中国互联网家装行业研究报告

2018年4月

海量行研报告免费读

核心观点

互联网家装是对家装产业链的整合与优化：传统家装行业极端分散，效率低下。由于缺乏相对统一的口碑诚信体系，行业整体污名化，存在着“劣币驱逐良币”、规模不经济等现象。互联网时代，消费者的习惯与态度发生转变，家装行业开始互联网化，通过去中介化、去渠道化及标准化等方式，提升产业效率，降低产业成本。

互联网家装行业快速发展，2017年市场规模达2461.2亿：中国互联网家装行业快速发展，市场规模迅速增长，2017年行业整体市场规模达2461.2亿，同比增长25.7%，保持了近几年来25%以上的高增长态势。但与整个家装行业的产值相比较，互联网家装的渗透率仍处于较低水平，发展前景广阔。

服务链与供应链是互联网家装竞争关键点：互联网家装发展的关键在于更好的用户体验与更高的企业效率。服务链方面，家装行业重度依赖人，如何通过施工标准、口碑体系、监管机制的建立把控施工质量至关重要；供应链方面，装修过程中涉及到的主辅材品类繁多，强大而稳定的供应链是确保产品价低质优的关键。

互联网家装流量是基础、质量是核心、技术是未来：早期互联网家装重点在营销获客，对家装行业的改变十分有限。随着行业逐渐回归本质，出现了以下新变化：1）**行业信任感重塑**，企业关注点从流量争夺到注重用户口碑；2）**企业逐渐深入产业链**，提高产业效率，把控工程质量；3）**新技术提高效率**：VR、AR、SaaS、大数据、云设计等技术在互联网家装行业得到广泛应用，全面提高经营效率。4）**家居消费场景发生变化**，家装新零售的概念正在形成。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

©2018.4 iResearch Inc

概念界定

互联网家装是对产业链的整合与优化

建筑装饰装修：为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的使用功能和美化建筑物，采用装饰装修材料或饰物，对建筑物的内外表面及空间进行的各种处理过程。根据建筑物使用性质不同，可划分为公共建筑装饰、家庭住宅装饰以及幕墙装饰。

家装：家庭住宅装饰装修的简称，是指住宅竣工验收合格后，业主或者住宅使用人（以下简称装修人）对住宅室内进行装饰装修的建筑活动。本报告中，家装包含室内设计、建材家居采购、硬装施工、软装配饰等全部流程。

互联网家装：站在产业链视角，利用互联网思维与技术，通过去中介化、去渠道化及标准化等方式，提升产业效率，降低产业成本，为家装消费者提供室内设计、建材家居、硬装施工、软装配饰等服务。

2018年中国建筑装饰装修行业分类

来源：建筑装饰装修定义来源于建设部《建筑装饰装修工程质量验收规范》GB50210-2001，家装定义来源于建设部令第110号《住宅室内装饰装修管理办法》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2018.4 iResearch Inc

