

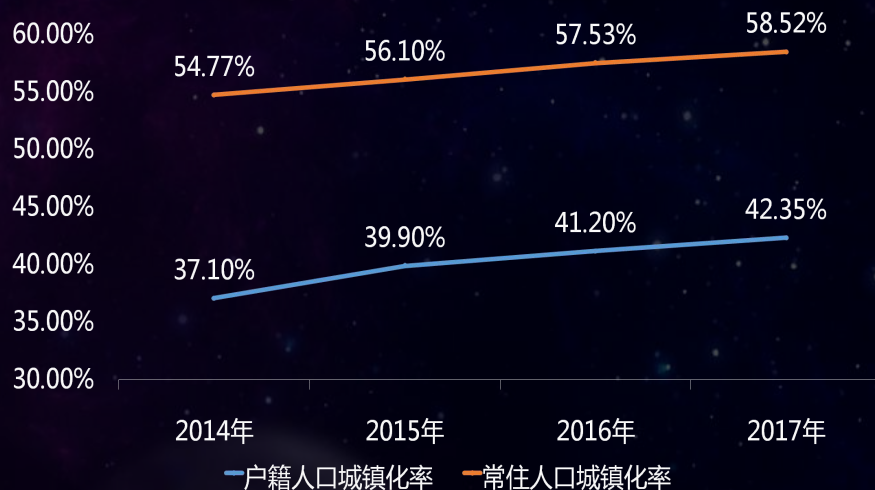
家装新消费：场景和角色的变迁

——齐家网公关负责人 张晓枫

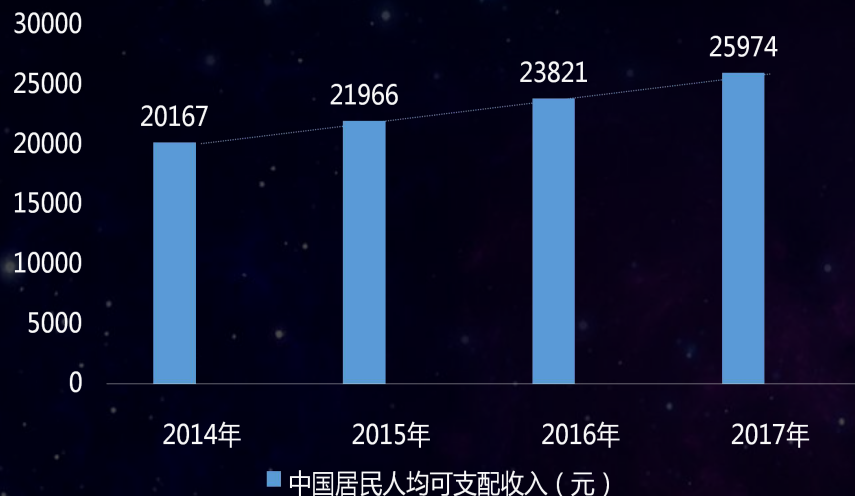
一、家装新消费时代来临

城镇化建设、居民收入水平提升，促进家装需求市场增长

2014-2017年中国城镇化率



2014-2017年中国居民人均可支配收入



居民居住消费支出占比不断提升，互联网家装市场规模扩大

2000-2020年中国城镇居民居住消费支出占比



2014-2018年中国互联网家装市场规模及增长率



互联网、大数据、人工智能等新技术推动消费升级



新技术的蓬勃发展，使得家装在产品、业态、商业模式甚至是产业模式都发生了新的变革，推动着家装行业的消费升级



二、消费升级浪潮下，用户的“进与退”

用户的“进” 消费群体变化剧烈且急迫

家装群体的三大变化



消费主体年轻化，千禧一代成为主力军



女性用户掌握话语权



三四线城市用户群体崛起



家装消费六大新偏好

线上化-趋向于家装线上化消费

看内容-偏爱在网上浏览家装内容

信口碑-口碑成为影响消费决策的重要因素

更偷懒-越来越懒，一站式装修解决方案诉求增加

个性化-对家装设计个性化要求变高，越来越愿意为设计买单

爱分期-交易付款方式转变，对家装金融的认可度逐步提升

用户的“退” 基本诉求在回归和强化



价格敏感度在降低



家居建材产品品质诉求在提升



品牌意识 在觉醒



安全环保 诉求在回归

重体验



服务体验

装修是用户感知过程



交付体验

装修是结果导向产品

重保障



资金安
全保障



施工质
量保障



施工工
期保障



材料品
牌保障



售后
保障

用户需求驱动之下，行业随之变迁

2018广东互联网大会
2018 GUANGDONG INTERNET CONFERENCE

同期举办：2018 全球未来科技大会(中国·广州站)

二手房交易量上升，旧房改造与局部翻新需求也在逐年递增

一二线城市趋于稳定，三四线城市消费崛起

城镇化发展迅速，互联网渗透率提高，三四线城市住房装修需求水涨船高

行业线上线下交融，
线上快速迭代，驱动线下变革

三、家装新消费的场景重构

内容场景优化 家装是典型的货找人，用内容帮助决策

内容生态建设



覆盖APP内容矩阵、小程序及新媒体全渠道，帮助用户更好地决策

服务场景重构 从后端解决家装用户核心痛点



建材选购C2B转化

2018广东互联网大会
2018 GUANGDONG INTERNET CONFERENCE
同期举办：2018 全球未来科技大会(中国·广州站)

让用户掌握话语权，实现从B2C到C2B的转变

01

辅料自定

02

齐家网数据分析后精准推荐





推进环保工地

2018广东互联网大会
2018 GUANGDONG INTERNET CONFERENCE
同期举办：2018 全球未来科技大会(中国·广州站)

施工工地

注重施工环保，避免二次污染

环保治理

施工完成后，推进相应环保治理措施



强化交付管理

交付管理

文件

监理验收标准；
用户告知书；
齐家保十八项安全隐患检查；
监理产品化

系统

研发施工ERP系统，应用到施工交付中

培训

施工ERP系统培训；
监理工程交付标准培训

人员

组建交付管理事业部；
第三方监理需要有十年以上经验

保障场景加强 解决用户家装后顾之忧

对钱不放心

第三方资金托管



对质不放心

五大节点验收保障

在迭代重构已有场景之下，探索新场景



家装金融新业态



齐家装修分期

针对装修用户资金需求，与多家金融机构合作，联手推出装修分期贷款业务

齐家装修综合险

针对装修用户家装安全保障，与中国平安合作推出装修保障型险种



谢谢！