



土巴兔
Tubatu.com

iResearch

艾 瑞 咨 询

2016年

中国互联网家装行业 白皮书



行业现状：市场广阔，潜力高

1

传统痛点：行业分散，不透明

2

居住生态：大城市，经济适用

3

用户群像：年轻高知，观念新

4

未来趋势：整合延伸，一站式

5

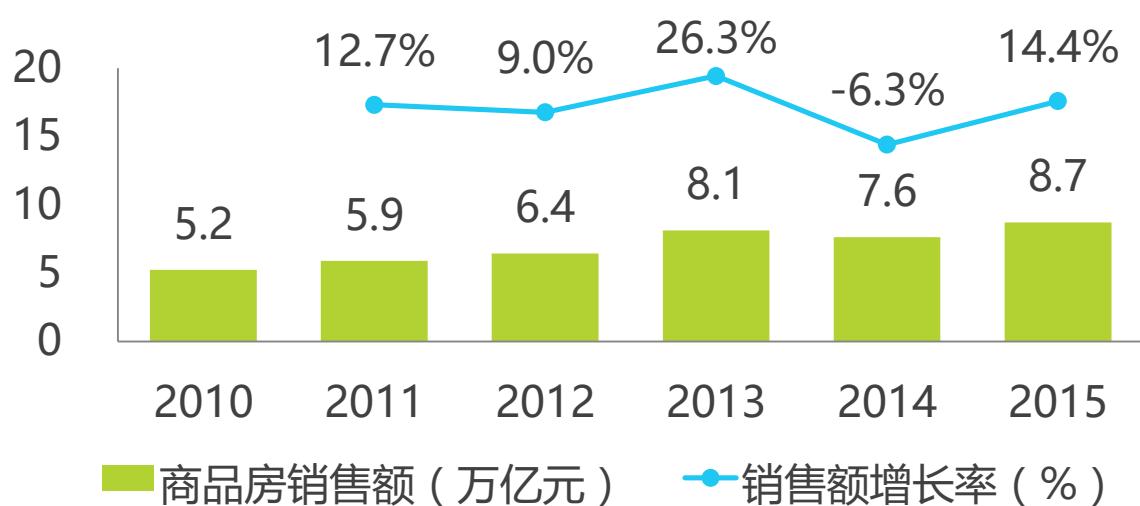
土巴兔：快速增长，走向生态

6

2015年商品房刚需持续，拉动装修市场增长

2014年我国商品房销售额及销售面积双降，2015年市场刚需持续，商品房销售额同比增长14.4%，销售面积增长6.5%；中国十大城市二手房成交量同比上升63.5%。新房及二手房销售的刚需持续，带动装修市场增长。

2010-2015年中国商品房销售额

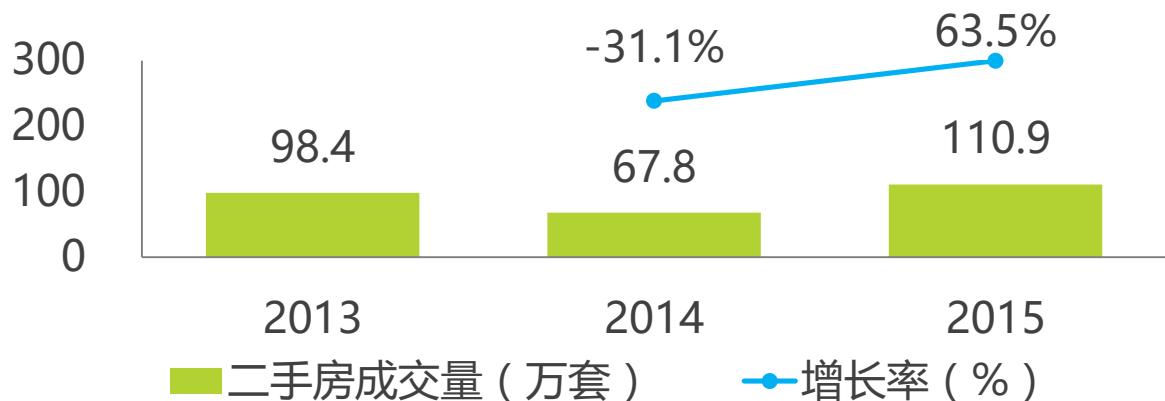


来源：国家统计局。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2013-2015年中国十大城市二手房成交量



来源：中国指数研究院。

©2016.10 iResearch Inc.

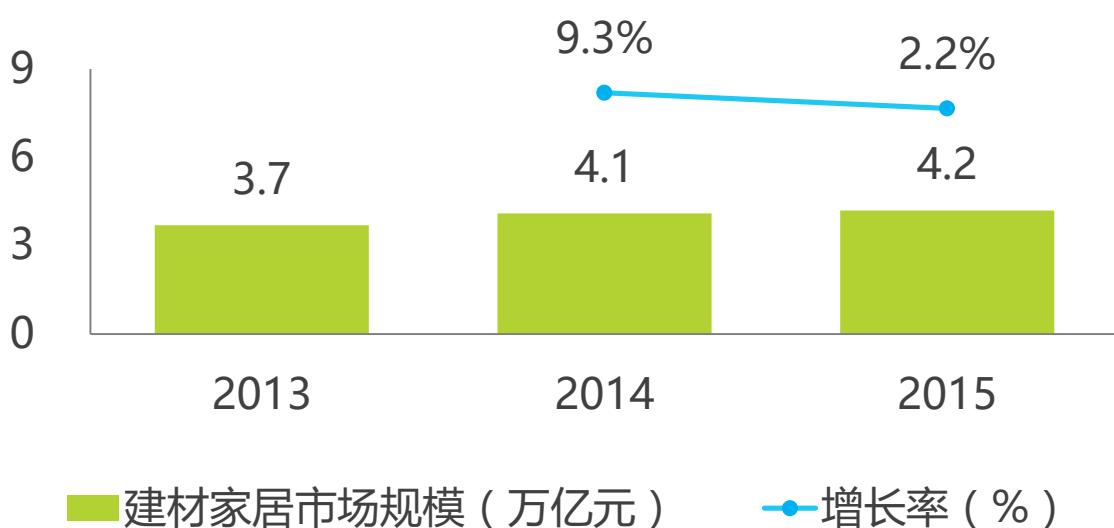
www.iresearch.com.cn



建材家居市场规模超四万亿， 互联网渗透率低，潜力大

2015年我国建材家居市场规模达4.2万亿元，但该行业的互联网渗透率仅为4.0%，仍有较高的增长空间，预计互联网家装会继续保持增长态势。

2013-2015年中国建材家居市场规模

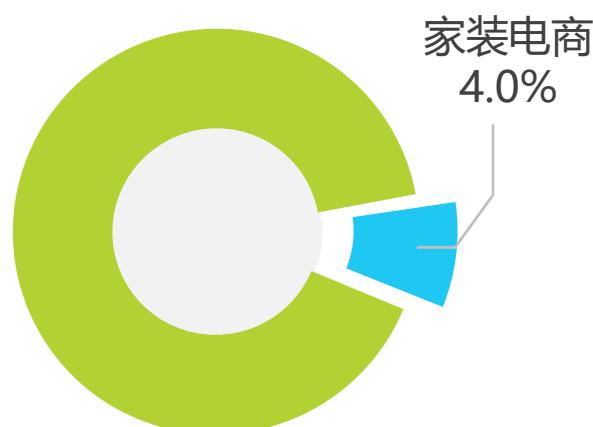


来源：中国建筑装饰协会。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2015年中国家装电商在建材家居市场占比



