

通往安居乐业之路

人生大事件服务需求分析及案例解析

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

58同城

Analysys 易观
你要的数据分析


中国互联网协会
Internet Society of China

随着我国经济社会的飞速发展，人民的生活水平有了质的提升。在新时期，人们对美好生活的追求上升到了一个更高的水平。同时，在党中央治国理政的宏伟蓝图指引下，从“两个一百年”奋斗目标到“中国梦”，普通中国人的生活不仅因此而发生了明显的积极变化，而且大众还更加明确了自己的奋斗目标，在安居乐业的道路上越走越有信心，越走越顺畅。正是在这样的背景下，这份报告基于大数据分析，对人们在工作、住房、用车、育儿等方面的现状与要求进行了深入细致的科学分析，展示了人们对生活现状的态度和对美好未来的憧憬。

——中国人民大学商学院 张敏教授

十九大报告指出，增进民生福祉是发展的根本目的。那么，如何“坚持在发展中保障和改善民生”？无非是在“职场生涯”等工作领域帮助“多谋民生之利”；在“住家生活”、“代步出行”和“呵护养育”等生活方面帮助“多解民生之忧”；并在数字化转型时代，通过技术赋能和互联网平台帮助“补齐民生短板”。最终，实现社会安定良序，百姓安居乐业。这就是这份报告的重要社会意义。

——中国人民大学商学院 吴武清副教授

分析范畴

- 本分析主要通过对中国大众生活态度的解析，探究大众应对人生大事件的观点、看法，以及探寻其背后的因素。
- 本分析所研究的地域为：中国（不包含港澳台地区）。

分析方法

- 除标明来源以外，其余皆来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 数据来源：
 1. 易观千帆：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行检测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2019年第1季度易观千帆基于对23.9亿累计装机覆盖及6.05亿活跃用户的行为检测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
 2. 网络调研：2019年2月，易观进行了关于大众生活态度的网络调研，调研范围为中国大陆（不包含港澳台地区），调研对象为18岁以上的成年人，样本量为1000。
 3. 58同城大数据平台。

建国70年来，政策法规不断完善、科技文化飞速发展、经济水平持续攀升，人民生活品质不断提高，对美好生活的诉求也愈发强烈。总结大众对人生大事件的诉求，工作、住房、用车和育儿是人民通往安居乐业目标的必由之路。

