



2018年中国互联网家装行业分析报告

2018年7月

本报告为Trustdata制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。
任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。




研究综述

- 研究对象： 中国移动互联网网民
- 数据来源： 基于Trustdata自建的日活跃用户超过7000万（月活跃用户超过2亿）的样本集
- 采集方法： 只在亮屏情况下进行数据采集，确保数据的真实性和有效性。采集频次方面，不带支付功能的APP为每次10秒，带有支付功能的APP为每次1秒
- 统计周期： 2018年1月至2018年4月

指标说明：

- DAU——日活跃用户量
- MAU——月活跃用户量
- 月度覆盖率——应用的月活跃用户量占移动互联网用户总数的比例
- 使用时长占比——月度应用使用时长占全网移动应用使用时长的比例
- 月度留存率——新增用户在接下来的一个月重复使用过1天及以上的概率
- 月新增——每月新增用户数

名词定义及报告说明

-  名词定义：互联网家装是指家装产业借助互联网的思维和方式，以用户需求为基础，互联网家装平台为纽带，装修产业链资源得到深度整合高效利用。
-  本报告品牌部分仅研究垂直互联网家装平台，不包含家装电商平台、家装信息平台及传统家装企业。
-  本报告中用户研究部分如无特殊标注，为全网用户，含PC端用户数据。

