

千禧一代： 按订单生产的推动者



出生于 **1980-2000** 年
全球 **20 亿**人口¹
第一代**数字原生代**
只有 **6.5%** 的品牌忠诚度²
寻求**个人风格**
追求**即时结果**
全球千禧一代总消费支出
2.5 万亿美元³

他们对家具有何期望？

千禧一代重视原真性、自我表现和个性。
他们不愿意长时间等待新家具，也不愿意降低其质量标准。



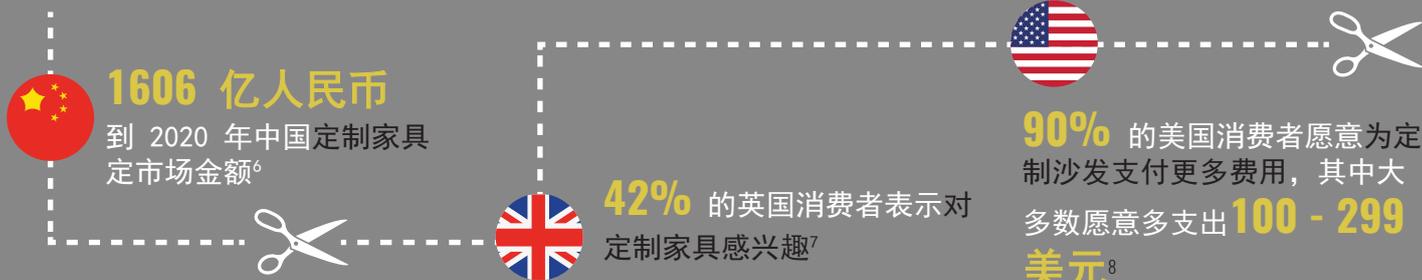
的 **25-34** 岁人群希望家具反映其个性，而一般人群只有 27%⁴



大约 **50%** 的千禧一代网购者期望的交付时间是 **1-2 周**内⁵

定制正在普及

在千禧一代的推动下，大批量定制正从早期尝鲜者范围走向主流市场。



¹A.T.Kearney ²Capital Ideas ³Forbes ⁴Women's Marketing ⁵Fung Global Retail & Tech ⁶HKTDC Research ⁷Deloitte ⁸Furniture Today

关于力克
力克是专为使用纺织品、皮革、技术纺织品以及复合材料进行产品生产的行业提供整合技术解决方案（软件、自动裁剪设备和相关服务）的全球领导者。其服务涵盖全球各大市场：时尚和服装、汽车和家具以及各种其他行业。力克为各个市场打造特定的解决方案，帮助客户自动处理并优化产品设计、开发和制造流程。力克拥有 1,600 多名员工，已经与全球 100 多个国家的知名客户建立起特许合作关系，致力于帮助客户实现卓越运营。力克还是泛欧交易所的上市公司。



力克官方微信

LECTRA®