



2018 家居家装行业 大数据研究报告

Indoor Home Decoration Industry Reports

360 数字营销中心

2018年5月

1

家居行业宏观背景

Indoor Home Decoration Industry Macro Background

2

家居行业关注趋势

Indoor Home Decoration Industry Concerned Trend

3

家居行业子品类趋势

Indoor Home Decoration Industry Subcategory Trend

4

家居行业人群洞察

Indoor Home Decoration Industry Crowd Insight

家居行业宏观背景

Indoor Home Decoration Industry Macro Background



中国城镇化率保持中快速增长，全国城镇人均可支配收入接近4万

- 城镇化建设作为家居建材市场的长期支撑，保持着中高速增长，预计今年城镇化率将达60%
- 随着可支配收入的提升，居民对家居建材的消费不断升级

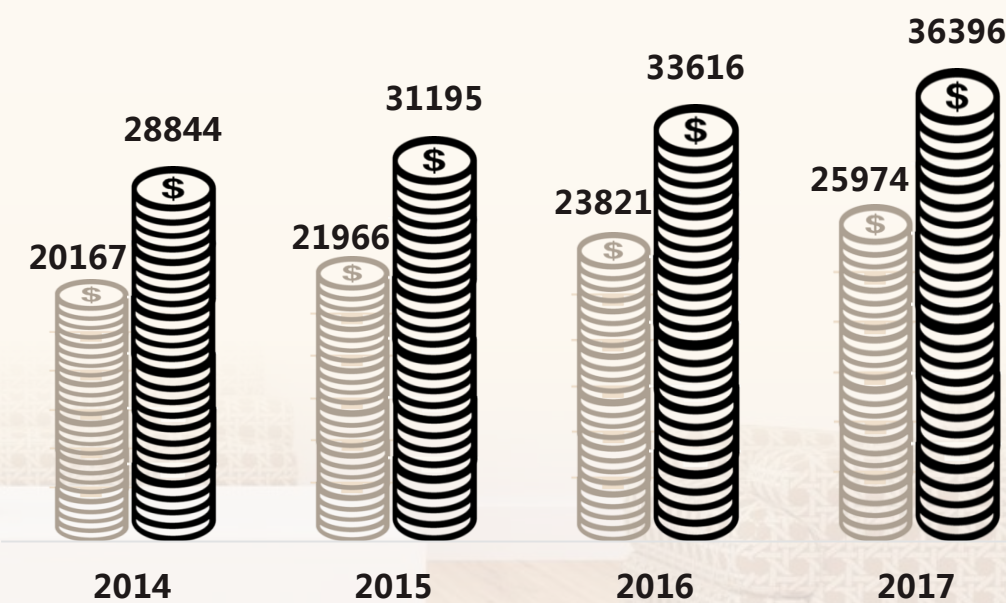
中国城镇化率变化图

城镇 农村



中国居民人均可支配收入

全国 城镇

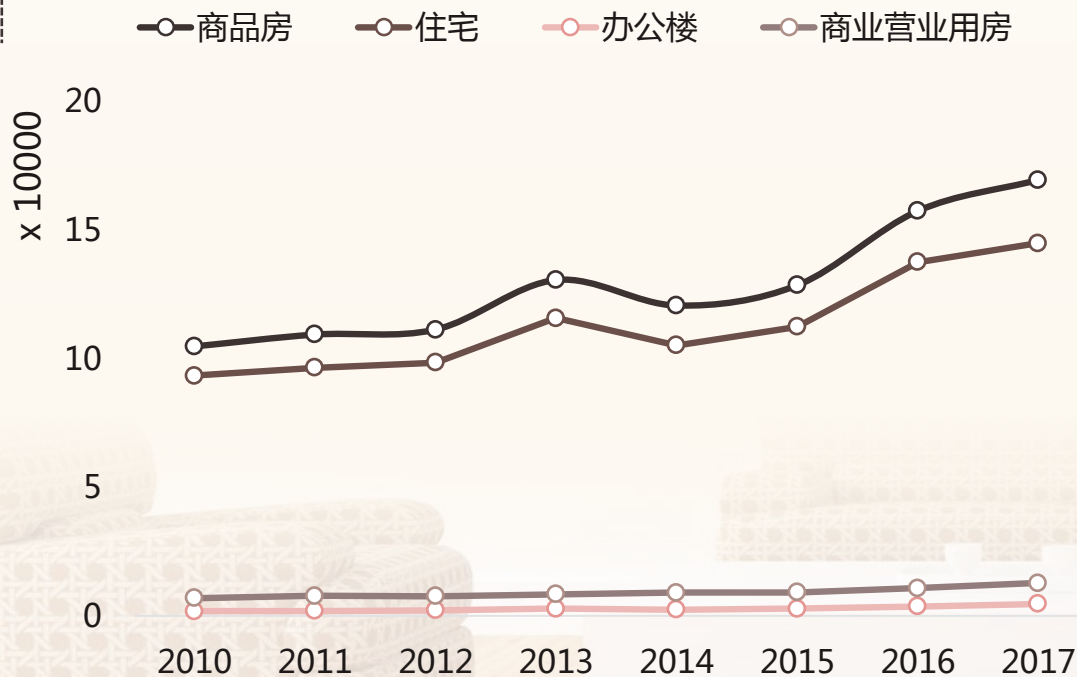


数据来源：国家统计局

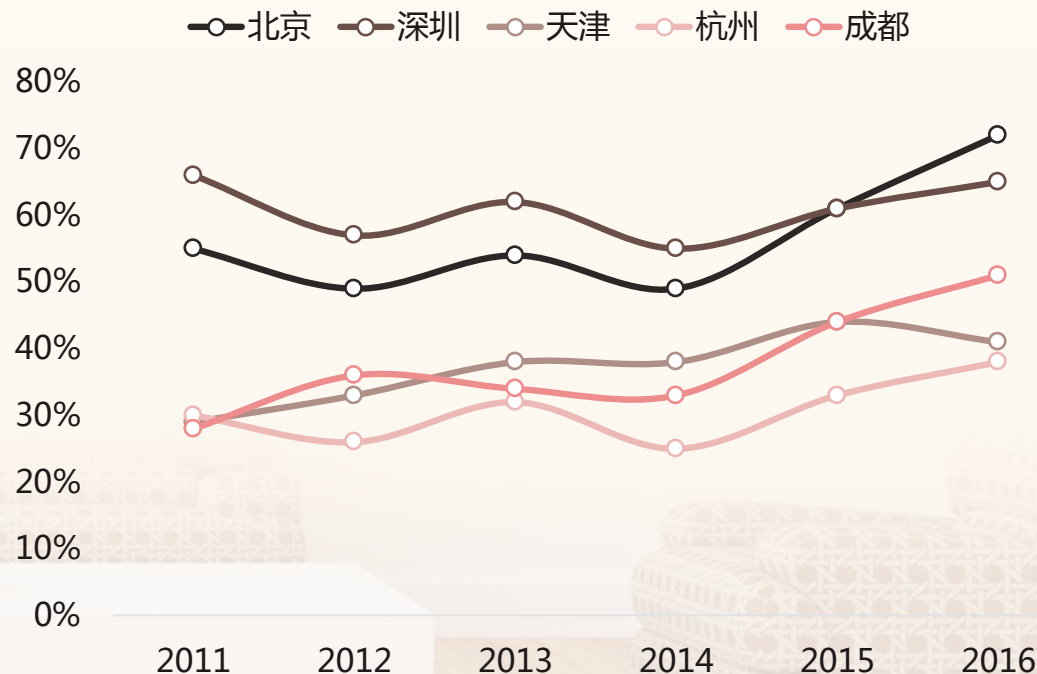
商品销售面积在调控背景下保持增长，二手房占比提升标志进入存量房时代

- 在政策调控背景下，商品房销售面积虽增速放缓但仍保持中高速增长
- 随着存量房数量的增长、二手房交易量的提升和消费升级的推动，二次装修将逐渐成为家居家装行业消费的重要组成部分

