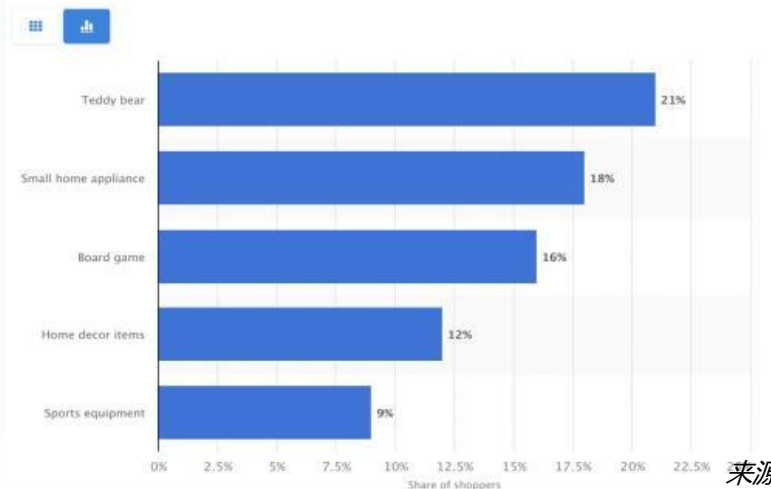
部分消费者会在情人节期间选择旅游或进行户外运动，考虑到消费者对于专属情侣身份的重视程度，能够体现关系的独特商品定制商品成交量将大幅增加。

Leading Valentine's Day celebration plans among consumers in 2021 and 2022, by method 2021年&2022年 消费者的情人节庆祝方式排行



来源：Statista (2022)

Types of gifts women in the United States would like to receive on Valentine's Day the least in 2021 2021年美国女性最不想在情人节收到的礼物类型是什么



来源：Statista (2021)



02.14 - 情人节 Valentine's Day

SHOPLINE

3. 营销场景

- 情侣 / 夫妻互赠礼物
- 家庭布置
- 暗恋、表白时赠送礼物
- 出行装备

4. 主要目标人群

- 各年龄段情侣
- 夫妻
- 运动健身爱好者

5. 选品指导

• 家居类推荐：

- 情人节主题抱枕 / 床上用品
- 马克杯 / 牙杯 / 毛巾浴巾
- 壁画 / 情侣摆件 / 灯具 / 主题装饰气球

• 户外类推荐：

- 情侣户外背包 / 多功能水杯 / 防身用具
- 帐篷
- 手电
- 飞盘 / 钓竿 / 登山杖

【注意事项】

1. 考虑到**宗教背景**，可关注除沙特阿拉伯、马来西亚、伊朗、印度、巴基斯坦外国家。
2. 考虑到**LGBTQ+文化**，商品定制应避免刻板的“男+女”分类，允许自定义性别。

【Tips】

1. 产品名称增加情人节/情侣等关键词，提高曝光率、点击率。
2. 搭配情人节主题店铺模版，提高店铺吸引力+留客能力。



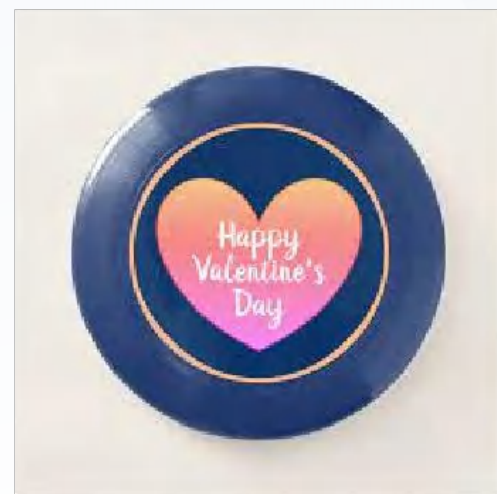
02.14 - 情人节 Valentine's Day

6.1 创意定制 - 家居类

- 情侣形象定制抱枕
- 文字类：姓名 / 字母或缩写 / 告白话语 / 浪漫情诗
- 图像类：情侣照片（可自动生成卡通形象）
- 异地专属：自定义图片拼接（如：所在地景色拼图）
- 情侣形象主题床上用品
- 情侣毛巾 / 浴巾
- 情侣马克杯 / 牙杯
- 地毯 / 毛毯 / 壁画 / 挂饰等