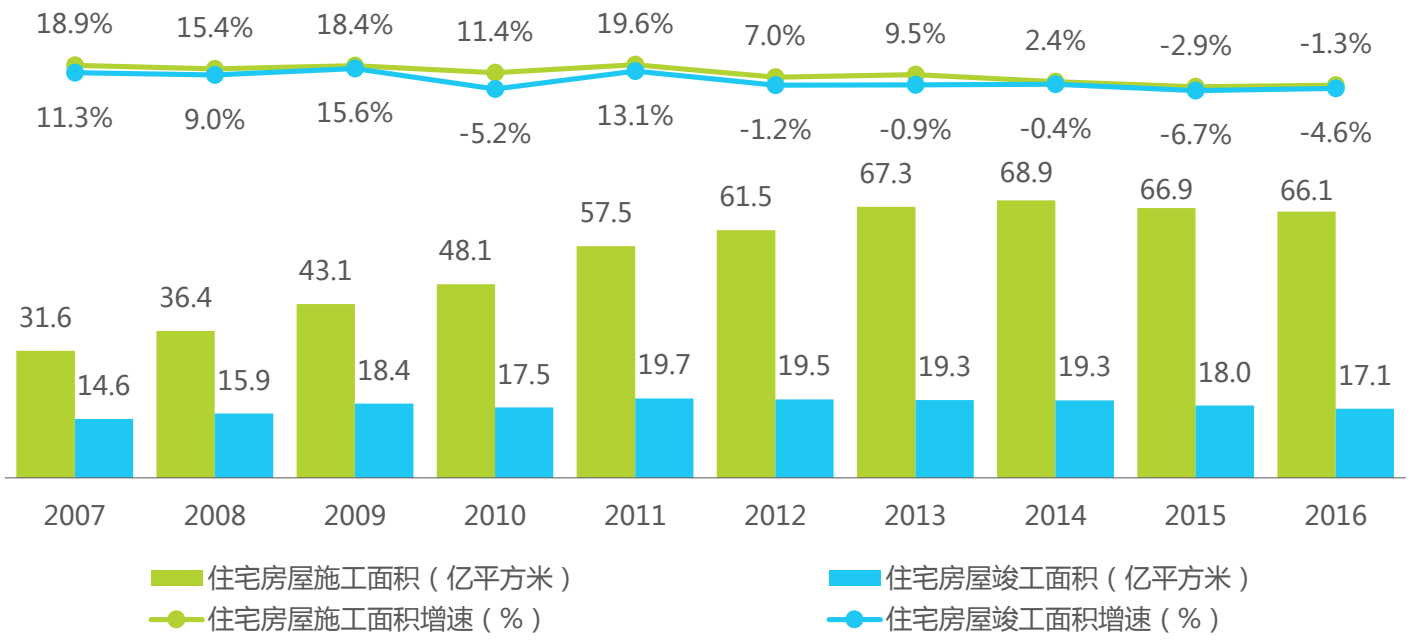
中国互联网家装行业发展背景	1
中国互联网家装行业发展现状	2
中国互联网家装产业的变革和影响	3
典型企业案例研究	4
中国互联网家装未来发展趋势	5

地产黄金十年积累大量住房库存

奠定家装行业产值基础

我国住宅地产在经历了多年高速增长之后开始小幅回落，但从住宅施工面积、竣工面积两大指标来看，仍维持在较高水平。2016年全社会住宅施工面积66.1亿平方米，竣工面积17.1亿平方米。地产行业黄金时期的高速增长为装修行业积累了大量库存，稳定的新增住宅面积夯实了家装市场成长的基础。