机会与挑战并存，中国互联网家装进入洗牌阶段

▶ 进入期（2009-2014年）

- 行业野蛮生长
- 资源加速聚集
- 玩家狂热进入

▶ 洗牌期（2015-现今）

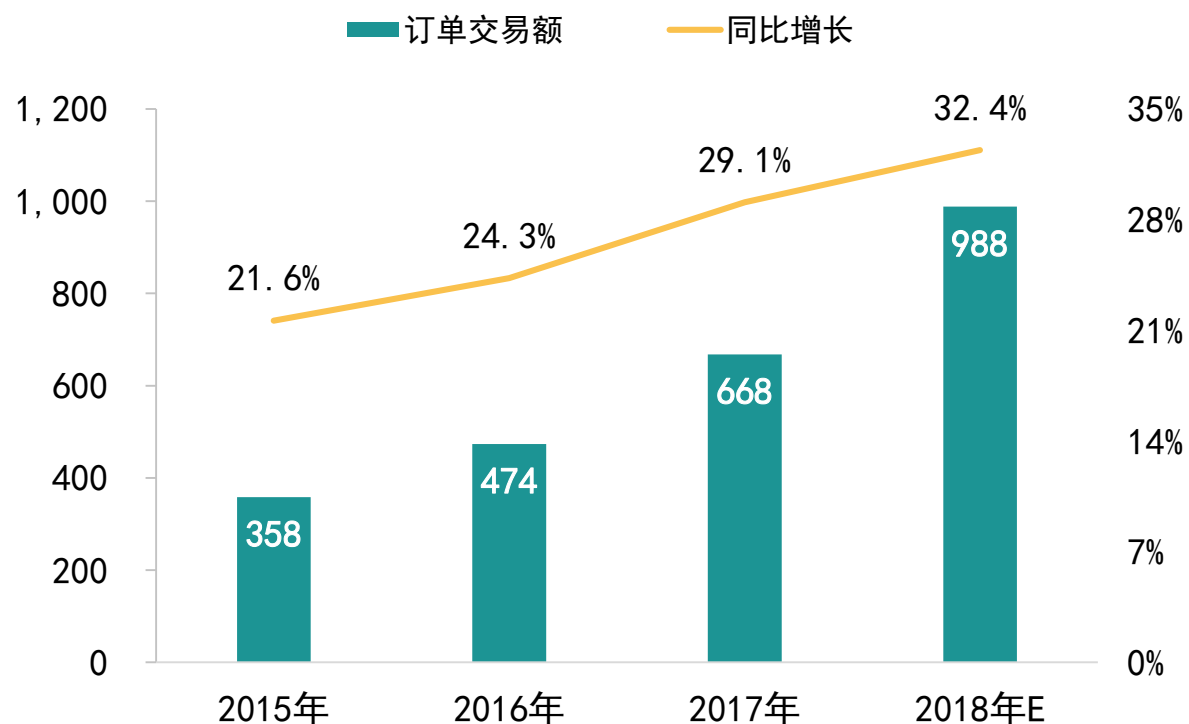
- 行业规范发展
- 资源品质升级
- 赢弱玩家出局

▶ 成熟期（未来）

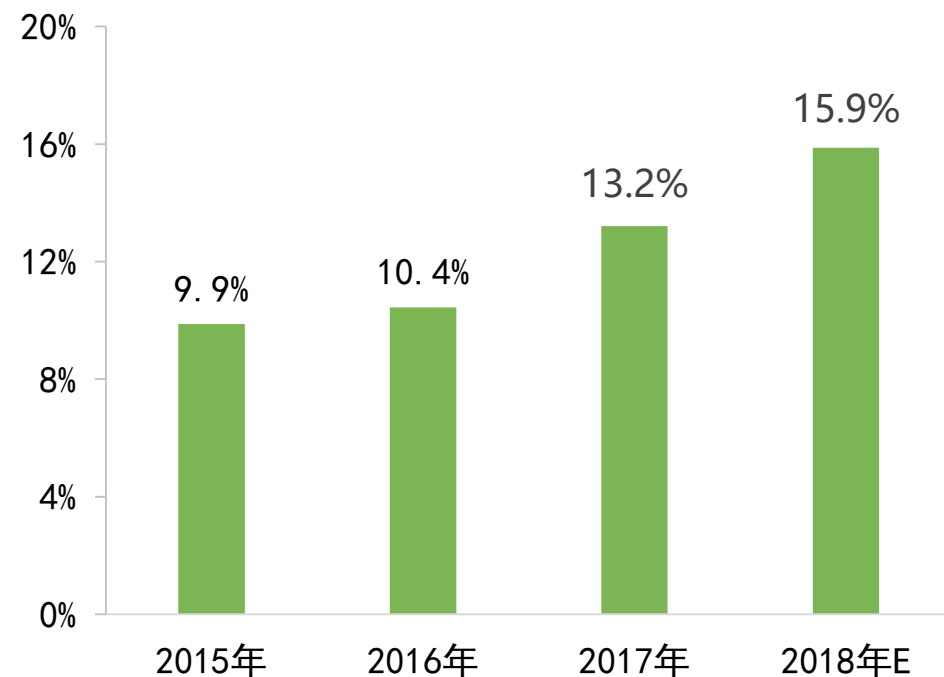
- 行业模式成熟
- 资源高效联动
- 强势品牌主导

预计2018年中国互联网家装交易额近千亿规模，保持较高增速 行业渗透率仅为16%，未来仍有较大成长空间

2015-2018年中国互联网家装行业交易额走势（亿元）