6.2 创意定制 - 户外类

- 情侣运动水杯 / 保温杯：可印花（温变），可激光刻字
- 情侣户外便当盒
- 定制飞盘 / 登山杖：可印花，可激光刻字





03.17 - 圣帕特里克节 St. Patrick's Day

1. 节日背景

圣帕特里克节 (St. Patrick's Day) 在每年的3月17日，起源于爱尔兰，是为纪念传教士St. Patrick's (爱尔兰主教) 的宗教类节日。随着节日的普及，参与者逐渐扩宽至非基督教徒，如多数渴望自由的青年消费者。

绿色是该节日代表色，节日当天，人们会身着绿色参加游行或聚会，而绿矮人(Leprechaun)、三叶草(Shamrock)和圣帕特里克十字架等则是该节日的重要象征。

2. 市场趋势

节日期间，消费者对于节日主题商品定制家居产品的需求将大幅增加：以美国市场为例，超过50%人口会庆祝该节日且人均消费逐年增高，近30%消费者会购买家居装饰品以便为生活空间创造充满活力与幸运的氛围。不论是居家、庭院布置，还是野餐、远足活动，消费者对于定制节日家居及户外产品都会有较高的需求。



St. Patrick's Day Consumer Spending and Celebration Plans





03.17 - 圣帕特里克节 St. Patrick' s Day

SHOPLINE

3. 营销场景

- 室内外布置
- 家庭聚会
- 野餐 / 远足类活动
- 酒吧活动

4. 主要目标人群

- 千禧一代
- 家庭消费者
- 爱尔兰籍基督教徒
- 运动爱好者
- 计划参加游行的个人或团体
- 酒吧、餐厅等经营商

5. 主要目标地区

- 爱尔兰共和国及北爱尔兰、英国、加拿大、美国、阿根廷、澳大利亚、新西兰、瑞士、俄罗斯等

6. 选品指导

• 家居类推荐：

- 绿色或节日主题门廊横幅 / 旗帜 / 地毯 / 庭院摆件
- 四叶草主题壁画 / 桌布 / 毛毯 / 贴纸
- 床上用品 / 沙发套 / 抱枕

• 户外类推荐：

- 帐篷
- 野餐篮 / 野餐垫 / 保温饭盒

【注意事项】

考虑到宗教背景与民族背景，商家可设置部分敏感词（如：不文明用语等），并在获取订单后审核商品定制内容是否恰当合理，避免追责。



03.17 - 圣帕特里克节 St. Patrick's Day

7.1 创意定制 - 家居类

- 绿色三叶苜蓿主题门庭装饰
- 自选绿色，自选文字，三叶草印花
- 节日主题旗帜
- 室内外旗帜，尺寸、数量、印花文字等自选
- 节日主题桌布 / 抱枕 / 地毯 / 花环
- 精灵 / 四叶草主题床上用品
- 定制啤酒杯
- 四叶草主题毛巾 / 浴巾 / 餐巾
- 好孕主题毛毯 / 婴儿毯
- 针对孕期夫妇、备孕家庭、新生儿家庭，定制节日祝福或baby相关内容。

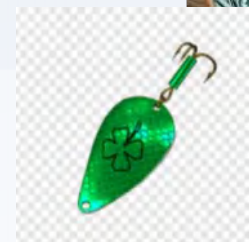




03.17 - 圣帕特里克节 St. Patrick's Day

7.2 创意定制 - 户外类

- 主题野餐套装
- 野餐篮 / 野餐布 / 地垫等
- 三叶草户外运动水杯 / 背包
- 定制帐篷
- 三叶草 / 精灵鱼钩



04

第二季度

(4-6月)

**家居户外
品类节日玩法**





04.09 - 复活节 Easter

1. 节日背景

复活节是基督教重要节日之一，被认为象征着永生与赦罪。随着时代发展及假期政策修改，复活节已成为欧美国家重要重要营销节点。

2. 市场趋势

- 复活节期间，消费者购买力将大幅度增加：75%英国人欢庆复活节，支出预计将达到 8.92 亿英镑。同时，美国复活节的消费金额也在近十年来呈现上升趋势，2022年达到了208亿美元的市场规模。
- 消费者对于有复活节象征的产品有极高需求：**复活节彩蛋和复活节兔**是消费者重点关注的节日象征。复活节兔作为春天复苏的象征与新生命诞生的象征；彩蛋象征新生命，同时是表达友谊、关爱和祝愿的方式。
- 商家可关注于家庭、亲子场景商品定制：节日期间多数家庭会带领儿童进行寻找彩蛋等复活节互动活动，也会在此场景下对定制商品有较高需求。