2007-2016年中国住宅房屋施工面积、竣工面积



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

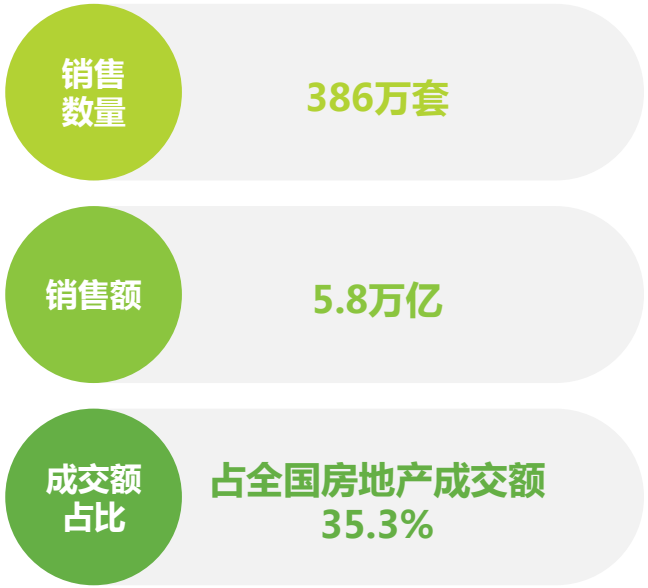
©2018.4 iResearch Inc

存量+增量双轮驱动

二手房装修大有可为

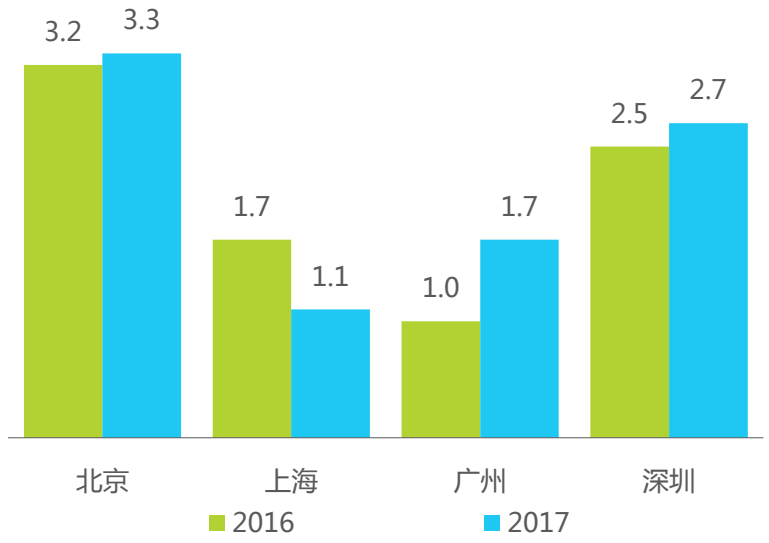
家装行业处于地产后周期，装修需求主要来源于两个方面：一是新建住房的初始装修需求；二是存量住房改造或更新需求。2017年，我国二手房交易额占比达35.3%，受政策调控影响，较2016年略有下降。但从整体来看，二手房市场的深度和广度都在进一步提升：一线城市二手房占比进一步提高，越来越多的二线城市二手房交易占比超过新房，进入存量房时代，2017年共计有24座城市二手房成交套数超过新房。随着一二线城市二手房交易占比不断增加，既有住宅整体和局部的更新改造服务需求不断扩大，二手房装修进入加速释放期。三四线城市新房销售热度持续，在去库存的政策引导以及热点城市的溢出效应催化下，家装市场的生长土壤依然肥沃。

2017年中国二手房销售情况



来源：链家研究院《2018年中国房地产市场展望报告》，艾瑞咨询研究院绘制。

2016-2017年北上广深二手房与新房成交量之比变化情况



来源：链家研究院《2018年中国房地产市场展望报告》，艾瑞咨询研究院绘制。

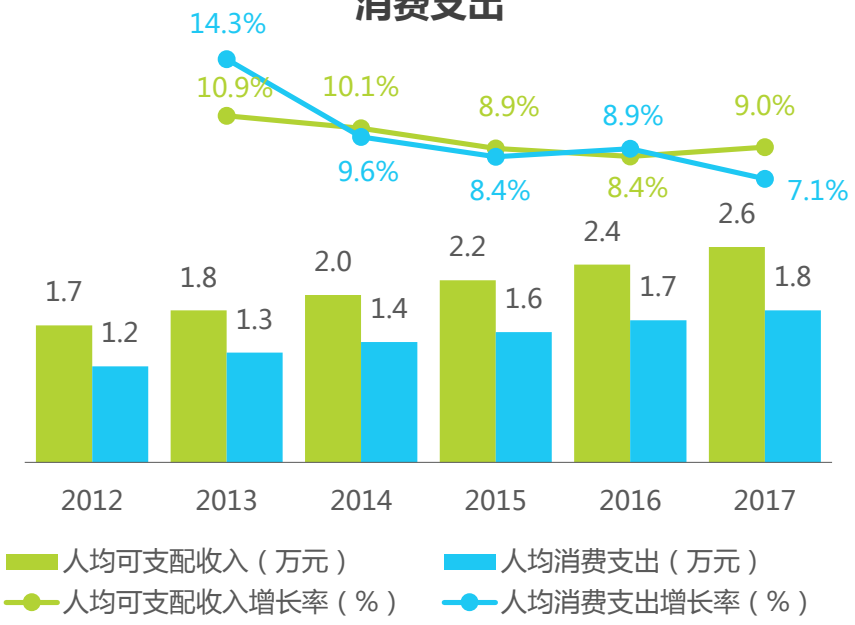
居民收入水平不断提升

房价推升家居家装消费天花板

随着经济持续增长，我国人民收入水平不断提高，2017年我国居民人均可支配收入为2.6万元，是2012年的1.5倍，维持了连续5年来8%以上的高增速。不断提升的居民收入提振了装修装饰行业的消费需求。