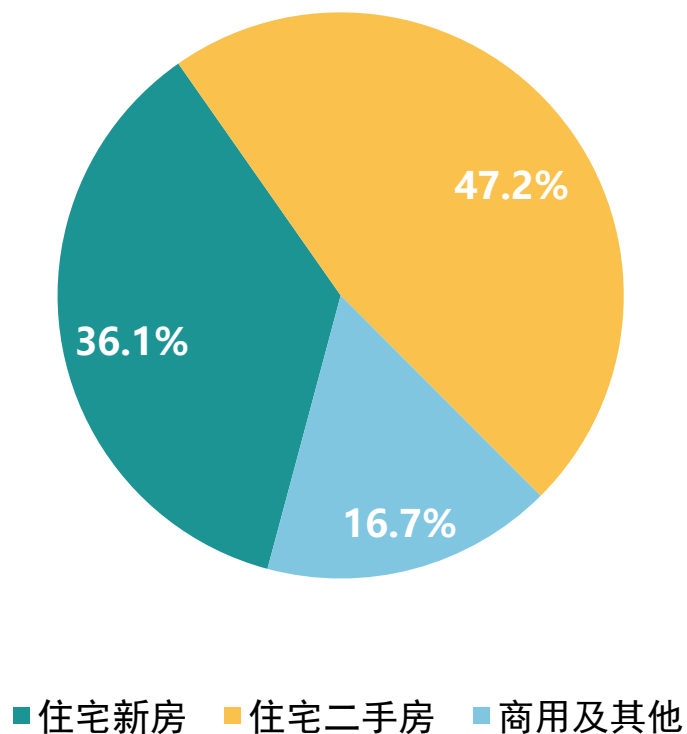


2015-2018年中国互联网家装行业渗透率

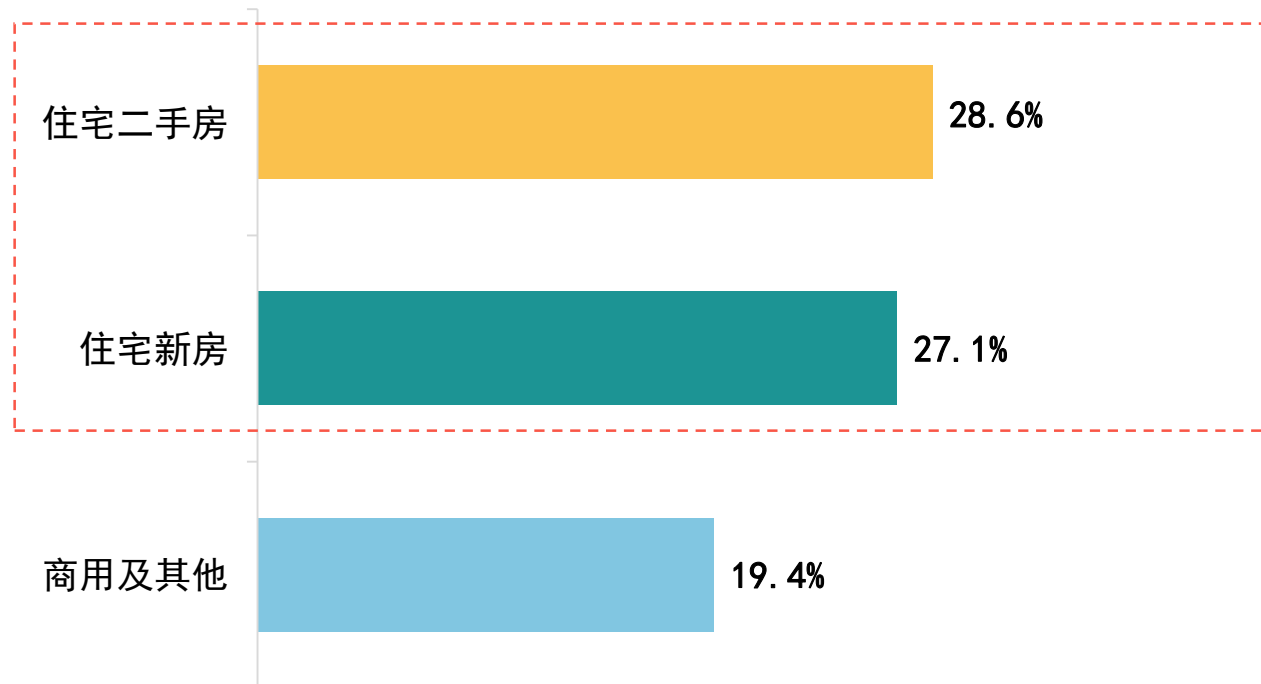


2018年住宅二手房互联网装修需求强劲 住宅新房及二手房成交订单转化率表现亮眼

2018年中国互联网家装需求构成



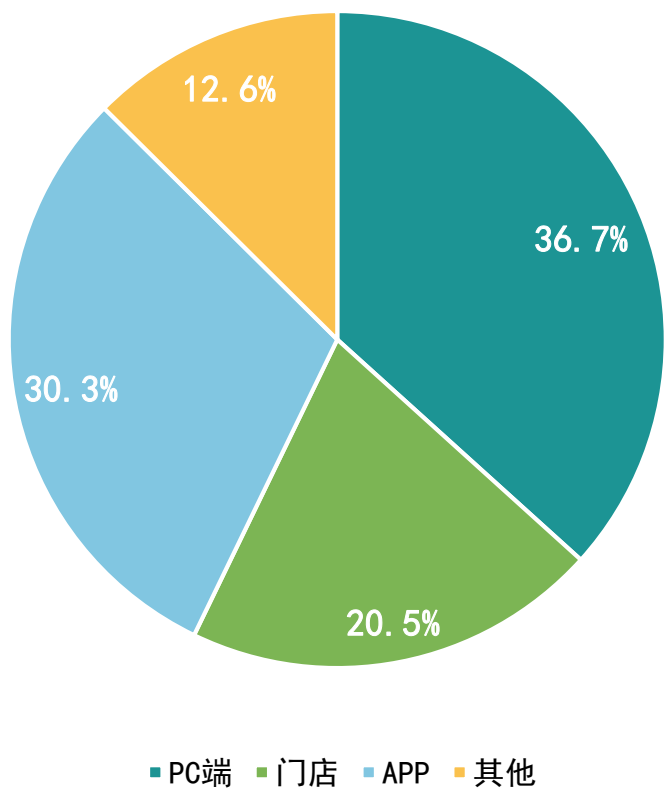
2018年中国互联网家装成交订单转化率



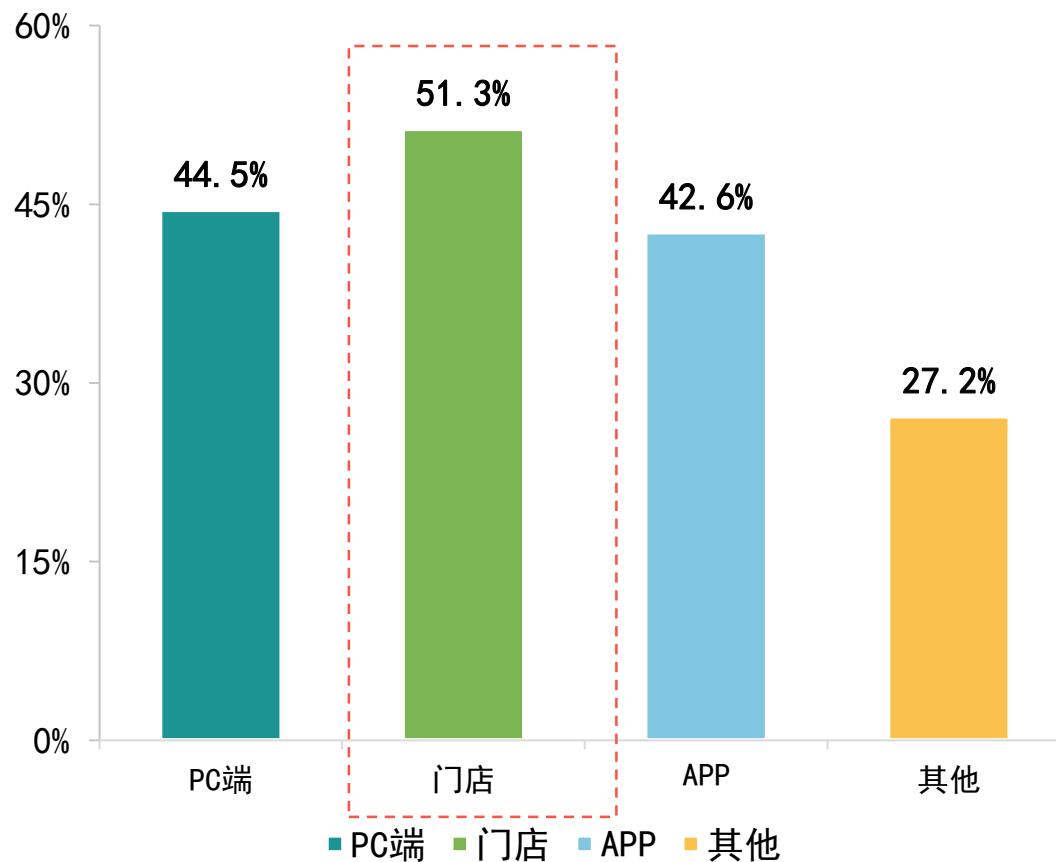
互联网家装流量入口多元，PC及门店入口占比超50%

门店成为订单成交转化率最高场景

2018年中国互联网家装流量分布占比