2009-2022 National Retail Federation 复活节消费情况数据



Download data

来源: National Retail Federation (2022)

Source: NRF's Annual 2022 Easter Spending Survey, conducted by Prosper Insights & Analytics

*The 2020 survey was fielded just before the COVID-19 pandemic

NRF National Retail Federation



04.09 - 复活节 Easter

SHOPLINE

3. 营销场景

- 家庭游戏/聚会
- 家庭旅行
- 日常居家布置

4. 主要目标人群

- 有小孩的家庭消费者
- 母婴用品消费者
- 养兔人士
- 备孕夫妻

5. 主要目标地区

- 美国、加拿大、英国、法国、德国等欧美主要国家，以及巴西、阿根廷、智利等南美洲国家。

6. 选品指导

- 家居类推荐：
 - 彩蛋或复活兔主题园艺装饰物；马克杯；毛巾/浴巾；复活节造型厨具
- 户外类推荐：
 - 复活兔或彩蛋主题帐篷、野餐垫、户外活动套装

【注意事项】

复活节营销可主要针对**欧美地区国家**，多数中东和亚洲地区国家无庆祝复活节习惯，进行有针对性的营销将有利于提高成单率并降低成本损耗。



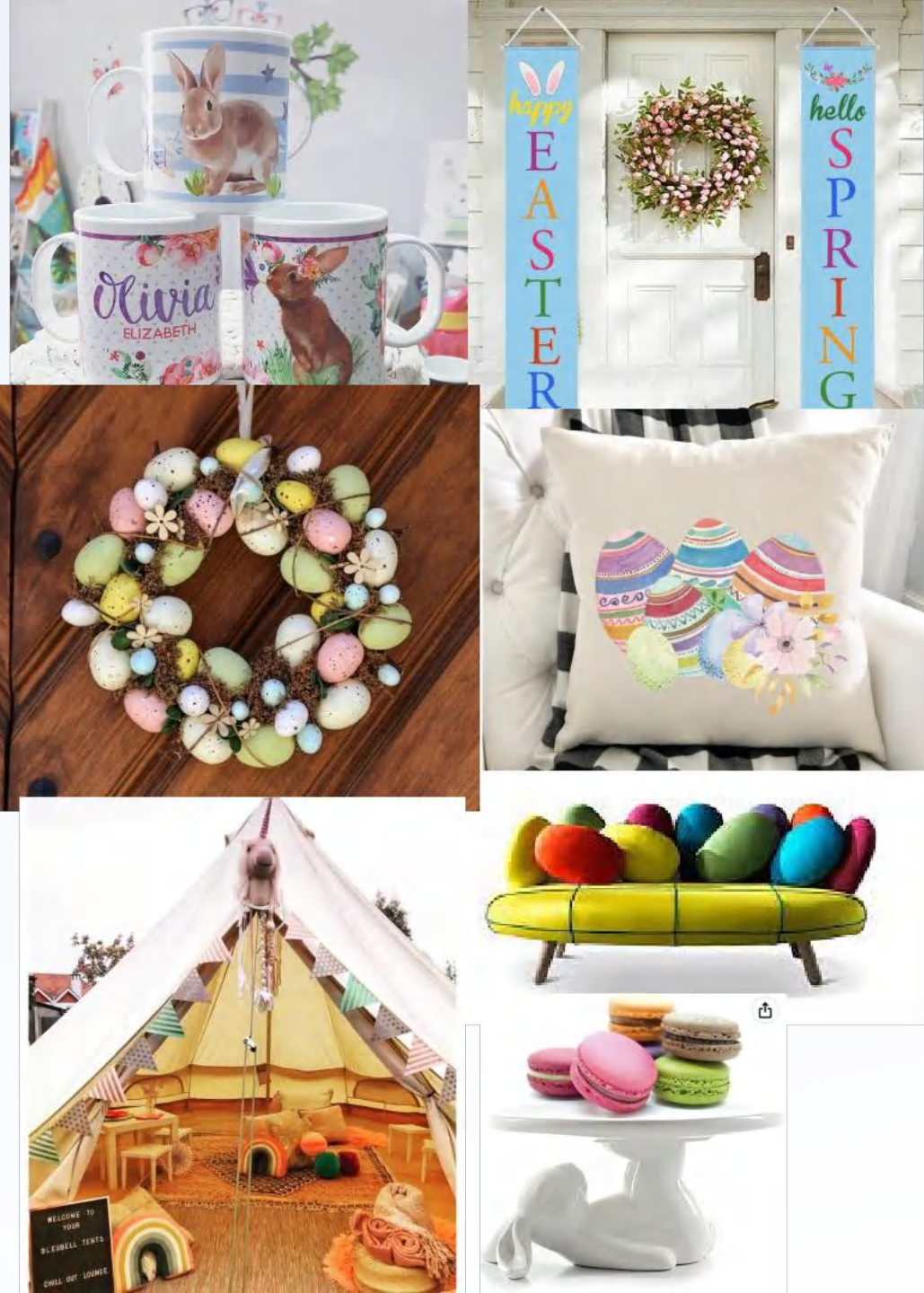
04.09 - 复活节 Easter

7.1 创意定制 - 家居类

- 复活节主题园艺装饰物
- 彩蛋花环 / 门庭装饰 / 彩旗 / 地毯 / 装饰兔子窝
- 色彩鲜艳+彩蛋复活兔百合花等标志物；可定制尺寸、印花、刻字等
- 复活节兔家庭马克杯
- 彩蛋 / 复活兔造型抱枕
- 复活兔婴儿毯 / 毛巾 / 浴巾
- 给予新生孩童 / 幼童 / 少年祝福话语
- 创意复活节兔造型厨具
- 甜品托盘 / 碟子 / 碗 / 勺子