全国房产销售面积走势（万平方米）



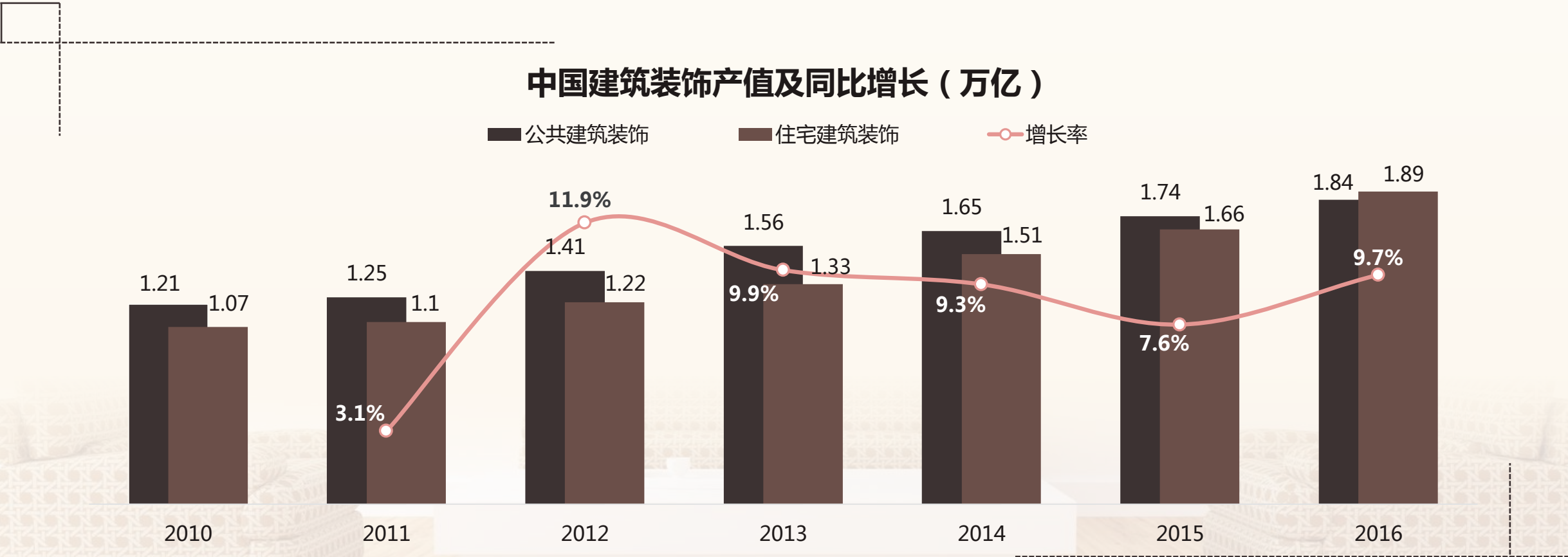
二手房占整个住房交易面积比重



数据来源：国家统计局、智研咨询《2017-2023年中国房地产行业竞争态势及投资战略研究报告》

中国建筑装饰产值保持较高增长，住宅建筑装饰超越公共建筑装饰

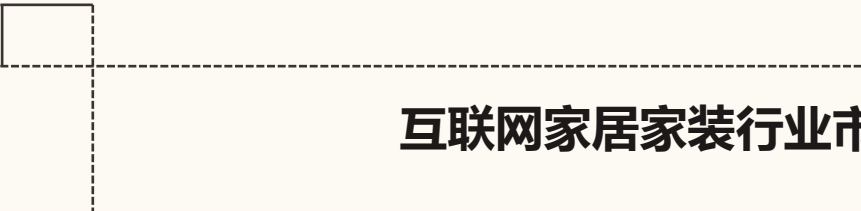
- 近年来公共装修总产值增速有所下滑，住宅建筑装饰产值超越公共建筑
- 2016年住宅建筑装饰完成产值1.89万亿元，较上年度同比增长13.8%



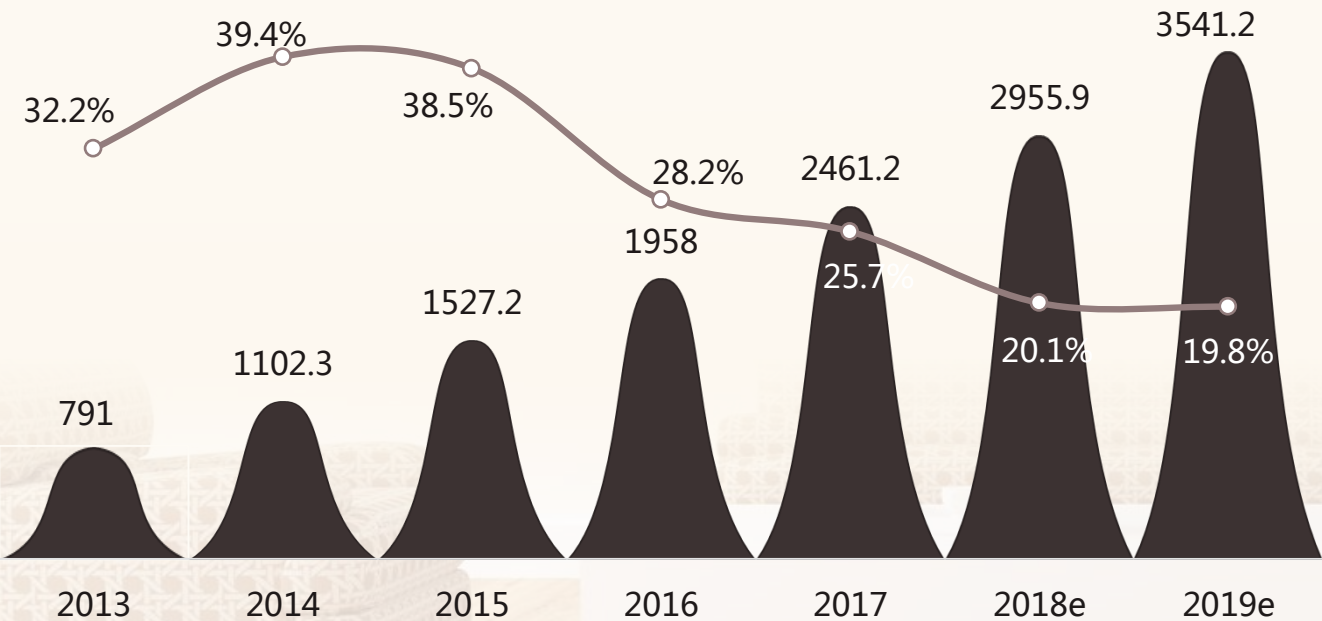
数据来源：前瞻产业研究院《2017-2022年中国建筑装饰行业发展前景与投资战略规划分析报告》

17年互联网家居家装市场规模达2461.2亿，其中床上用品消费额最高

- 2017年互联网家居家装市场规模达到2461.2亿，且继续保持高速增长
- 床上用品是互联网家居中消费额最高的单品



互联网家居家装行业市场规模及增速



一线城市互联网家居消费额TOP5品类



数据来源：艾瑞咨询《2018中国互联网家装行业研究报告》；易观&京东联合发布《2016中国互联网家居家装市场专题研究报告》

家居行业关注趋势

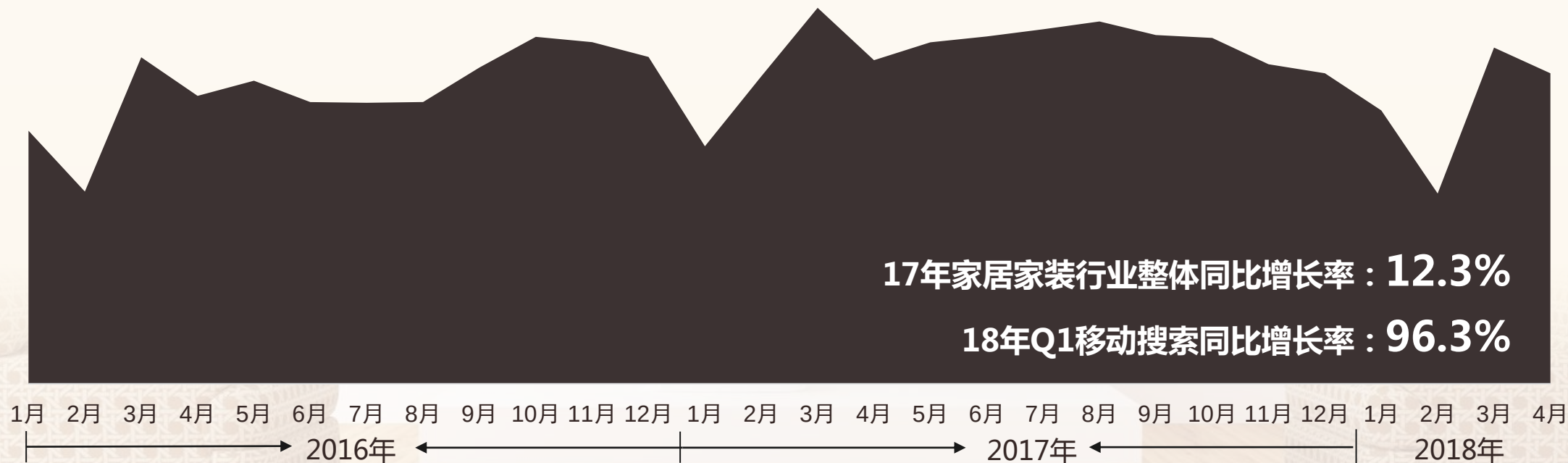
Indoor Home Decoration Industry Concerned Trend