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

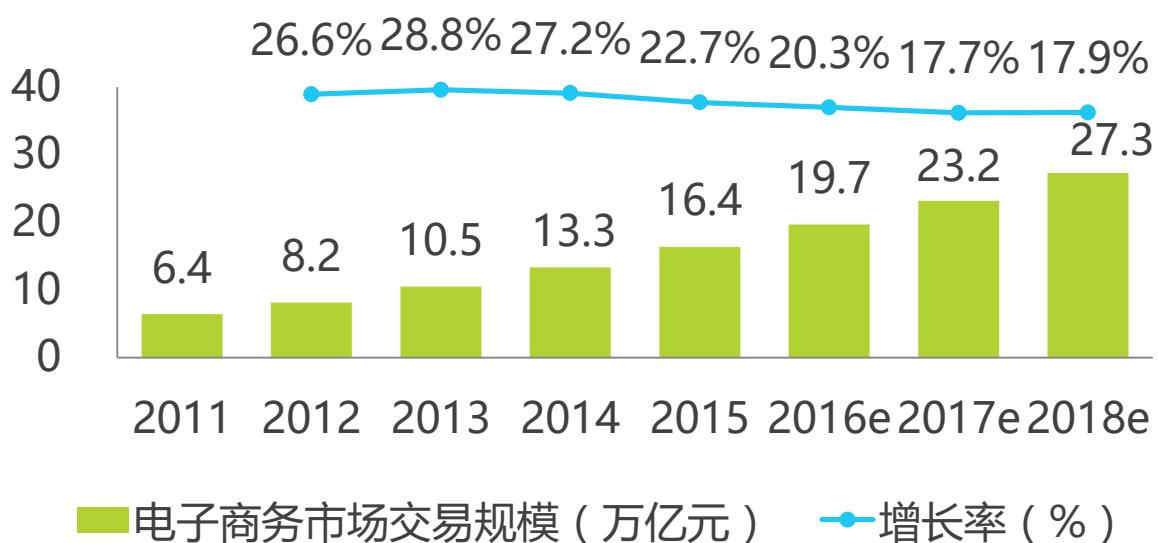
©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

网购与O2O带动电商增长， 2015年市场规模16.4万亿元

2015年中国电子商务市场交易规模16.4万亿元，增长22.7%。网络购物36.2%和本地生活服务O2O38.3%的增长，为电子商务市场的发展做出了重要贡献。在互联网+大背景下，包括家装在内的一些传统行业企业纷纷向线上发展。

2011-2018年中国电子商务市场交易规模

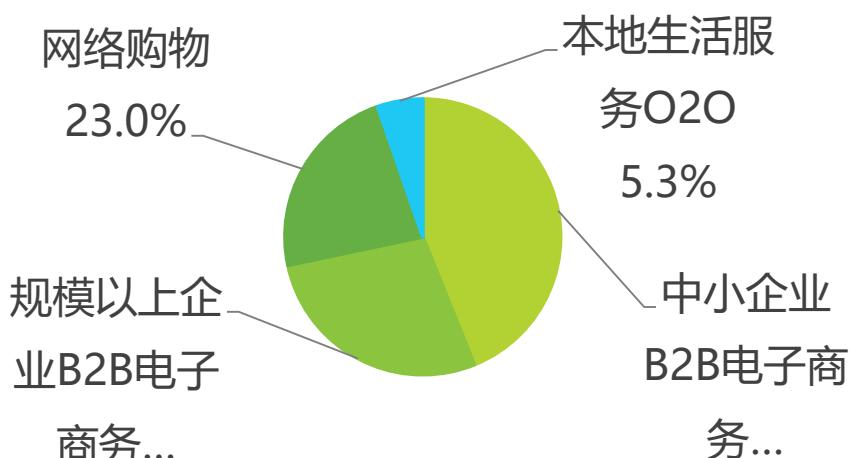


来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2015年中国电子商务市场细分行业构成



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

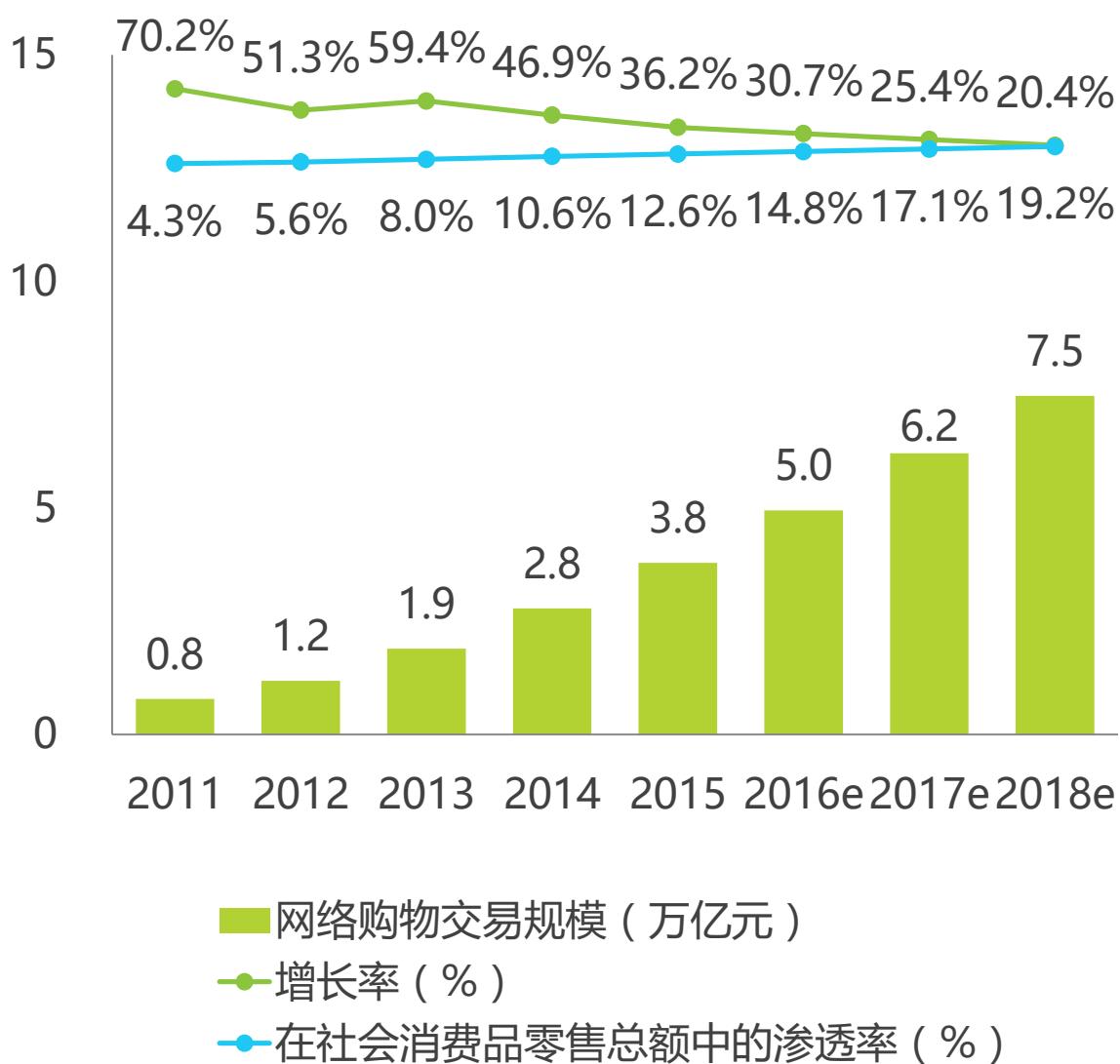
©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