7.2 创意定制 - 户外类

- 彩旗 / 彩蛋定制帐篷
- 彩蛋 / 复活节兔印花野餐垫
- 彩蛋户外活动套装（含可拆分彩蛋、彩旗、标志物等）





05.14 - 母亲节 Mother's Day

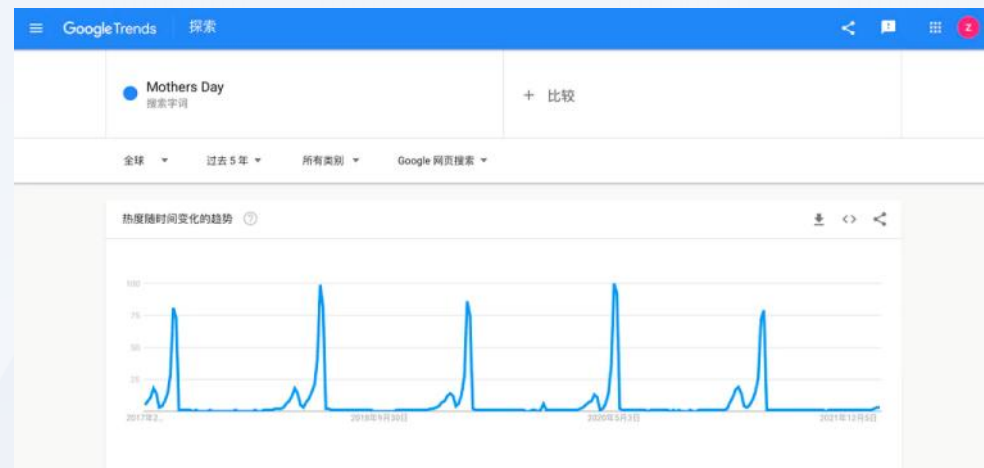
1. 节日背景

母亲节有悠久历史与庞大市场需求。

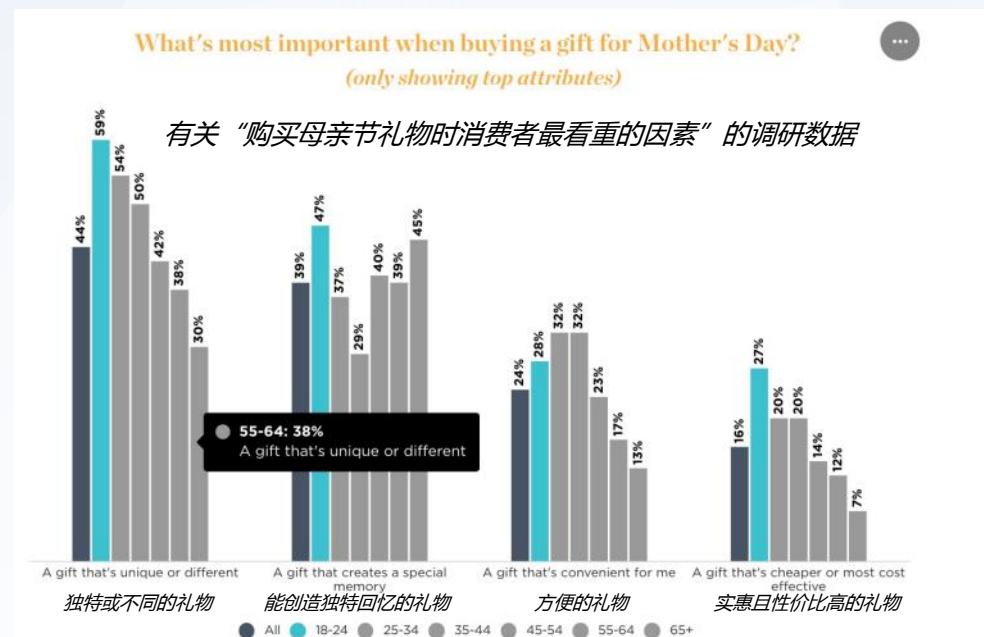
作为历史悠久的节日，多数消费者会在为母亲献上祝福并赠送礼物以表达感激之情。作为具有普世价值的全球性节日，母亲节对于零售商家而言具有巨大市场潜力。

2. 市场趋势

- 以美国为例，超80%消费者会庆祝母亲节来临，且市场整体消费支出预计达到281亿美元。
- 超50%消费者希望赠送独一无二或有纪念意义的礼物。家居类产品成为节日期间消费者关注重点，商家可通过定制母亲节氛围感产品提高消费者满意度并提高成单率。
- Google trend显示3月份起消费者关于母亲节的搜索便会不断攀升，为更好获客并抢占市场，商家应提早做好准备进行商品定制相关宣传。



Google Trends中“Mother Day” (母亲节)关键词搜索量



来源: National Retail Federation



05.14 - 母亲节 Mother's Day

SHOPLINE

3. 营销场景

- 礼物赠送
- 家庭布置/纪念party
- 家庭旅游

