

# 装出美丽新“饰”界

2017年360用户【家居家装】消费地图

360推广·2017年10月



# 中国城镇化水平稳步推进，居民对家居建材的消费不断升级

## 城镇化建设

是家居建材市场的长期支撑

## 婚房装修

是家居建材市场的刚性需求

## 住宅面积新增

是家居建材市场的夯实基础

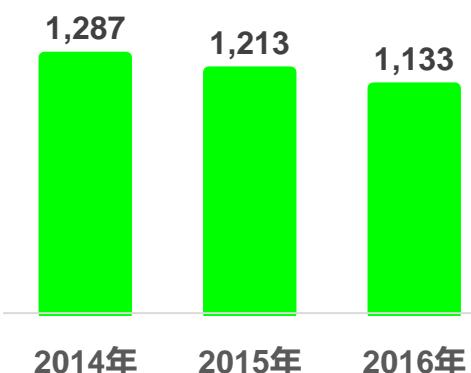
## 居民收入水平提升

是建材家居用品的消费保证

### 中国城镇人口占比



### 中国结婚登记数量 (万对)



### 中国住宅销售面积 (万平方米)



### 中国居民人均可支配收入 (元)

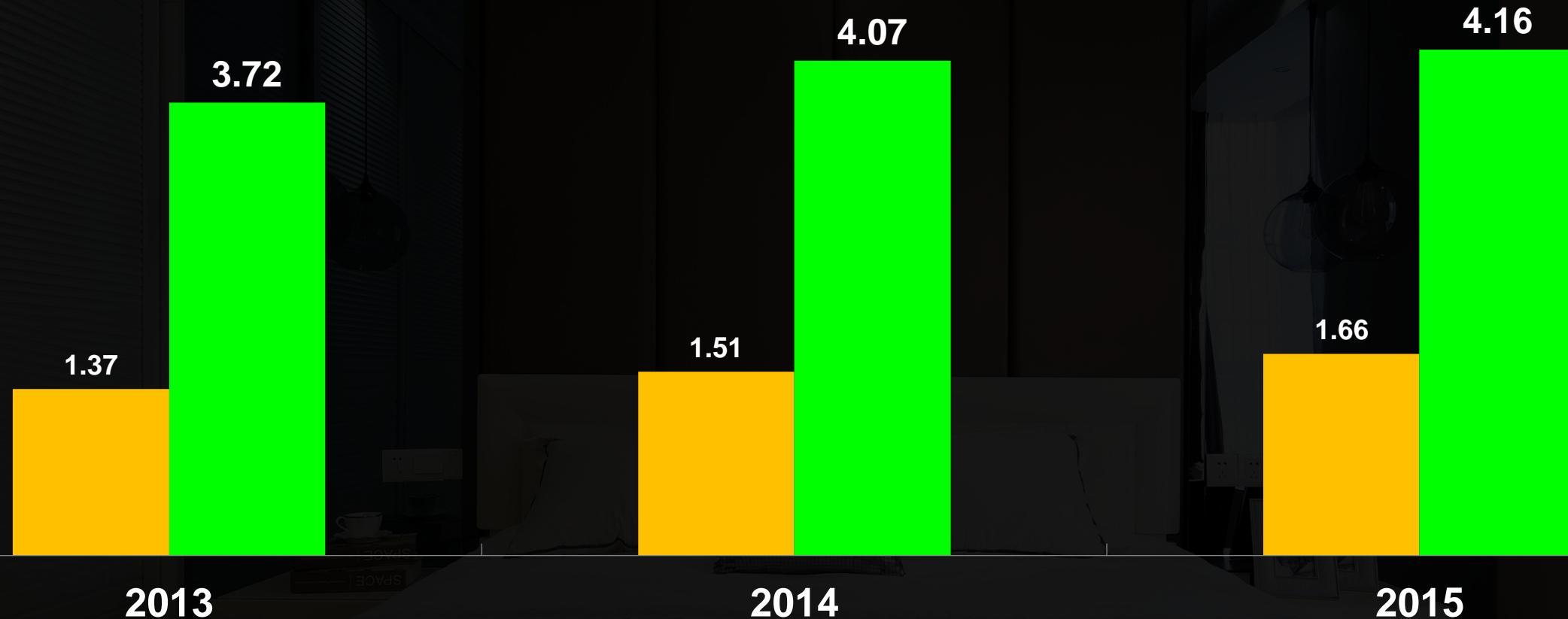




家居家装市场规模超四万亿，行业整体继续稳中有升

### 2013 - 2015年中国家居家装行业市场规模

■住宅装修装饰完成工程总产值（万亿元人民币） ■建材家居市场规模（万亿元人民币）



数据来源：中国建筑装饰协会，360智库整理



装修通常是家庭中复杂的大工程，各工期环节相互关联，不可分割

## 一般装修流程示例





传统家装链条长，行业分散，信息不透明，争议纠纷多，亟待变革

## 传统家装行业痛点举例

参与者多，集中度低，  
水平参差不齐，  
业主选择难度大

材料差异大，主辅料价  
格混报，材料价格和收  
费标准透明度低

设计方、施工方能力参  
差不齐，装修结果不确  
定因素多

服务标准化程度低，验  
收标准不统一，  
质量隐患规避难

1  
服务商

2  
预算

3  
价格

4  
流程

5  
施工

6  
工期

7  
验收

8  
维权

装修过程增项多，  
变化大，  
装修预算控制难度大

中间环节多，  
专业性强，  
业主监督难度大

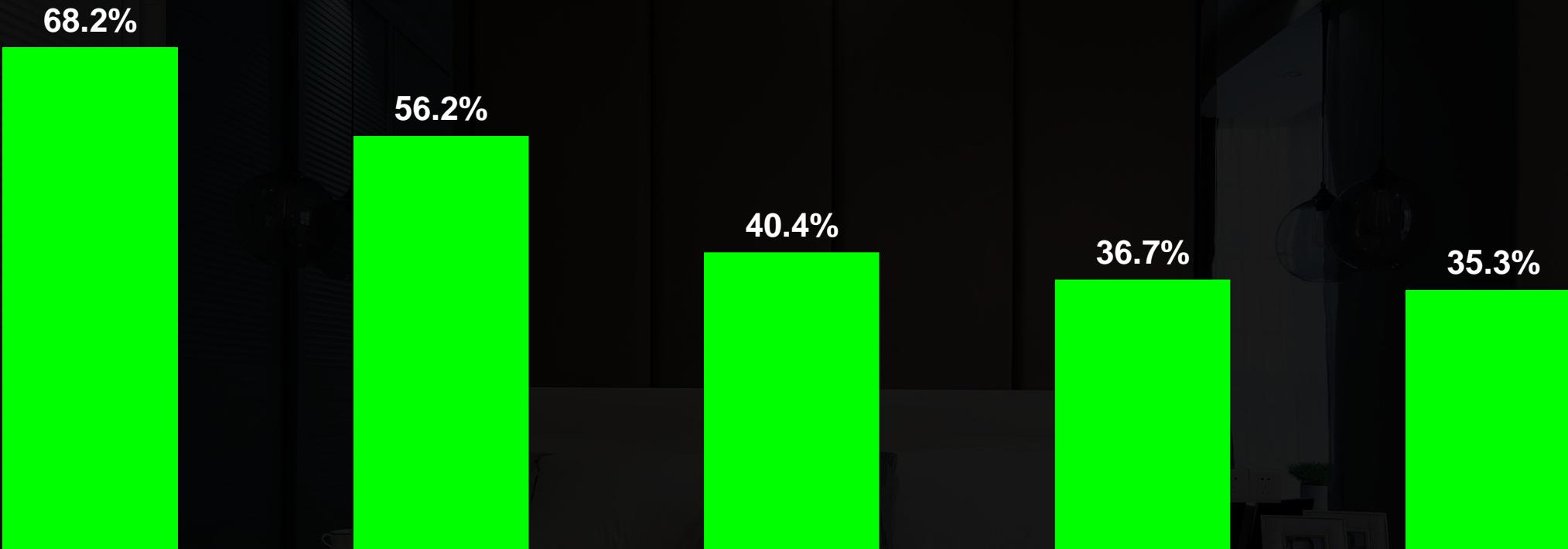
工期长，  
工序较复杂，  
工期进度把控难度大

发生偷工减料、以次充  
好等情况后，  
维权难，时间成本高



互联网家装用户在网络上选择的服务类型丰富，信息透明是用户转向互联网家装的核心原因

## 用户选择互联网家居家装的原因



信息透明化

平台有保障

价格便宜

品牌效应

装修公司多



随着互联网家居家装服务商数量和服务类型的增加，企业商业模式同质化严重，盈利困难，行业淘汰与整合趋势明显





消费升级大势下，360大数据用户行为洞察，  