» 17年家居家装行业关注量增长率12.3%，继续保持高速增长

- 2017年家居家装行业关注量同比增长12.3%，网民对家居家装的需求不断增加
- 移动搜索呈爆发式增长，18年Q1家居家装行业关注量同比增长96.3%

2016-2018年家居家装行业关注趋势



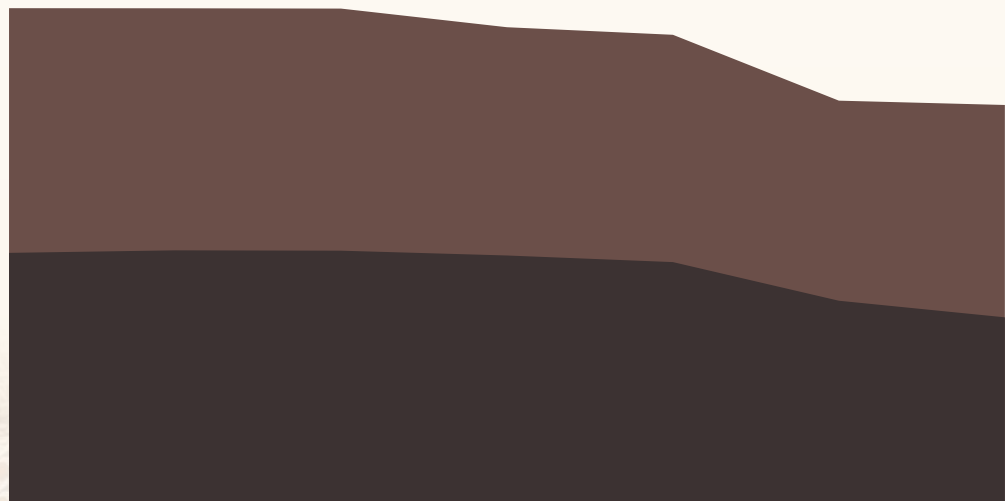
数据来源：360大数据，2016.1-2018.4

» 相比全行业周趋势，家居家装的关注量波动更为平稳

- PC端工作日流量较高，全行业节假日下降趋势更为明显，家居家装节假日略有下降
- 全行业移动端节假日流量明显增长，而家居家装行业并未表现明显增长趋势

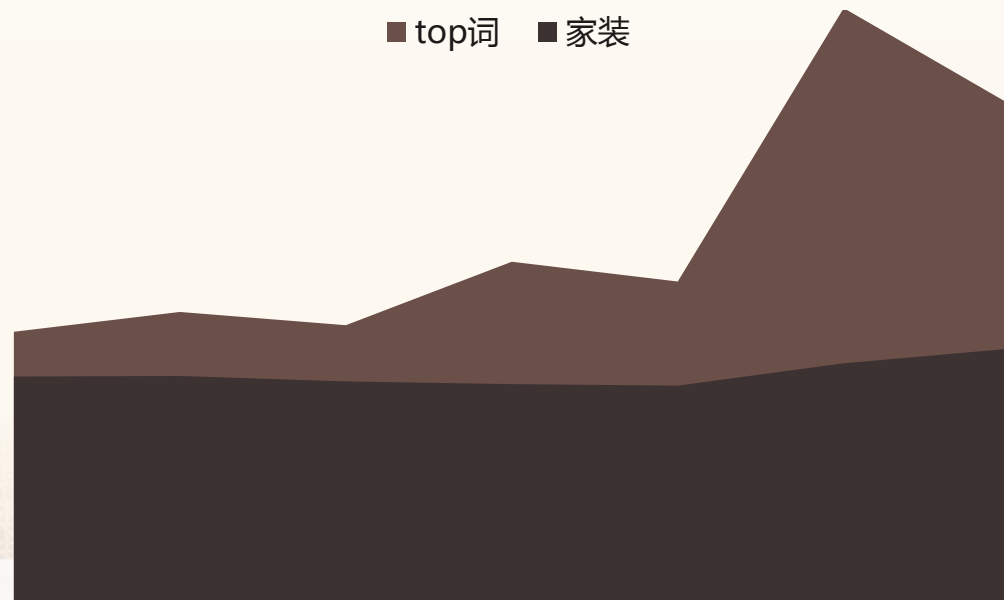
家居家装行业PC端周关注趋势

■ top词 ■ 家装



家居家装行业移动端周关注趋势

■ top词 ■ 家装



星期一 星期二 星期三 星期四 星期五 星期六 星期日 星期一 星期二 星期三 星期四 星期五 星期六 星期日

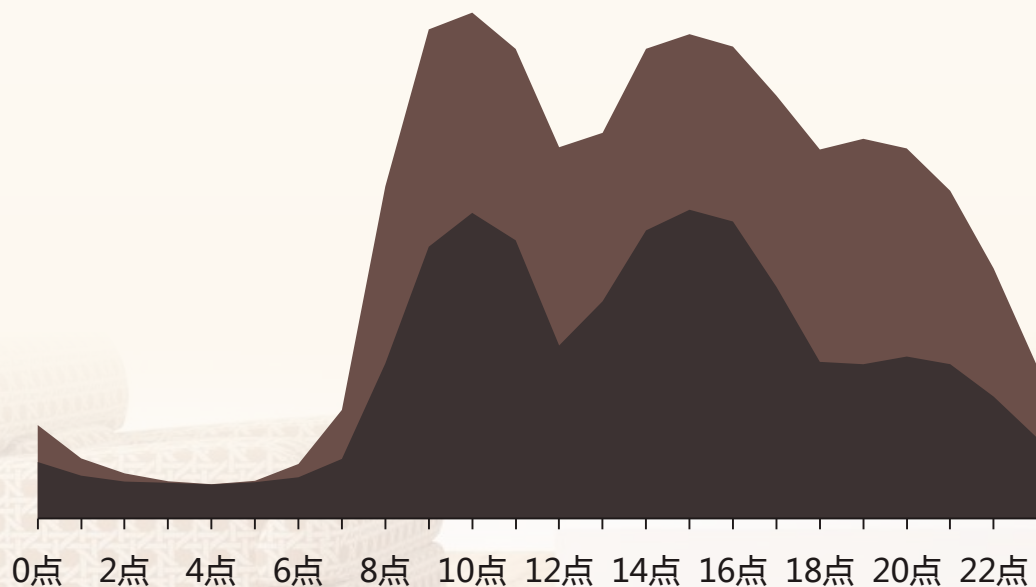
数据来源：360大数据，2018年

用户关注家居家装的高峰时间更为集中，PC和移动端互为补充

- PC端用户对家居家装的关注高峰为7:00-11:00和13:00-18:00
- 移动端用户对家居家装的关注高峰为18:00-23:00，和PC端相互补充