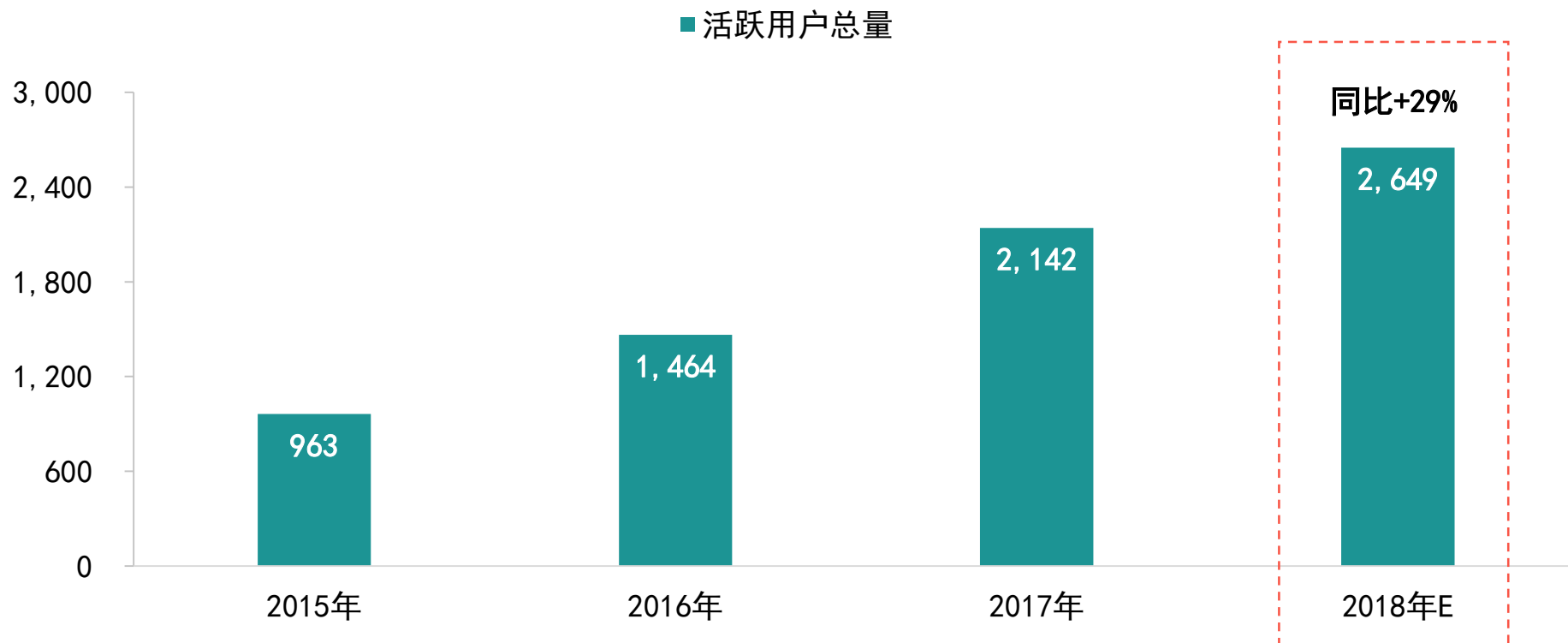


2018年中国互联网家装成交订单转化率



2018年中国互联网家装活跃用户将接近3千万 同比增长29%

2015-2018年中国互联网家装行业活跃用户总量趋势（万）

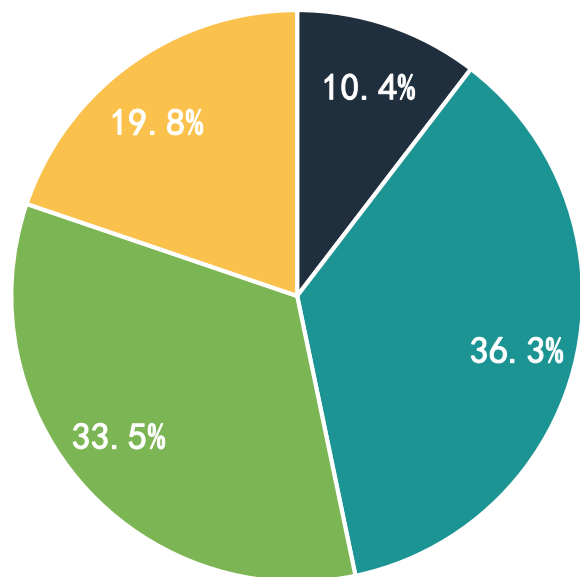


- 活跃用户数据统计含已成交及有装修需求多次访问待转化用户，包括PC端、APP全网用户

中国互联网家装用户近7成集中于25-35岁之间

25岁以下人群占比10%，提升潜力较大

2018年互联网家装用户年龄结构



■ 19-24岁 ■ 25-30岁 ■ 31-35岁 ■ 35岁以上



56%

互联网家装用户中56%为已婚用户