网络购物行业稳增，向家装等垂直领域渗透

2015年中国网络购物市场交易规模达3.8万亿元，较去年增长36.2%，继续保持稳定的增长水平。在综合电商格局已定的情况下，一些企业瞄准家装、母婴、医疗等垂直电商领域深耕，这些将成为网络购物市场发展新的促进点。用户网购商品，也由最初的小商品，向家居建材、家电等大型商品发展。

2011-2018年中国网络购物市场交易规模



来源：根据企业公开财报、行业访谈及艾瑞统计预测模型估算。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



行业现状：市场广阔，潜力高

1

传统痛点：行业分散，不透明

2

居住生态：大城市，经济适用

3

用户群像：年轻高知，观念新

4

未来趋势：整合延伸，一站式

5

土巴兔：快速增长，走向生态

6

传统家装行业分散，效率较为低下

传统家装产业链条长、环节多，涉及到设计师、装修公司、施工队、材料商等众多对象，消费者要一一对接，需要耗费大量的时间、精力与资金，也造成行业效率低下。行业期待有能提升效率、整合各环节的一站式家装平台出现。

传统家装行业分散之处

用户需求分散

建材、家具、家饰大类下有大量细分类目，用户对各个类目都有具体的需求点

1

2

用户消费力差异大

装修分为中低档、中档、中高档、高档装修，不同档次的用户需求差异较大

企业地域性强

家装公司多为区域性公司，实力不够强，装修效果难保障

6

5

3

4

企业集中度低

行业未出现巨头，前10企业市场份额总和占比不到10%

施工能力参差不齐

设计师、施工人员素质良莠不齐，装修结果的不确定性大

服务标准化程度低

本地服务标准化程度较低，没有统一的行业标准

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



传统家装行业信息不透明，争议纠纷多

传统家装市场产业链条涉及的主体包含建材家居软饰工厂及经销商、物流运输服务商、装修公司、设计师、施工队和家装用户等。家装主材及家居软饰层层代理经销、产业复杂冗余。此外，装修公司、设计师、施工队在装修过程中经常出现偷工减料、收回扣推销、随意新增消费项目、转包转工等现象。传统家装市场普遍效率低下、用户体验较差、满意度较低。

传统家装行业痛点

1 家装项目不透明

- 少做一些不易察觉的项目以增加利润
- 增加一些不必要的项目以增加收入

2 材料质量不透明

- 施工过程中使用的品牌材料价格过高
- 使用非品牌材料、劣质材料



4 收费标准不透明

- 客户必须预付款，资金安全得不到保障
- 存在高额回扣、返点等行业潜规则

3 施工质量不透明

- 没有统一质量标准
- 施工工程偷工减料、以次充好
- 施工人员偷懒

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



行业现状：市场广阔，潜力高

1

传统痛点：行业分散，不透明

2

居住生态：大城市，经济适用

3

用户群像：年轻高知，观念新

4

未来趋势：整合延伸，一站式

5

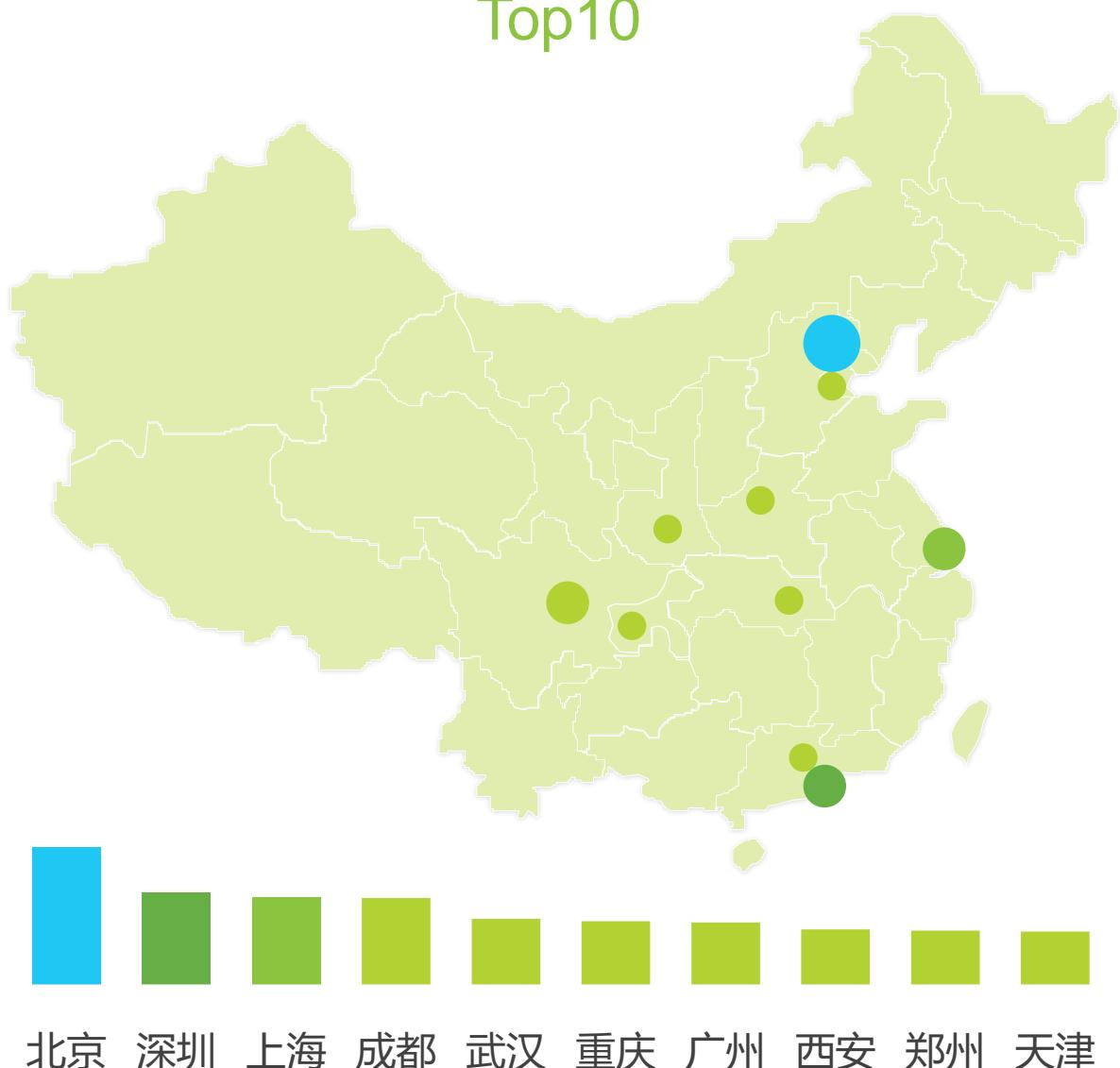
土巴兔：快速增长，走向生态

6

互联网家装主力市场为一二线城市，逐步向低层级城市渗透

目前互联网家装用户主要集中在一二线城市，其中北京、深圳、上海是互联网家装用户居住最多的城市。一二线城市人口比较密集，经济相对发达，装修需求较大；且一二线城市互联网发达，是互联网家装企业目前主要的发力市场。供需双方共同拉动了一二线城市互联网家装市场发展。

2015年互联网家装用户居住城市分布
Top10



来源：2015年土巴兔后台管理系统。

©2016.10 iResearch Inc.