助力互联网家居家装企业引领变革，装出美丽新“饰”界

360，以安全为基础，为用户打造一站式在线服务平台



## 1 渠道强化

## 2 产品升级

## 3 品牌建设

## 4 营销突围



360推广

装出美丽新“饰”界之1

# 渠道强化

2017年360用户【家居家装】消费地图



中国家居家装零售渠道以经销模式为主，多种渠道并存

## 中国家居家装零售渠道变迁



需求：满足基本居住需求  
渠道：分散的单店、路边店经营

萌芽期  
20世纪80年代至90年代初

快速发展期  
20世纪90年代初至2014年

整合期  
2014年至今

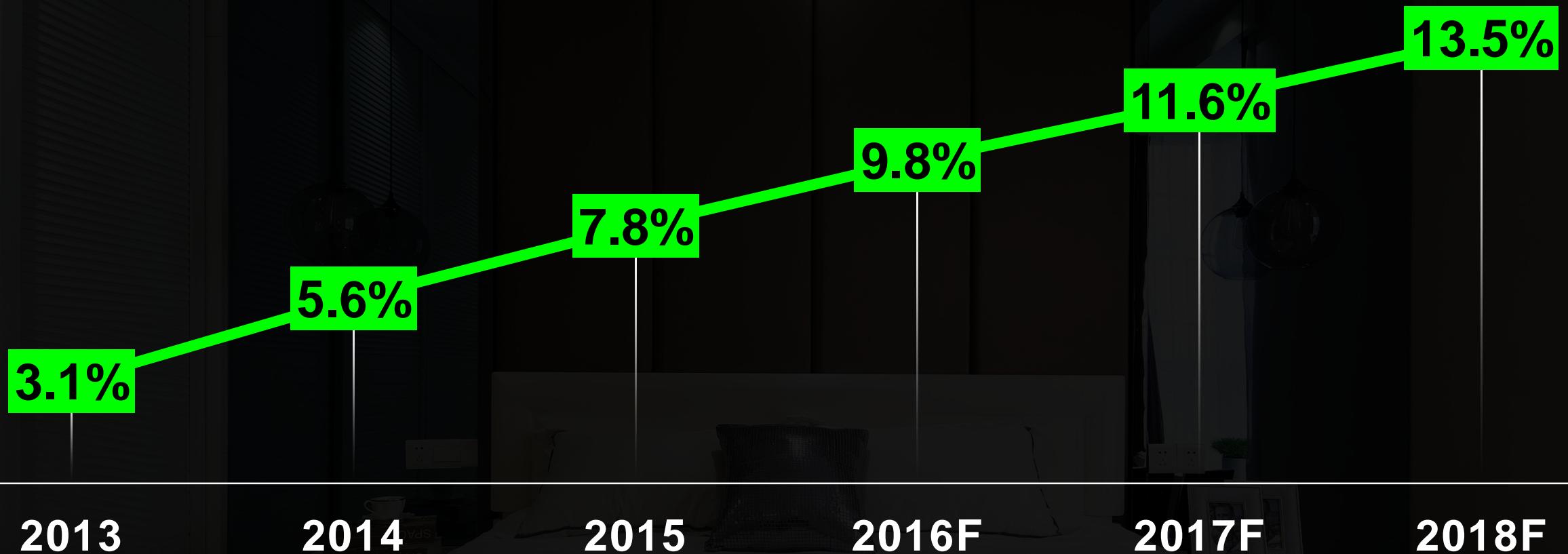
需求：一站式服务、多元化需求  
渠道：大型卖场、经销为主直营为辅

需求：多样化、个性化、精细化  
渠道：直营化、互联网化



中国家居家装行业的互联网渗透率低，但是潜力巨大

2013-2018年中国互联网家居家装占整体家居家装市场规模百分比





互联网家装家居服务商角色关键，  
弥补了传统渠道无法满足消费者的一站式服务的需求

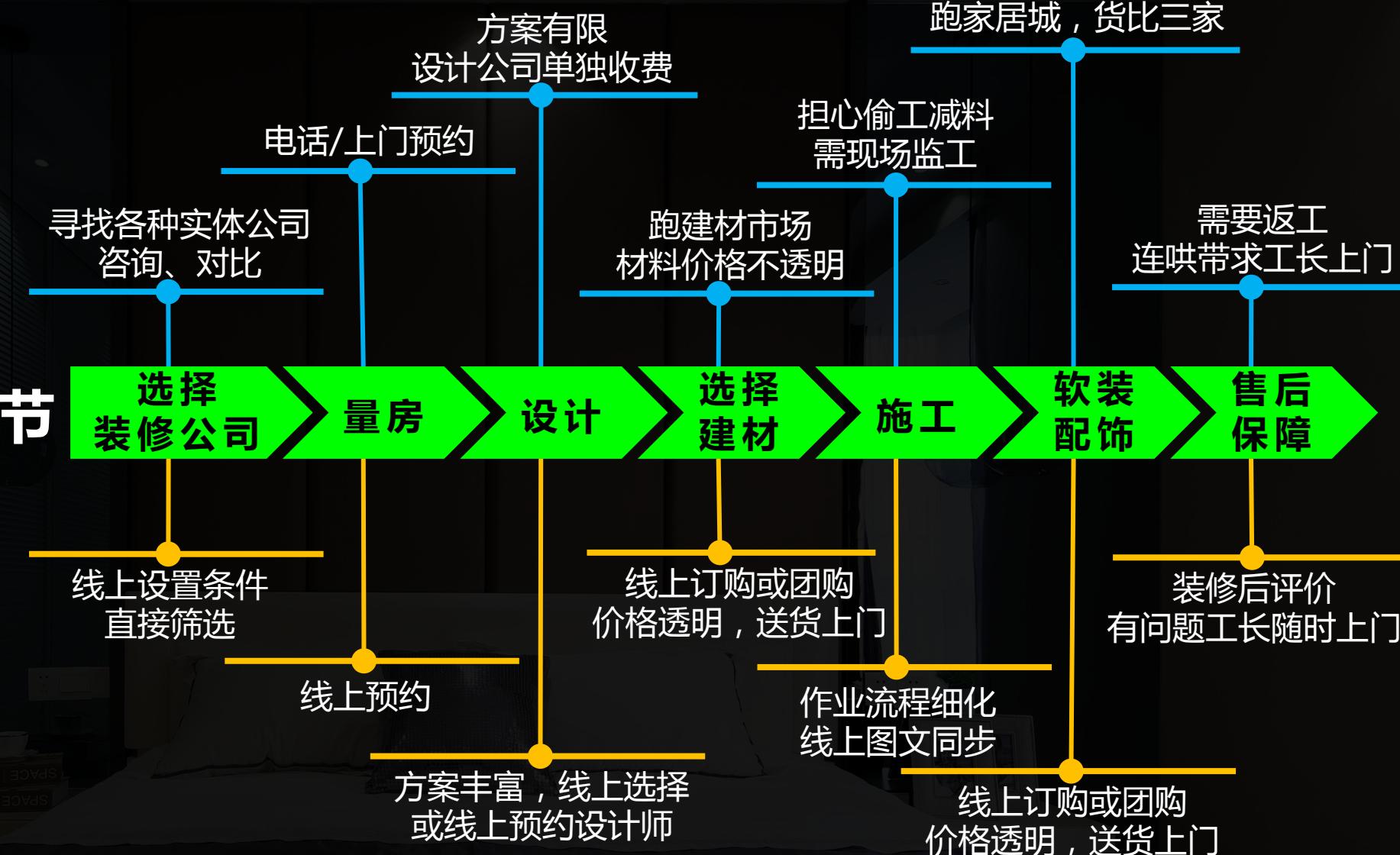
传统家装

实体产品展示  
价格透明度低  
体验效果好

## 家居家装简易环节

互联网家装

一站式服务  
价格相对透明  
营销精准





传统家居卖场或建材市场：

积极打造线上线下相结合的家装模式，实现线上线下渠道无缝对接

居然之家  
线上线下无缝对接模式

# Offline



居然之家目前已在全国**28个**省(市)开设了近**180家**家居建材零售卖场，总营业面积超过**1000万平方米**，年营业额近**500亿元**。



全案设计，大包服务

整装制定，拎包入住



品质装修，适老专家

大师设计，智慧豪宅



国际家居馆

# Online



设计云平台

1

商品销售平台

3

物流配送平台

5

2

4

6

家具材料采购平台

施工管理平台

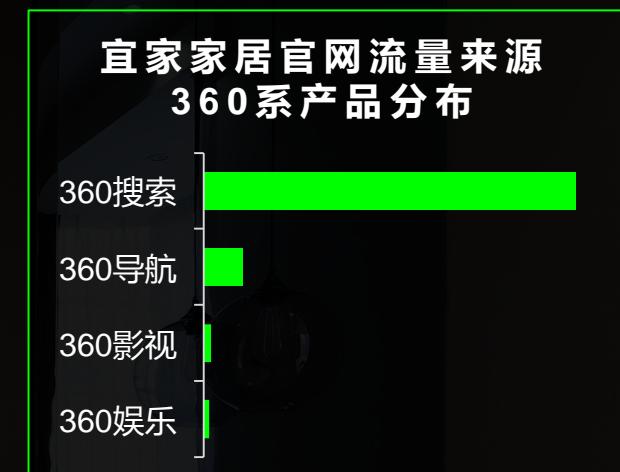
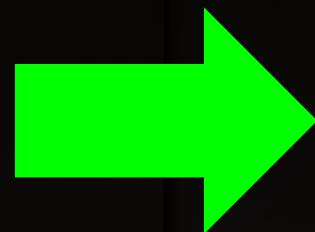
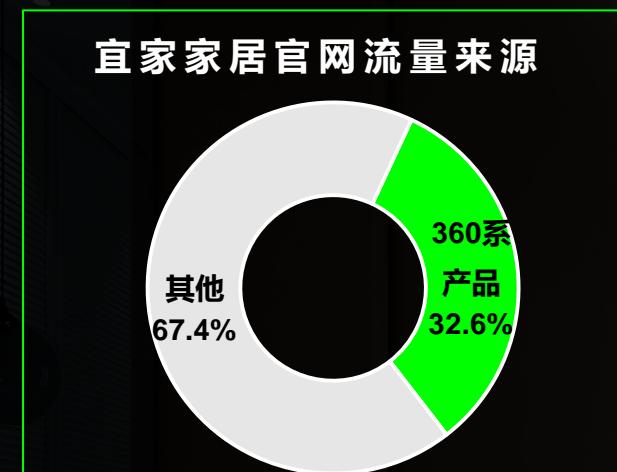
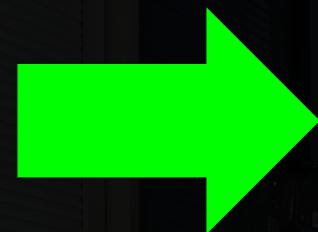
智能家居服务平台