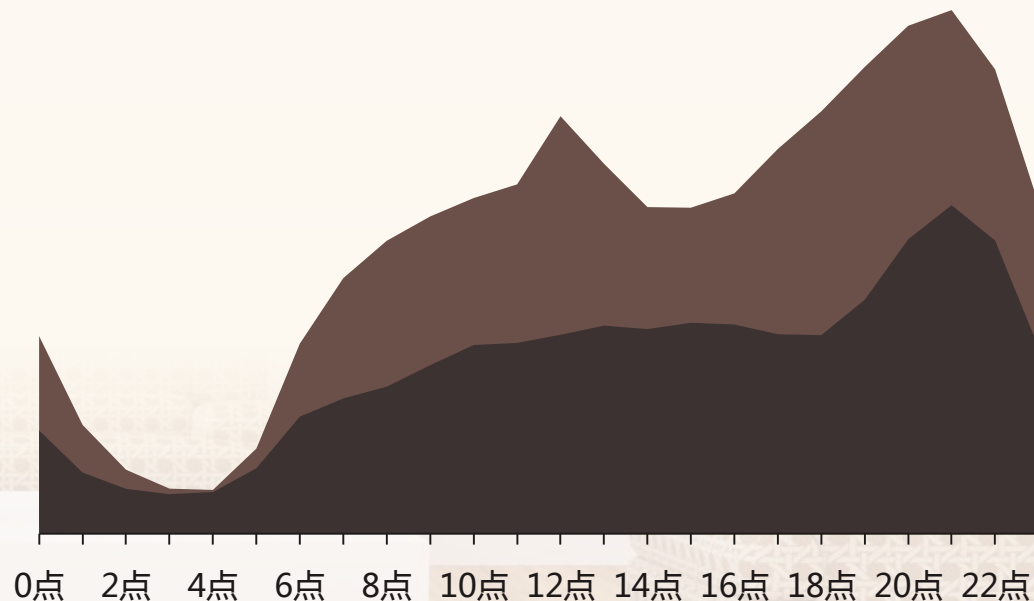
家居家装行业PC端分小时关注趋势

■ PC-TOP词 ■ PC-家居



家居家装行业移动端分小时日关注趋势

■ MB-TOP词 ■ MB-家居



数据来源：360大数据，2018年

» 宜家线上线下均深入人心，尚品宅配成最受关注的家装品牌

- 宜家通过线下实体体验店为线上带来居高不下的流量，在所有平台中关注度最高
- 随着定制家具的兴起，尚品宅配脱颖而出，成为最受关注的家装品牌

关注平台TOP10



关注品牌TOP10



数据来源：360大数据，2016.1-2018.4

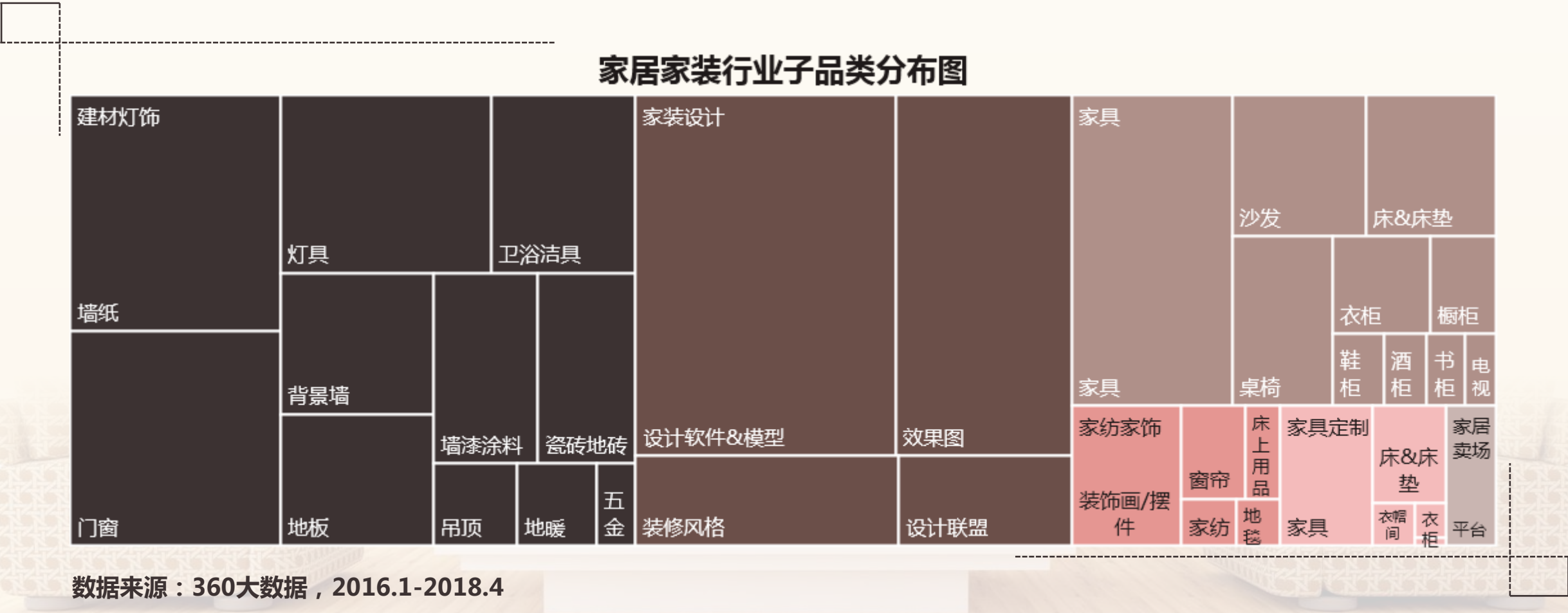
家居行业子行业趋势

Indoor Home Decoration Industry Subcategory Trend



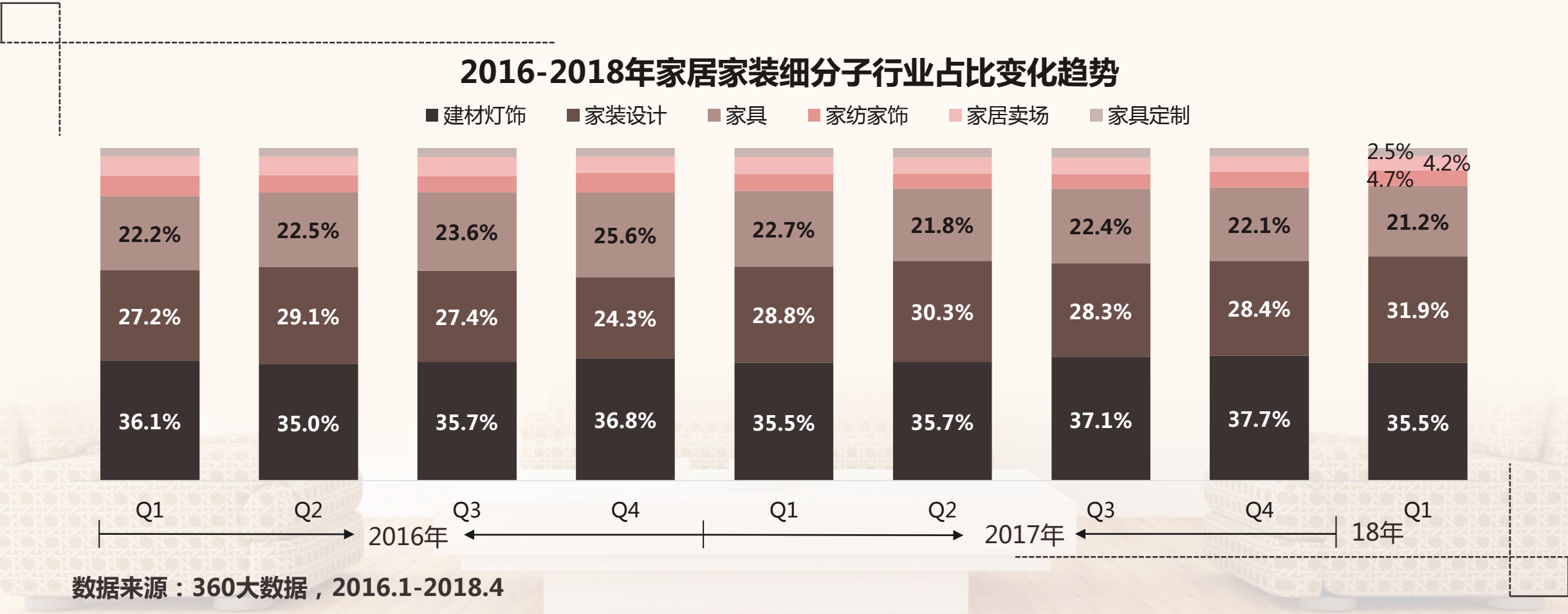
家居行业子行业中，建材灯饰占比最高，家装设计其次

- 家居家装行业主要可分为建材灯饰、家装设计、家居、家纺家饰、家居卖场和家具定制
- 其中建材灯饰的占比最高，家装设计其次



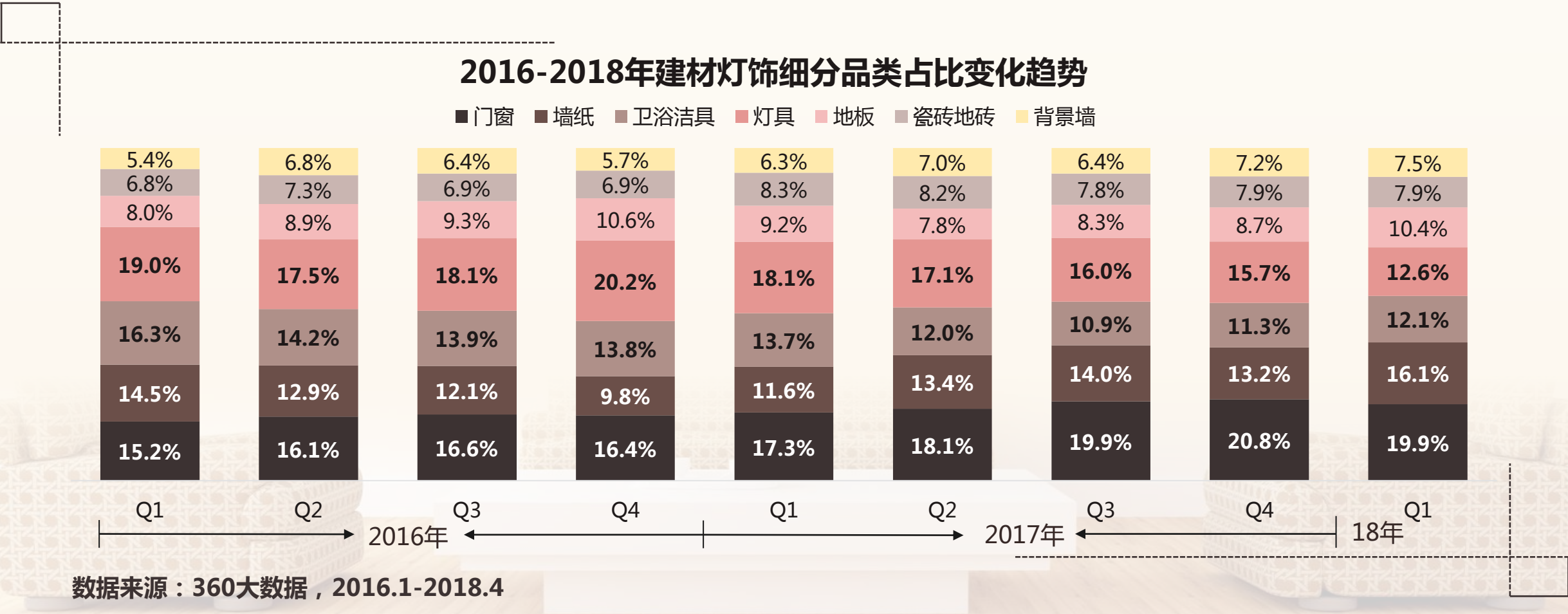
关注家装设计的人群占比大幅提升，家具定制占比仍较低

- 消费升级背景下，家装设计关注量不断提升，占比已接近建材灯饰
- 家具定制虽发展潜力大，增长速度快，但直接关注家具定制的占比仍较低