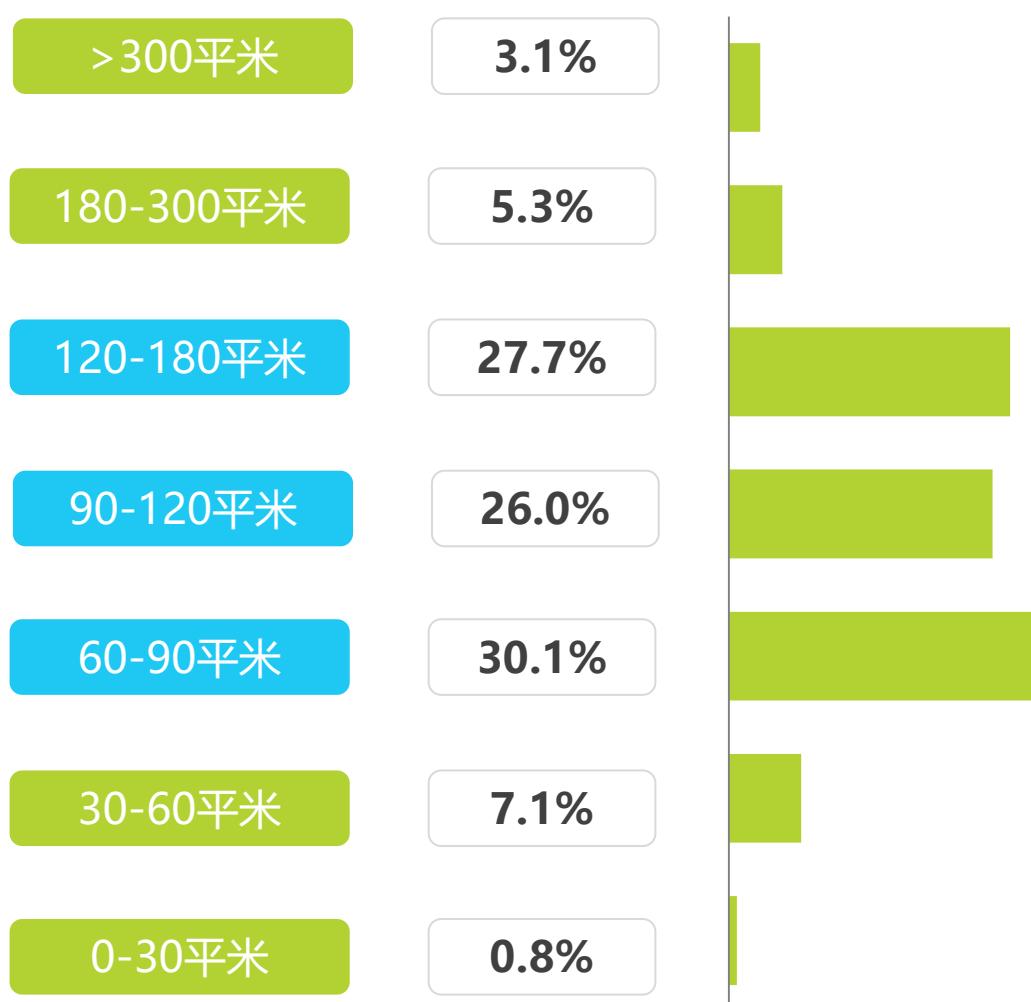
www.iresearch.com.cn



便捷、实惠的互联网家装更加吸引中小户型用户

基于现实考量，近2/3互联网家装用户房屋面积在120平米以下，其中60-90平米最多，达30.1%。一方面，如今都是小家庭制，在房价不断攀升的情况下，用户多选择中小户型的房子；另一方面，这部分用户较年轻，处于事业上升期，更偏向选择相对线下报价较低、且更透明、便捷的互联网家装。未来，伴随这部分用户的成长，他们在家装方面的消费可能出现换房装修、二次装修等改善型需求。

2015年互联网家装用户装修面积分布



来源：2015年土巴兔后台管理系统。

©2016.10 iResearch Inc.

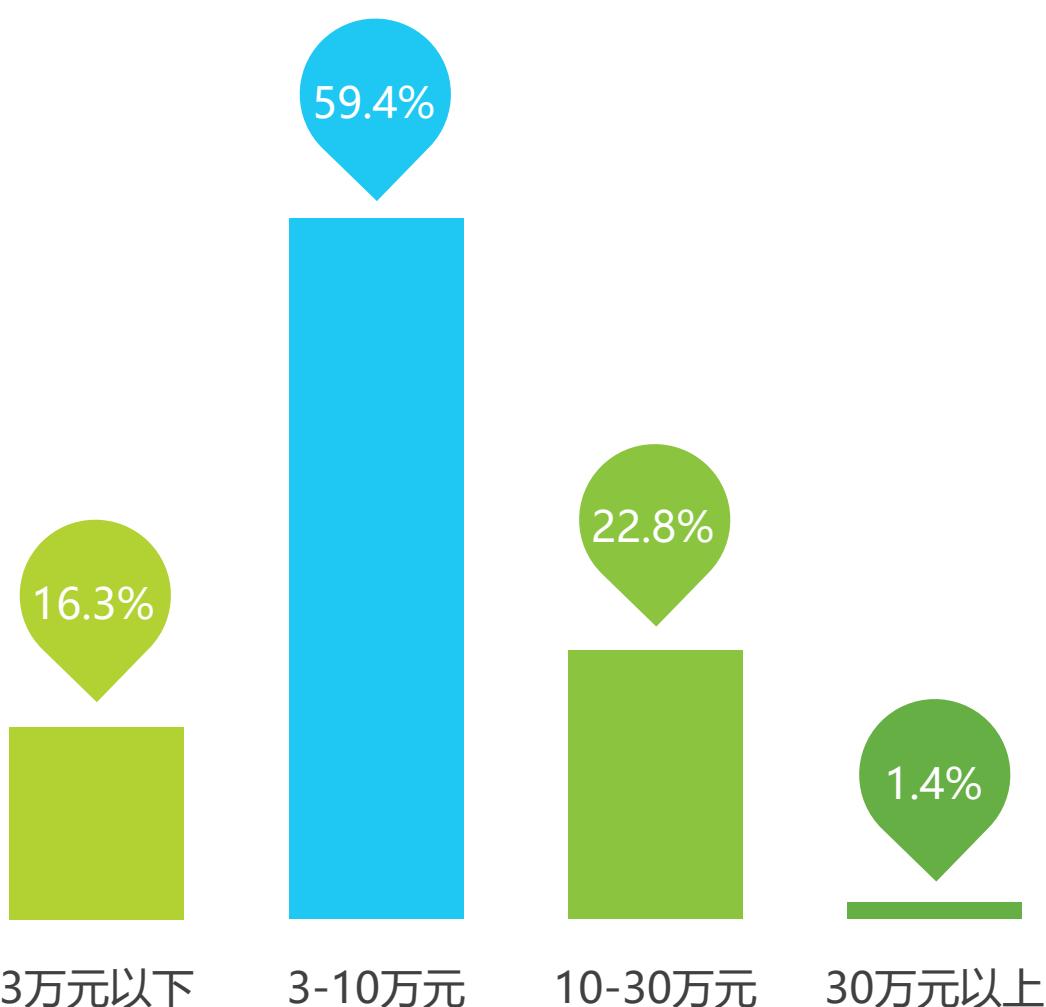
www.iresearch.com.cn



互联网家装用户追求性价比， 装修费用适中，多选简装/硬装

面积和装修方式是影响装修费用的两大因素。从互联网家装用户的装修费用来看，10万元以下用户占比超3/4，这说明用户追求性价比，更倾向在网络上选择硬装或简装服务。互联网家装在拓宽服务范围、提升客单价方面，仍有较大发展空间。