传统家居卖场或建材市场：

线上网站流量差异巨大，360在官网引流方面的作用强大，助力卖场渠道整合

## 2017年家居卖场或建材市场官网流量分布



宜家家居

曲美家居

美克美家

红星美凯龙

居然之家

百安居

顾家家居

全友家居

集美家居

华美乐



互联网居家家装服务商：

从信息服务升级为一站式家装服务，是对家居家装零售渠道强有力的补充

## 互联网家装平台业务内容分布

### 信息服务

- 家装资讯
- 效果图库
- 装修日记
- 价格对比



- 建材 / 家居销售
- 团购 / 品牌特卖
- 线下体验馆

### 零售服务

### 装修服务

- 量房 / 设计
- 施工
- 验房 / 环保监测

### 保障服务

- 全程监理 / 监督
- 工长 / 设计师管理
- 客服顾问

### 金融服务

- 装修贷款
- 保险
- 担保金托管

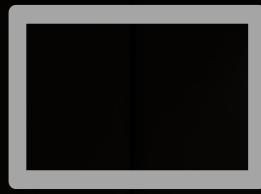


互联网居家家装服务商：

在行业流量理性回落背景下，360用户对其关注度依然逆势上涨

## 2016-2017年上半年360用户对互联网居家家装品牌关注度变化

【PC端】



【移动端】



同比增长8.8%



2016年上半年

2017年上半年

同比增长282%



2016年上半年

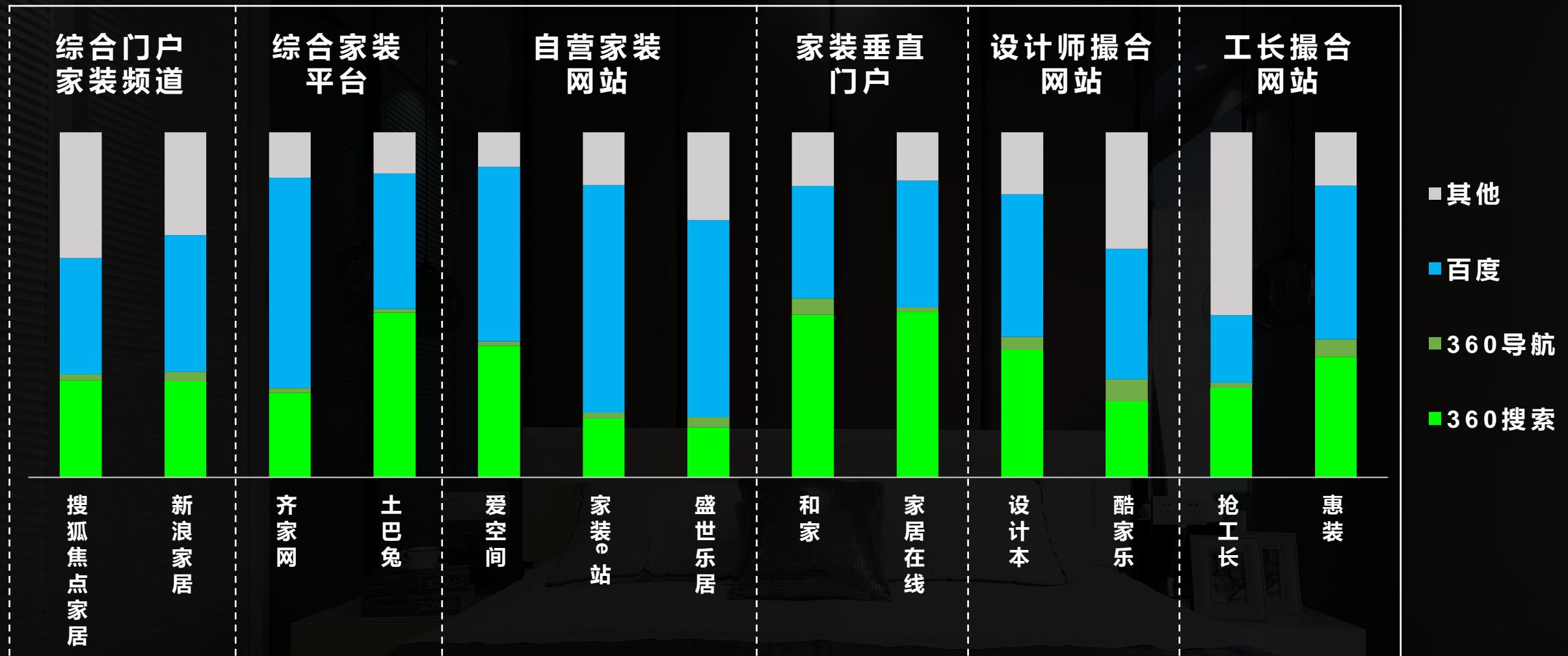
2017年上半年



互联网家居家装服务商：

360是互联网家居家装服务商最主要的流量来源，助力线上渠道价值强化