4. 主要目标人群

- 家庭消费者
- 计划赠送给母亲 / 祖母 / 女儿 / 妻子 / 姐妹/好友等
- 涵盖LGBTQ+群体
- 女权主义者

5. 选品指导

• 家居类推荐：

- 母亲节定制抱枕 / 毛毯
- 定制工艺品（壁画 / 花瓶 / 创意摆件）
- 帆布包 / 购物篮 / 购物车
- 马克杯 / 餐具
- 仿真花 / 问候贺卡
-

• 户外类推荐：

- 定制便携式椅子 / 冲浪板 / 露营野餐套
- 专属雨伞 / 雨衣

【注意事项】

不同国家母亲节日期不同，如英国母亲节在3月19日，商家可针对不同地区母亲节日期制定有针对性的营销计划。

商品定制素材相对多样化，避免对母亲形象的刻板印象。（如：长发、围裙等）



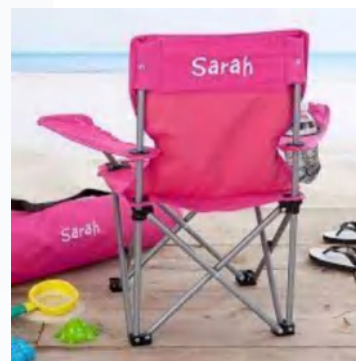
05.14 - 母亲节 Mother's Day

6.1 创意定制 - 家居类

- 个人信息定制马克杯/ 平底杯
- 姓名 / 年份 / 特点 / 图片 / 温控变色
- 职业主题 / 个人形象抱枕
- 母亲节话语定制花瓶 (可附送康乃馨等插画配件)
- 图片定制毛毯
- 像素肖像画 (壁画)
- Women's Power 主题门庭装饰 / 旗帜

6.2 创意定制 - 户外类

- 母亲节主题雨伞 / 雨衣 / 雨披
- 职业/兴趣爱好相关户外运动产品定制
- 可刻字/印花便携式折叠椅
- 姓名刻字冲浪板 / 登山杖 / 运动水杯 / 瑜伽垫等