63%

已婚用户中，女性用户扮演更重要角色，63%的装修风格、预算由女性用户决定。

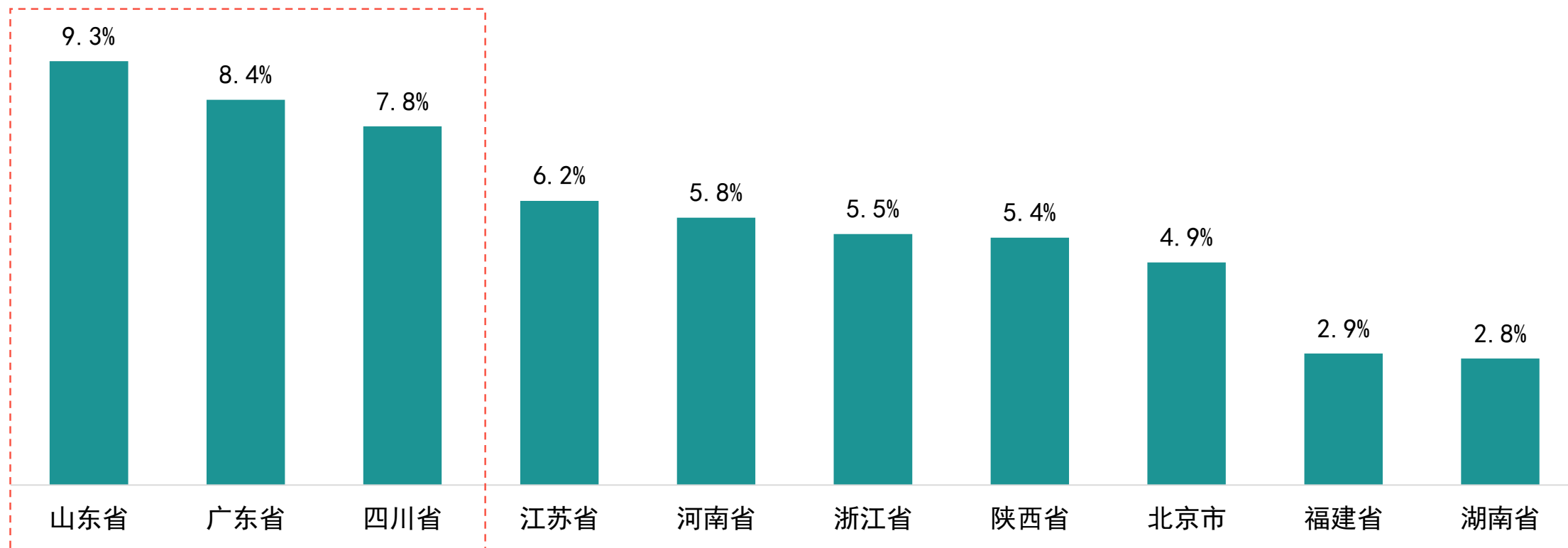


10%

25岁以下用户占比首次超过10%，其中大部分为未婚，90后未婚有房比例高于80后。

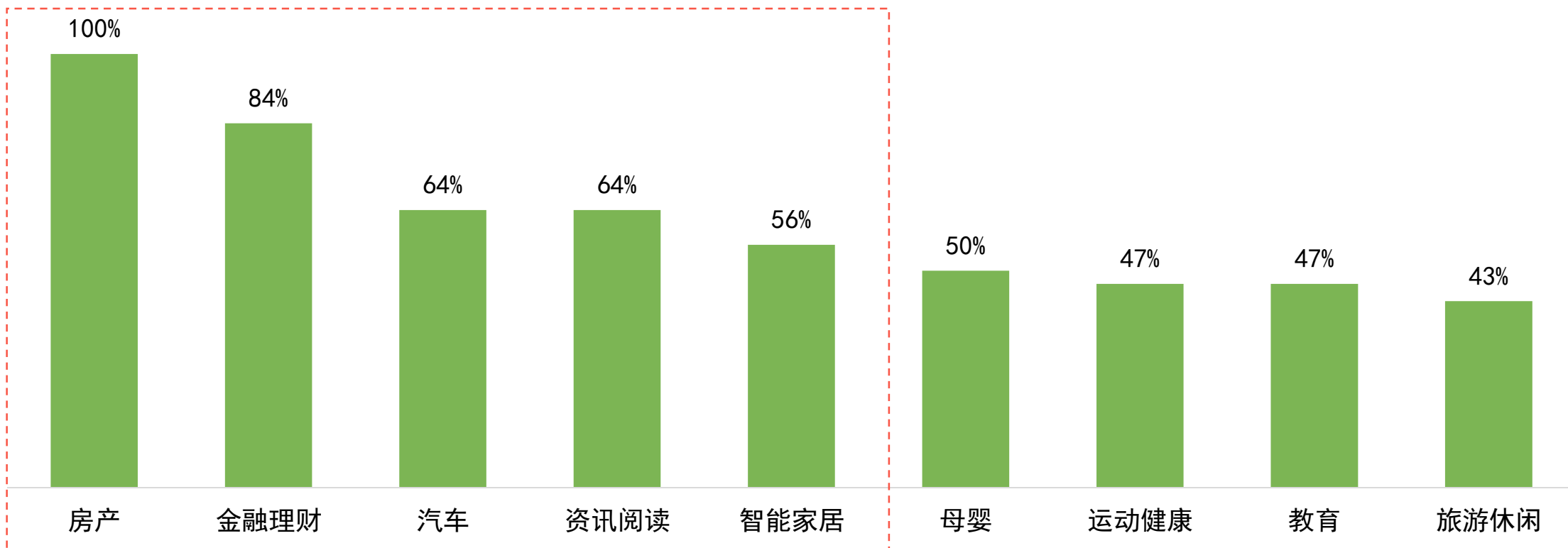
山东、广东及四川为互联网家装用户占比前三省份 江苏及河南分列其后

2018年中国互联网家装用户TOP10省份



互联网家装用户处在人生品质升级阶段 为高端互联网用户人群

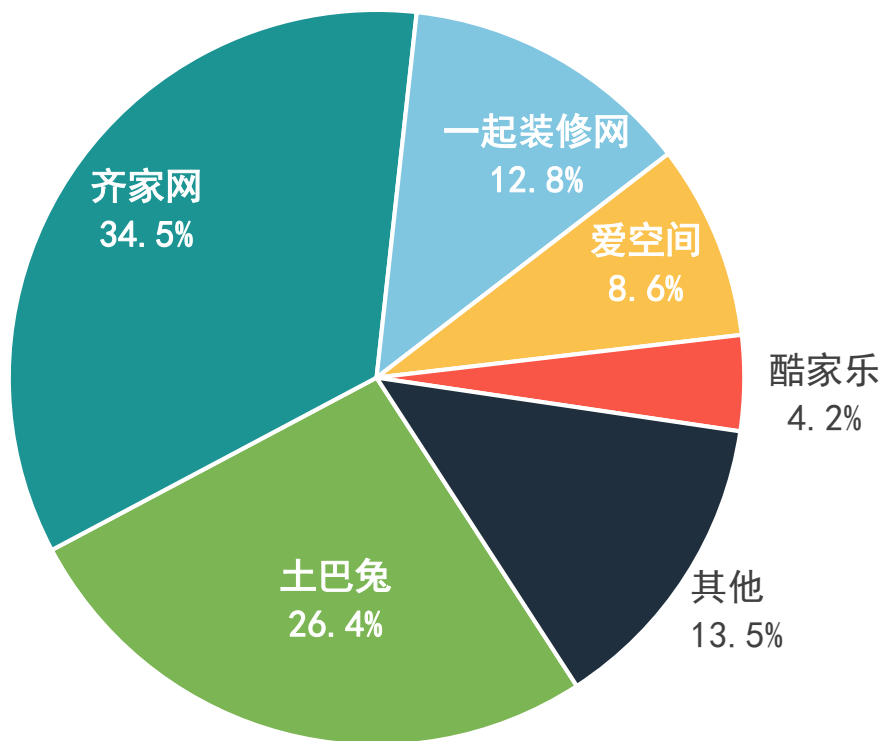
2018年中国互联网家装用户领域关联度