## 2017年上半年互联网家居家装服务商网站流量分布



数据来源：360商易，360智库



360推广

装出美丽新“饰”界之2

产品升级

2017年360用户【家居家装】消费地图



中国家居家装市场硬装与软装的比例超过 3:1，  
表现出“重硬装，轻软装”的消费特点

中国家居家装市场结构 【 硬装 : 软装 > 3:1 】



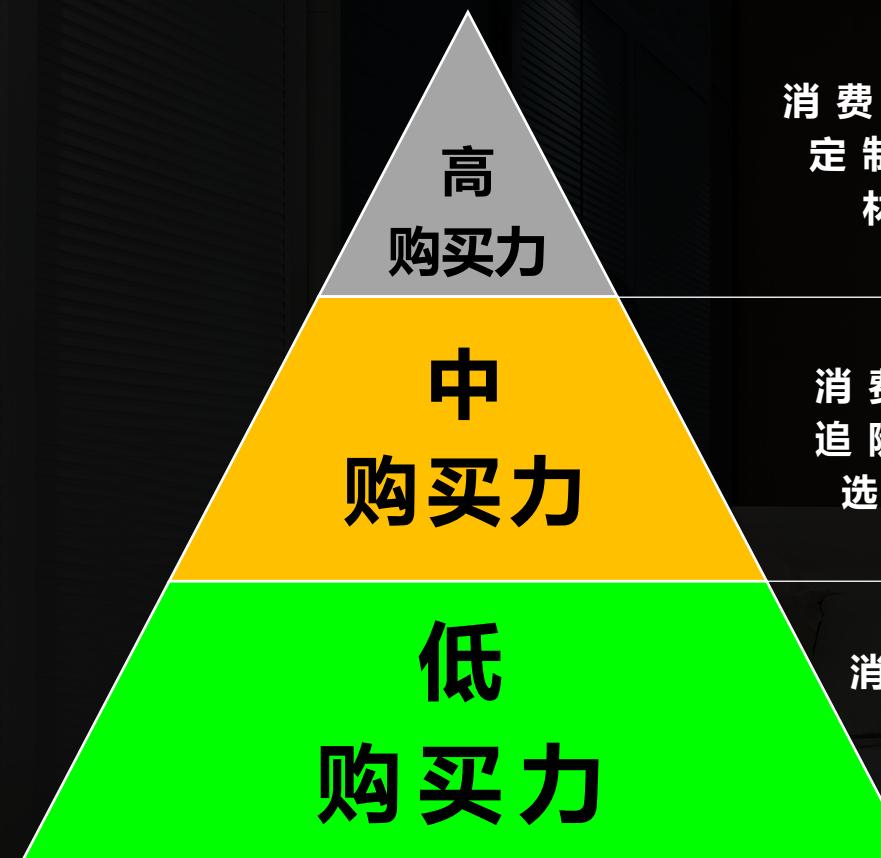
硬装环节消费支出大，标准化程度低

软装空间大



从购买力看，传统家居家装和互联网家居家装消费人群结构差异大，  
精准把握消费人群的消费特点是家装服务商的必做功课

传统家居家装消费人群购买力结构  
【金字塔结构】

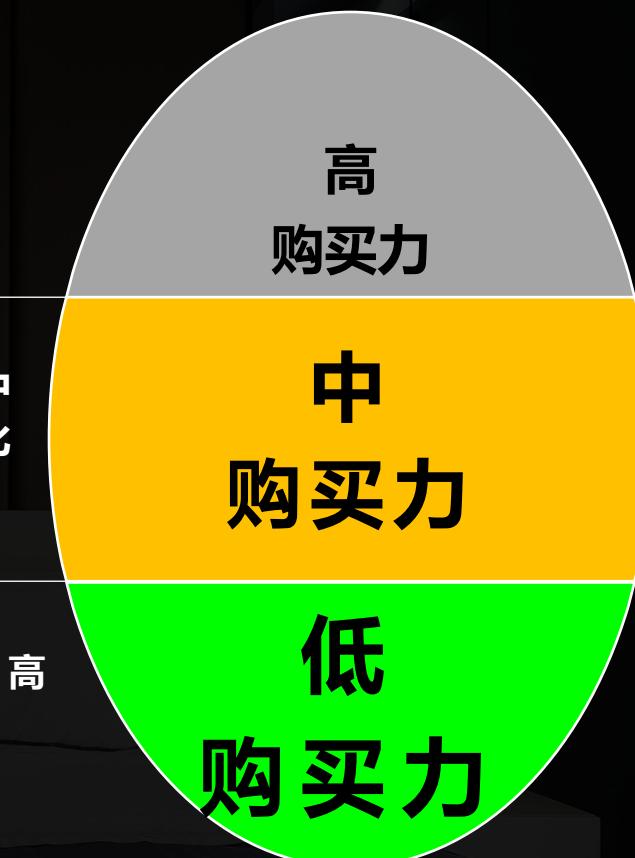


消费能力强，价格敏感度低  
定制化家居家装接受度高  
材料选择需彰显身份

消费能力中，价格敏感度中  
追随主流风格，部分个性化  
选择成套板式或新型材料

消费能力低，价格敏感度高  
满足实用功能和性价比  
追求低价且符合主流

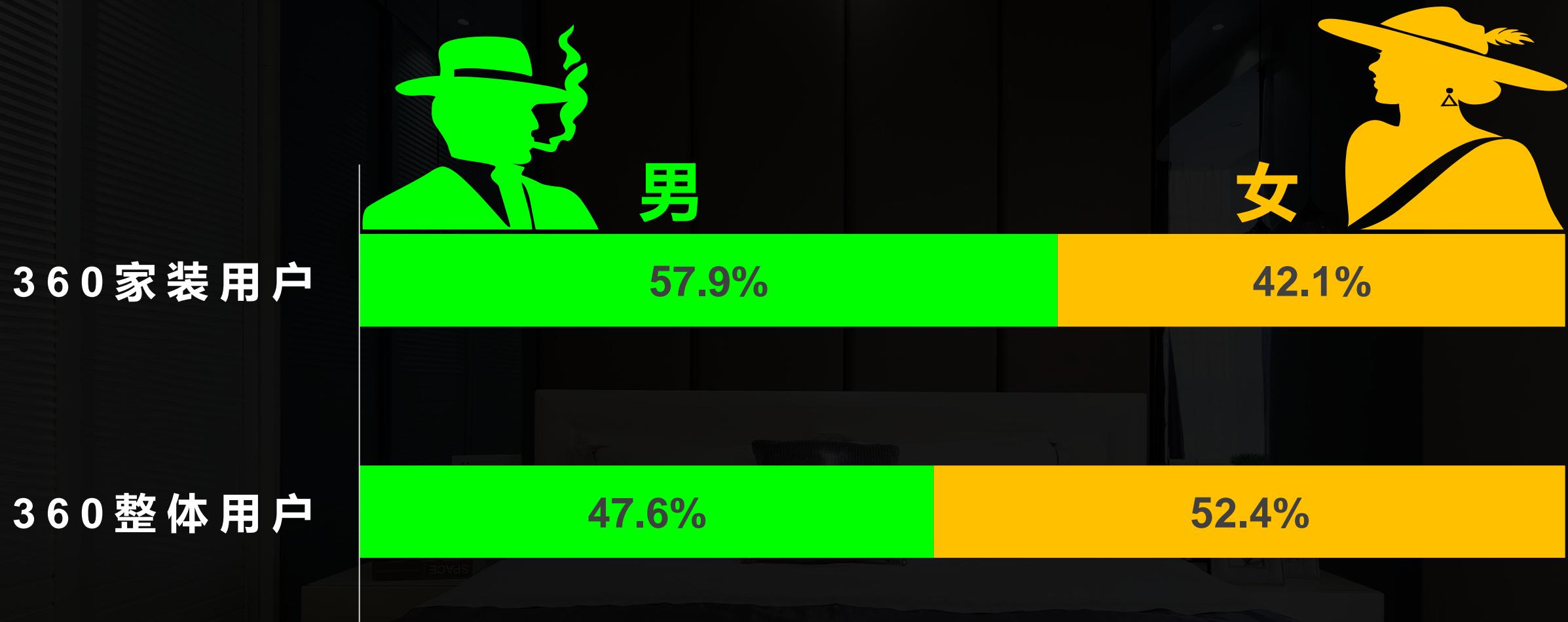
360家装消费人群购买力结构  
【橄榄结构】





男性用户占比高，  
在家装这件“大事”上，男性家庭成员参与度普遍都比较高

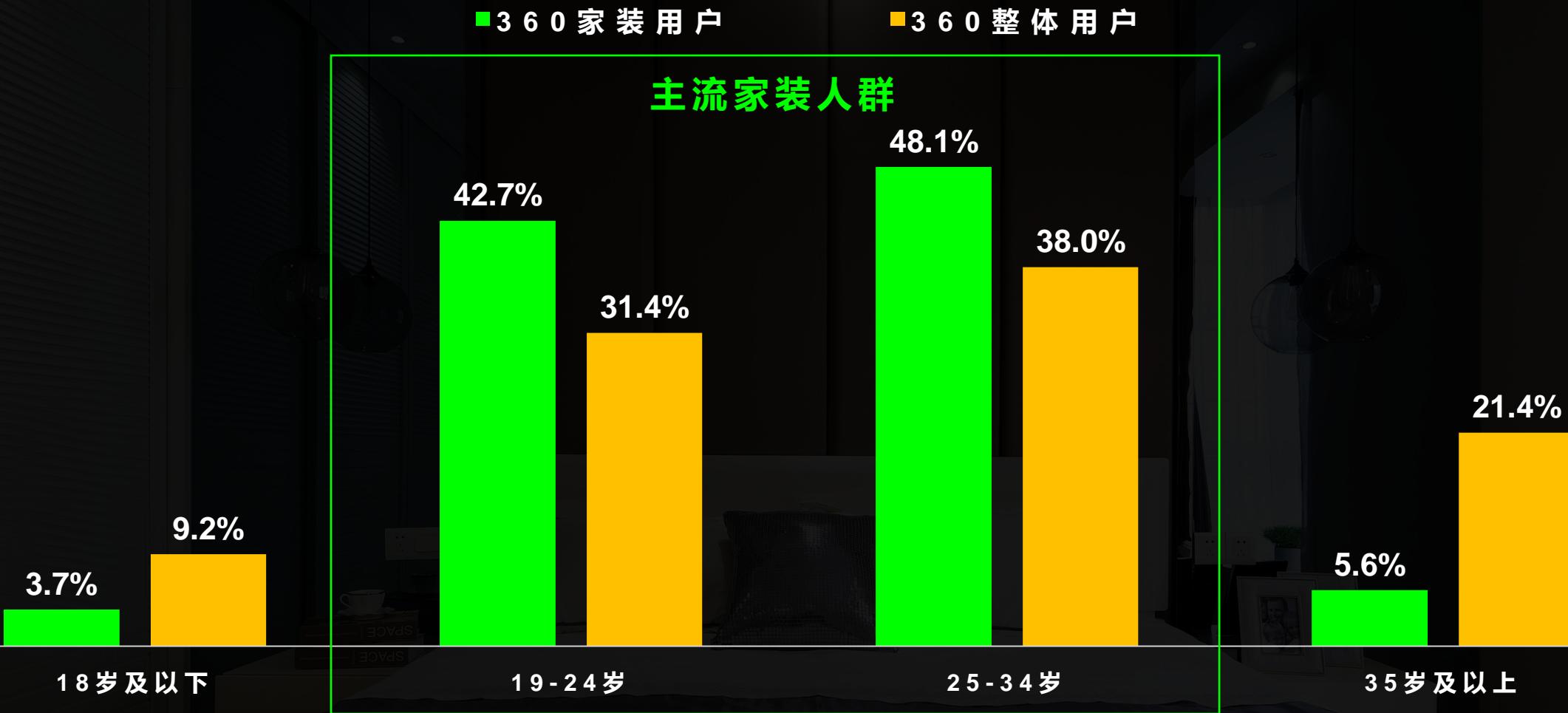
2017年上半年360家装用户性别分布





80后/90后是适婚适育的主流家装人群，  
是家居家装的消费主力