06.18 - 父亲节 Father's Day

1. 节日背景&市场趋势

- 市场需求逐年增长，受众群体扩张迅速

父亲节越来越被人们重视且消费在全球范围内呈上涨趋势。在北美市场，父亲节受众约77%且拥有逐年攀升的零售总额，消费者预计支出可达200亿美元。

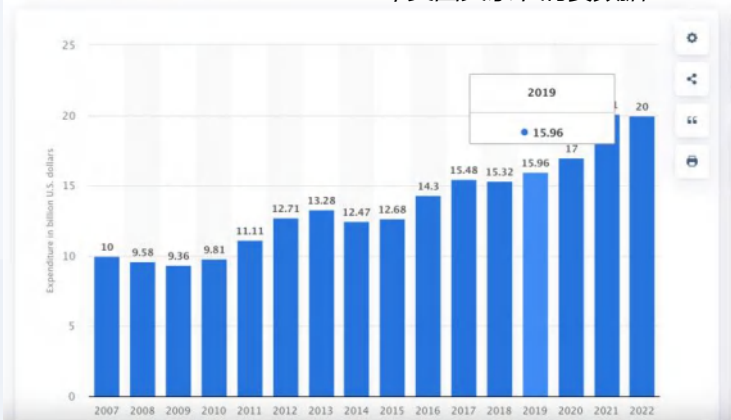
- 户外产品商品定制需求量大，独特产品热度高

近半数消费者对独一无二、能够提供独特回忆的定制类产品有极高倾向，考虑到目标地区男性消费者户外运动习惯，定制户外产品将成为备受欢迎的父亲节礼物。

同时，对于父亲情感需求的关注逐年增长，这为家居类卖家提供了广阔的市场前景。

Father's Day spending in the United States from 2007 to 2022

(in billion U.S. dollars) 2007-2022年美国父亲节消费数据



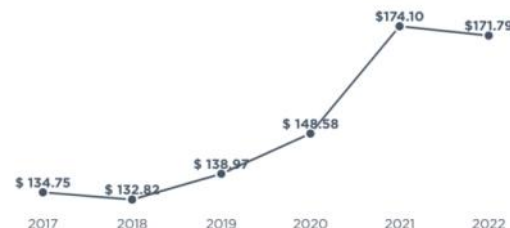
2017-2022年父亲节人均消费情况

Celebration plans and gift purchasing

Per-person spending (2017-2022)

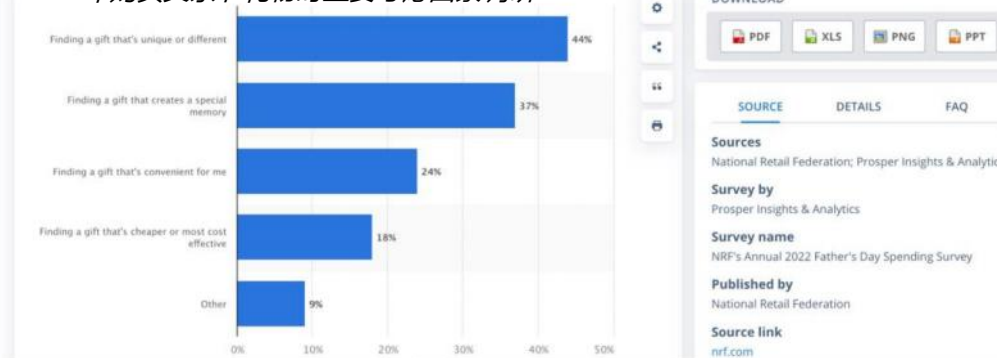
76% plan to celebrate Father's Day this year

76%计划庆祝父亲节



Leading considerations when buying Father's Day gifts in the United States in 2022

2022年购买父亲节礼物时主要考虑因素调研



来源：Statista (2022), National Retail Federation (2022)



06.18 - 父亲节 Father's Day

SHOPLINE

2. 营销场景

- 礼物赠送
- Party布置
- 随身纪念
- 全家出游

3. 主要目标人群

- 家庭消费者
计划赠送给父亲 / 祖父 / 兄弟 / 儿子 / 丈夫等
- 可涵盖LGBTQ+群体

4. 选品指导

- 家居类推荐：

- 形象定制抱枕
- 父亲节专属围裙 / 烟灰缸 / 鼠标垫 / 杯子
- 定制摆件（如肖像铁艺装饰品 / 壁画 / 相册摆台等）
- 门庭装饰（如挂旗 / 花园立牌等）
-