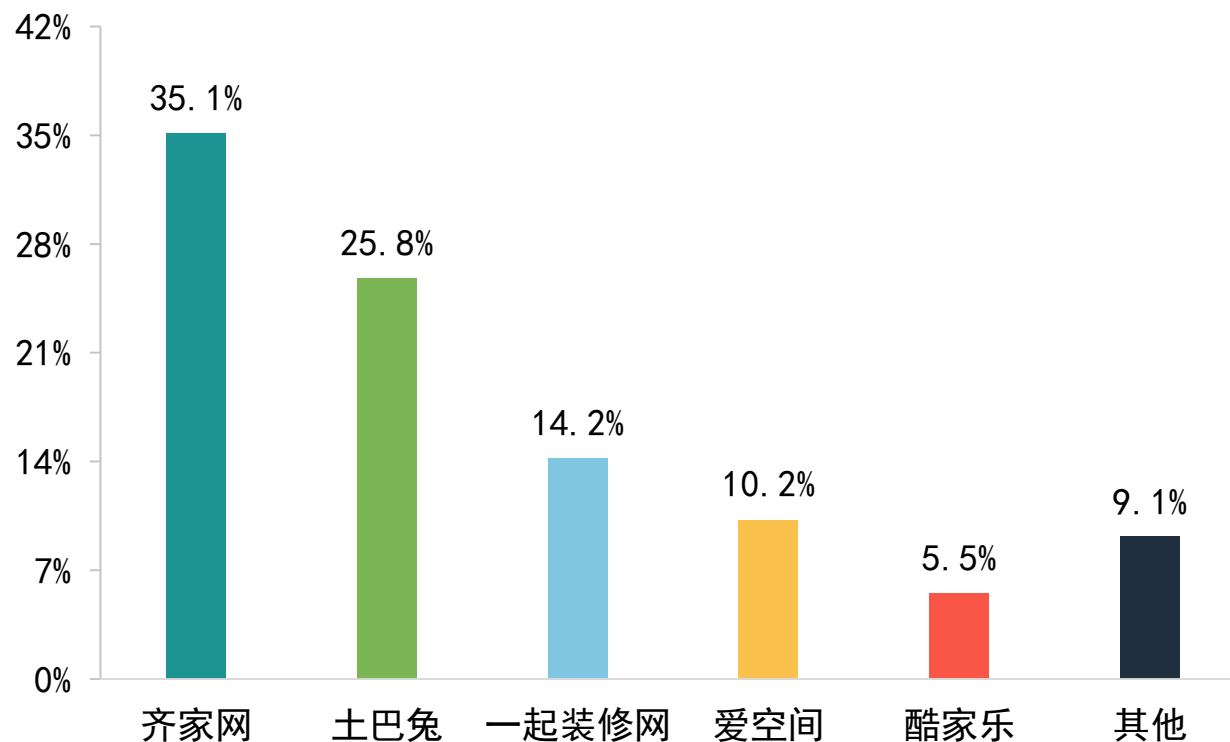
互联网家装行业，齐家网综合优势领先

核心营收及用户流量行业占比最高

2018年1-4月中国互联网家装行业核心营收品牌占比



2018年1-4月主流互联网家装平台月活跃用户占比

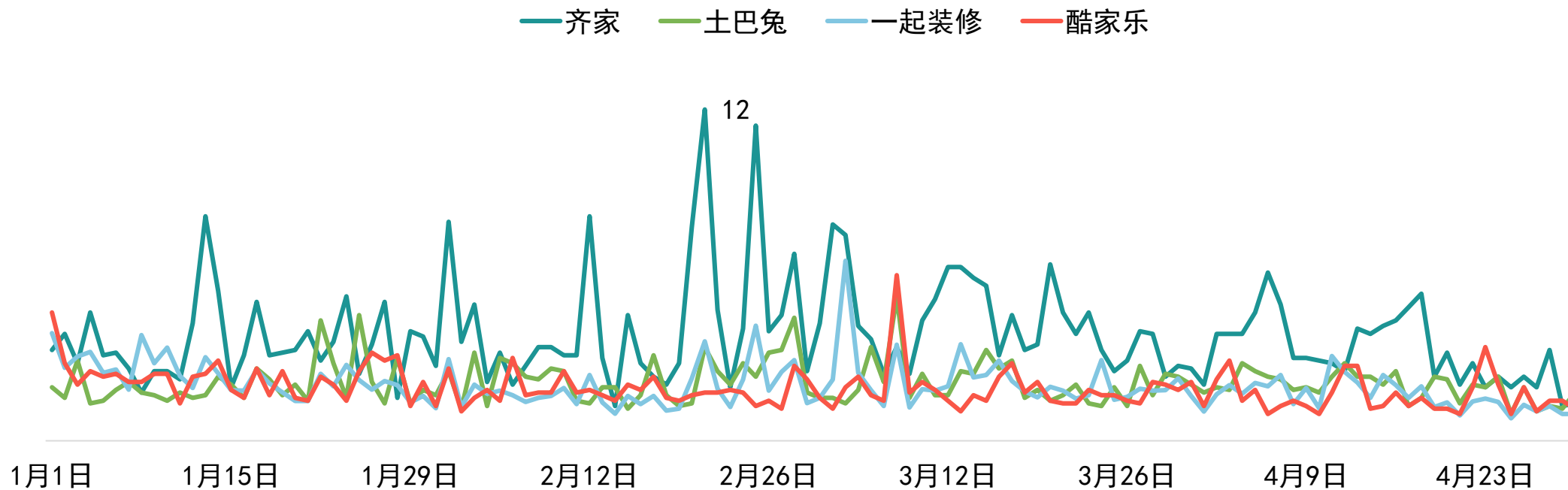


- 活跃用户数据以月为统计单位，含已成交及有装修需求同IP多次访问待转化用户，包括PC端、APP全网用户；
- 齐家数据APP端含最美装修

齐家网日均用户启动次数表现最优

2018年最高启动次数达12次

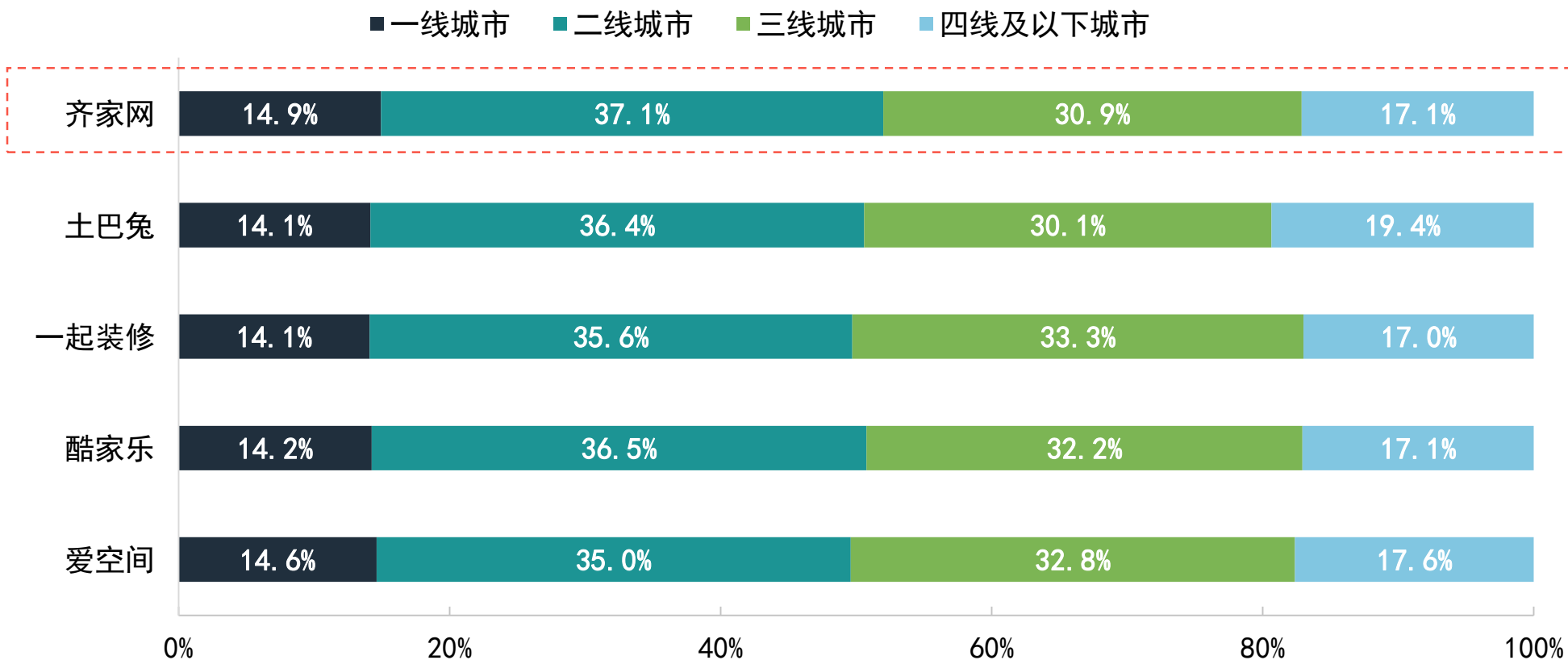