» 建材灯饰中对门窗、墙纸的关注提升显著，装饰性较强的品类占比均有提高

- 门窗、墙纸占比提升显著，其中Q3-Q4对门窗的关注最高
- 装饰性较强的品类如墙纸、地板和背景墙的占比均有提高



用户关注瓷砖地砖和卫浴洁具时更重视品牌

- 用户关注瓷砖地砖品牌的占比达到16.5%，其中东鹏和马可波罗的占比最高
- 关注卫浴洁具品牌的占比也较高，其中箭牌、toto和九牧的占比最高
- 其他品类的品牌占比均较低，关注墙纸和背景墙的品牌几乎为零

瓷砖地砖：16.5%



卫浴洁具：13%

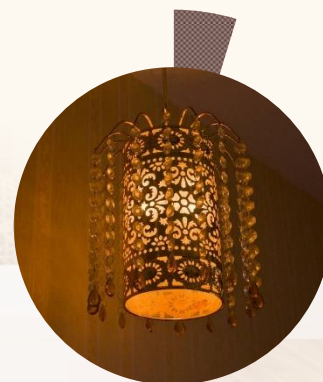


品牌需求在关注品类中占比



地板：7.5%

灯具：7.3%

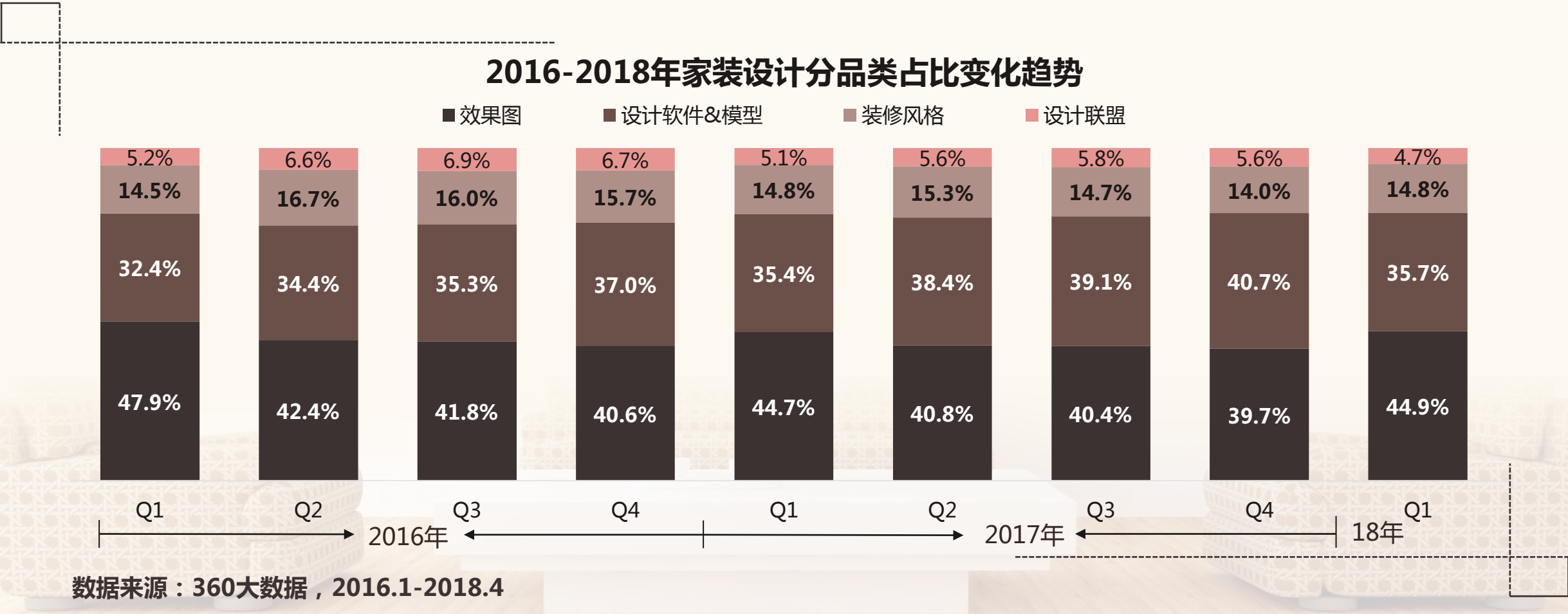


门窗：4.7%



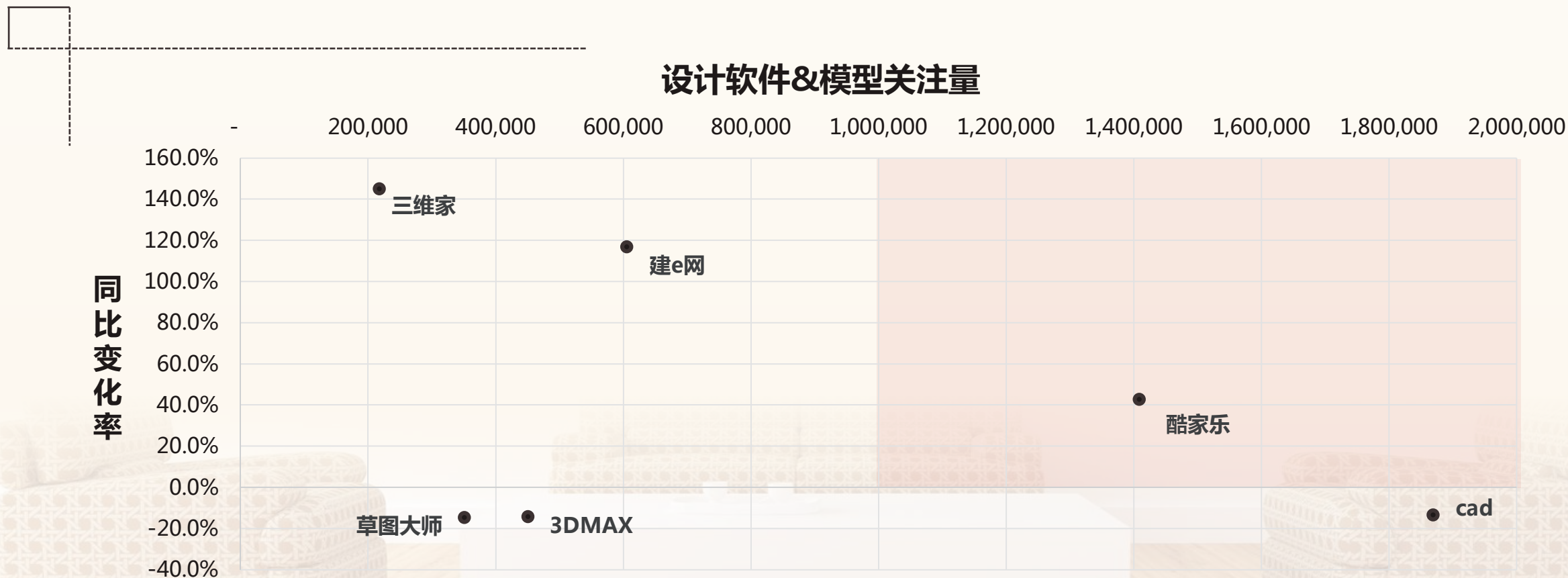
家装设计中设计软件&模型的占比提升，更多人群选择个性化设计

- 设计软件&模型的占比提升，主要源于用户设计需求的增长和软件操作的简洁完善
- 效果图和设计联盟占比下降，更多人群选择个性化设计



专业家装设计软件的关注量同比下降，非专业软件提升显著

- cad作为专业家装设计软件占比最高，但18年有下降趋势
- 以酷家乐为代表无需教程的家装设计网站，和以三维家为代表的模型下载网站占比提升显著，每个人都能做自己家的设计师