### 2017年上半年360家装用户年龄分布



数据来源：360商易，360智库

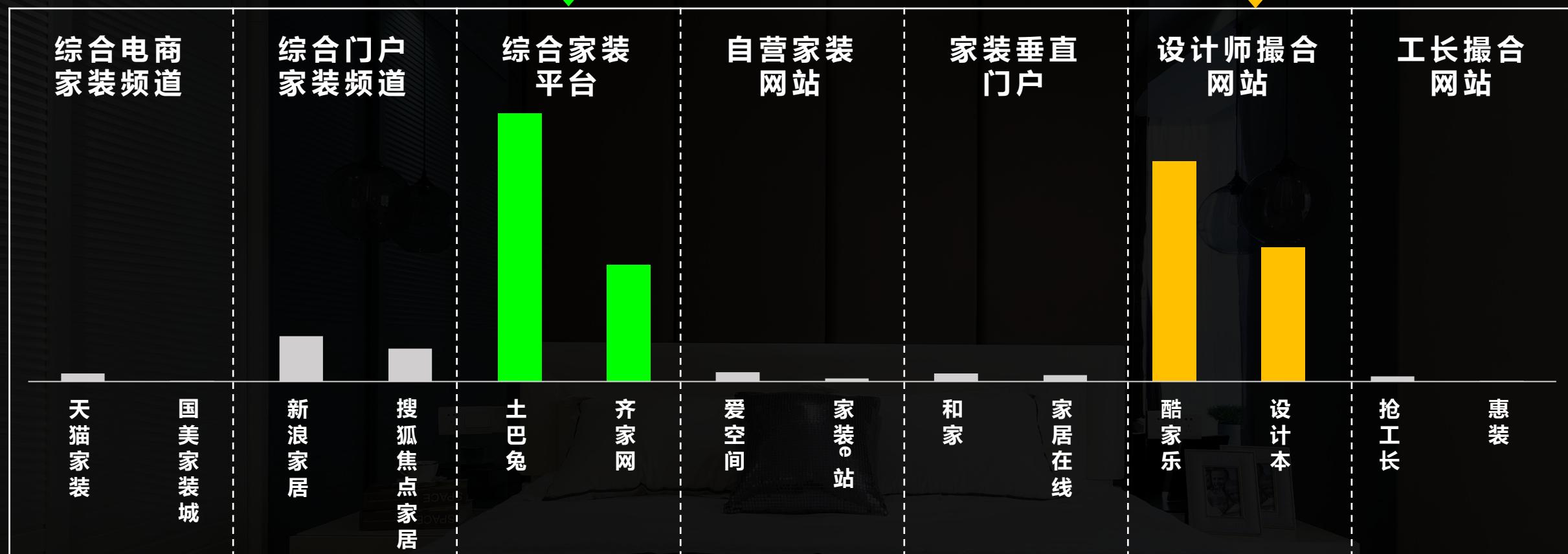


互联网家居家装服务商流量呈现寡头聚集效应，  
消费升级下用户“一站式”服务需求提升，“重设计”观念在逐步强化

## 2017年上半年互联网家居家装服务商网站流量分布

提供“一站式”服务的综合家装平台流量最大

设计师撮合网站受到重视，用户越来越“重设计”





生活碎片化和生活节奏加快等现象对家居产品提出更高要求，催生家居家装定制化需求

以 80 后 / 90 为主要消费人群的消费需求与定制家居的特点完美匹配

### 家居家装消费现象

80后/90后成为消费主力

小户型比例高

时间碎片化，生活节奏快

### 家居家装消费需求

个性，环保，实用，品质

空间利用率高

一站式服务，无需监理

### 定制家居特点

专属定制，个性打造

上门量尺设计，充分利用空间

“设计-生产-安装”一站式服务

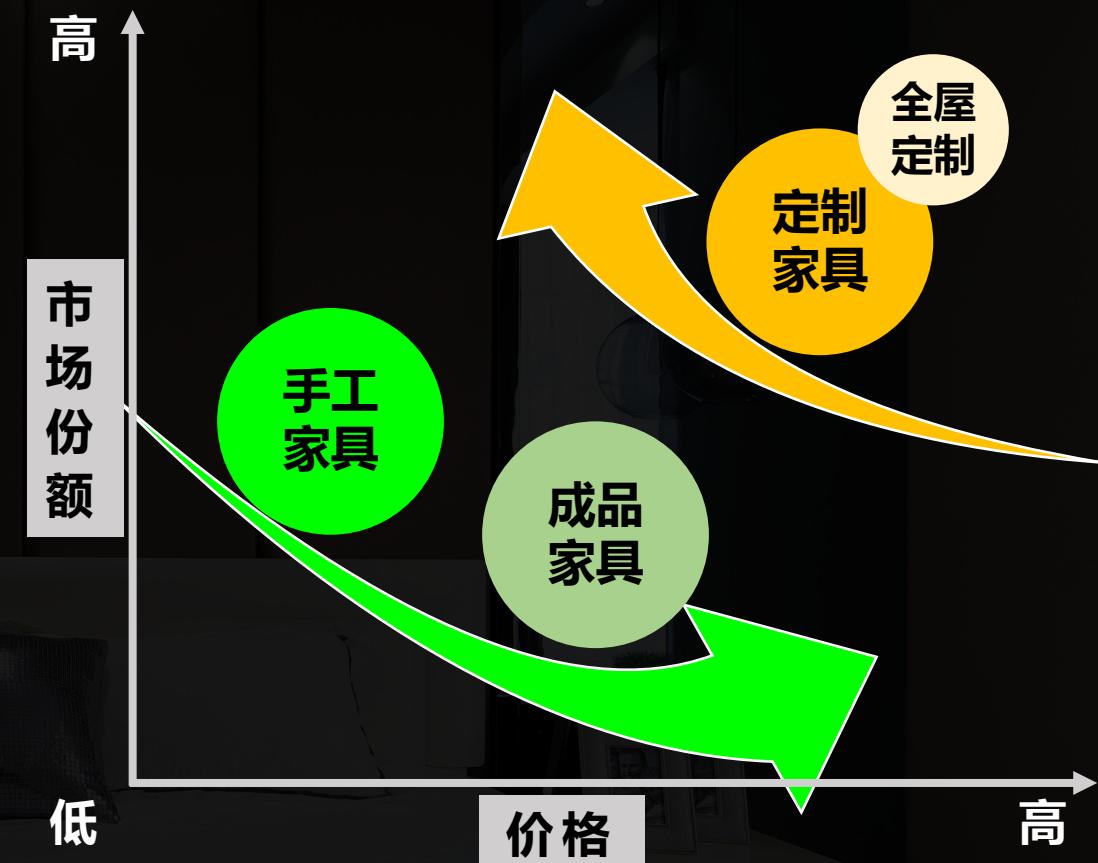


工业时代以企业为中心的B2C模式，  
也正在逐步被信息时代以消费者为中心的C2B和定制模式所取代

### 手工、成品、定制家具优劣势对比

	优势	劣势
手工家具	空间利用率高 个性化设计 价格低	质量难保证 材料存在环保隐患 欠缺美观
成品家具	形式美观，材质多样 标准，即买即用 价格适中	空间利用率第 尺寸较难自由选择
定制家具	尺寸贴切，空间利用率高 整体设计，风格统一 款式新颖，设计时尚	生产周期长 价格高 规模化生产难