2018年主流互联网家装应用日均启动次数



- 本页活跃用户数据仅统计移动端；齐家网数据含旗下最美装修

齐家网一二线城市用户合计占比52%，优势显著 三四线有持续拓展潜力

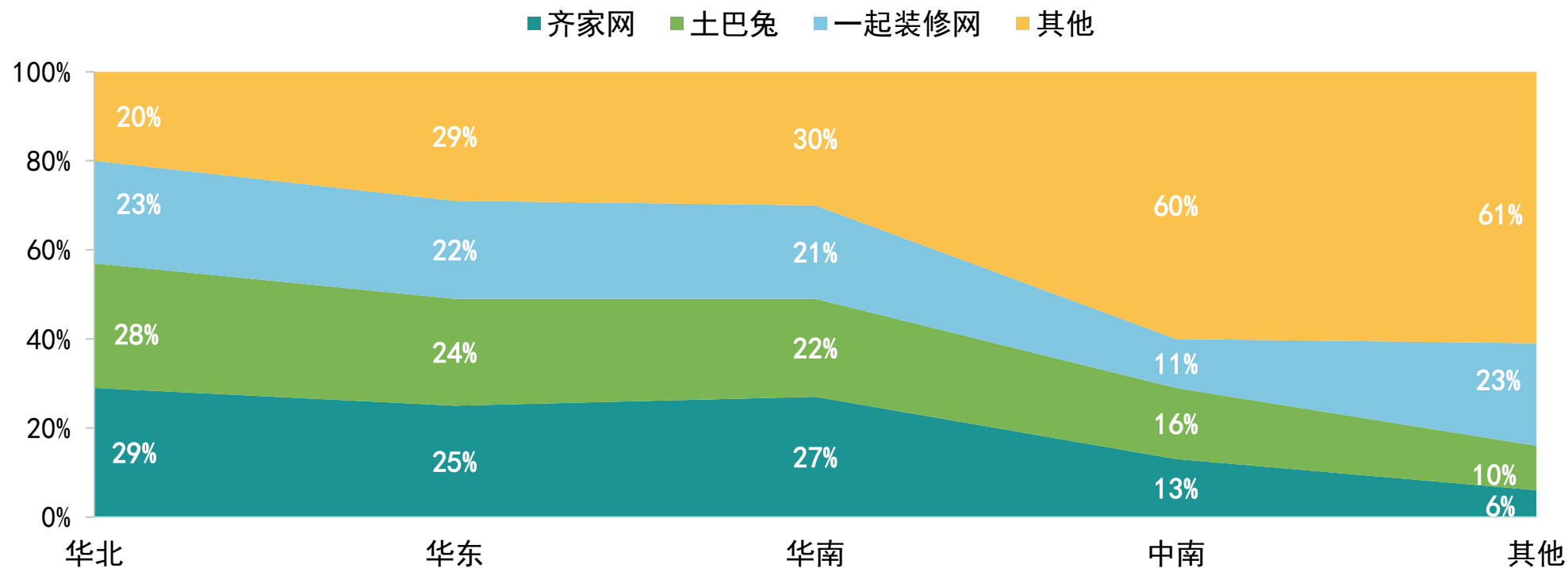
2018年1-4月中国互联网家装主流平台活跃用户城市等级分布



- 本页活跃用户数据DAU仅统计移动端；齐家网数据含旗下最美装修

互联网家装核心竞争区域齐家网地位稳固 西南及其他地区集中度低，竞争空间大

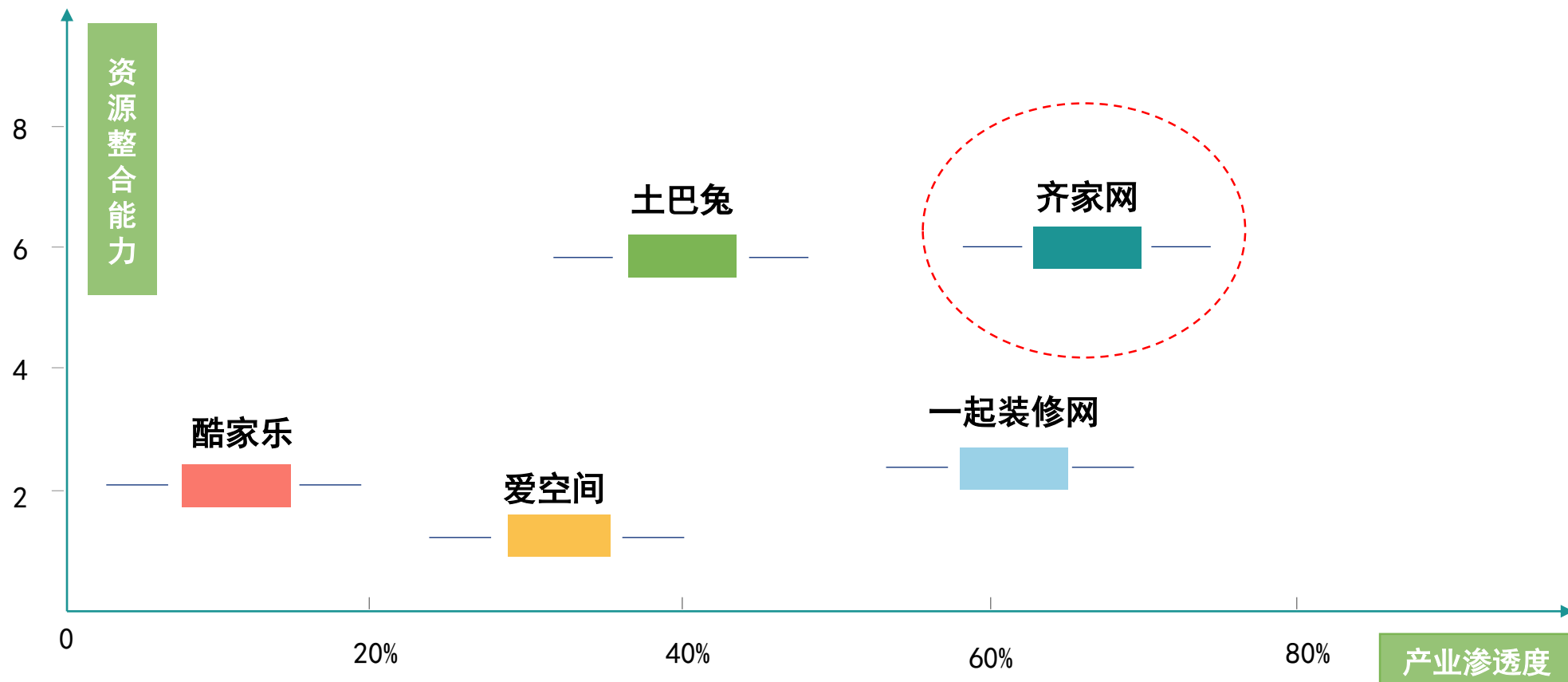
2018年互联网家装主流平台区域分布



- 平台分区域数据以区域内用户活跃度，区域内订单转化率及深度活跃门店等数据为核心指标进行综合评价