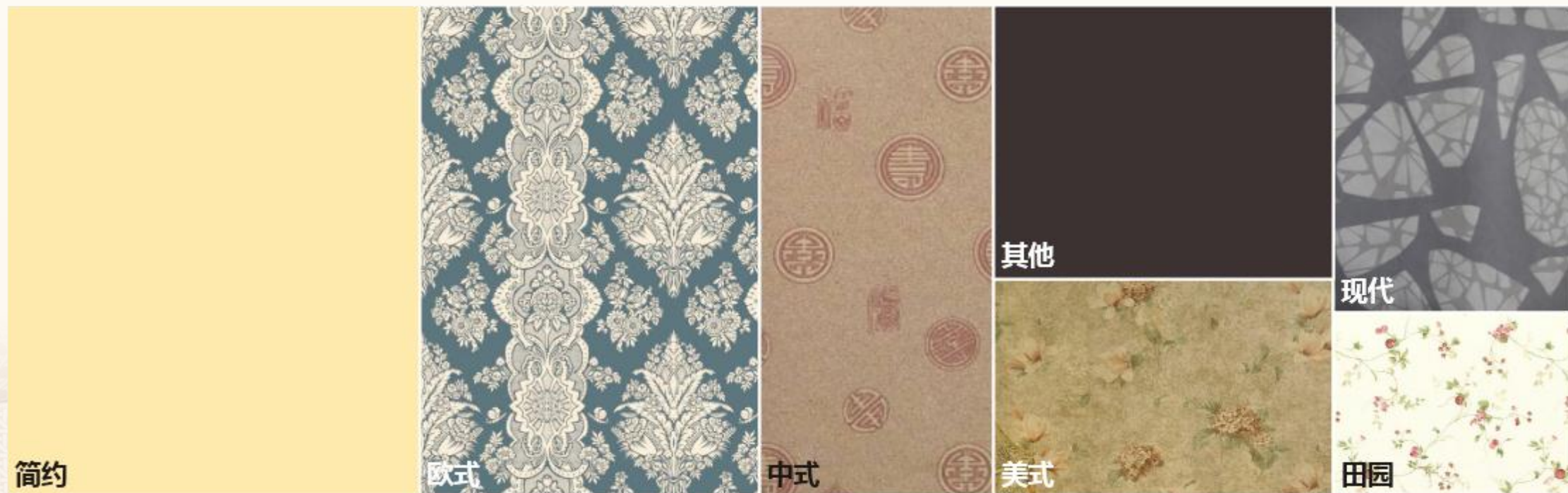


数据来源：360大数据，2017.1-2018.4

» 简约风最受青睐，中式和欧式关注量同比增长最快

- 简约风以外形简洁且功能性强的特点，受到用户的喜爱
- 中式和欧式风格18年同比增长最快，中式风格关注量涨幅达25%

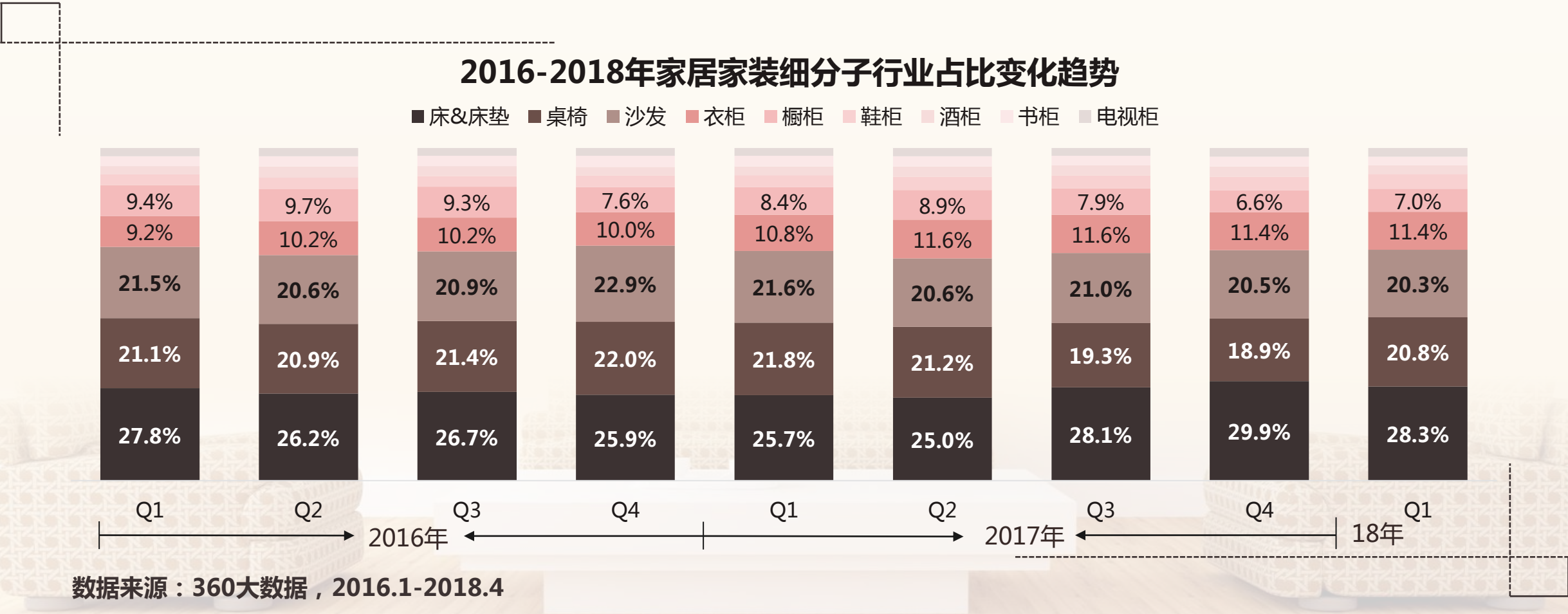
装修风格偏好



数据来源：360大数据，2018.1-2018.4

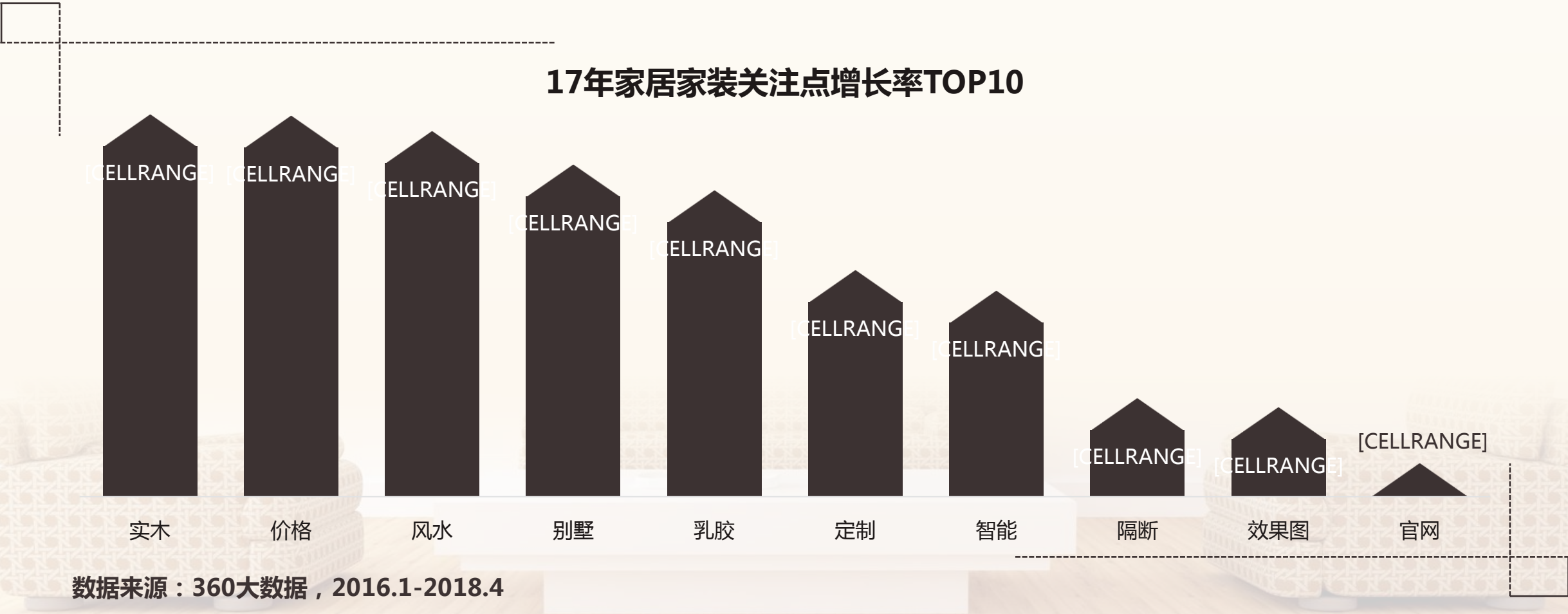
家具中“床”和“柜”的关注提升，储物类家具需求凸显

- 床&床垫和各种柜类的占比提升，桌椅沙发的占比略有下降
- 小户型比例的提高，激发用户对储物能力的要求



实木家具和家具价格在17年关注量大增，物美价廉是用户永恒的追求

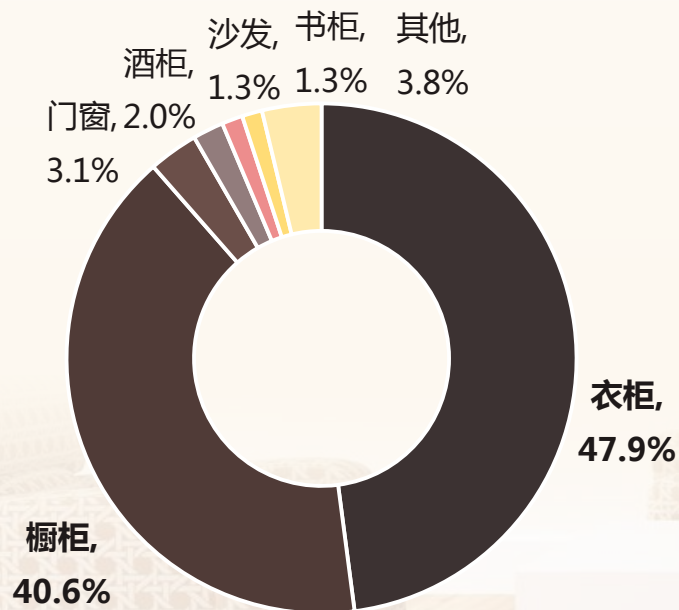
- 实木家具和家具价格在17年备受关注，在实用美观的基础上，价格优势仍很重要
- 家具摆放位置的风水也受到更多关注，定制家具智能家具均有大幅增长



定制家具中衣柜、橱柜占比最高，榻榻米衣帽间17年备受关注

- 衣柜橱柜等各种柜类定制需求最旺盛
- 消费者对家具储物收纳功能的强需求，使得榻榻米和衣帽间在17年关注量激增

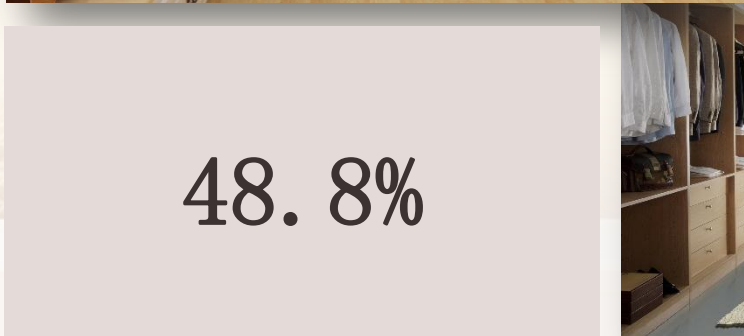