### 中国家具行业市场变化（市场份额 vs 价格）





定制家居和互联网具有天然的结合属性，  
也逐步发展成为互联网家居家装行业的标配产品

CUSTOM FLOW  
定制流程



网上预约  
免费量尺



上门量尺  
设计方案



到店看方案  
签订合同



产品配送  
安装售后

按空间	按风格	按户型	按兴趣																						
客厅	简约	小户型	<p>360家装用户兴趣分布 ◆区分度 房产、汽车、生活服务、餐饮等兴趣分布更加明显</p> <table border="1"><thead><tr><th>兴趣类别</th><th>区分度 (%)</th></tr></thead><tbody><tr><td>休闲娱乐</td><td>162%</td></tr><tr><td>生活服务</td><td>342%</td></tr><tr><td>旅游</td><td>265%</td></tr><tr><td>房地产</td><td>390%</td></tr><tr><td>汽车</td><td>340%</td></tr><tr><td>婚恋交友</td><td>211%</td></tr><tr><td>招商加盟</td><td>152%</td></tr><tr><td>餐饮</td><td>280%</td></tr><tr><td>医疗健康</td><td>198%</td></tr><tr><td>法律服务</td><td>200%</td></tr></tbody></table>	兴趣类别	区分度 (%)	休闲娱乐	162%	生活服务	342%	旅游	265%	房地产	390%	汽车	340%	婚恋交友	211%	招商加盟	152%	餐饮	280%	医疗健康	198%	法律服务	200%
兴趣类别	区分度 (%)																								
休闲娱乐	162%																								
生活服务	342%																								
旅游	265%																								
房地产	390%																								
汽车	340%																								
婚恋交友	211%																								
招商加盟	152%																								
餐饮	280%																								
医疗健康	198%																								
法律服务	200%																								
卧室	现代	一居																							
餐厅	中式	二居																							
厨房	欧式	三居																							
卫生间	美式	四居																							
阳台	田园	复式	<p>说明：区分度是360家装用户的兴趣比例与360整体用户兴趣比例的比值，区分度越大表示360家装用户对该兴趣的偏好度比360整体用户更明显。</p>																						



360推广

装出美丽新“饰”界之3

# 【品牌建议】

2017年360用户【家居家装】消费地图



# 消费升级主导变革，品牌驱动家居家装消费生活

## 360用户典型的家居家装品牌消费生活特征



追求精英精神

家居家装能够匹配社会地位和品味



注重生活品质

家居家装能够体现精致的生活方式



精选消费

既注重家居家装品质又追求性价比



理性消费

看重性价比和资讯的收集



生活精彩

家居家装满足兴趣或丰富的业余生活





# 360用户对互联网家居家装品牌认知差异并不明显， 建议互联网家居家装品牌加强宣传和推广，建立独有的品牌形象和品牌认知

- 对于大部分中国用户来讲，对于互联网家居家装品牌的认知并不深入，品牌之间的认知差异化也不明显。故建议互联网家居家装服务商加强宣传和推广，加强品牌价值和品牌故事的传播，在用户中建立独有的品牌形象和品牌认知。

MDS解读：在MDS图中，两点之间的距离越近，两者越相似；反之，两点之间的距离越远，两者差异性越大。例如，某两个品牌在MDS图中距离很近，说明两者在消费者心中的品牌形象很接近，两个品牌可能存在直接的竞争关系。

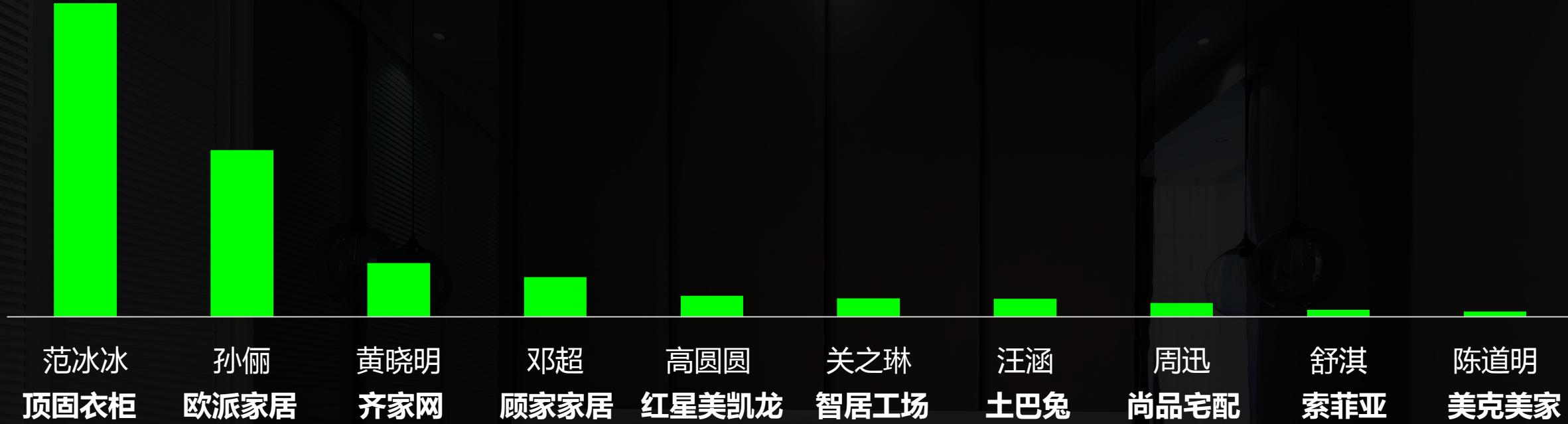
## 360用户互联网家装品牌分析（基于品牌认识MDS图）





酒香也怕巷子深，  
家居家装企业选择与品牌调性相符的明星代言，占领品牌制高点

## 2017年上半年360用户对家居家装品牌代言人关注度



数据来源：360商易，360智库





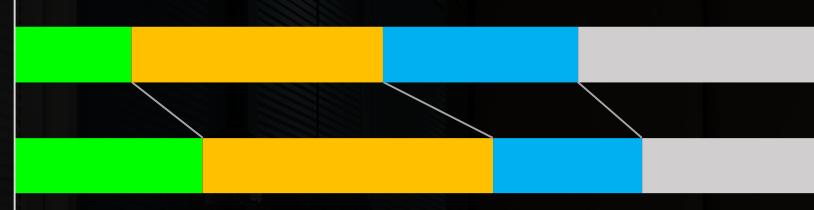
家居家装企业代言人粉丝在三四线城市分布比例大于360家装的用户，  
三四线城市成为潜力互联网家居家装的潜力市场