产业渗透度与资源整合能力为互联网家装核心竞争指标

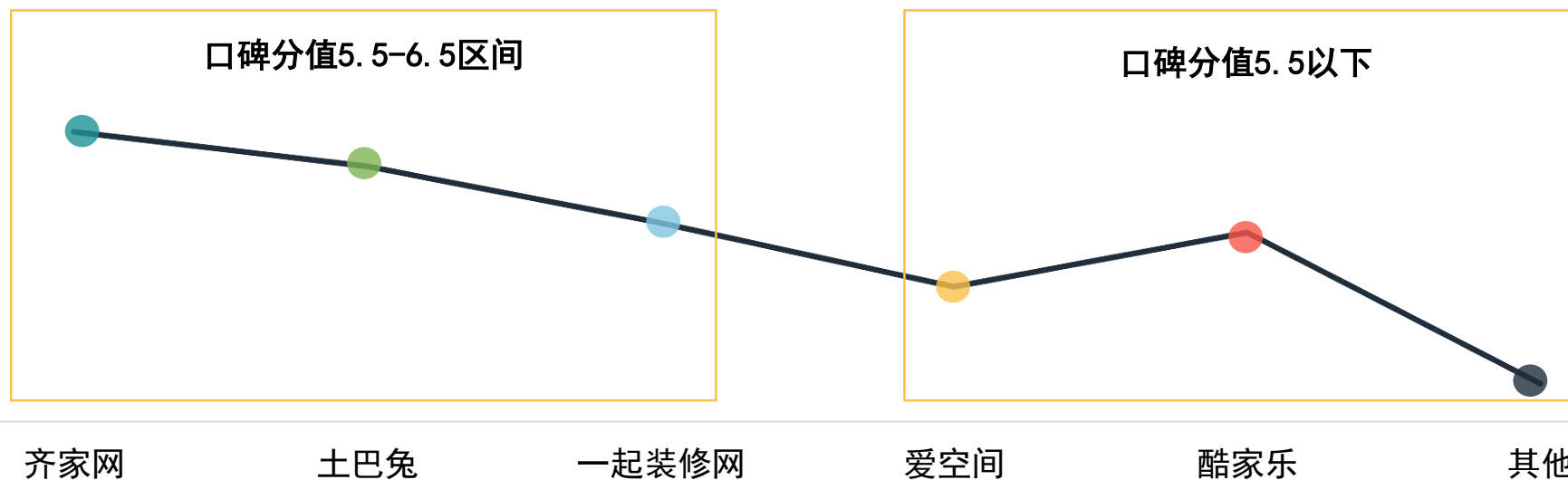
齐家网双向并进，行业表现最优



- 产业渗透度：家装线上资源配置与线下装修场景关联交叉程度，反应企业在家装过程中参与程度的指标（分值范围0-100%）
- 资源整合能力：自有资源与外部资源的整合利用能力（分值范围：0-10）

头部互联网家装平台口碑评价分值在5.5分以上 行业整体口碑有继续提升空间

2018年主流互联网家装平台口碑评价分值



- 口碑分值关联多维度指标涉及到售前服务、装修设计、施工质量、效率、售后反馈等数据指标，分值范围0-10



Trust Us, Trust Data