2015年互联网家装用户装修费用分布



来源：2015年土巴兔后台管理系统。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn





行业现状：市场广阔，潜力高

1

传统痛点：行业分散，不透明

2

居住生态：大城市，经济适用

3

用户群像：年轻高知，观念新

4

未来趋势：整合延伸，一站式

5

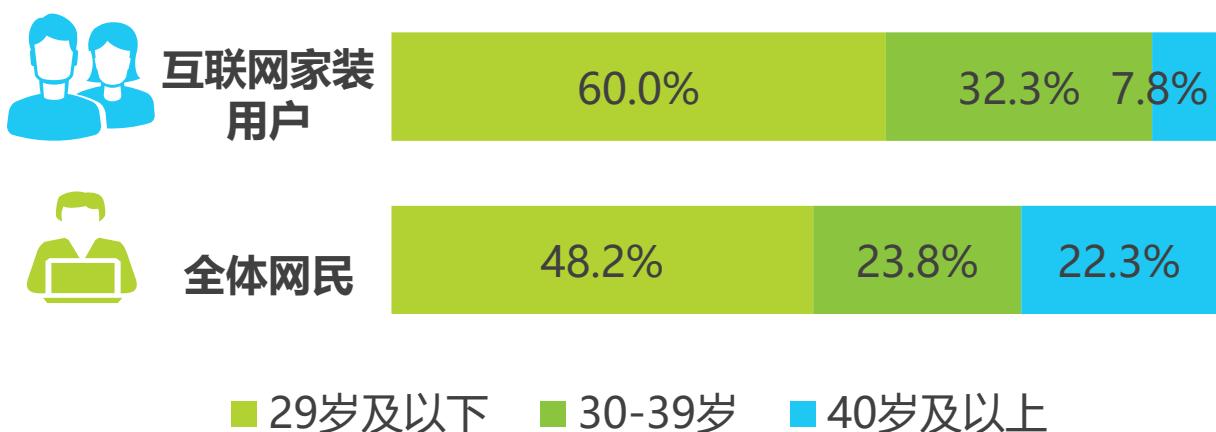
土巴兔：快速增长，走向生态

6

互联网家装用户相对整体网民更年轻、学历更高

互联网家装用户集中于29岁及以下，学历多为本科及以上。29岁及以下是人们步入婚姻的普遍年龄，这个年龄段他们的购房需求和装修需求相对强烈。而较高的学历使他们对互联网的接受度更高。

2015年互联网家装用户&全体网民年龄分布

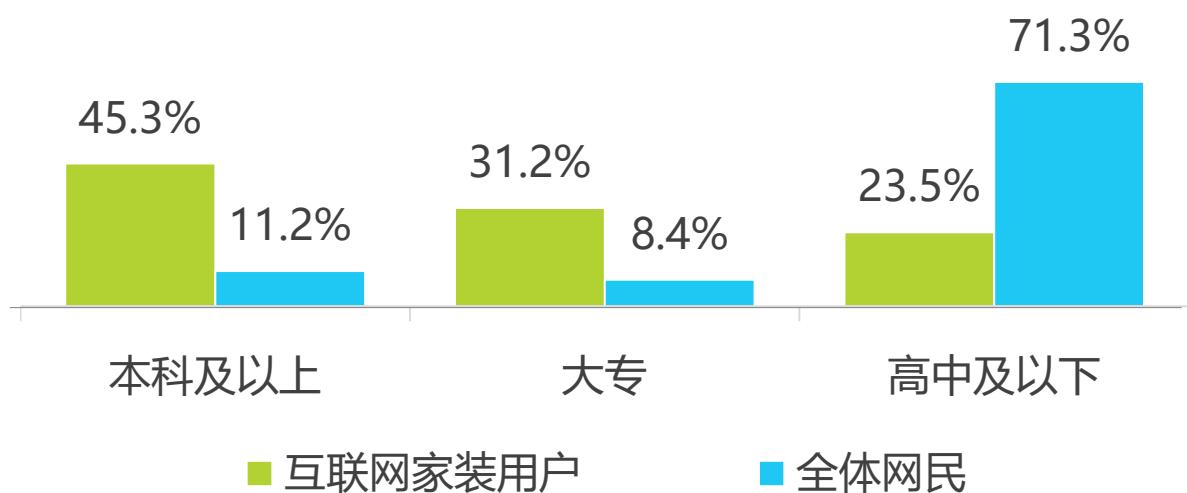


来源：互联网家装用户数据来自2015年8月土巴兔官方网站调研，N=3700。全体网民数据来自CNNIC。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2015年互联网家装用户&全体网民学历分布



来源：互联网家装用户数据来自2015年8月土巴兔官方网站调研，N=3700。全体网民数据来自CNNIC。

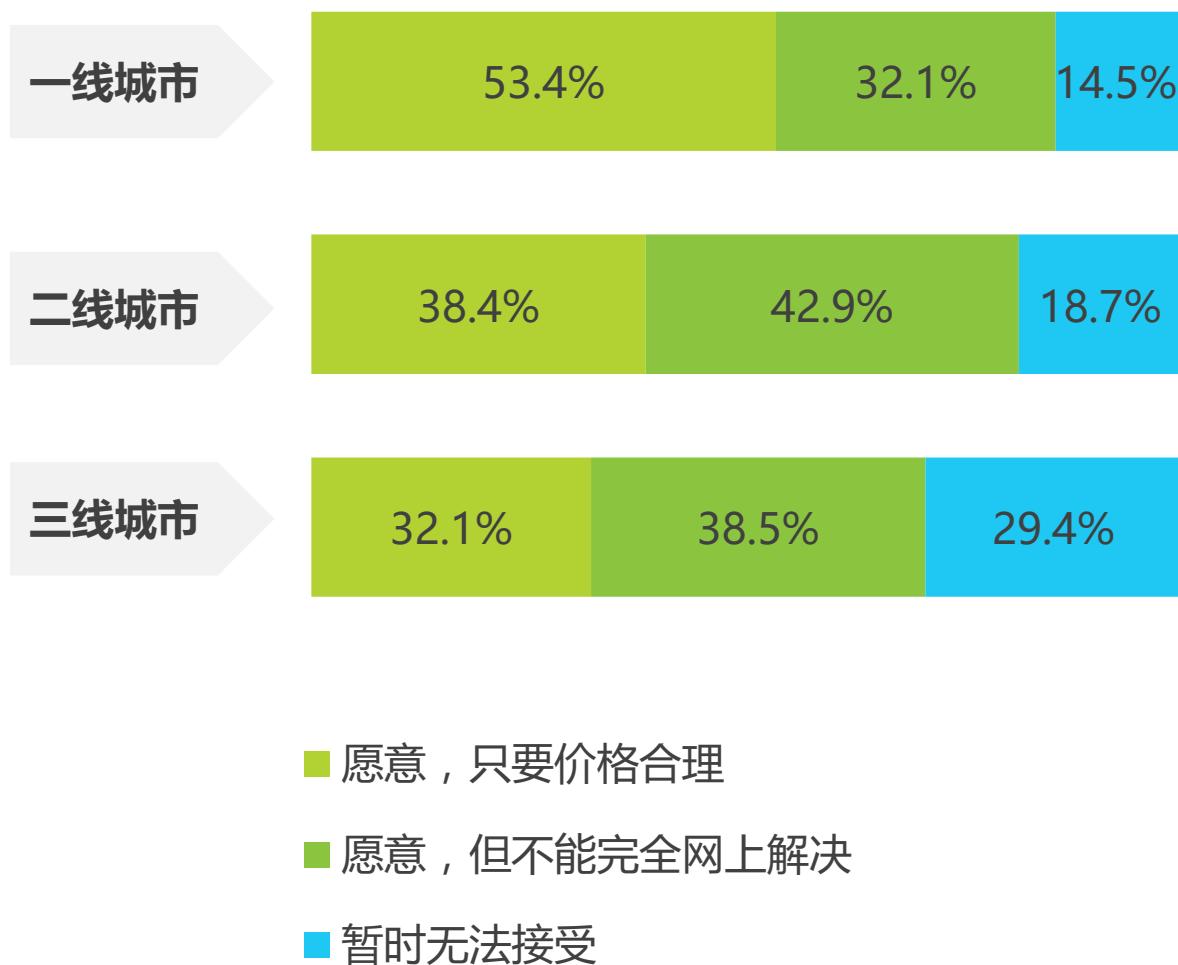
©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