## 2017年上半年360家居家装企业代言人的粉丝和360家装的用户城市级别分布

### 360范冰冰粉丝 VS 360顶固衣柜用户

■一线城市 ■二线城市 ■三线城市 ■四线城市

360范冰冰分析



360顶固衣柜用户

### 360黄晓明粉丝 VS 360齐家网用户

■一线城市 ■二线城市 ■三线城市 ■四线城市

360黄晓明粉丝



360齐家网用户

### 360汪涵粉丝 VS 360土巴兔用户

■一线城市 ■二线城市 ■三线城市 ■四线城市

360周迅粉丝



360尚品宅配用户

### 360周迅粉丝 VS 360尚品宅配用户

■一线城市 ■二线城市 ■三线城市 ■四线城市

360汪涵粉丝



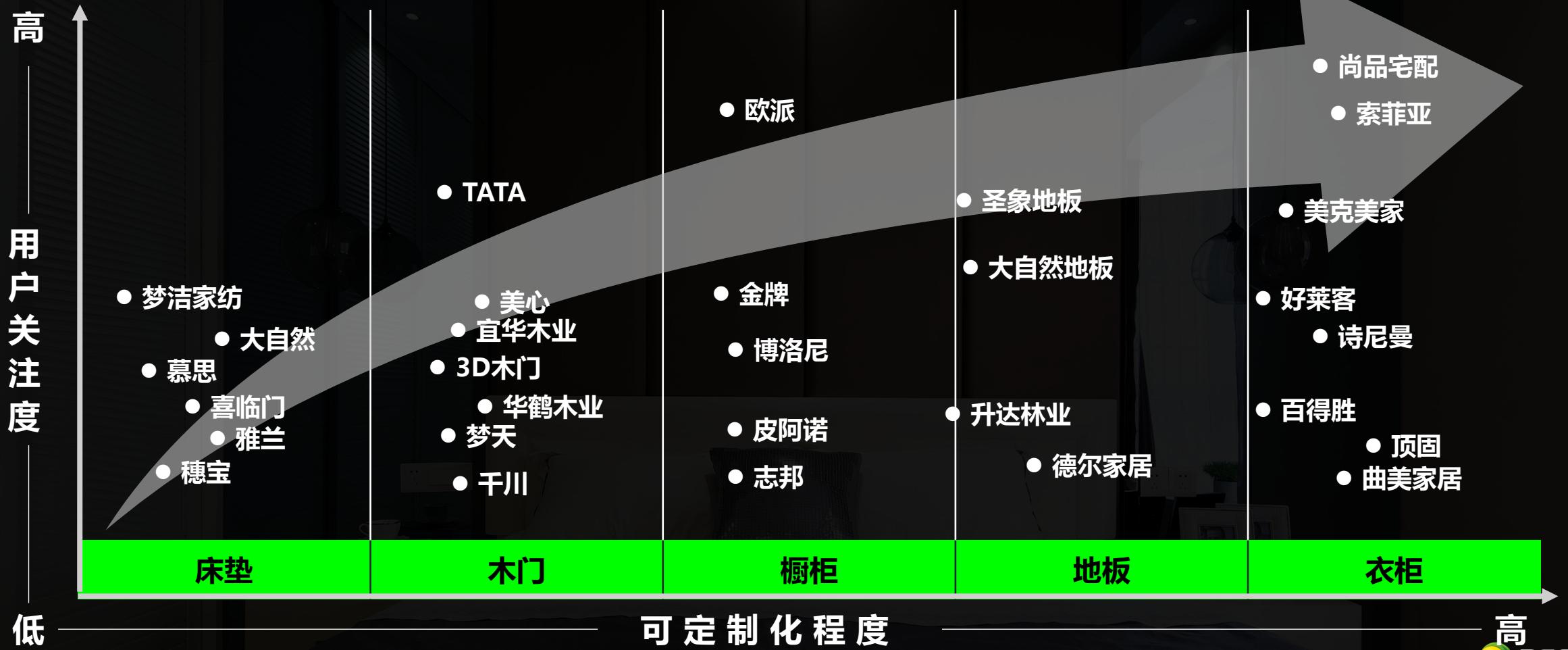
360土巴兔用户



定制家居方兴日盛，品牌分化趋势显现，市场份额向龙头集中

### 360用户对定制家居品牌的关注度提升

定制化程度越高，品牌越分化，行业的集中度亦越高





家居行业分层明显，行业壁垒高

360用户对家居品牌的关注和企业营业收入强相关，助力家居品牌建设

### 2016年定制家居企业营业收入收入（亿元）

第一梯队  
40亿以上



第二梯队  
10 - 20亿



第三梯队  
10亿以下

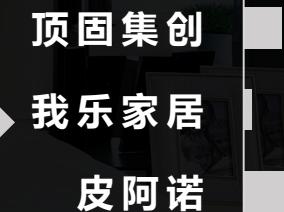
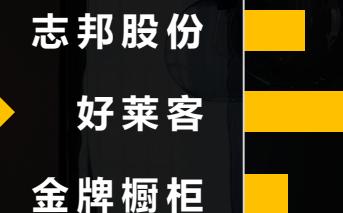


### 360用户对定制家居品牌的关注度

关注高

关注中

关注低





360推广

装出美丽新“饰”界之 4

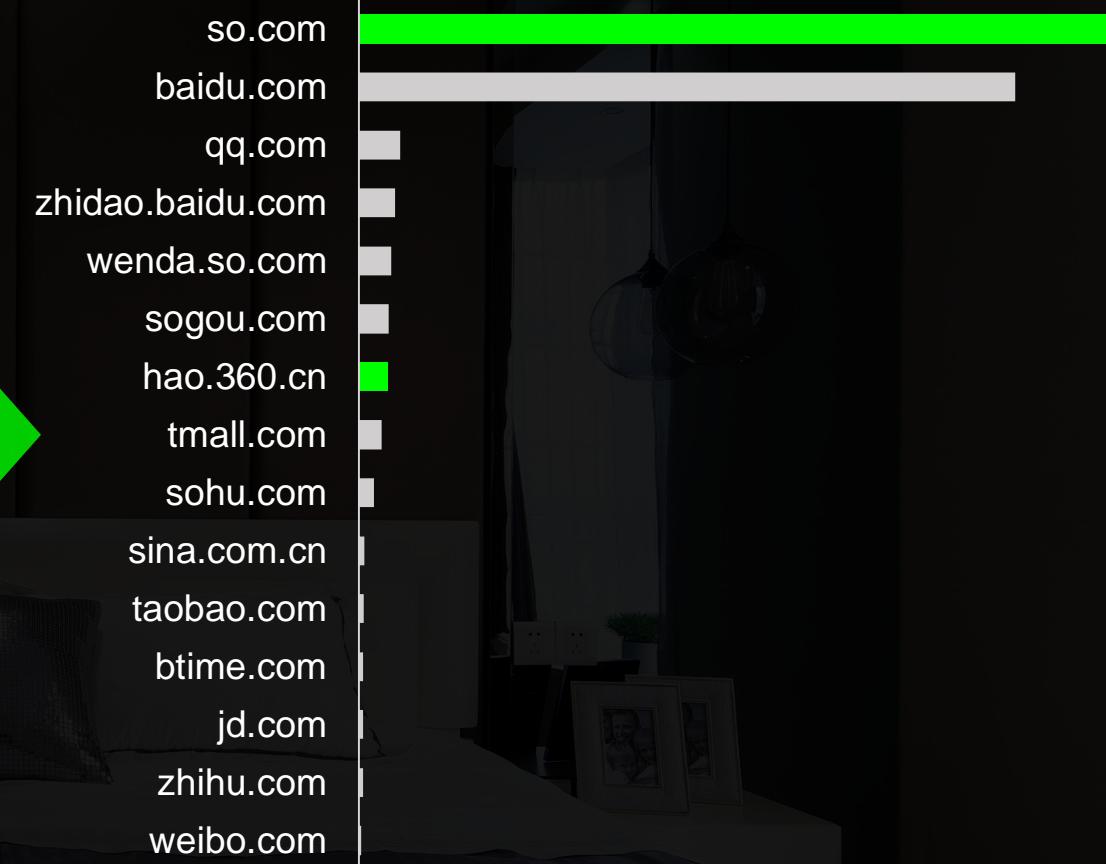
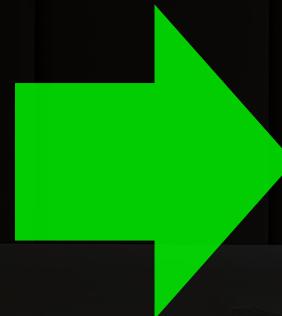
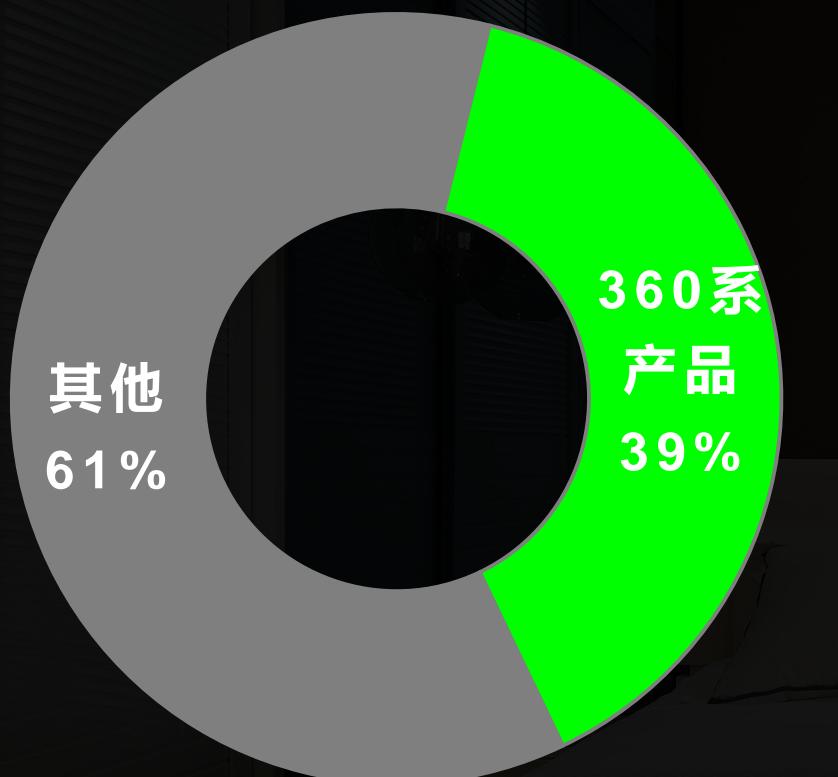
# 营销尖叫

2017年360用户【家居家装】消费地图



360系产品是最重要的线上流量来源，  
建议互联网家居家装服务商加强在互联网基础工具上的品牌推广

## 2017年上半年互联网家居家装服务商网站流量来源 (360系产品占比39%)



数据来源：360商易，360智库，2017年上半年



在移动端，互联网居家家装用户对360公司APP偏好明显，  
10%以上的移动生活被360占据

## 2017年第2季度360居家家装用户使用的APP活跃度TOP 50



表示该APP为360公司APP



(360互联网居家家装用户APP活跃度与整体网民APP活跃度的比例，比例越高表示用户对该APP的偏好性越明显）

数据来源：360商易，360智库

TOP 100 APP 中  
360公司APP活跃度排名  
(360公司APP强势占据12席)

活跃度排名	APP名称
2	360手机卫士
4	360浏览器
5	360手机助手
11	360清理大师
32	360影视大全
39	360超级ROOT
51	360桌面
75	360省电王
78	360免费电话
87	360天气
91	360免费WiFi
93	花椒直播