定制家具种类分布



数据来源：360大数据，2016.1-2018.4



44.6%



48.8%



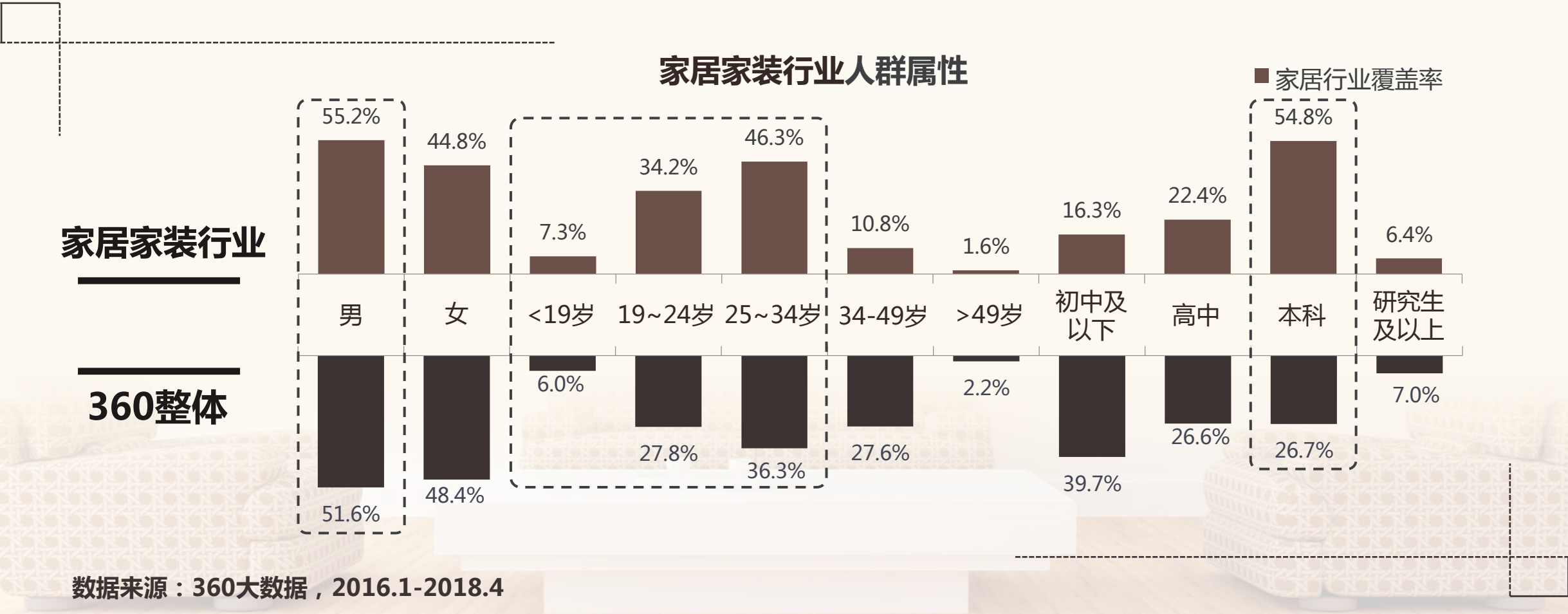
家居行业人群洞察

Indoor Home Decoration Industry Crowd Insight



85后至95后本科学历的男性人群特征明显

- 相比360整体，关注家居家装行业男性人群特征更明显，85后至95后占比更高，学历多为本科及以上



» 男性更关注建材灯饰，女性更关注家饰家纺

- 男性更关注建材灯饰，女性更关注家饰家纺，家具没有明显的人群特征
- 80后更爱逛家居卖场，90后更爱设计

家居家装子行业和人群属性对应分析



» 南部地区人群特征明显，特征明显地区关注量占比达58.3%

- 安徽和江西地区人群特征最明显，相比其他省份更关注家居家装
- 四川、西藏、内蒙和云南等较为偏远的地区人群特征也比较明显

关注家居家装人群地域分布TGI指数

安徽/江西/上海/江苏

- 检索量占总检索量：19.5%； $TGI \geq 120$
- 关注家居家装行业人群特征最明显

四川/浙江/重庆

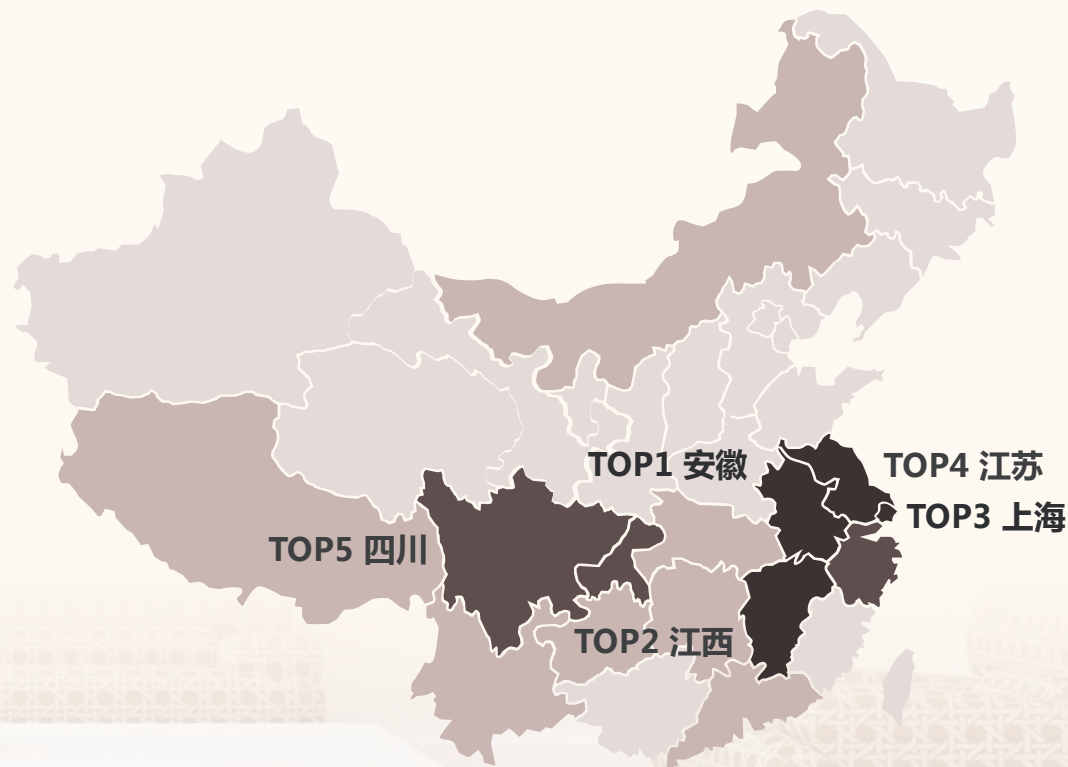
- 检索量占总检索量14.9%； $110 \leq TGI < 120$
- 关注家居家装行业人群特征较明显