互联网家装在发达地区接受度更高；并逐渐向三线城市渗透

整体来看，各层级城市愿意选择互联网家装的用户都超过70%，说明互联网家装企业已经获得多数用户的接受。其中，一二线城市用户接受度相对更高，互联网家装企业可着力引导用户产生更高频、高金额的消费行为。而三线城市仍有部分用户暂时无法接受，互联网家装还需着力提高这类用户的接受度。

2015年用户对互联网家装的接受程度



来源：2015年8月土巴兔官方网站调研，N=3700。

©2016.10 iResearch Inc.

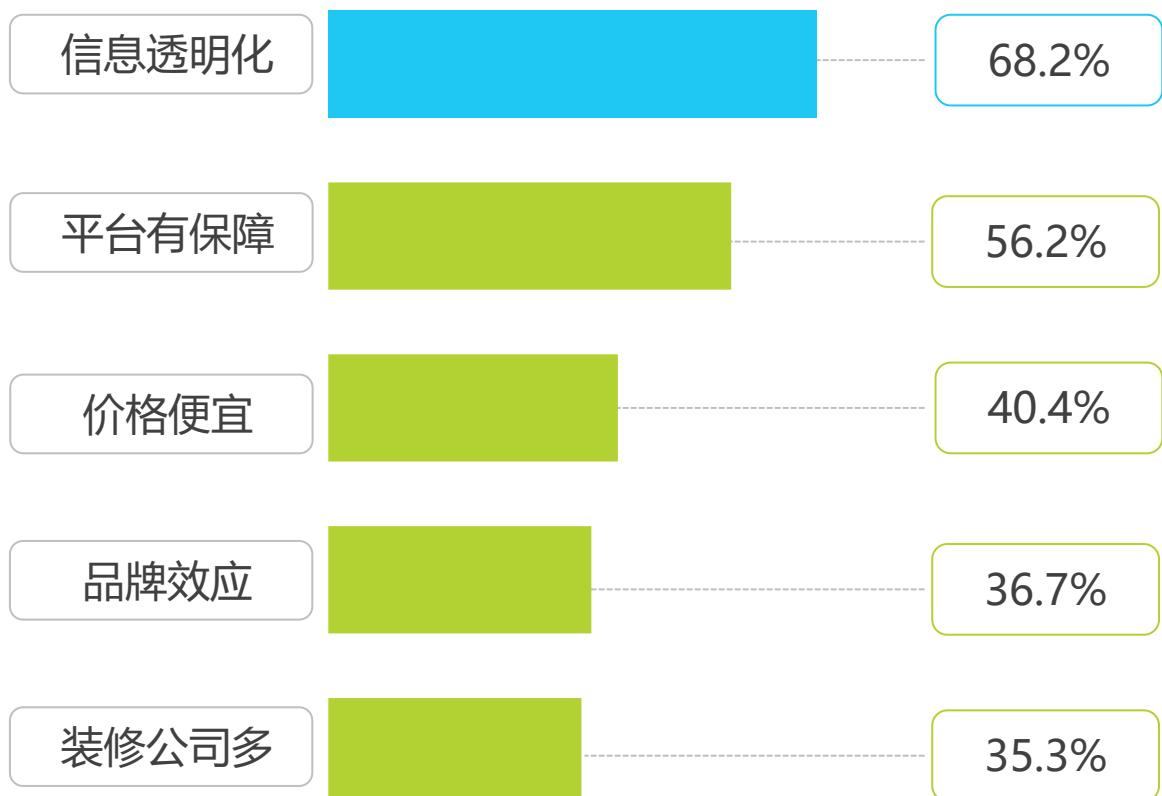
www.iresearch.com.cn



信息透明和质量保障是互联网家装用户核心驱动

信息不透明是传统家装的主要痛点之一，也是用户转向互联网家装的核心原因，可见信息透明对用户的家装决策非常重要。此外，质量有保障、价格便宜也是互联网家装的吸引点。在质量保障方面，互联网家装各平台推出装修服务保障产品，如土巴兔的“装修保”。

2015年用户选择互联网家装的原因



来源：2015年土巴兔后台管理系统。

©2016.10 iResearch Inc.

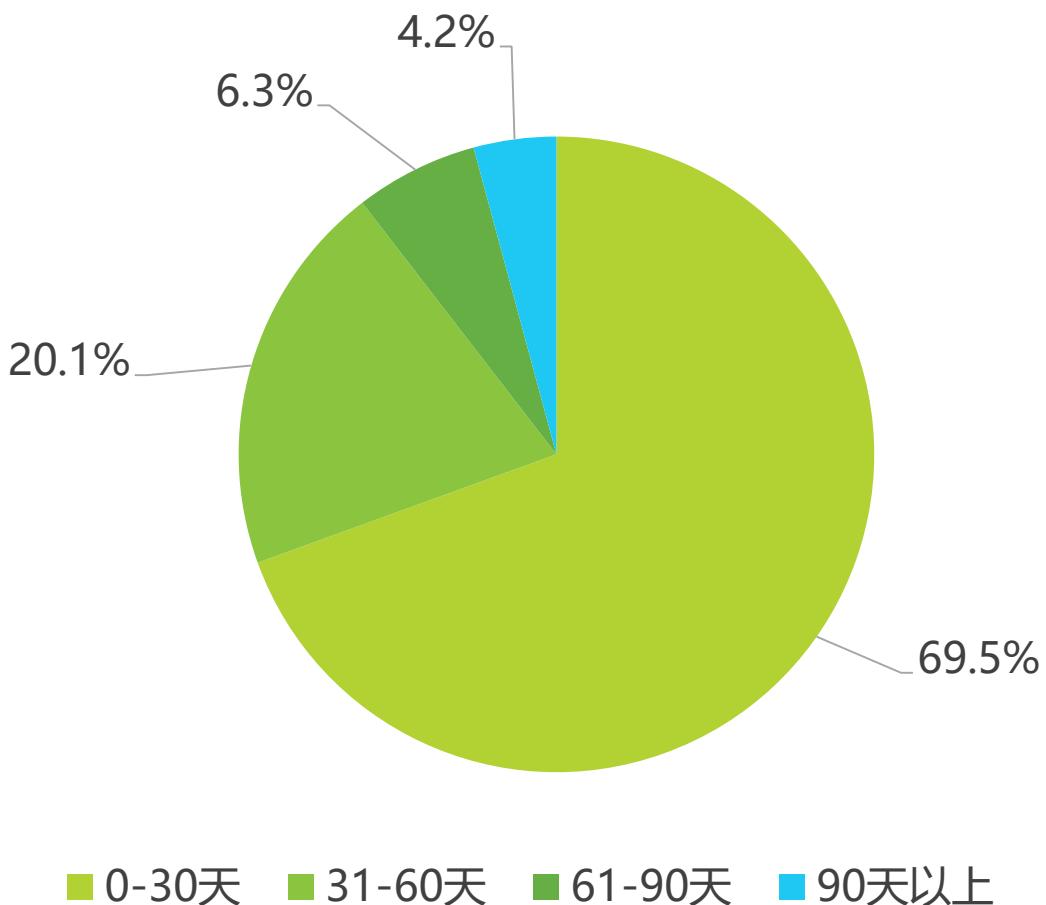
www.iresearch.com.cn



多数互联网家装用户在一个月内完成装修公司和工长的选择

装修公司和工长的选择对家装效果的影响较大，而且是一项繁琐的工作，从有装修需求到完成装修决策需要考虑装修服务者的设计、报价、施工能力、信誉等多个方面的因素。传统家装中，用户进行装修公司和工长的决策时间较长。目前，由于主要通过网络了解各方面信息，近70%的互联网家装用户选择装修公司和工长的决策时间在一个月以内。