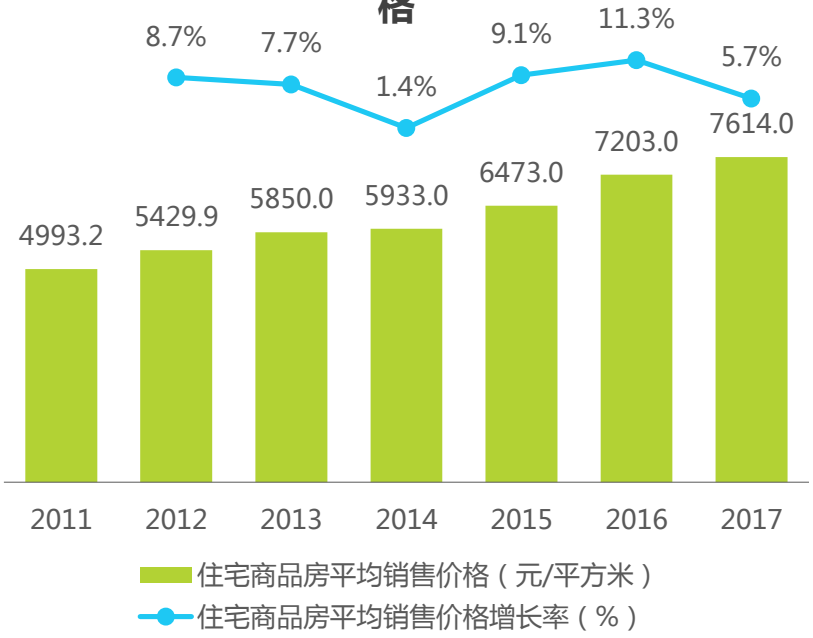
同样对家居建材消费起到提振作用的，还有不断增长的购房费用。中国建筑装饰协会调研显示，消费者在装修消费上存在“好马配好鞍”的心理，单位面积上的装修花费与房价之间存在正相关关系。近年来，我国房价格快速提升，2017年住宅商品房平均消费价格达7614.0元/平方米，房价不断上涨的态势下家装消费的天花板也随之抬高。

2012-2017年中国居民人均可支配收入与消费支出



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院绘制。

2011-2017年中国住宅商品房平均销售价格



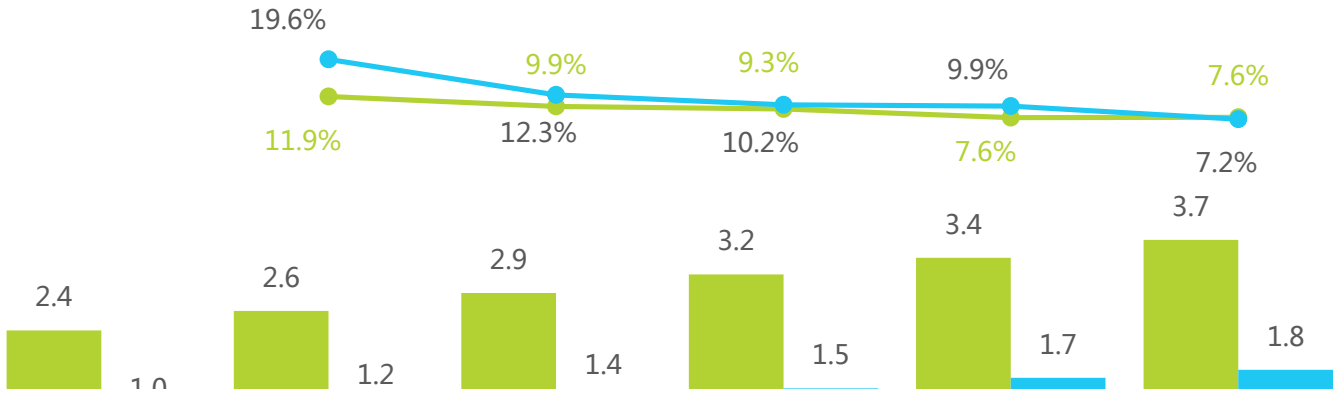
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院绘制。

中国家装行业市场规模持续增长

年复合增长率高达12.5%

根据中国建筑装饰协会统计，2016年我国建筑装饰行业完成工程总产值达3.7万亿元，其中住宅建筑装饰行业实现总产值1.8万亿元，同比增长7.2%。相较于2011年1.0万亿元的总产值，年复合增长率高达12.5%，家装行业发展空间广阔。

2011-2016年中国建筑装饰行业与住宅装修装饰行业完成工程总产值



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21287