湖南/湖北/广东/西藏/内蒙/贵州/云南

- 检索量占总检索量：23.9%； $100 \leq TGI < 110$
- 对家居家装行业关注度高于一般省份，且检索量贡献大

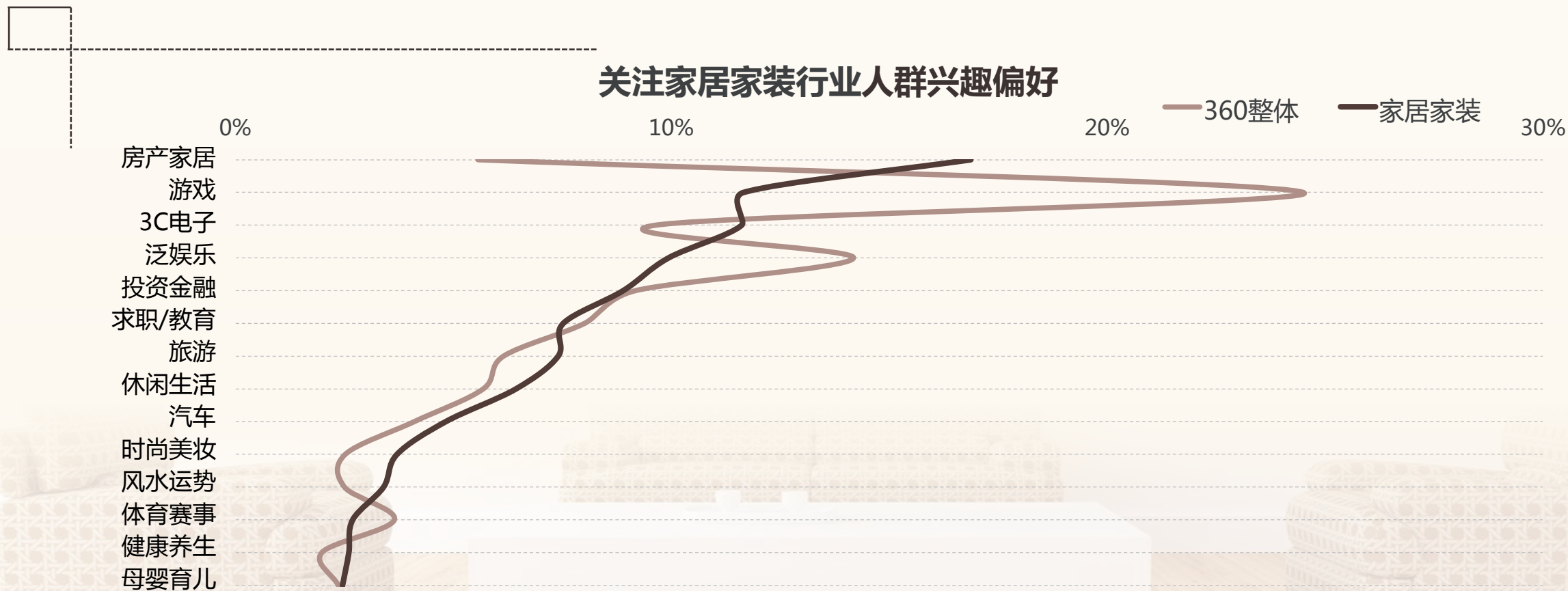
其他地区

- 检索量占总检索量41.7%； $TGI < 100$



对房产家居、3C电子和旅游等更为关注

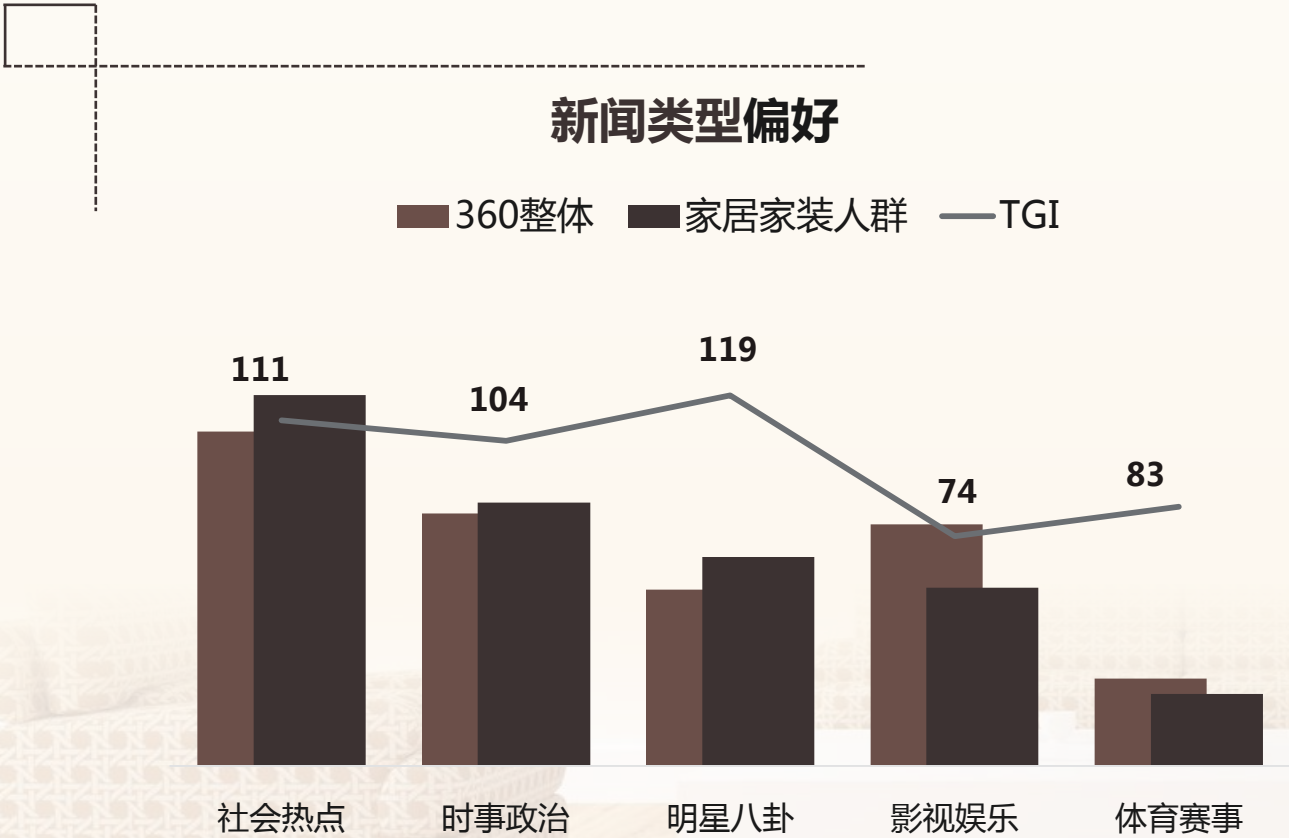
- 相比360整体，关注家居家装人群对房产家居、3C电子和旅游等更为关注



数据来源：360大数据，2018.1-2018.4

对明星八卦和社会热点类新闻更有兴趣

- 相比360整体，家居家装人群对明星八卦和社会热点类新闻更感兴趣，对明星八卦关注度最高



新闻类型关键词

社会热点：勒索病毒疫情严重

时事政治：中国要干10件大事

影视娱乐：小猪佩奇全集

明星八卦：王宝强下乡抓猪

体育赛事：球员被球击中身亡

» 总结及建议

- **城镇化建设和居民可支配收入的增长**为家居家装行业的发展奠定了**坚实的基础**，同时在商品房**增量和存量**的双驱动下，**家居家装行业市场仍有巨大空间**
- 2017年360用户对家居家装关注量**增长率12.3%**，移动端**增长96.3%**，且增长仍在持续
- 360用户对家居家装的关注**集中在通用需求**，对**平台和品牌关注较低**，可通过**持续投放品牌**和**平台词**提高忠诚用户的忠诚度，投放**通用词**扩大潜在忠诚用户
- 家居行业子行业中，**建材灯饰**占比最高，**家装设计**占比大幅提升，有更多人选择对自己的家进行**个性化设计**，其中**简约风格**最受用户喜爱
- 消费者对**储物能力强**的家具更感兴趣，对**定制家具关注提升**但**关注量仍较低**
- 家居家装人群多为**85后**，集中在**南部地区**，对**房产家居、3C电子和旅游**更为关注，更偏爱浏览**明星八卦**和**社会热点**类新闻，可针对人群特征明显的人群和地区进行**重点投放**



THANKS