- 户外类推荐：

- 定制便携式椅子 / 露营套装 / 登山包 / 登山杖 / 冲浪板 / 遮阳伞 / 雨衣



06.18 - 父亲节 Father's Day

5.1 创意定制 - 家居类

- 父亲节个性化啤酒杯 / 马克杯
- 定制文字，如个人信息 / 职业特征 / 兴趣爱好等
- 定制图片，如合照 / 个人卡通画等
- 异形图片拼接壁画
- 定制围裙、抱枕等
- 游戏相关鼠标垫
- 感激主题门庭装饰



A Side



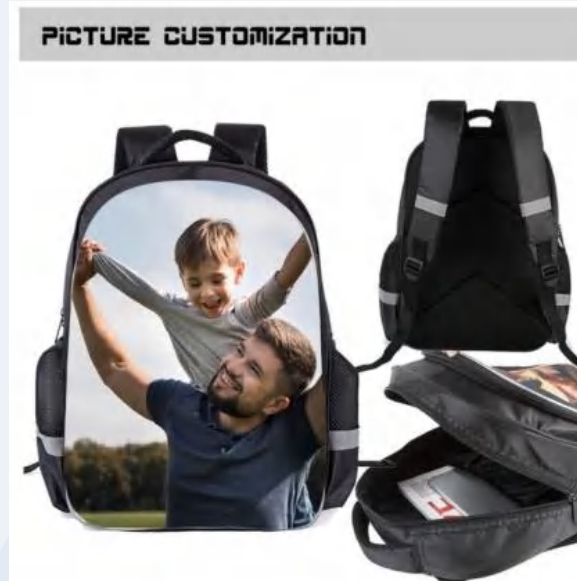
PERSONALIZED FATHER'S DAY GIFT FOR DAD



06.18 - 父亲节 Father' s Day

5.2 创意定制 - 户外类

- Father' s Day印花户外背包
- 多主题：如成长 / 朋友 / 伟大 / 最佳 / 游戏搭档 / 运动 / 无所不能
- 图片定制沙滩浴巾
- 职业主题 / 个人形象户外运动装饰品
- 军人 / 医生 / 消防员 / 金融等
- 络腮胡 / 军人 / 啤酒 / 音乐等
- 刻字钓鱼竿 / 登山杖 / 运动器械
- LGBTQ+元素定制户外装备（彩虹配色）





6月 - LGBTQ+ Pride Month

1. 节日背景

多数欧美国家会将6月作为同志骄傲月且设有大型骄傲游行。

2. 市场趋势

- LGBTQ+群体具有极强的购买力

LGBTQ群体占全球总人口比例持续攀登中，2021年数据现实约占全球人口的2%，其支持者在欧美国家或可占据约80%，此外，全美LGBTQ人群购买力已超过9170亿美元，且逐年增长中。

- 骄傲月期间消费者对于彩虹主题商品定制家居装饰需求将大幅提高

Pride月期间，尤其是骄傲游行期间，LGBTQ+群体、该群体的支持者、平权主义人士及多数商店都会对室内外进行彩虹主题装扮，这为家居类商家提供了极大的市场需求。彩虹主题的商品定制户外产品也因为能够代表身份与立场备受欢迎。

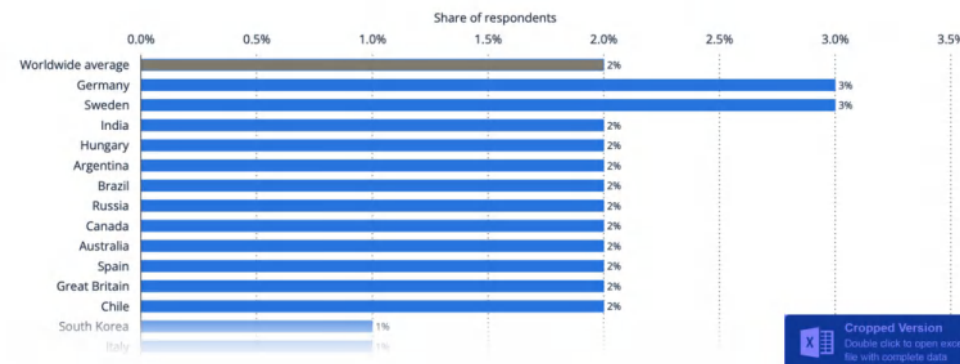
- 强调彩虹、爱心、平等

彩虹、爱心等图案颜色以及Pride、Peace & Love等文字都是商品定制常见要素。商品定制内容亦可强调平等、善良、包容、爱等。

2021年自我认同为跨性别、流动性别、无性别或其他性别的人群比例
(按国家划分)