2015年互联网家装用户选择装修公司和工长的决策周期



来源：2015年土巴兔后台管理系统中，土巴兔为其提供量房服务的用户的数

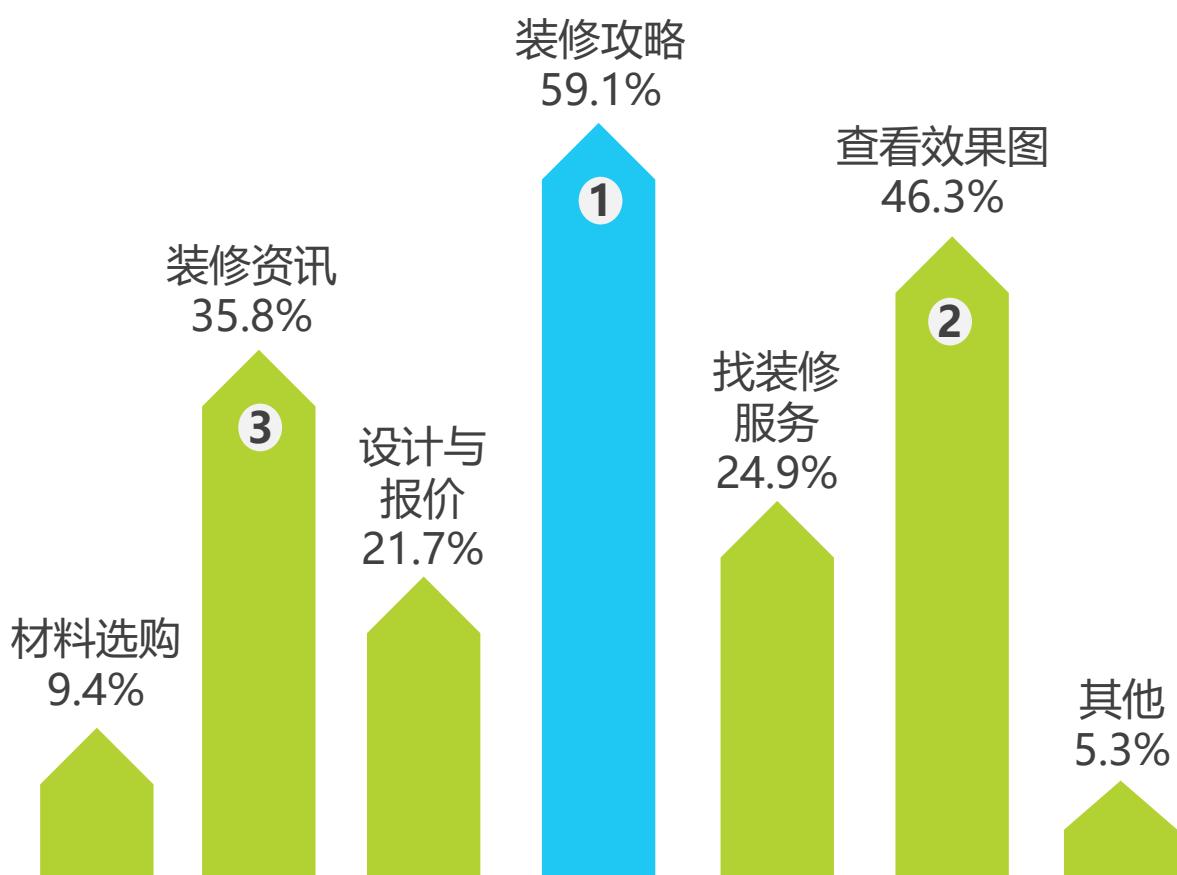
©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

互联网家装用户在网络上选择的服务类型逐渐丰富

互联网家装用户在线上使用的服务主要集中在查看装修攻略、效果图和获取装修资讯这类参考信息型服务，也逐渐涉及找装修服务、设计与报价、材料选购这样的交易型服务。线上交易与线下装修结合，构成互联网家装闭环。

2015年互联网家装用户使用的服务类型



来源：2015年土巴兔后台管理系统。

注释：材料选购的占比偏低，是由于土巴兔有实体的装修体验馆，材料选购的行为集中在线下。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

互联网家装用户审美紧跟流行，装修风格偏爱现代简约

超过2/3的互联网家装用户喜爱现代简约的家装风格。现代简约风格符合了人们减轻周围压力，崇尚环保的要求。

2015年互联网家装用户偏爱的装修风格



来源：2015年8月土巴兔官方网站调研，N=3700。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn





行业现状：市场广阔，潜力高

1

传统痛点：行业分散，不透明

2

居住生态：大城市，经济适用

3

用户群像：年轻高知，观念新

4

未来趋势：整合延伸，一站式

5

土巴兔：快速增长，走向生态

6

家装行业逐步走向多方整合，各主体协同发展

家装行业各方面逐步走向多方整合、协同发展。产品方面，线上的产品功能与线下服务保持统一；供应链方面，集中采购和供应链的重新组合，使产品品牌越来越聚焦；设计方面，逐步一体化，增强了产品的整体销售力；服务方面，高效保质的服务链保障了用户的体验。

家装行业走向多方整合

- 1 线上线下整合**
在互联网+的大环境推动下，新消费群体崛起，为了更加适应用户的新需求来实现持续发展，各个传统企业开始逐渐互联网+转型
- 2 产业链整合**
随着用户对便捷的需求上升，近年整包模式大量蚕食传统半包业务，产业链持续整合优化，倒逼上游生产商利益链与价值链的重塑，行业信息逐步透明，效率逐步提升
- 3 企业兼并重组**
生态布局已成为全球互联网发展趋势，各领域、各平台之间的资源不断嫁接融合。未来企业间的竞争将不仅仅是某个产品或某种服务的竞争，更是企业在生态链各环节把控整合能力的竞争

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



家装行业向家庭消费、行业金融等方向延伸

家装服务存在频次低、用户留存难的问题，互联网家装不断向新的方向渗透，以延长生命周期，包括：
1.下沉渠道布局三四线城市；2.发力家装后市场的潜力；3.将触角延伸至家庭消费、行业金融等相关领域。

互联网家装业务多向延伸

渠道延伸

一二线城市竞争激烈，红利趋于平缓，长期的经济效益有限。三四线城市将成为未来互联网家装企业的必争之地



深耕社区一直都是当下创新创业的支撑点，随着人们对生活质量的要求不断提高，家装产品维修保养、美化清洁等项目成为家装新市场

家装后市场

家庭消费

家装平台通过将业务延伸至家庭消费来延长生命周期，逐步成为用户家居、家庭生活的一站式集成服务商

家装消费属大金额消费项目，在互联网+金融的发展逐渐成熟的基础上，无息信贷、先装修后支付等金融业务走进互联网家装领域

行业金融

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



一站式整体家装是家装行业发展的大方向

家装产业链涉及设计、报价、施工、材料、监理、家具、验收等众多环节，传统家装层层分销后价格虚高，效率低下。随着互联网家装的不断发展完善，家装企业正逐步走向包括产业链各环节甚至相关金融服务整合的一站式整体家装服务模式。