360构建多产品联合营销矩阵，  
展示多层次的品牌连映，无缝衔接居家家装用户注意力



爱空间 | 标准化家装领先者 官网

爱空间  
标准化家装

家庭装修最头疼的就是太多不确定。爱空间2017标准化家装新品，让设计、施工、材料高度标准化，将不确定的价格、不确定的品质、不确定的效果一站搞定，省心省力。全国25200个家庭的选择。客服专线4000-511-699

http://www.i Kongjian.com 2017-09 - 品牌广告

极致人性 新房套餐 旧房套餐 免费预约

再装修就选  
爱空间标准化家装  
新品重磅上市 限时优惠

PC端



移动端

装修套餐助手

红星美凯龙

93%的用户搜索该词后下载  
红星美凯龙  
★★★★★ 5万人在用  
生活评分：4.80M  
爱空间家装套餐为您提供装修平台

红星美凯龙

19个结果

没找到？联系客服 >

宜家家居

★★★★★ 14万人在用  
购物

全友家居旗舰店

★★★★★ 2216人左右  
购物

居然之家一购宝

★★★★★ 2010人左右  
购物

齐家网

★★★★★ 102万人在用  
购物

IKEA产品目录

360推广



搜索作为互联网家居家装服务商官网最主要的优质流量来源，  
是效果营销的主战场



1  
**装修设计**

**装饰搭配**

家居家装 +

搜一下

家装效果图大全

互联网家装公司排名

齐家网

简约风格家居

土巴兔

客厅装修

别墅装修费用

2  
**装修效果**

**建材购买**

**官网**

**家装平台**

3  
**装修公司**

**装修价格**



搜索是家居家装信息的聚合及分发平台，  
同时是家居家装服务平台品牌广告的载体，助力品牌差异化形象打造

360搜索 齐家网 搜索 时间: 全部 反馈 | 设置

网页 新闻 问答 视频 图片 良医 地图 百科 英文 更多

为您推荐: 齐家网装修效果图 土巴兔装修网 爱装网 齐家网官网 齐家网上商城

jia.com要装修,上齐家,品牌折扣,省钱省心有保障!官网  
齐家网,装修设计、网上商城、建材团购、家居团购等一站式解决!提供“装修助手”“装修齐家保”“第三方监理”等服务,承诺“先行赔付”,“正品保障”,让用户能轻松、满意的消费,买到优质实惠的产品,真正实现让您的装修像喝茶一样轻松!  
[http://www.jia.com 2017-09 - 品牌广告](http://www.jia.com)

大型建材团购 装修免费设计 品牌特卖 家居工厂直销

找装修 免费量房、设计、监理  
齐家网是用户在线找装修公司的优质平台,提供免费量房,免费设计和免费监理服务,率创专业施工队,数百万业主好评。

装修设计 装修报价 装修公司 建材团购 家居团购

品牌

产品

活动

聚合和筛选有效信息和核心信息，多入口导流官网，避免目标受众被分流

(1)

占据搜索要道的显著展示，招商加盟服务用户可以高频接触品牌信息，转化率高

(2)

根据招商加盟服务平台品牌定位和产品特色，个性化定制样式和内容



家居家装是消费者身份和态度的映射，品牌形象需要持续的传递和认同，因此品牌展示广告应为效果广告的重要补充和增量

曝光量  
好感度  
信任度



T 土巴兔 装修就上土巴兔 官网



装修服务:	免费设计	免费报价	免费质检	质保服务
装修风格:	现代简约	中式风格	简欧风格	田园风格
装修预算:	3万以下	3万-8万	8万-12万	12万-15万



装修报价提前查看  
严防猫腻更加靠谱



装修设计巧妙搭配  
预约咨询免费获取



装修质检全程服务  
专业验收安全环保

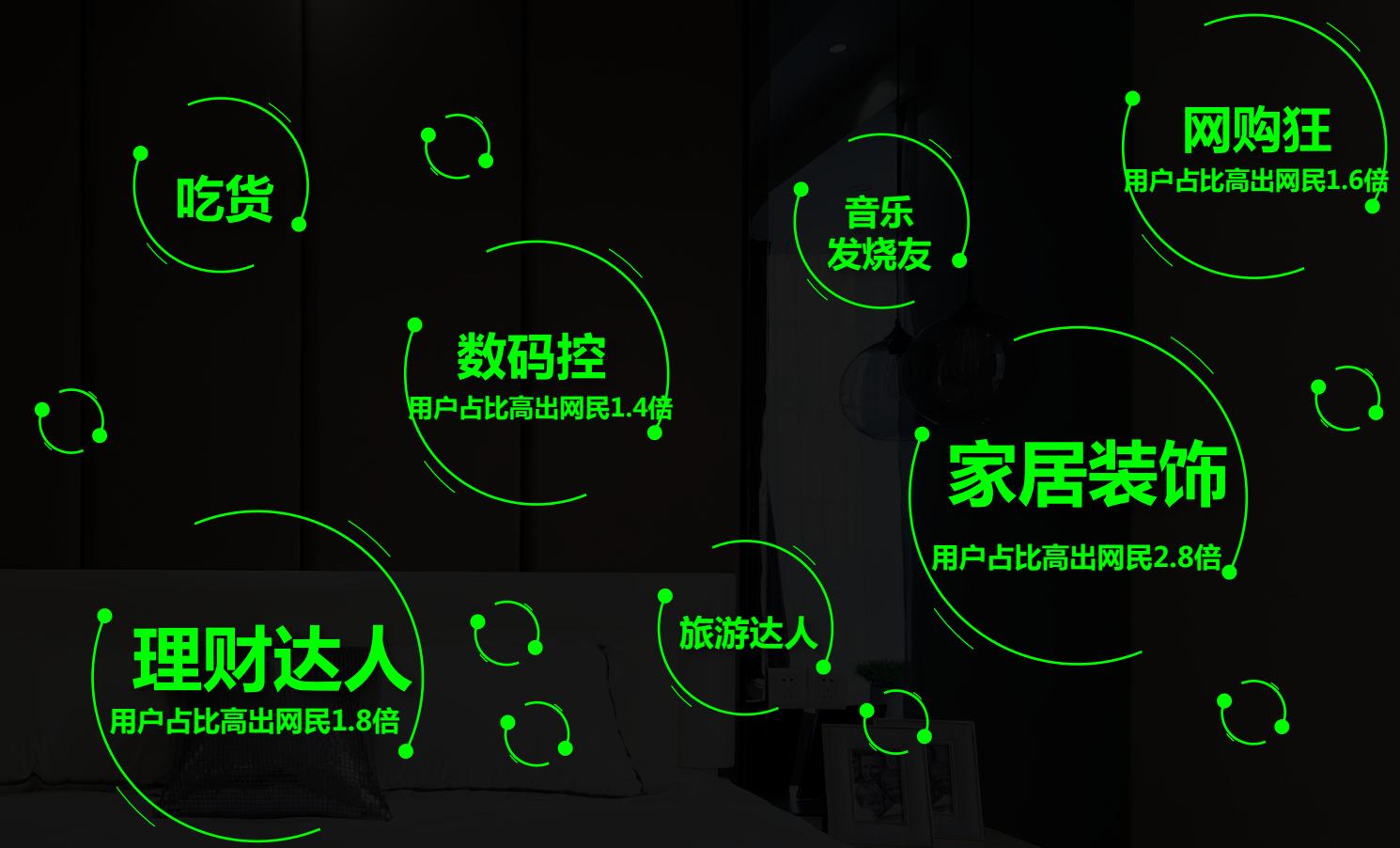


装修效果图大全  
精品图库预选风格



360家居家装用户兴趣丰富且标签鲜明，  
基于用户上网行为及兴趣精准人群定向也是营销的标配

## 360家居家装用户标签分布



数据来源：360商易，2017年上半年



作为低频次高价值消费，  
在短时间内通过定向召回沉睡的用户能够达到事半功倍的营销效果



### 搜索重定向

搜索过广告主指定的关键词的人群



### 个性化重定向

浏览过广告主具体的产品页面的人群



### 访问重定向

访问过广告主指定的页面人群



### 广告访问重定向

点击过广告主指定广告的人群



### App自有访客重定向

使用过广告主APP的人群



### 商圈重定向

到访过线下门店的人群

激活一个老用户的价值  
远大于新增十个羊毛党

360能够精准定向最明确家居家装消费人群  
在短时间内进行针对性营销“轰炸”  
高效进行用户召回和用户唤醒



基于不同用户、不同品类、不同终端，  
360助力互联网家居家装品牌打造品效合一的全场景原生营销

# 品效合一 全场景原生营销

原生的  
广告形式

不打扰用户  
才是好的品牌广告

将广告融入内容  
不破坏用户固有的用户体验  
让用户对广告内容的接受度更高



精准的  
用户触达

大数据驱动  
追求最优转化

将广告投放与用户需求打通  
实时影响用户决策  
促进用户购买转化

# THANK YOU



( 3 6 0 推 广 · 2 0 1 7 年 1 0 月 )