Share of people identifying as transgender, gender fluid, non-binary, or other ways worldwide as of 2021, by country

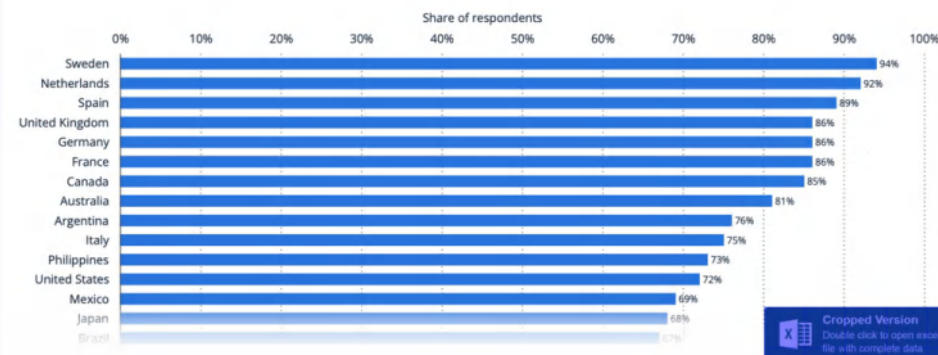
Gender identity worldwide 2021, by country



2019年同性恋支持者人群比例 (按国家划分)

People stating that homosexuality should be accepted by society in 2019, by country

Acceptance of homosexuality 2019, by country



来源：Statista



6月 - LGBTQ+ Pride Month

SHOPLINE

3. 营销场景

- 骄傲游行 (Gay Pride) 两侧街道布景
- 商店装饰、居家室内外装饰
- 户外集体活动或聚会
-

4. 主要目标人群

- LGBTQ+群体
- LGBTQ+群体支持者
- 平权主义人士
- 各类实体商家

5. 主要目标地区

美国、加拿大、英国、法国、德国、荷兰、瑞士、丹麦、瑞典、挪威、冰岛、澳大利亚等选品指导

6. 选品指导

- 家居类推荐：
 - 彩虹门庭装饰、旗帜、园艺摆件
 - 地毯、抱枕、床品、杯具、餐具
- 户外类推荐：
 - 彩虹主题遮阳篷、帐篷、腰包、运动水杯

【注意事项】

考虑到节日特殊性，应尽量避免儿童服饰定制（针对于儿童的Pride营销曾被联合抵制）。

可针对欧美地区进行营销，应避免埃及、伊朗、新加坡、沙特阿拉伯等将法律禁止同性恋且具有处罚的国家地区。



6月 - LGBTQ+ Pride Month

7.1 创意定制 - 家居类

- 彩虹+Pride沙发套装 / 地毯 / 桌布
- 彩虹人像定制床品：上传图像，自动抠图并生成彩虹图像
- Pride主题庭院旗帜 / 装饰旗帜
- 彩虹+性向定制庭院装饰套装
- 自选性向，如同性恋者（Lesbian）、男同性恋者（Gay）、双性恋者（Bisexual）、跨性别者（Transgender），以及酷儿（Queer）
- 酒吧专属Pride装饰彩球 / 气球 / 条幅等





6月 - LGBTQ+ Pride Month

7.2 创意定制 - 户外类

- 彩虹定制帐篷 / 遮阳篷 (文字、图片、底色自选)
- 彩虹 / 心 / 性向定制护腕 / 护膝 / 护踝 / 头巾
- Pride户外背包
- 彩虹主题野餐垫 / 便携包
- 彩虹主题团体自行车 / 钓鱼竿 / 飞盘





行业 | 观点 | 趋势 | 案例 | 活动 | 资本

扫码加入家居行业社群

- ① 每日免费获取行业一手报告
- ② 与30000+家居行业操盘手深度交流/合作
- ③ 大咖线上分享
- ④ 家居行业头部企业资源地
- ⑤ 不定期行业洞察,掌握行业发展趋势



关注公众号【家页】与10W+家居人见证行业变化