家装行业向一站式发展



● 行业分散，亟待整合

传统家装产业复杂冗余，服务分散，用户需耗费大量的时间精力对接不同供应商、服务商；用户体验差、行业效率低

● 体验型消费兴起，用户青睐省心服务

近年，大城市的“新中产”工作繁忙，生活节奏加快，更青睐于通过互联网一站式解决生活需求；体验型消费时代到来，消费者不仅要求产品好，还渴望良好的服务体验

● 整装成业内主流

随着互联网的发展，用户消费需求与行为的转变，家装行业将朝一站式整体家装的方向发展

■ 一站式整体家装

这种模式能以相对合理、具有性价比的方式将家装产业链各环节进行整合，满足业主设计施工、质检验收、材料选购、物流安装、智能家居、装修贷款等一站式需求

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn





行业现状：市场广阔，潜力高

1

传统痛点：行业分散，不透明

2

居住生态：大城市，经济适用

3

用户群像：年轻高知，观念新

4

未来趋势：整合延伸，一站式

5

土巴兔：快速增长，走向生态

6

土巴兔定位一站式互联网家装平台

创立八年，土巴兔通过产业链条上用户服务数据的积累，成为中国最大的家装需求入口。土巴兔从2012年开始发力家装产业链的改造：上游，土巴兔汇聚了装修公司、工长、工人等多层次的优质家装服务者；下游，土巴兔通过整合各环节，实现供应链闭环的深度改造。土巴兔从互联网家装精准流量平台率先升级为国内最大的一站式家装全产业链平台。

土巴兔为业主提供家装保障

装修公司正规

土巴兔平台的装修公司都为正规有资质的装修公司。支持装修满意后付款，锁定正规装修公司

装修价格透明

让业主免费获得多份由正规公司出具的设计方案和报价，结合土巴兔的免费预算审核，让价格明明白白

验房专家团队

遍布主流城市的线下验房专家团队，免费帮业主验房

装修款全托管

装修保提供装修款全额托管、先装修后付款、免费第三方质检验收等服务

施工质量有保证

业主可以在线申请免费质检，土巴兔质检提供免费四大环节上门验收服务，帮助业主验收质量

材料价格靠谱

土巴兔提供全城材料报价查询，业主下单购买前可致电土巴兔了解市场价格

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



规模优势：体量逐年增加， 1400万家庭的装修选择

从2013至2015年，土巴兔的访问用户数及用户装修请求数都呈现逐年增长的趋势，增长率越来越高，且在2015年达到了突破性增长。目前土巴兔已成为国内家装的精准需求入口，实现业主、设计师、装修公司、工长、建材家居商家的真实互动、共享多赢的家装生态。

八年服务用户数

1400万 中国家庭

覆盖城市

250个 城市分站

入驻正规装修公司

7万多家 装修公司

入驻设计师

95万名 设计师

2013-2016年土巴兔日均访问用户数



单位：万人

来源：土巴兔后台管理系统。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

2013-2016年土巴兔月均装修请求数



单位：万次

来源：土巴兔后台管理系统。

©2016.10 iResearch Inc.

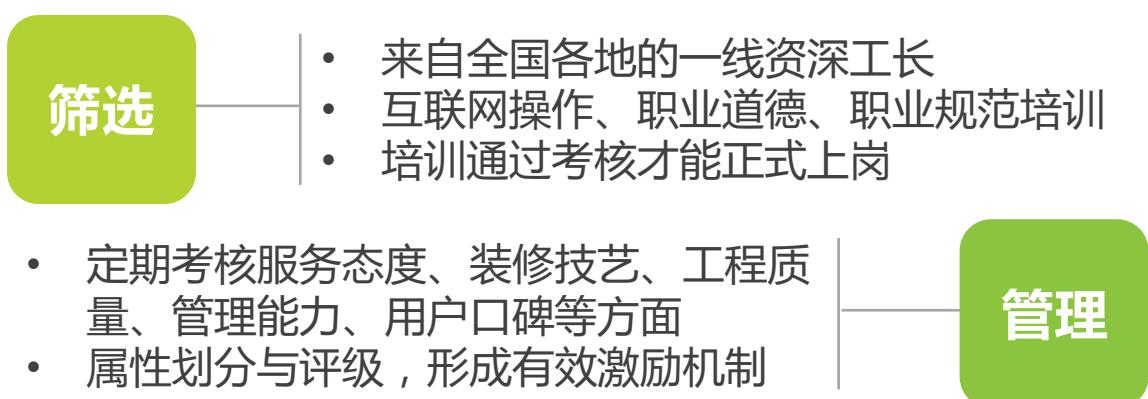
www.iresearch.com.cn



模式创新：推出云工长，用共享经济提升效率、降低成本

“云工长”通过大数据、评价、监管等一系列机制，使工长与业主直接对接，优化产业链供给，免除了传统装修对各个环节的加价，为用户提供更透明的服务体验，满足用户多样化的需求。“云工长”模式对于提升行业效率、降低行业成本具有重要意义。未来，土巴兔将进一步打通全产业链，重新定义行业标准，建立严格的行业标准和制度，生长为一个为中国家庭提供多层次优质供给的家装产业生态。

云工长的筛选和管理



云工长模式的优势



来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



布局金融：从家装入口迈入消费金融领域

土巴兔联合中国建设银行、招联金融推出的装修消费贷款，让业主享受到了先装修后还款的优质服务。土巴兔在解决业主装修资金问题的同时，更有全程资金托管和全程质检服务，对装修资金安全和工程质量进行双重保障。

土巴兔装修贷的服务



土巴兔
Tubatu.com



中国建设银行
China Construction Bank



招联金融
MUCFC.COM

土巴兔是首家推出纯线上装修消费贷款的互联网家装企业，同时也是较早与中国建设银行开展“装修分期”业务的互联网家装企业。

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



土巴兔
Tubatu.com

iResearch
艾 瑞 咨 询

迈向生态：延伸服务，构建家装生态闭环

土巴兔的生态以用户为核心，以内容、产品、服务链、供应链等版块，打通一站式优质家装服务入口。

土巴兔的生态布局

家装大数据

帮助业主进行决策，帮助企业了解用户需求及满意度，推动家装诚信体系建立；以需定产，提升供应链效能，促进供给侧改革

家庭消费入口

搭建产品体系，丰富金融消费场景，从家装到家居电商及互联网金融，以消费连接用户



智能家居落地

从家装环节切入，自主研发智能家居控制与接入系统，实现智能家居在中国家庭的全面落地，让家更智慧

新装修人

优化升级服务链，提升服务品质，土巴兔将成为汇聚优质装修公司、优质工长、优质工人等“新装修人”的家装生态

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理而得。

©2016.10 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn



公司介绍/法律声明

公司介绍

艾瑞集团是专注于中国互联网及全球高成长领域的洞察咨询与企业服务集团，业务领域包括大数据洞察与预测、行业研究与企业咨询、投资与投后服务等。

艾瑞咨询成立于2002年，是最早涉及互联网研究的第三方机构，累计发布数千份互联网行业研究报告，为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。2015年艾瑞咨询在海外建立研究中心，研究范围扩展至全球高成长领域，建立中国与世界优秀企业的链接。

版权声明

本报告为艾瑞集团制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>

微信公号：





艾 瑞 咨 询

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS