

餐饮·教育·家居建材

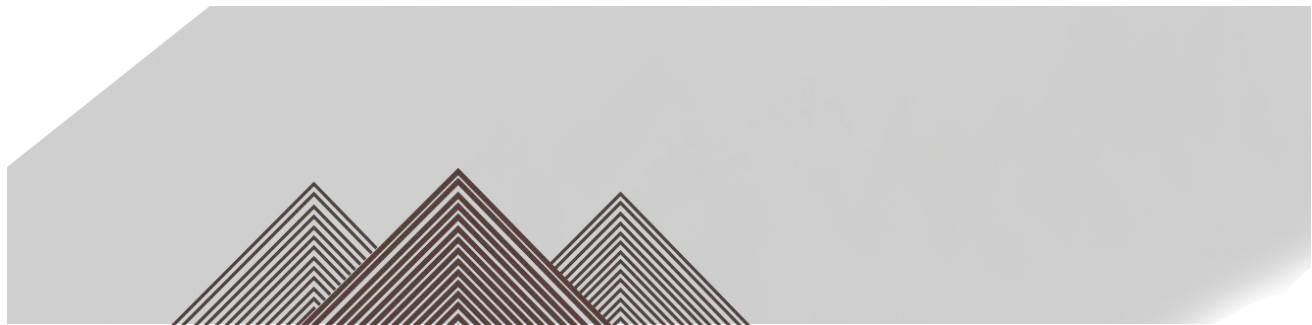
Catering • Education • Household Building

2019 3 月

RESEARCH REPORT

行业研究报告

招商
MERCHANTS JOIN
商



招商行业宏观背景

Macro Background Of Merchants Join

主要内容

大众创业、万众创新升级，促进招商加盟行业持续繁荣


2018年创业者活跃度提升73%

普惠金融缓解创业者融资难问题，

小微企业贷款可得性提升，

利好行业发展



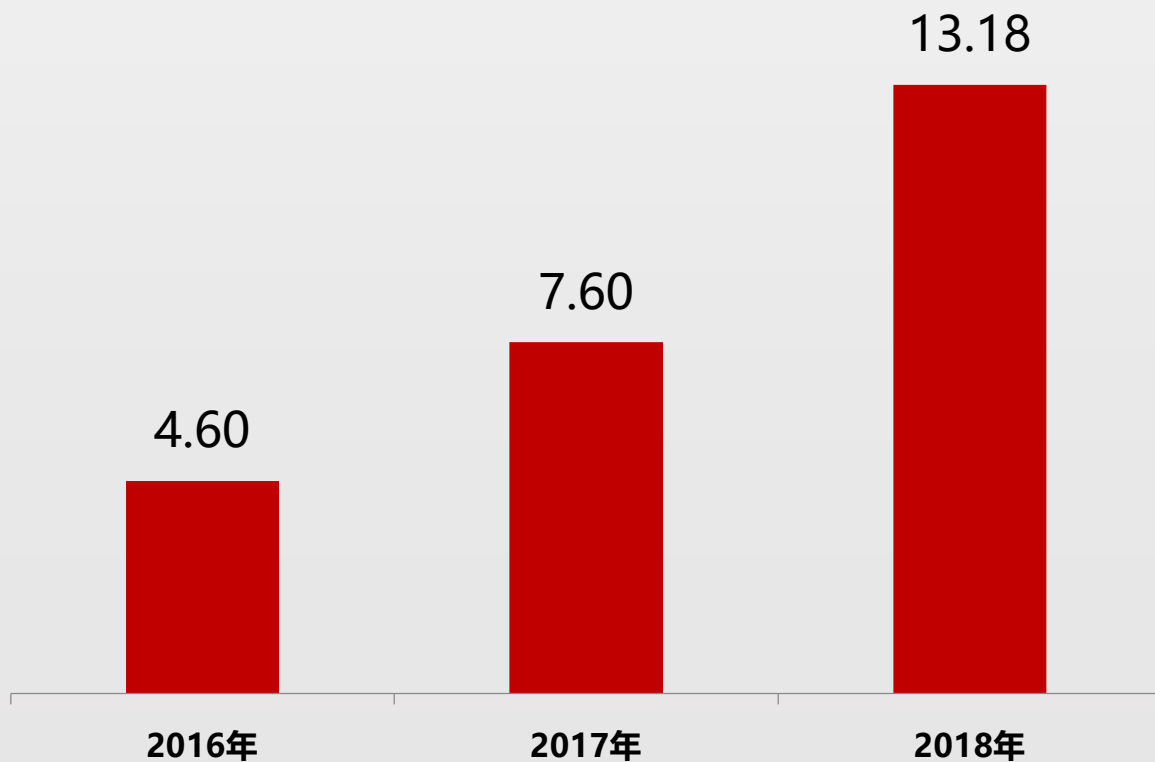


打造**大众创业、万众创新**升级版，
不仅要巩固近年来快速发展的新业态、新模式，
还要向更广阔的领域拓展，
使创业创新在更大范围、更高层次和更深程度上蔚然成风。

消费分级拉动创业加盟市场繁荣

- 消费分级使消费需求更精细化和多元化，注重消费体验和性价比
- 精细化和多元化的消费需求拉动创业活跃度，加盟领域繁荣一片

2018年创业者活跃度



数据来源：中国加盟网

- 根据中国加盟网的数据，近两年创业者活跃指数高速增长，**2018年增长73%**
- **“双创”政策**使更多的创业者敢于实现自己的创业梦
- **消费分级使消费需求的变化**，这给了新的创业者开始创业的机会，也给加盟领域带了新的力量、新的创业、新的升级

蜜蜂内参

不要错过**让你洞察**整个商业世界的蜜蜂内参

每日精选资料给您

不定期分享顶级外文期刊

扫码免费入群



蜜蜂学堂

普惠金融缓解创业者融资难问题

- 银行业持续加大普惠金融薄弱领域支持力度，小微企业、三农、科技企业等领域融资难、服务难问题得到缓解，小微企业贷款可得性不断提升

图3：银行业金融机构小微企业贷款情况
(2013—2017年)



截至 2017 年末，银行业小微企业贷款（包括小型企业、微型企业、个体工商户和小微企业主贷款，下同）余额 **30.74 万亿元**，较 2013 年末**增长 73.1%**，占各项贷款余额的 24.5%；为 **1521 万户小微企业**提供贷款服务，较 2013 年末**增长 21.7%**。

招商行业关注趋势

Concerned Trend Of Merchants Join

主要内容

2018年招商行业关注量在PC端和移动端均有较大幅度增长

PC端周关注趋势较为平稳，移动端波动较大

日关注趋势同TOP词基本一致

招商行业的关注量主要

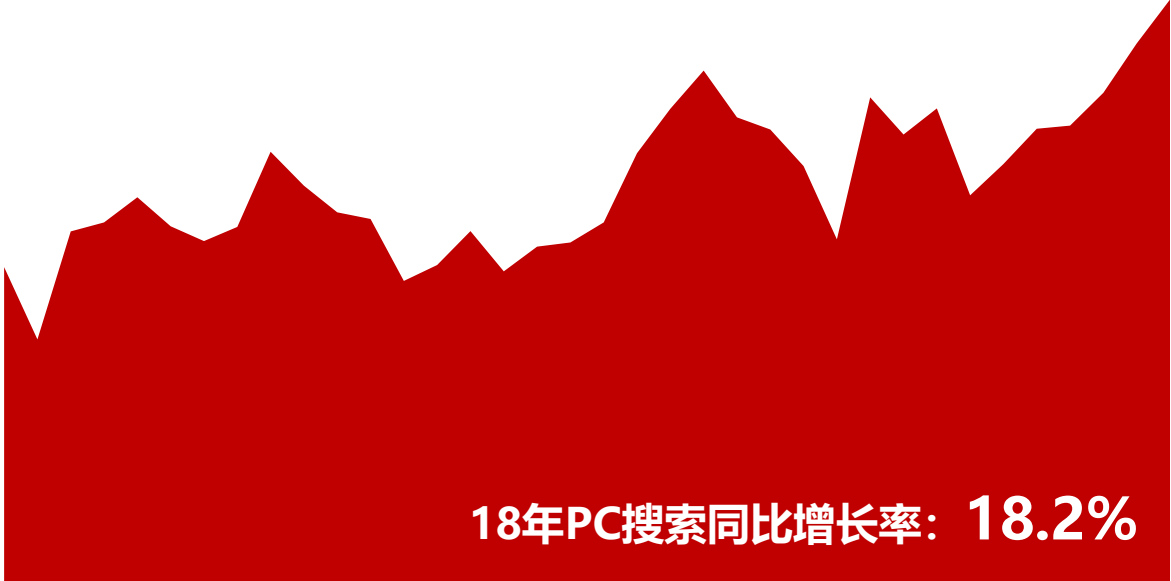
集中在项目需求



18年招商行业关注量在双端均有增长，移动端涨幅近80%

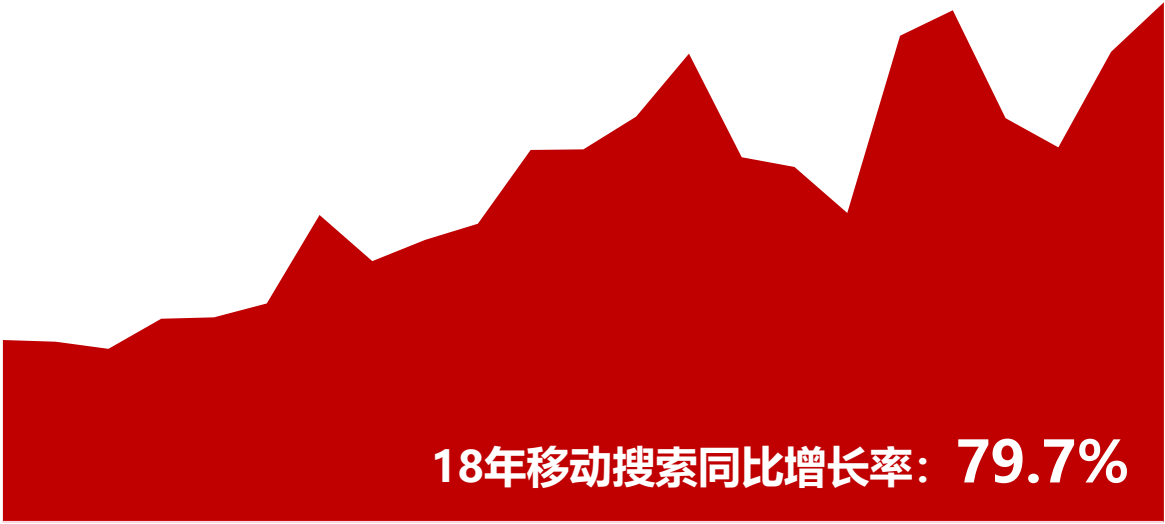
- 18年招商行业在PC端关注量增长率18.2%，网民对招商投资的兴趣有所提升
- 招商行业的向好发展和网民行为习惯的改变，共同推动移动端关注量同比增长79.7%

2016-2018年招商加盟行业PC端关注趋势



1月 3月 5月 7月 9月 11月 1月 3月 5月 7月 9月 11月
|————> 2016年 <————|————> 2017年 <————|————> 2018年 <————|

2017-2018年招商加盟行业移动端关注趋势



2月 4月 6月 8月 10月 12月 2月 4月 6月 8月 10月 12月
|————> 2017年 <————|————> 2018年 <————|

数据来源：360大数据，2016年1月-2018年12月

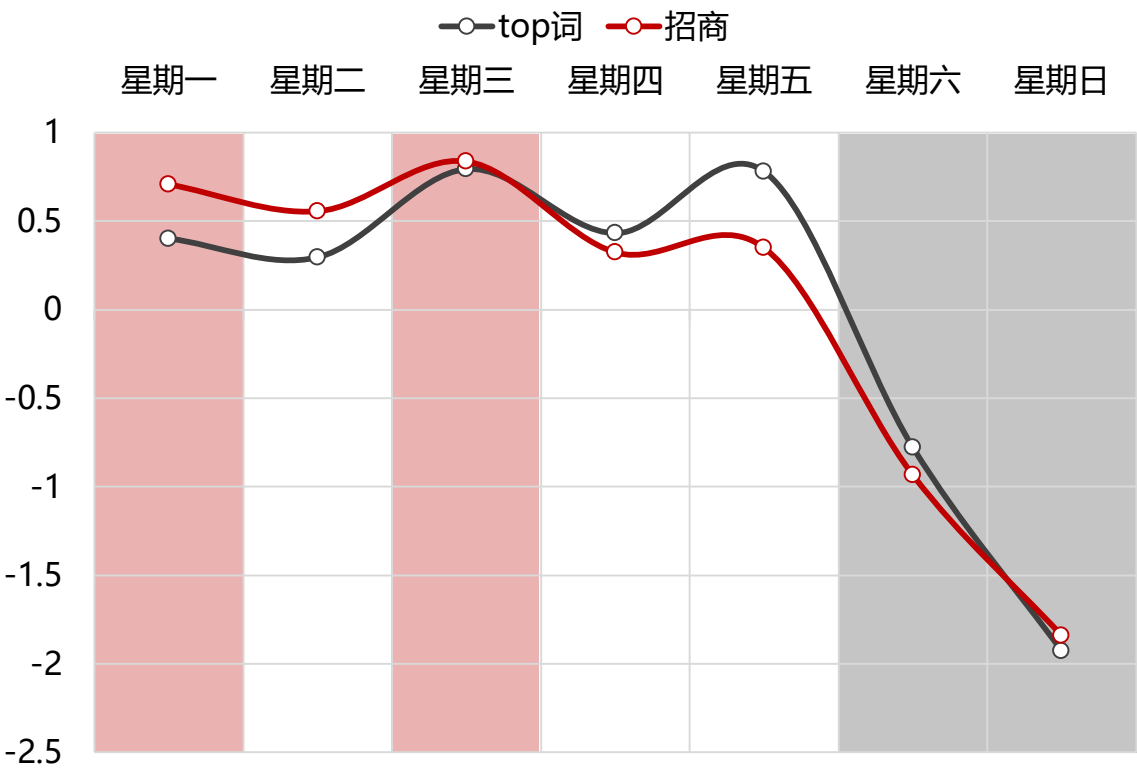


以周为单位，PC端关注趋势同TOP词相似，移动端在周二和周四有明显增长

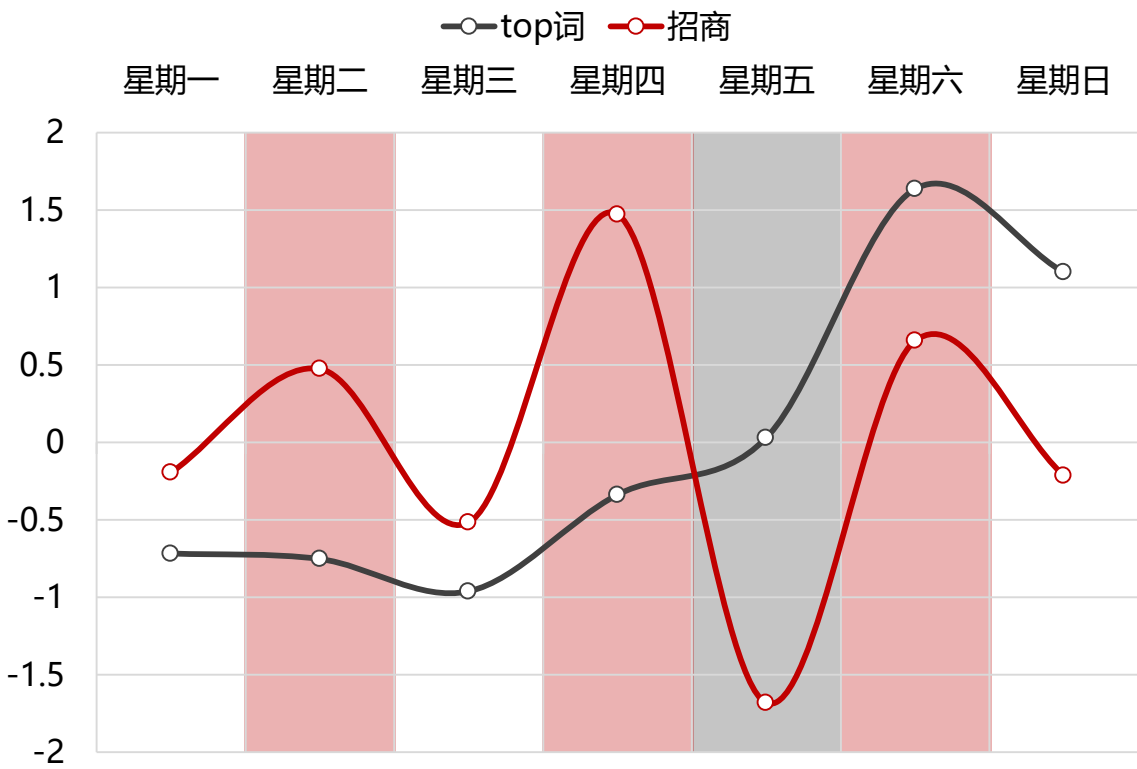
- PC端招商行业关注量在周一、周三较高，趋势和TOP词趋势相近
- 移动端招商行业关注量在周二、周四和周六均有波峰，趋势和TOP词相差较大



招商行业PC端周关注趋势



招商行业移动端周关注趋势

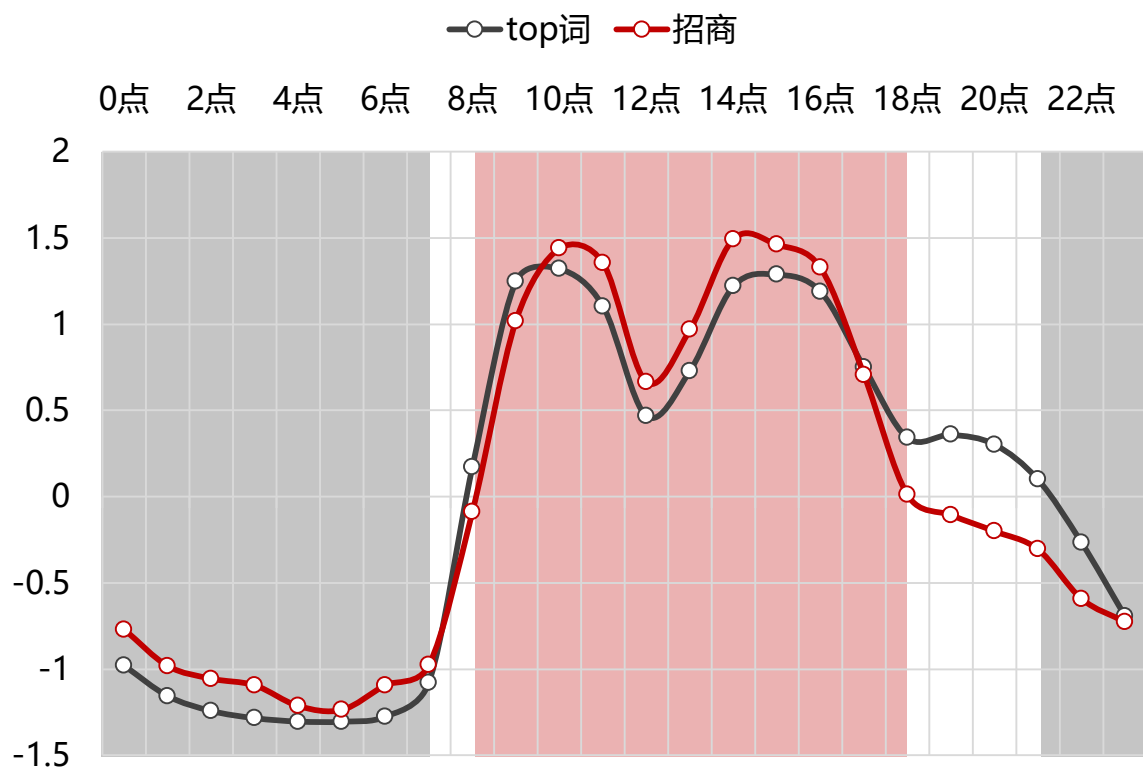


数据来源：360大数据，2018年2月-2018年5月

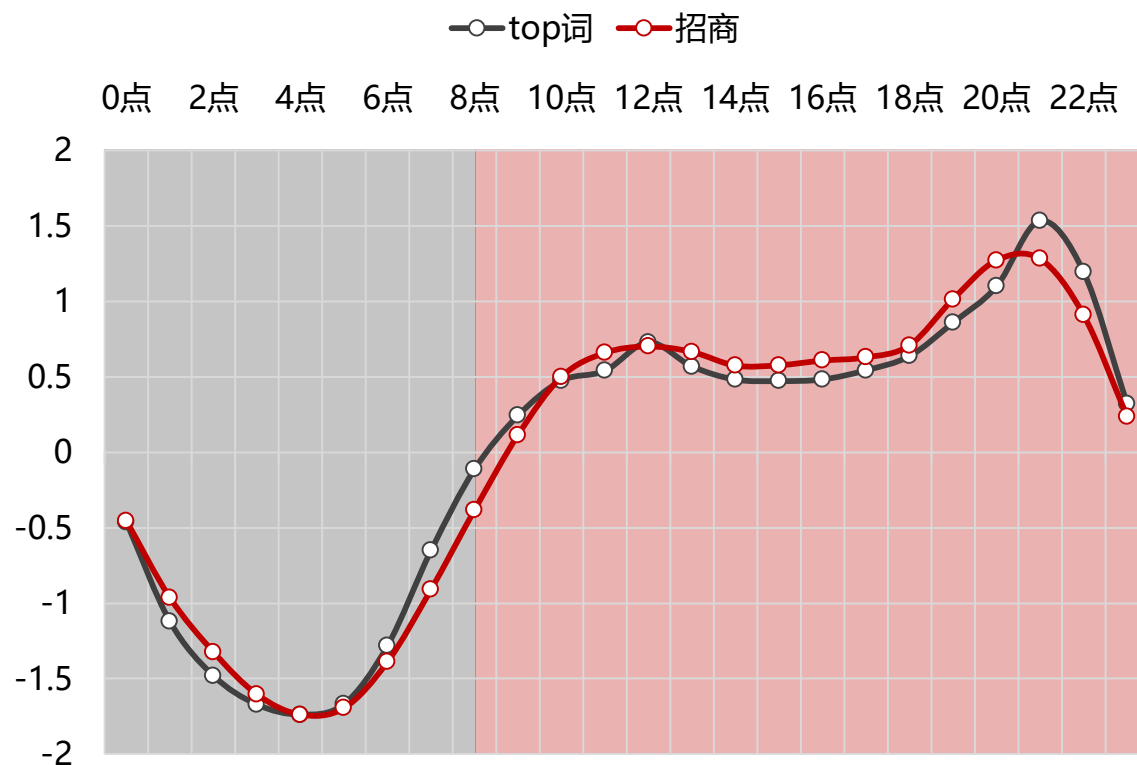
以天为单位，PC端和移动端关注趋势均与TOP词相似

- PC端招商行业关注量在9:00-12:00、14:00-17:00达到峰值
- 移动端招商行业关注量全天都较为平稳，从8点开始关注量逐渐提升，在晚7:00-11:00达到峰值

招商行业PC端分小时关注趋势



招商行业移动端分小时关注趋势



数据来源：360大数据，2019年2月

招商行业细分项目

Classification Details Of Merchants Join

主要内容

餐饮和生活服务加盟关注度高，餐饮和教育培训加盟消费最高

餐饮加盟、家居建材加盟和教育培训加盟的

宏观背景、细分子项目占比及

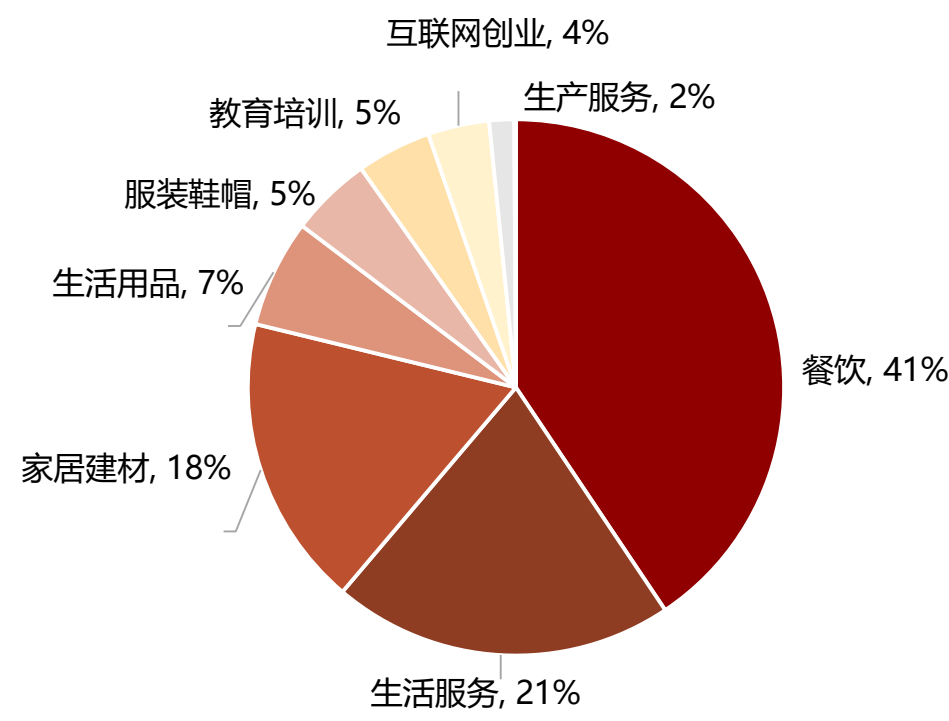
人群属性分布情况



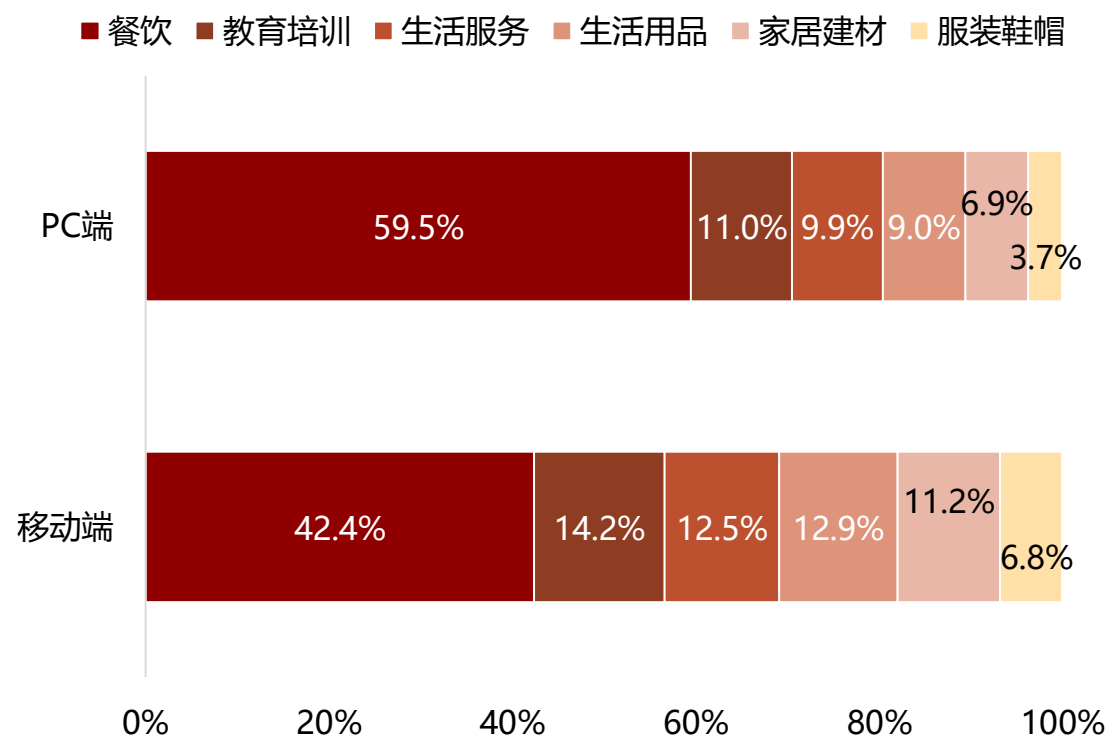
餐饮和生活服务类项目关注度最高

- 餐饮项目的关注度和广告消费量级均为最高，是最受投资者青睐的招商行业项目类型
- 生活服务类的项目关注度最高，但项目消费无论在PC端还是移动端的广告消费量级都不如教育培训类项目，生活服务类项目的消费仍有较大的提升空间

关注招商项目类型占比



不同项目类型的广告消费占比



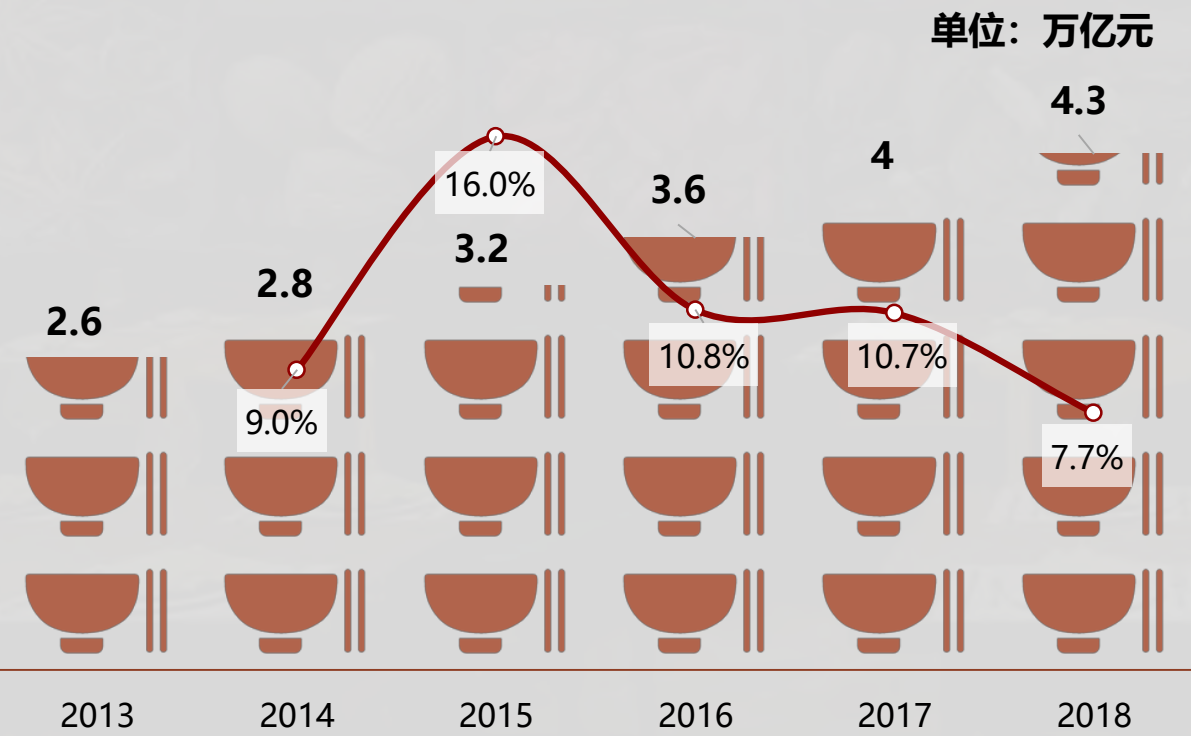
数据来源：360大数据，2018年

餐饮：2018年中国餐饮收入首次突破4万亿，饮品迎来爆发

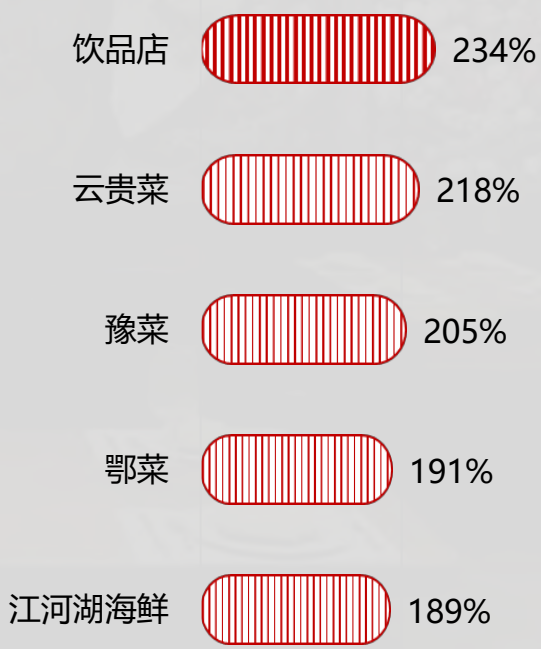
- 2018年餐饮行业收入达4.3万亿元，同比增长7.7%，虽然增速相比17年放缓，但形势稳中向好
- 根据美团点评发布的《中国餐饮报告2018》，2017年饮品这一细分品类呈现出高进场率、高关注度、高增长量的三高特点，订单量和订单金额的同比增长均超过200%，位列第一

13

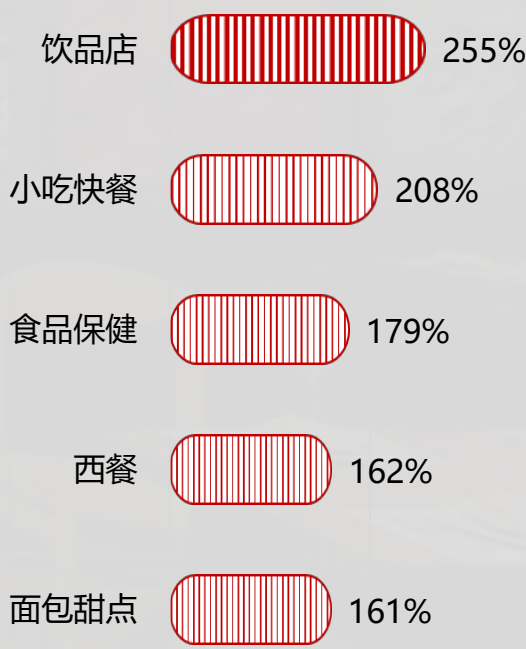
2013-2018年中国餐饮收入规模与增速



餐饮类订单量增幅TOP5



餐饮类订单额增幅TOP5

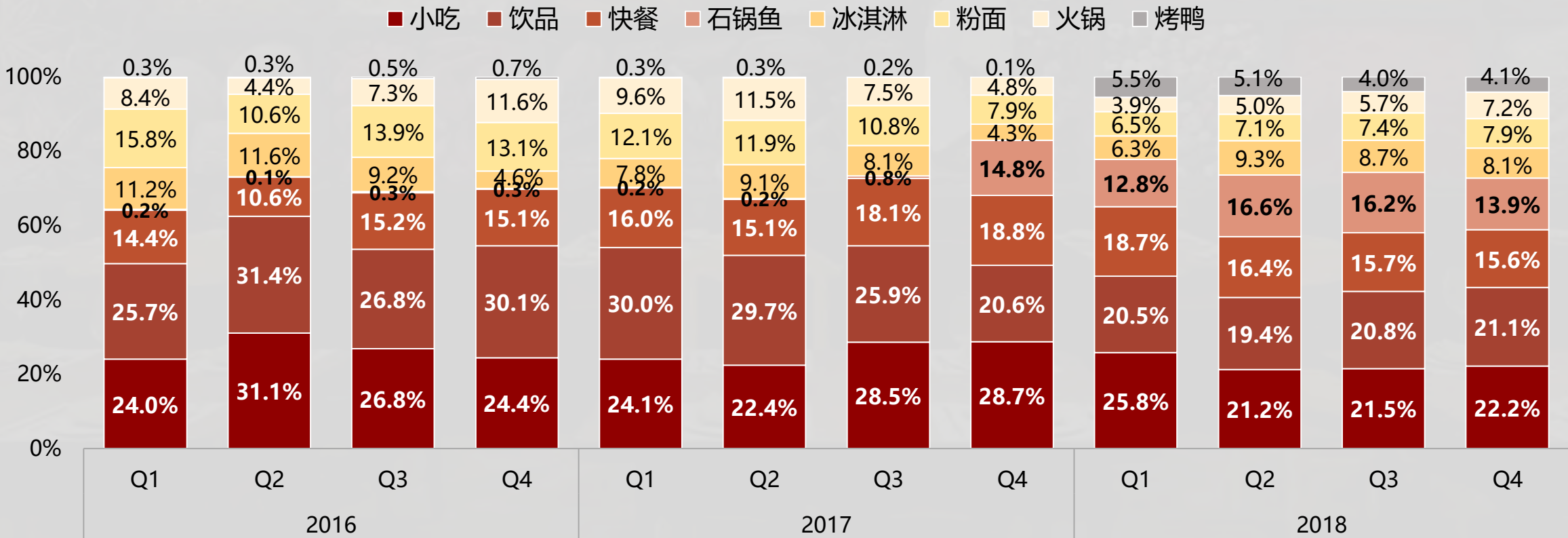


数据来源：艾瑞咨询《2018年中国新餐饮消费趋势研究报告》&美团发布《中国餐饮报告2018》

小吃和饮品加盟最受投资者关注，石锅鱼和烤鸭占比在18年有所提升

- 关注小吃和饮品加盟的占比最高，但18年起占比略有下降
- 18年石锅鱼和烤鸭的关注占比有明显提升，相对而言，粉面和火锅关注占比有所下降

2016-2018招商加盟行业餐饮类细分项目占比变化趋势



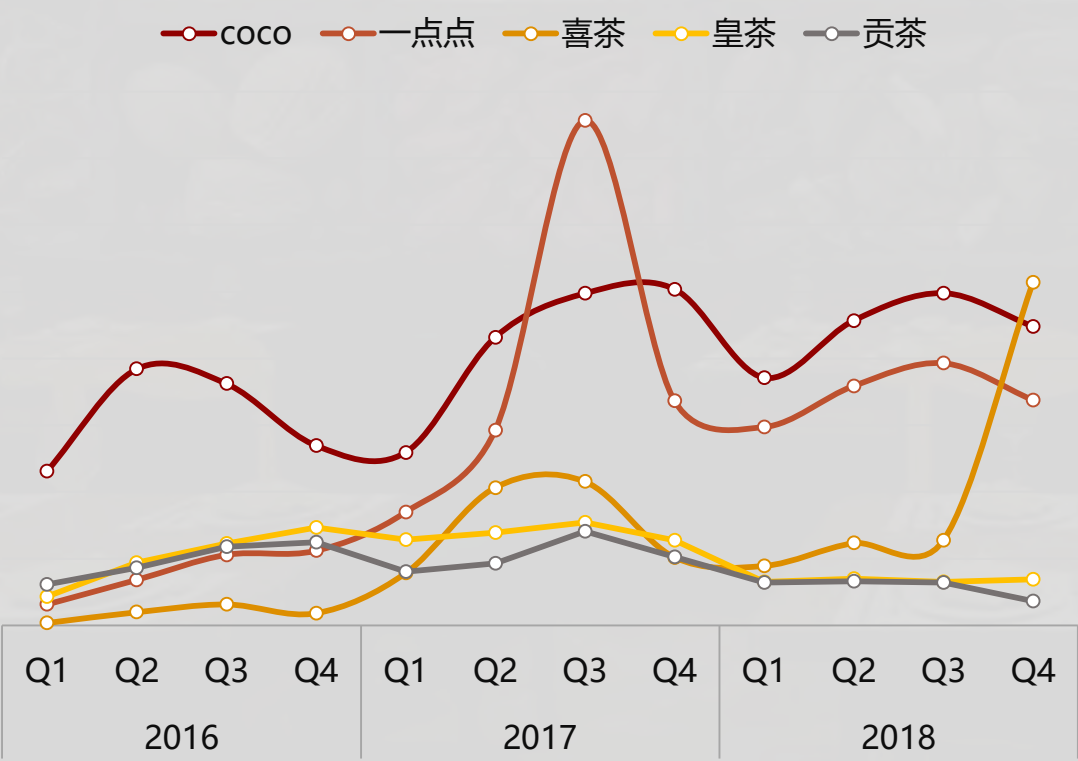
数据来源：360大数据，2016年-2018年

对饮品的关注中，奶茶品牌和酒水品牌的关注量最高

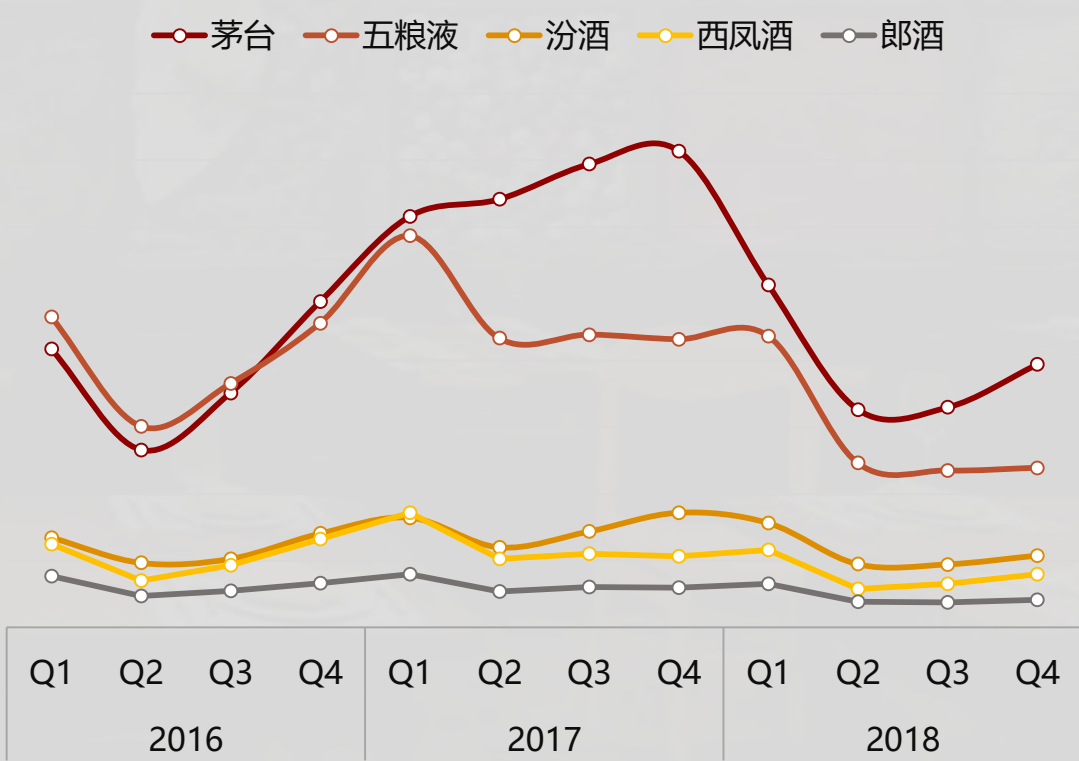
- 饮品的关注量中有25%为品牌需求，其中最受关注的品牌主要为奶茶品牌和酒水品牌
- 2018年关注度TOP5的奶茶品牌中，喜茶是从2016年的垫底逆袭成为18年底的TOP1，coco奶茶的关注量则一直较为稳定，酒水品牌的关注量主要集中在茅台和五粮液

15

饮品中TOP5品牌奶茶关注趋势



饮品中TOP5品牌酒水关注趋势

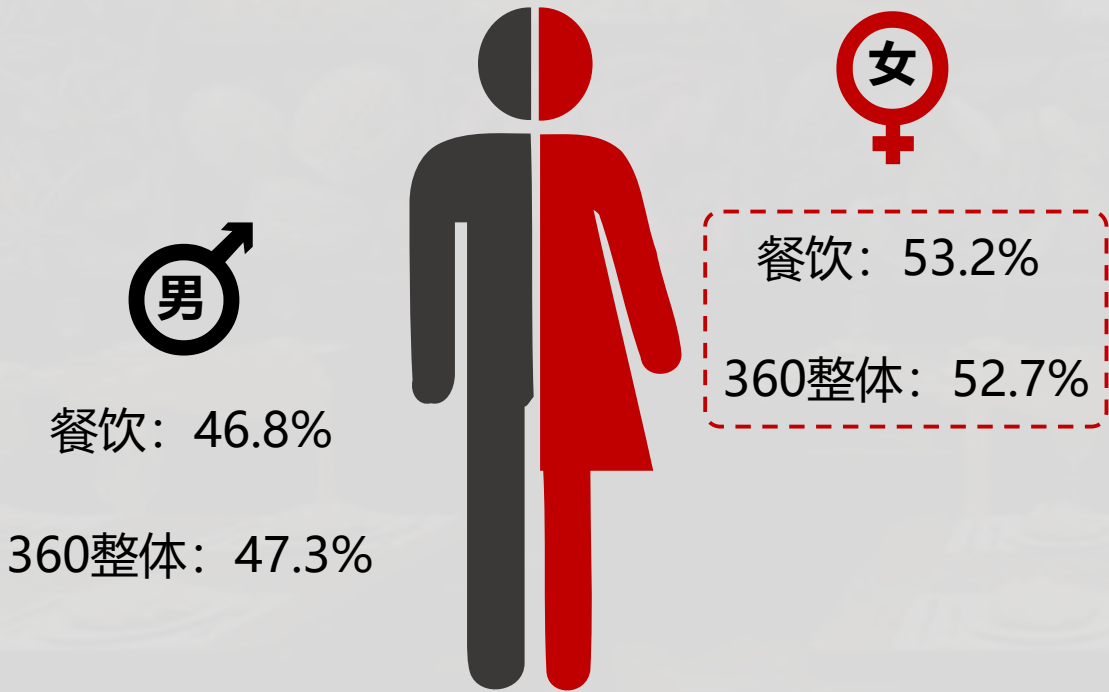


数据来源：360大数据，2016年-2018年

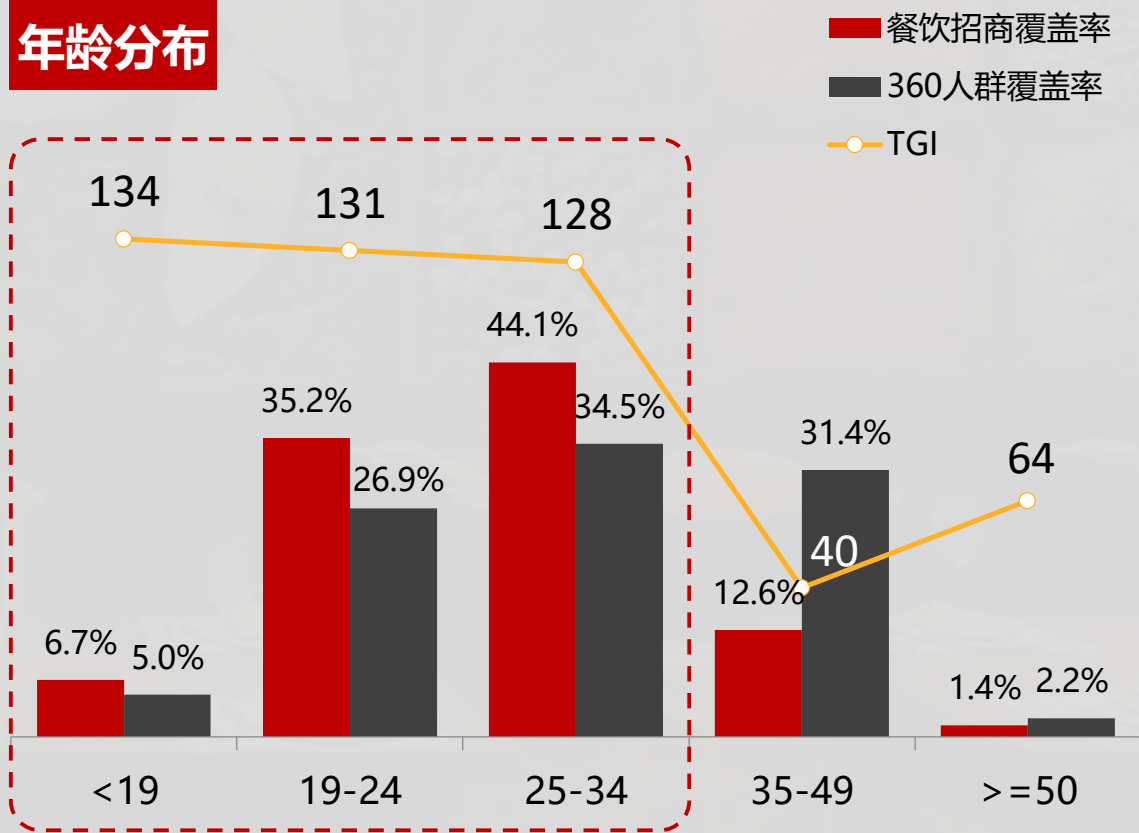
95后和00后女性人群对餐饮加盟更为关注

- 女性相比男性更加关注餐饮加盟
- 95后和00后人群相比其他年龄段的人群更加关注餐饮加盟

性别分布



年龄分布

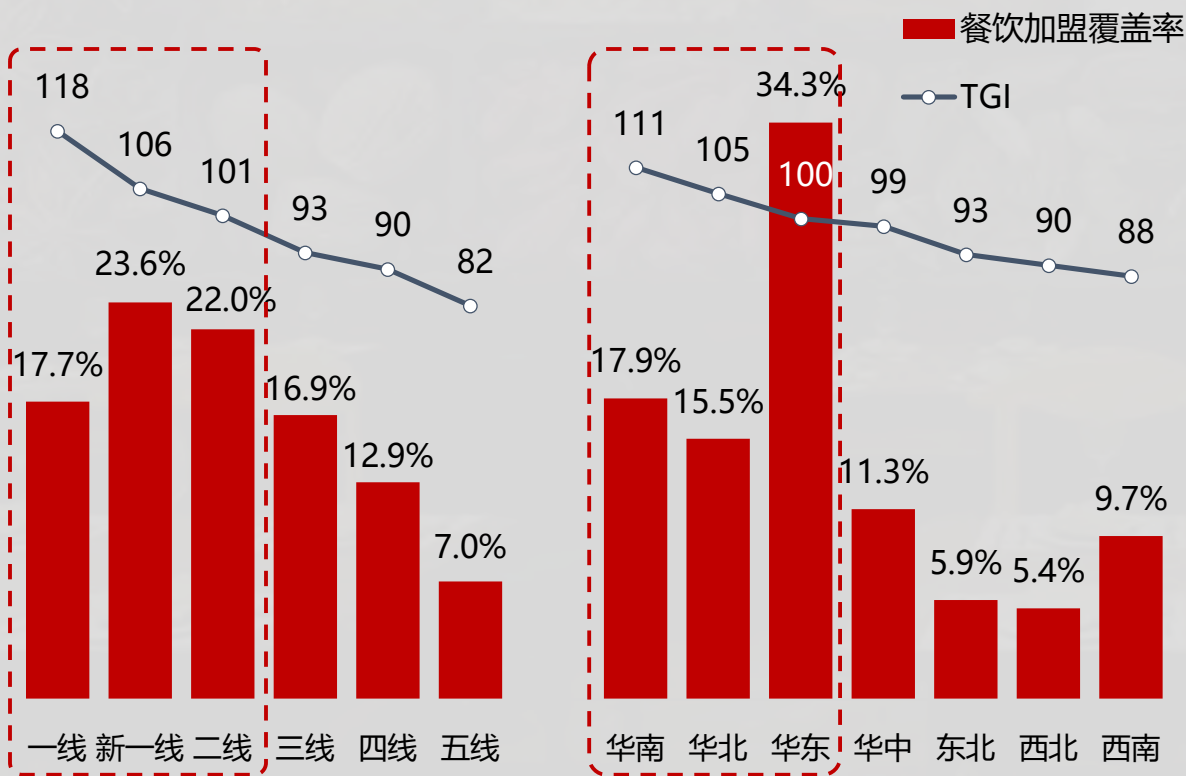


数据来源: 360大数据, 2018年Q4; TGI大于100, 说明特征 (餐饮) 在该人群占比大于特征在全网占比; 小于100则相反。

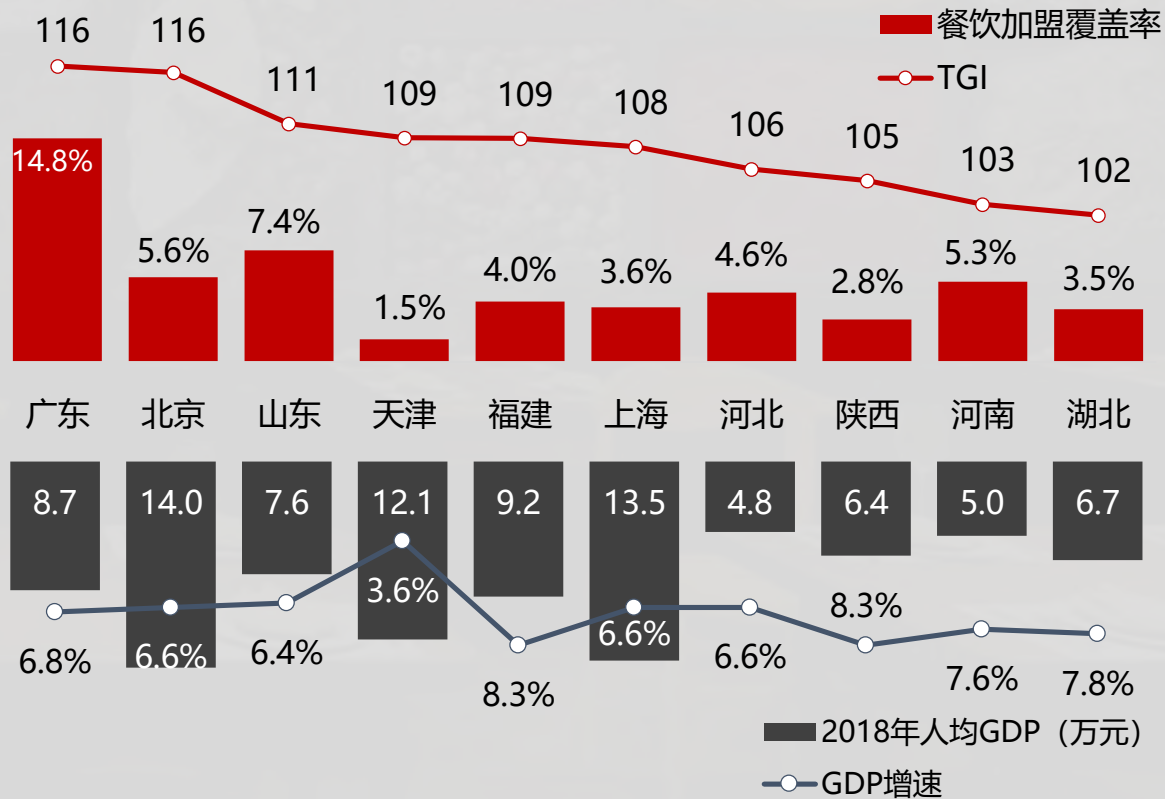
位于一线、新一线和二线城市的人群对餐饮加盟更为关注

- 从城级看，一线、新一线和二线城市的人群特征更为明显
- 从地域看，华南华北和华东的人群特征更为明显
- 从省份看，广州、北京和山东的人群特征最为明显，且广东和北京的人均GDP水平均较高

城级&地域分布



省份分布



数据来源：360大数据，2018年Q4；TGI大于100，说明特征（餐饮）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

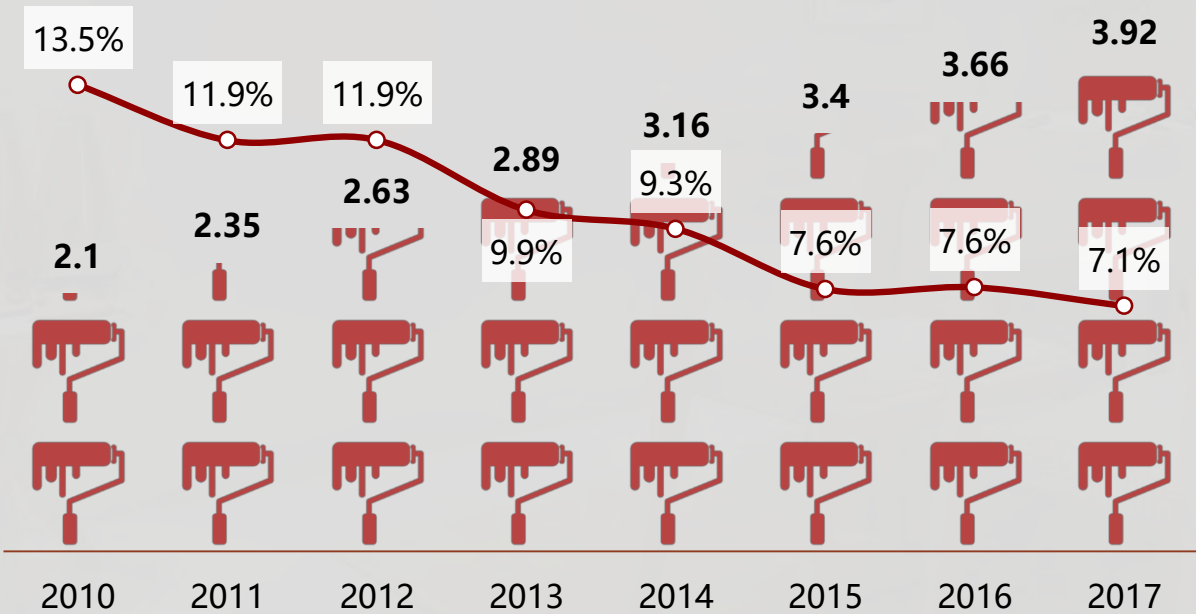
家居建材：建筑装饰业增速放缓，但相比发达国家仍有巨大市场潜力

- 我国建筑装饰行业在城镇化的推进中得到了较快发展，但地产市场的阶段性回暖导致近几年增幅逐步放缓
- 根据高盛的全球投资研究报告，2016年中国的家装人均花销仅为133美元，日本为522美元，美国则高达928美元，随着中国居民生活水平的提高，中国建筑装饰市场蕴藏巨大潜力

18

2010-2017年中国建筑装饰业产值

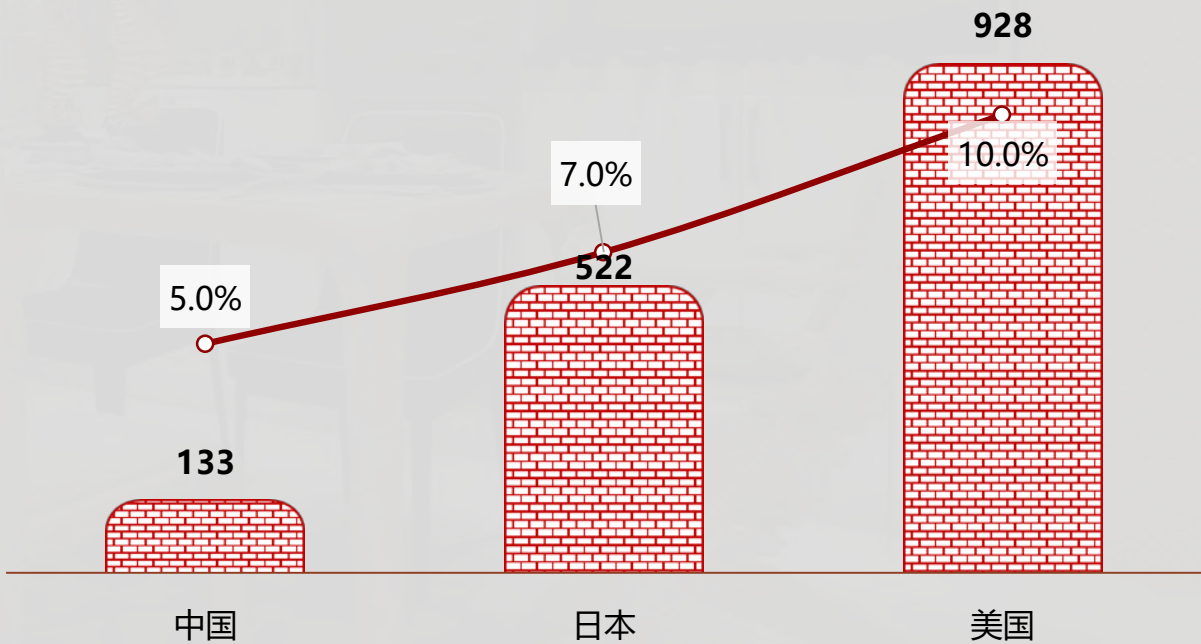
单位：万亿元



2016年中国和日本、美国家装人均花销对比

家装人均花销 增长率

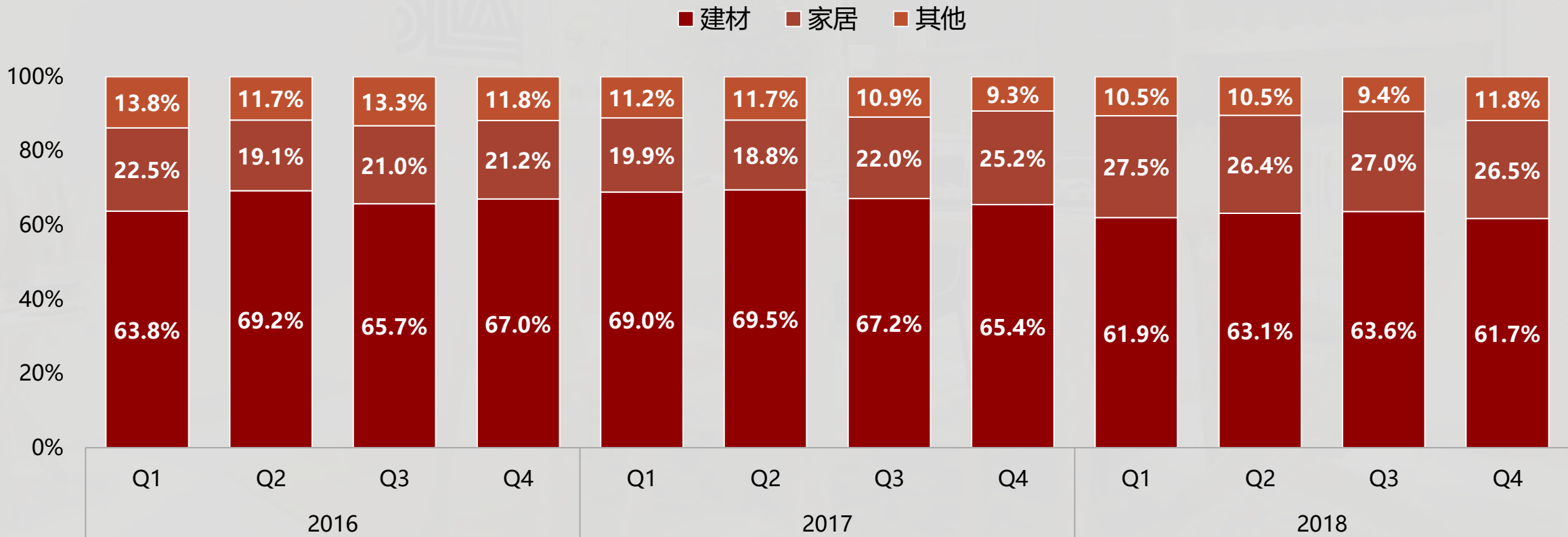
单位：美元



18年建材加盟的关注量占比仍最高，家居加盟的关注量有所提升

- 家居建材加盟主要分为建材和家居两大类，建材主要是指基本材料或半成品，如地板、瓷砖、水泥、油漆等，家居则指的是成品，如家具、床、桌椅等
- 建材类的占比超六成，但18年占比略有下降，家居类占比其次，18年占比有较大幅度提升

2016-2018招商加盟行业家居建材类细分项目占比变化趋势



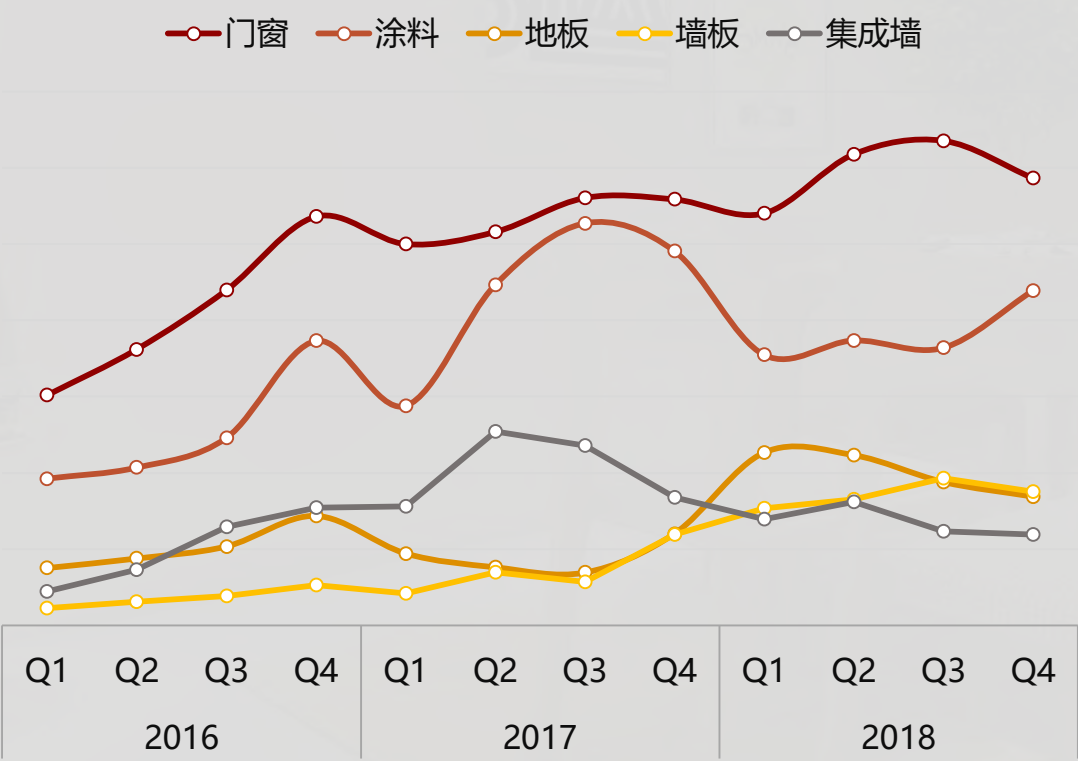
数据来源：360大数据，2016年-2018年

建材类中门窗的关注度最高且有上升趋势，家居类中家具关注最高

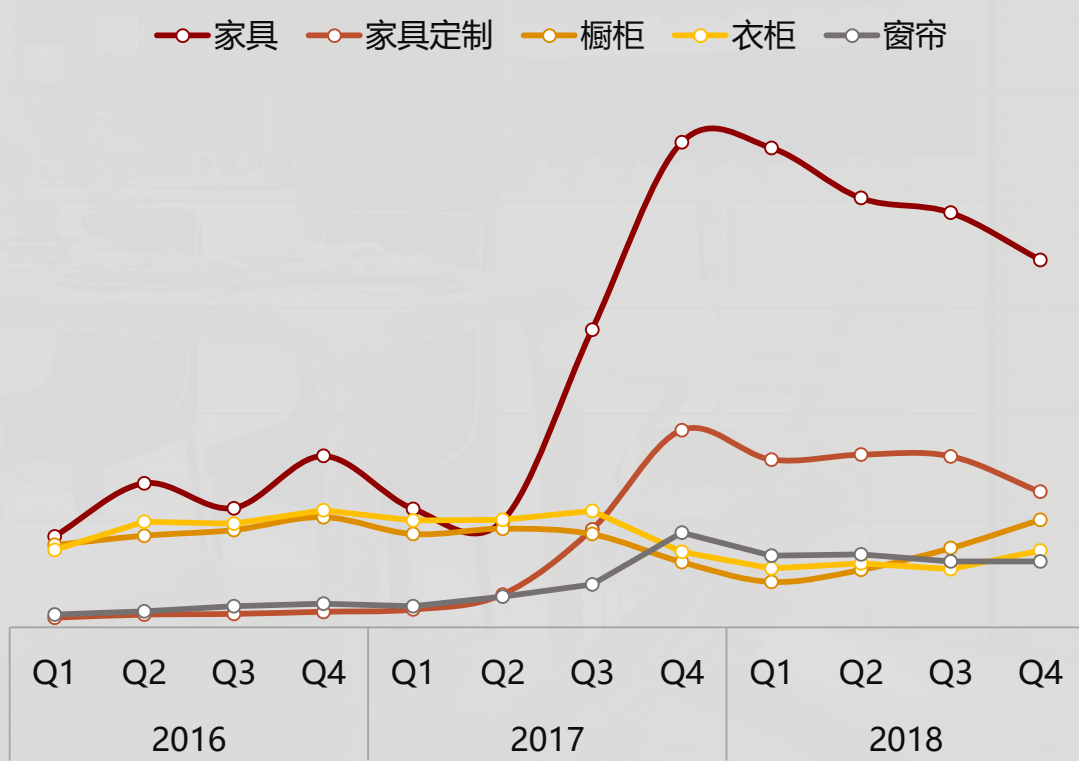
- 建材类加盟中，门窗和涂料的关注度最高，且门窗的关注在18年有大幅上升
- 家居类加盟中，家具和家具定制在18年均有大幅提升，衣柜的关注度下降也侧面说明了定制家具的兴起，此外起到装饰作用的窗帘关注度也较高，在18年关注量有整体提升

20

装修中TOP5品类关注趋势



家居中TOP5品类关注趋势

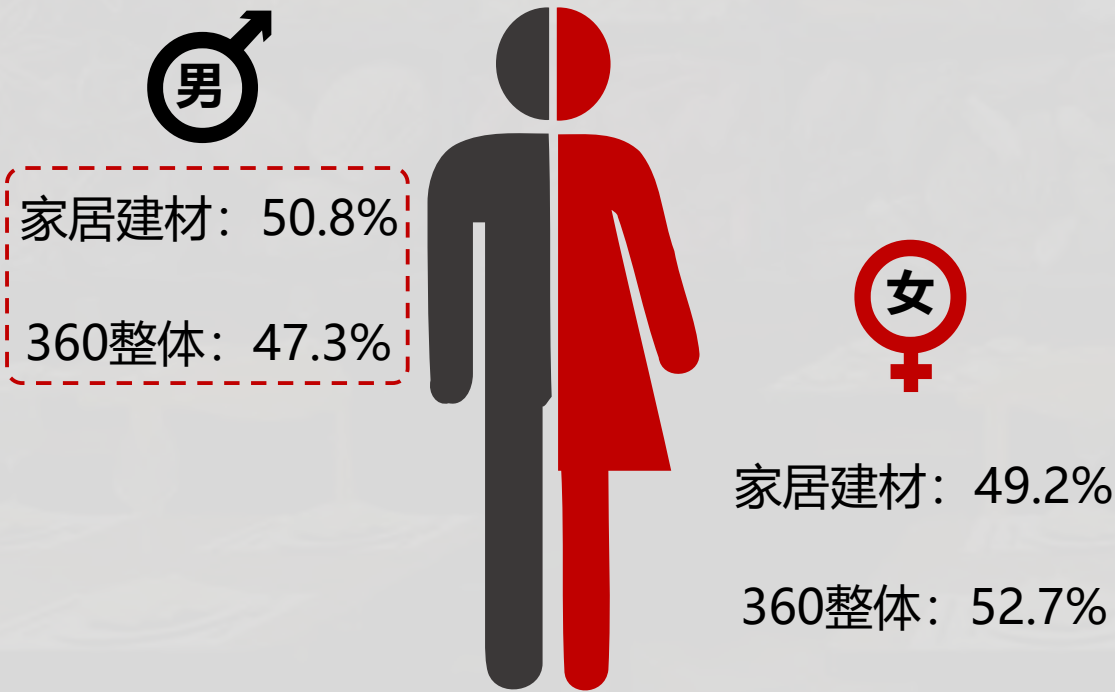


数据来源：360大数据，2016年-2018年

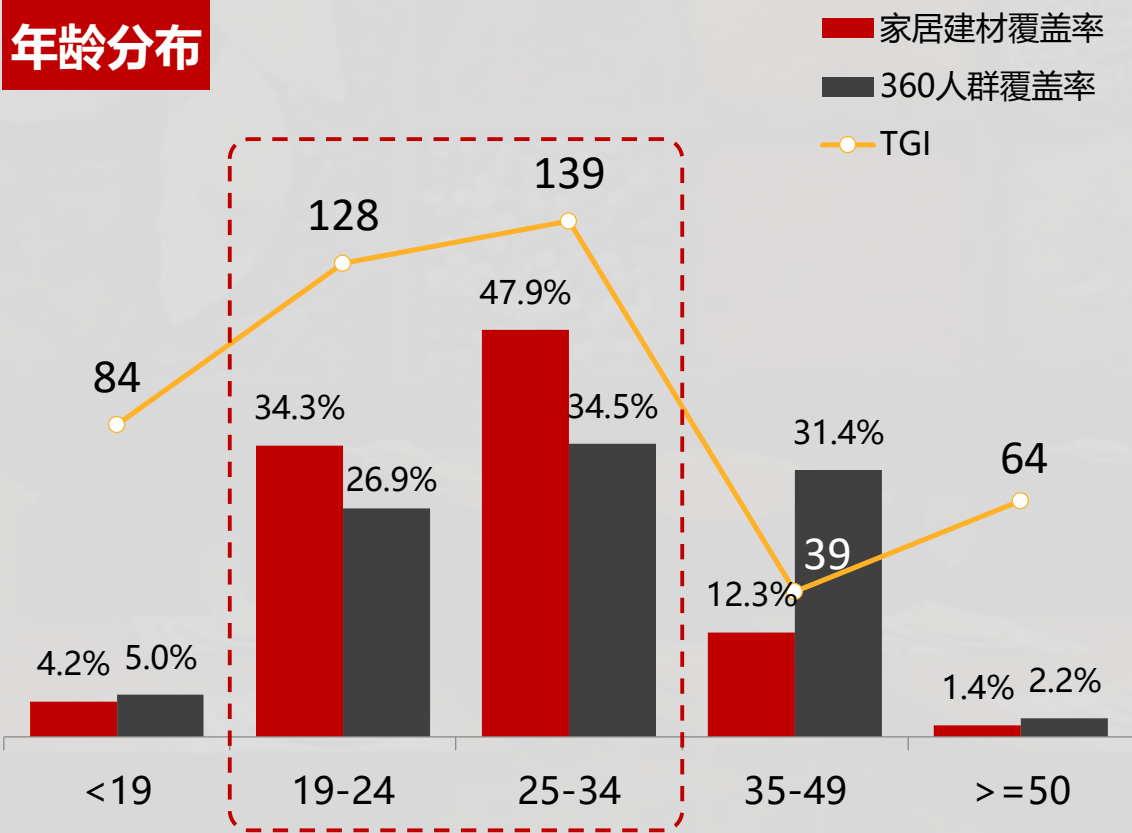
85后-95后男性人群对家居建材加盟更为关注

- 男性相比女性更加关注家居建材加盟
- 85后-95后人群相比其他年龄段的人群更加关注家居建材加盟

性别分布



年龄分布

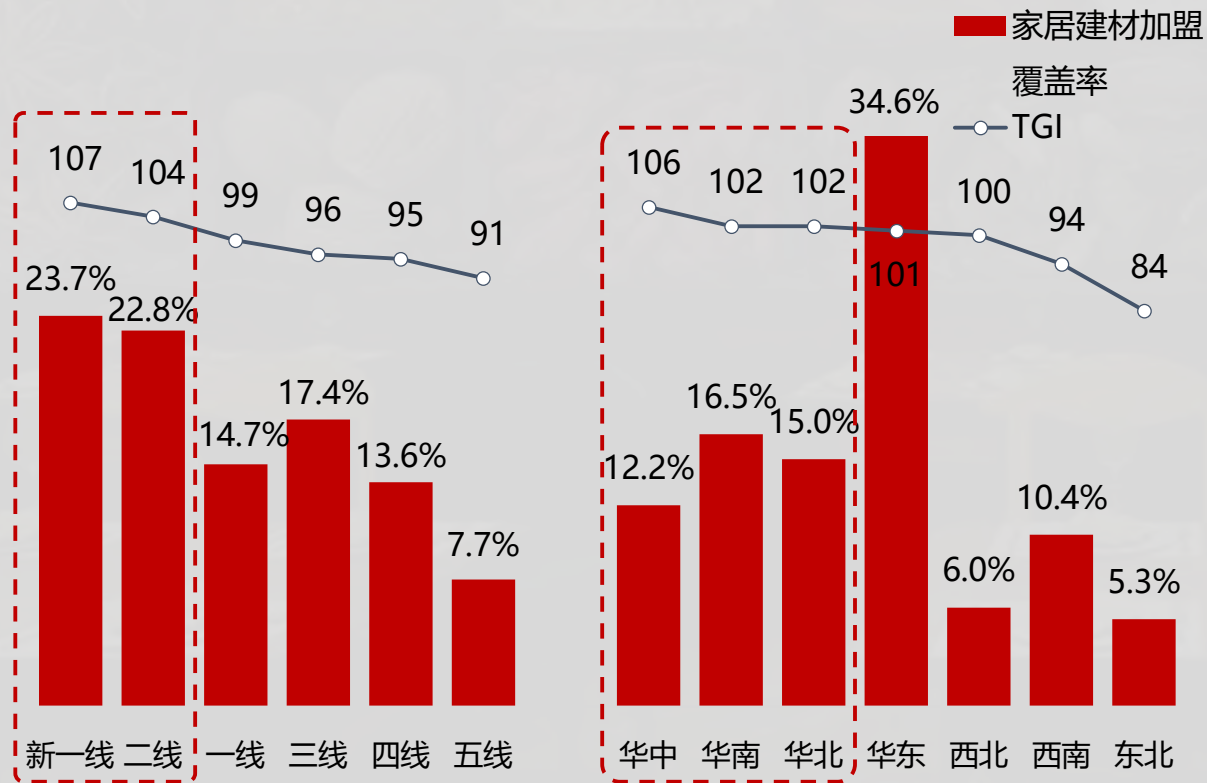


数据来源：360大数据，2018年Q4；TGI大于100，说明特征（餐饮）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

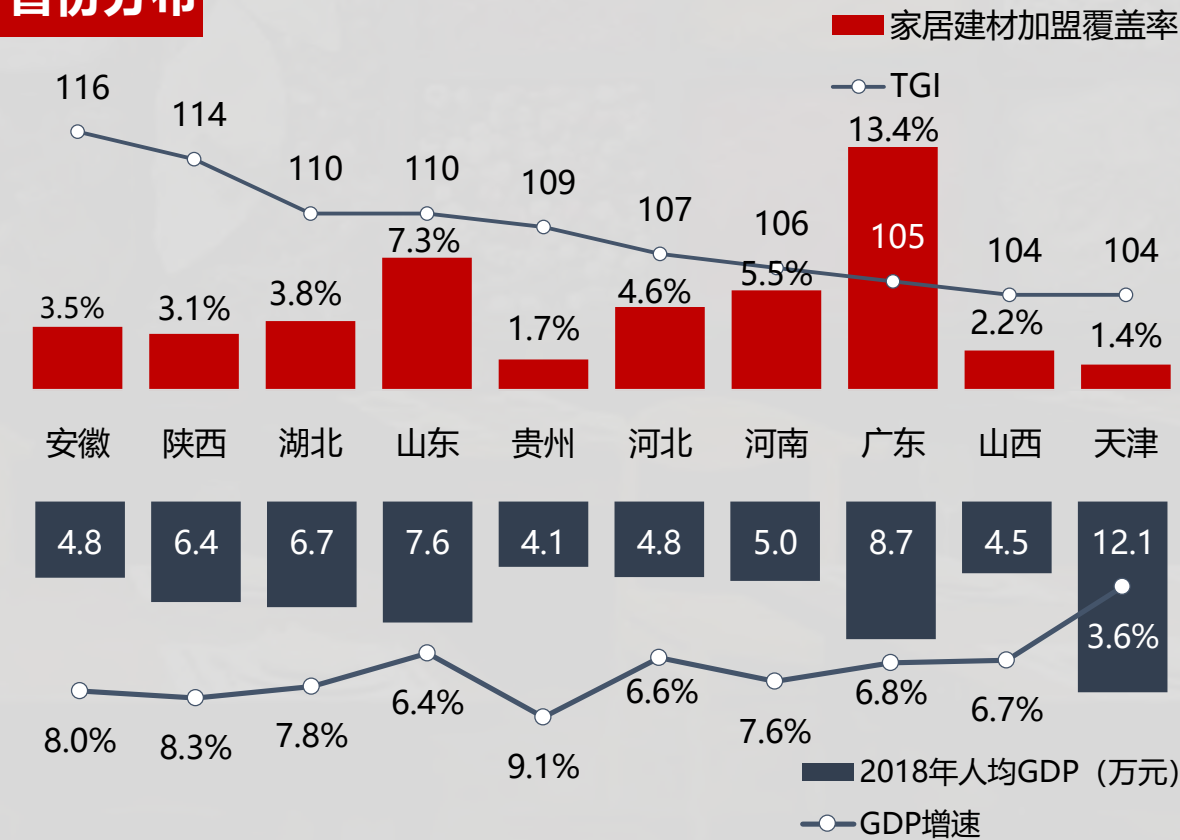
位于新一线和二线城市的人群对家居建材加盟更为关注

- 从城级看，新一线和二线的人群特征更为明显
- 从地域看，除西南和东北地区，其他地域的人群特征均较为明显
- 从省份看，安徽、陕西、湖北和山东的人群特征最为明显，且安徽、陕西和湖北的GDP增速均高于全国水平

城级&地域分布



省份分布

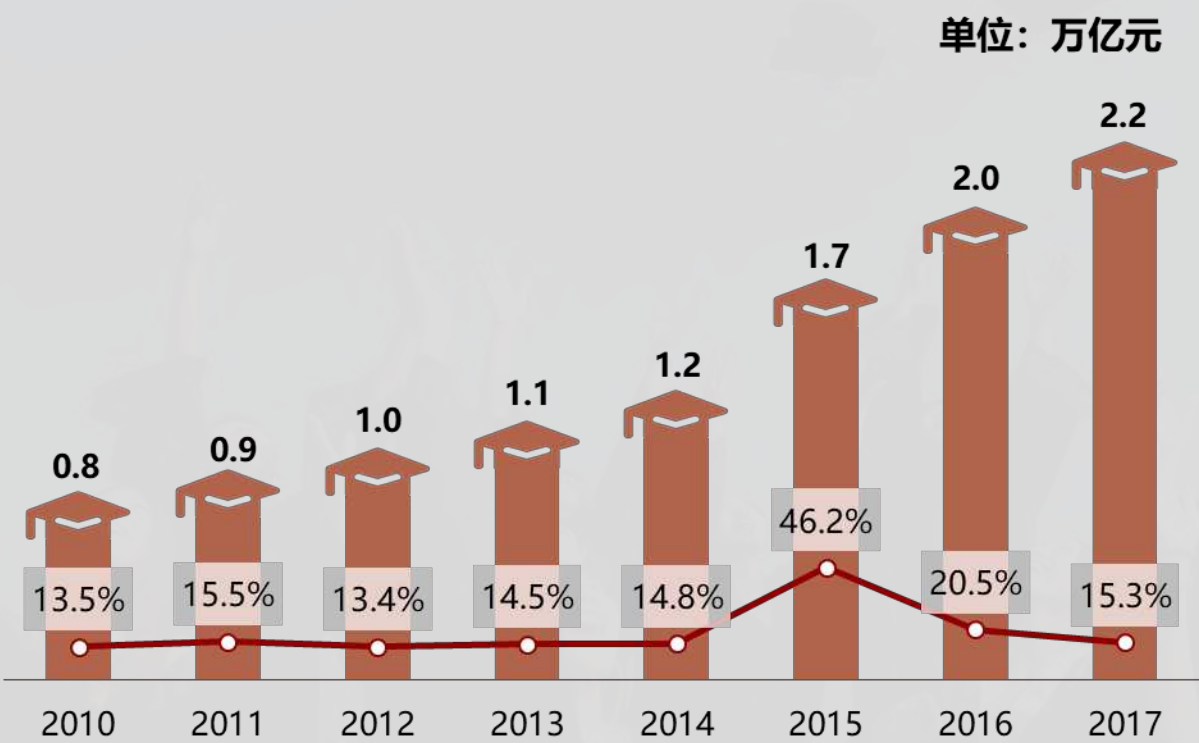


数据来源：360大数据，2018年Q4；TGI大于100，说明特征（餐饮）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

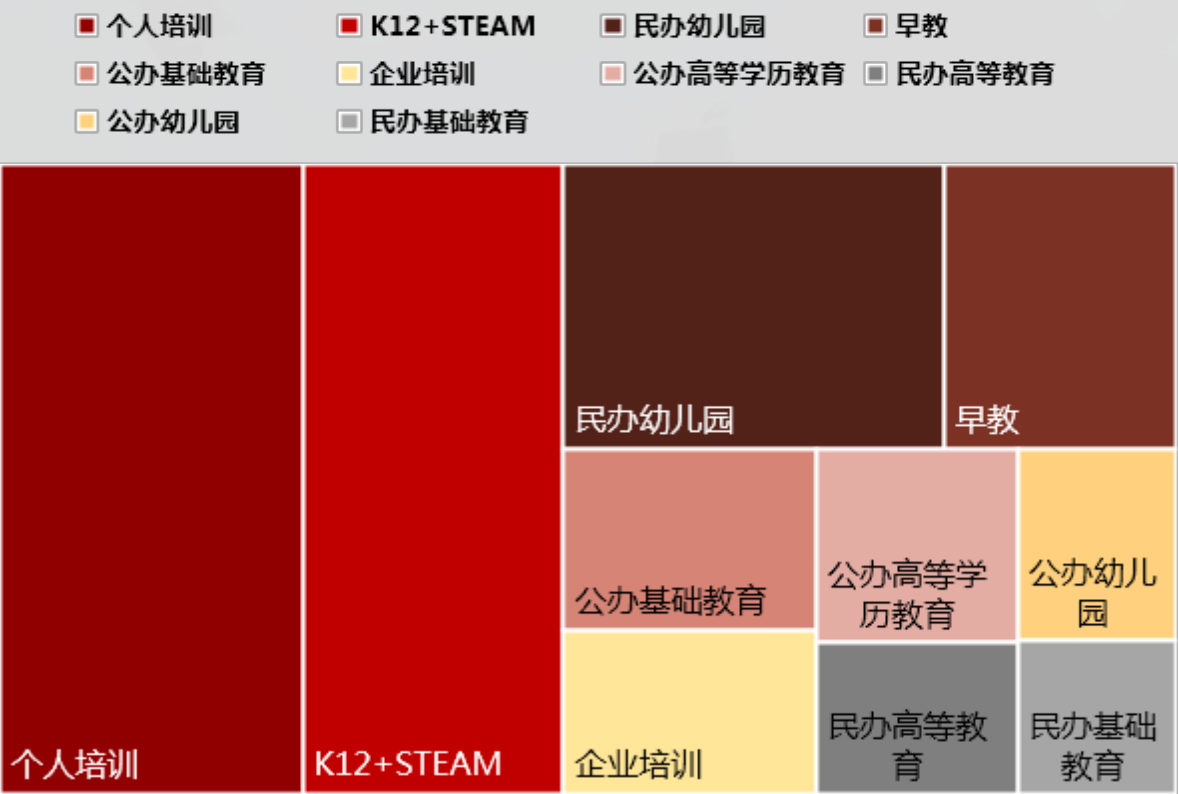
教育培训：中国教育培训行业高速增长，个人培训和K12占比最高

- 2017年教育培训行业市场规模超过2万亿，在二胎政策开放，国民生活水平逐步提高的背景下，“教育培训业是21世纪最朝阳产业之一”的观点已普遍为人接受和被市场所证明
- 教育行业细分市场中，个人培训和K12市场占比最高，民办幼儿园和早教也有一定的市场规模

2010-2017年教育培训行业市场规模



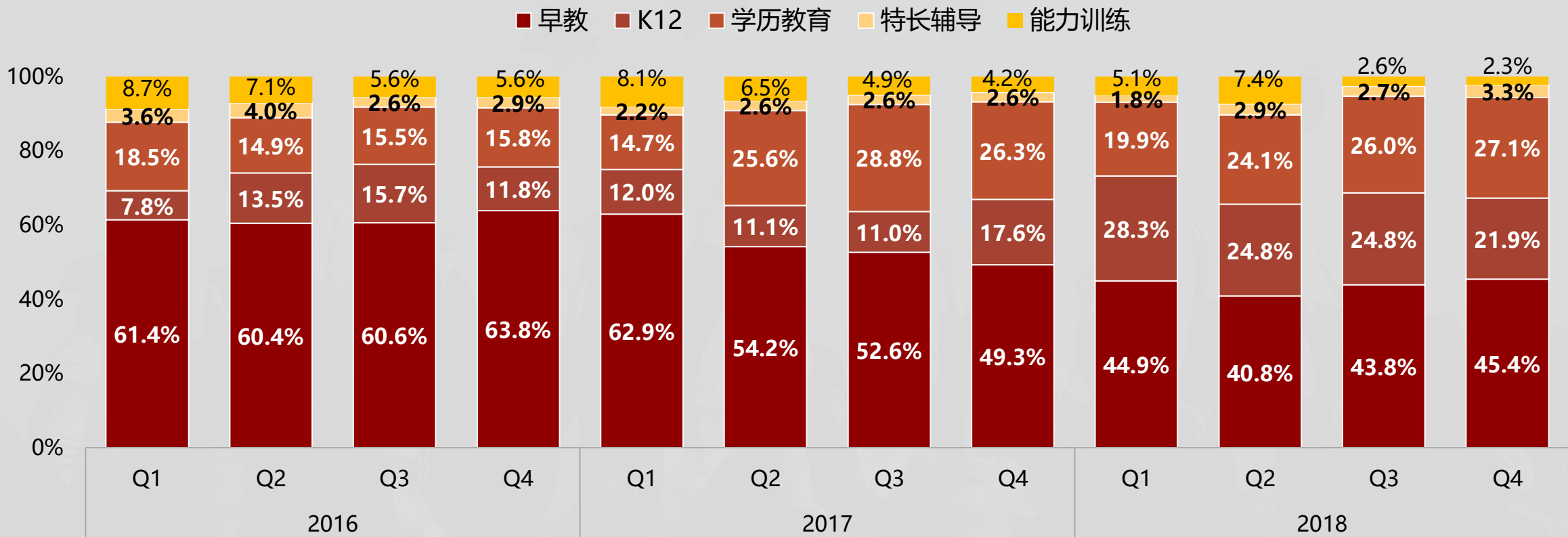
教育行业细分市场占比



从17年开始，早教加盟的关注量逐渐被K12加盟和学历教育加盟挤压

- 教育培训加盟中，早教加盟关注量最高，但从17年开始，早教加盟逐渐被K12加盟和学历教育加盟挤压
- 除此之外，特长辅导和能力训练加盟的关注量较低，且有继续降低的趋势

2016-2018招商加盟行业教育培训类细分项目占比变化趋势

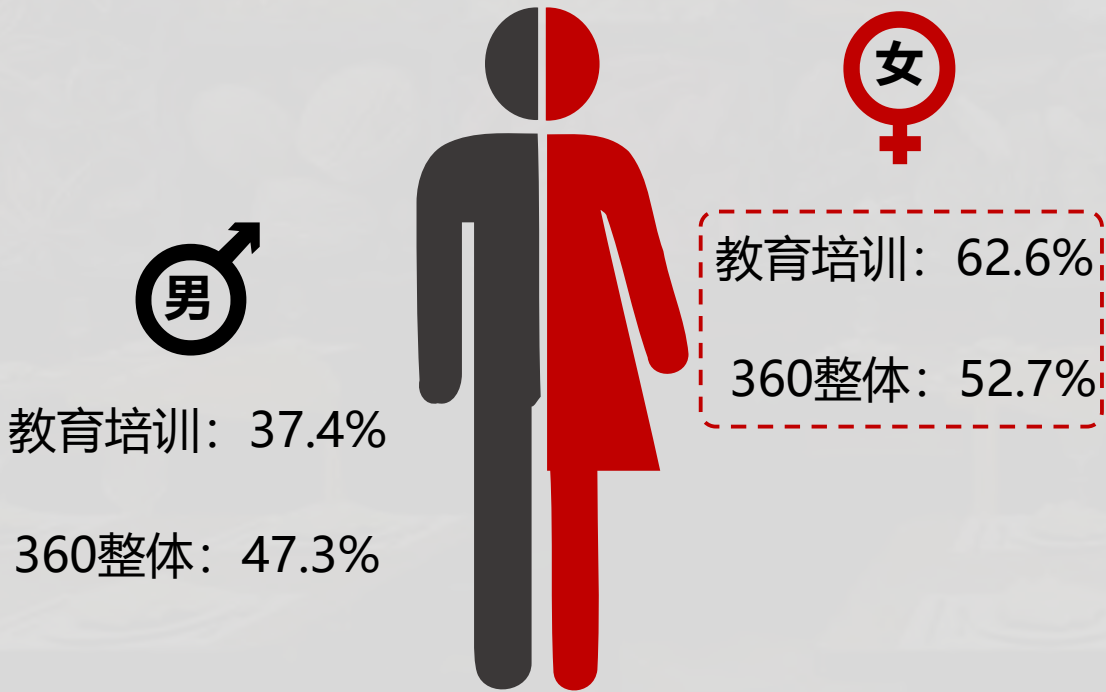


数据来源：360大数据，2016年-2018年

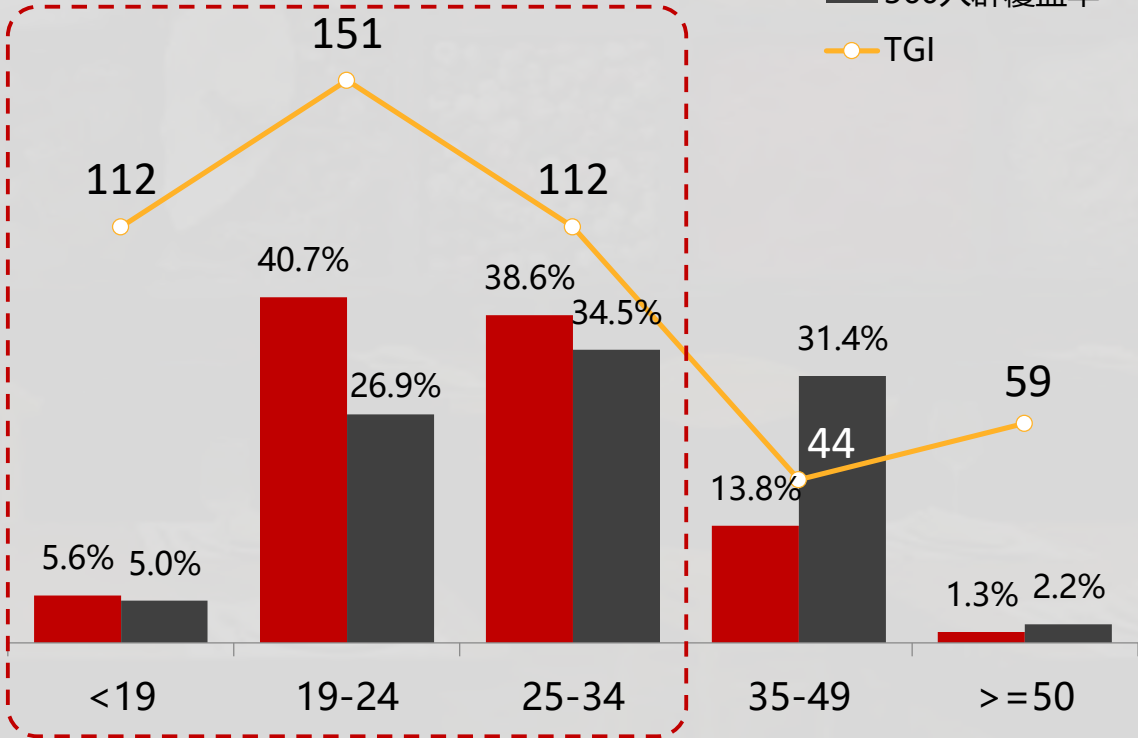
85后-95后女性人群对教育培训加盟更为关注

- 女性相比男性更加关注教育培训加盟
- 85后-95后人群相比其他年龄段的人群更加关注教育培训加盟

性别分布



年龄分布

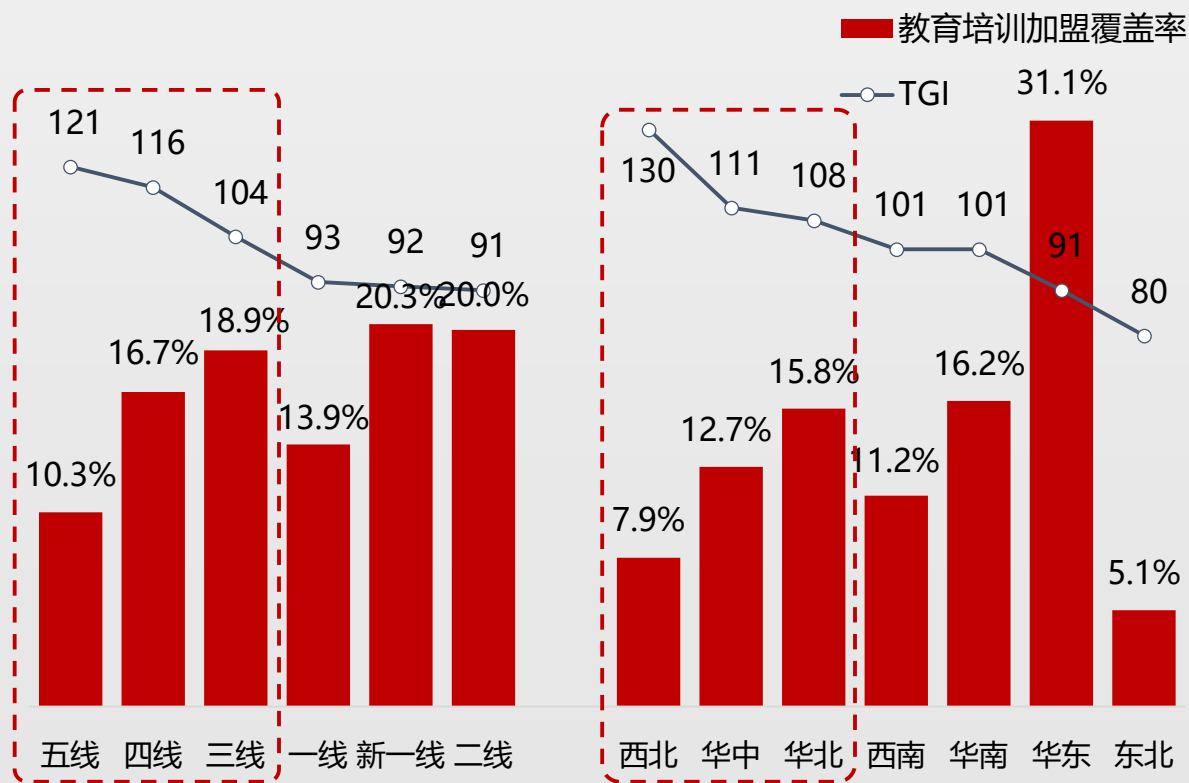


数据来源：360大数据，2018年Q4；TGI大于100，说明特征（餐饮）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

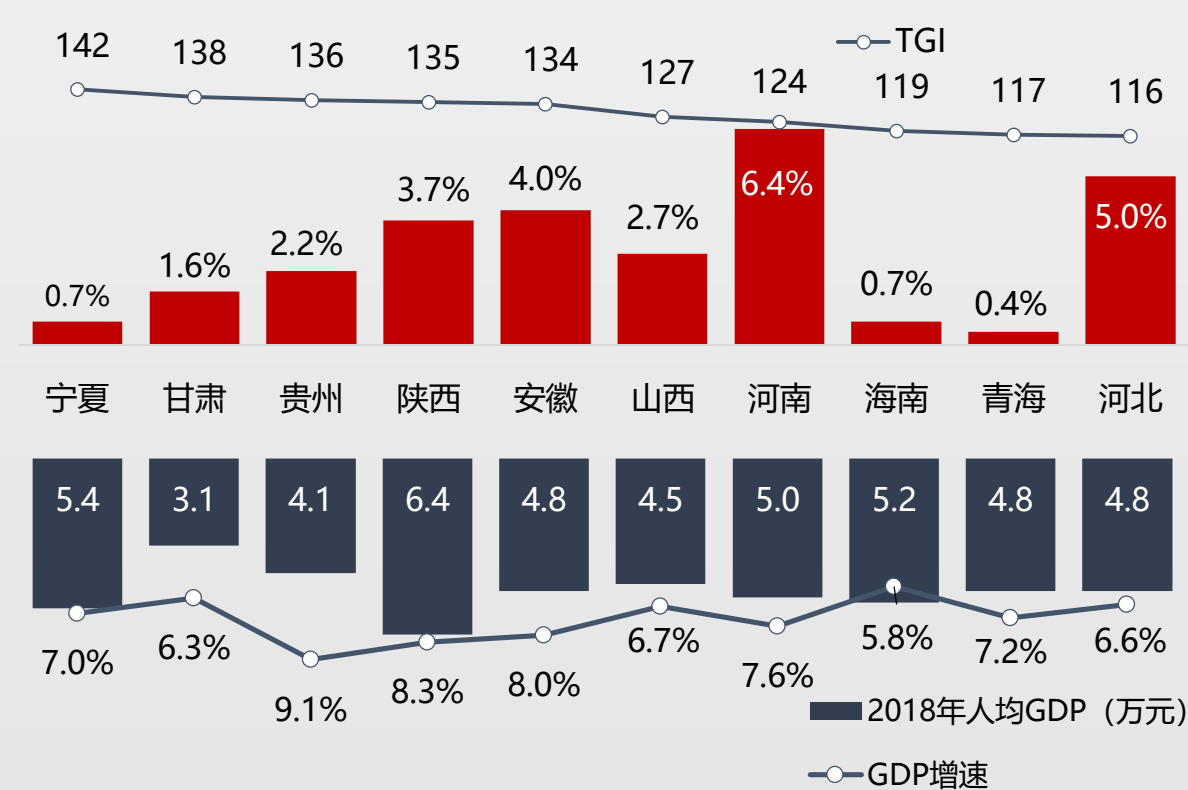
位于三线及三线以下城市的人群对教育培训加盟更为关注

- 从城级看，三线及三线以下的人群特征更为明显
- 从地域看，除华东和东北地区，其他地域的人群特征均较为明显
- 从省份看，陕甘宁地区和贵州、安徽的人群特征最为明显，且除甘肃外，这些地区的GDP增速均较高

城级&地域分布



省份分布



数据来源：360大数据，2018年Q4；TGI大于100，说明特征（餐饮）在该人群占比大于特征在全网占比；小于100则相反。

餐饮、家居建材和教育培训加盟的人群差异较大，投放时注意选择人群

- 关注餐饮和教育培训加盟的人群偏女性，年龄偏低，关注家居建材加盟的人群偏男性，年龄偏大
- 从地理位置看，关注餐饮和家居建材加盟的人群大多集中在二线及二线以上大城市，而教育培训加盟在三线及三线以下城市的人群特征更为明显

招商加盟行业人群

餐饮加盟

♀ 女性人群特征明显

📊 年龄偏低，95后占比42%

📍 以一线、新一线和二线城市为主
集中在华南、华北和华东地区

家居建材加盟

♂ 男性人群特征明显

📊 年龄集中在85后-95后之间

📍 以新一线和二线城市为主
集中在华中、华南、华北和
华东地区

教育培训加盟

♀ 女性人群特征非常明显

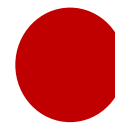
📊 年龄偏低，95后占比46%

📍 以三线及三线以下城市为主
在西北、华中和华北地区人群
特征明显但占比较低

其他

.....

可通过商易
考察人群特征



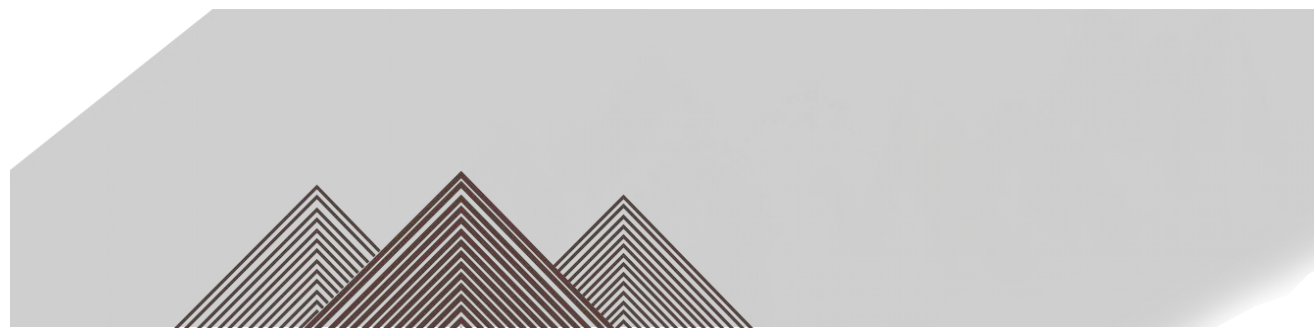
感谢您的观看
THANK YOU FOR WATCHING

招商
MERCHANTS JOIN
商

行业研究报告

RESEARCH REPORT

2019 3 月



F o l l o w

U

S

关注我们

获取更多数据



360营销学院官方微信



360营销学院官网

360营销学院以奇虎360为平台，捕捉行业动态，提供产品培训，举办沙龙峰会，旨在为广告主提供一个开放、创新的营销交流平台。

我们尊重少语而多思，倡导钻研和专业，更渴求分享与发现…