安居乐业

工作

- 各类科技手段促使招聘双方信息不断公开透明，提升招聘求职的效率。
- 求职人群的关注点：能否快速入职、薪资福利待遇和工作时长。

住房

- 数字化有效提高了房产信息服务效率，增强了服务的便捷性。
- 租房人群更在乎是否是房东直租，购房人群更在乎房产经纪人是否诚信。

用车

- 汽车消费的不断探索，使购车渠道和模式逐渐多元化。
- 大众购车行为逐渐回归理性，青睐平价二手车，看重高性价比的新车。

育儿

- 育儿服务正在从以孩子为中心转向以家庭消费为中心。
- 月嫂和保姆成为有孩家庭的刚性诉求。

1.
安居乐业是大众不变的追求

2.
职场生涯是安居乐业日益精进的立足点

3.
住家生活是安居乐业不忘初心的出发点

4.
代步出行是安居乐业成长共鸣的结合点

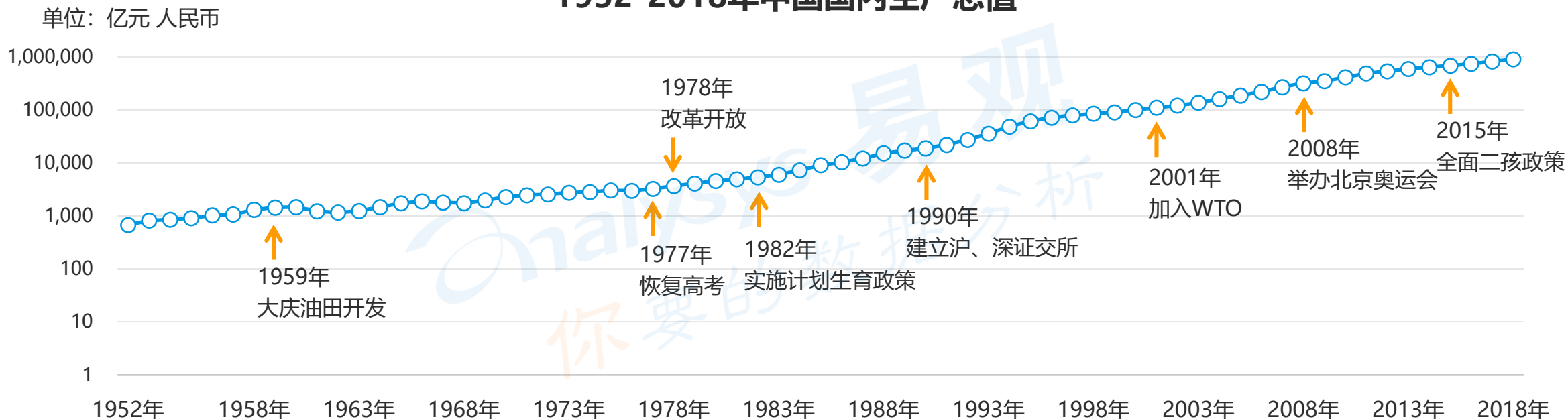
5.
呵护养育是安居乐业温情和睦的落脚点

6.
互联网生活服务平台助力安居乐业

政策支持引导进入新时代，人民需求转向追求美好生活

- 2019年是我国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的关键之年。回顾建国70年来的发展，政府积极制定和部署与时代发展相适应的战略布局，全力营造良好的经济社会发展环境，持续推动国家生产力发展和社会经济转型升级。
- 在一系列顺应时代发展的利民惠民政策中，人民群众普遍的基本生活水平得到了显著改善，新时代的人民需求从“日益增长的物质文化需要”转向“日益增长的美好生活需要”。

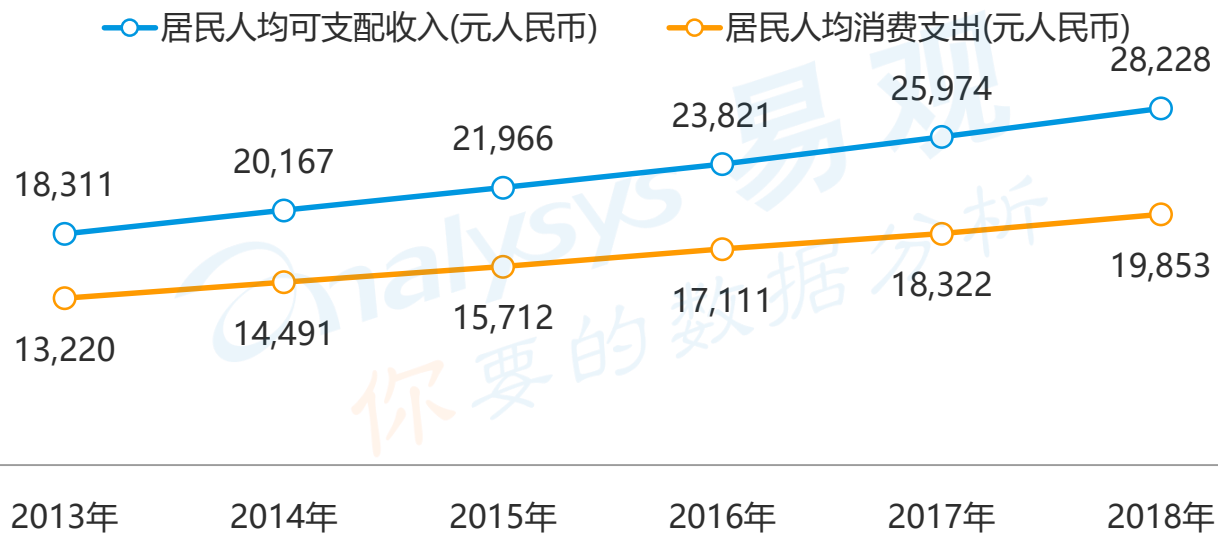
1952-2018年中国国内生产总值



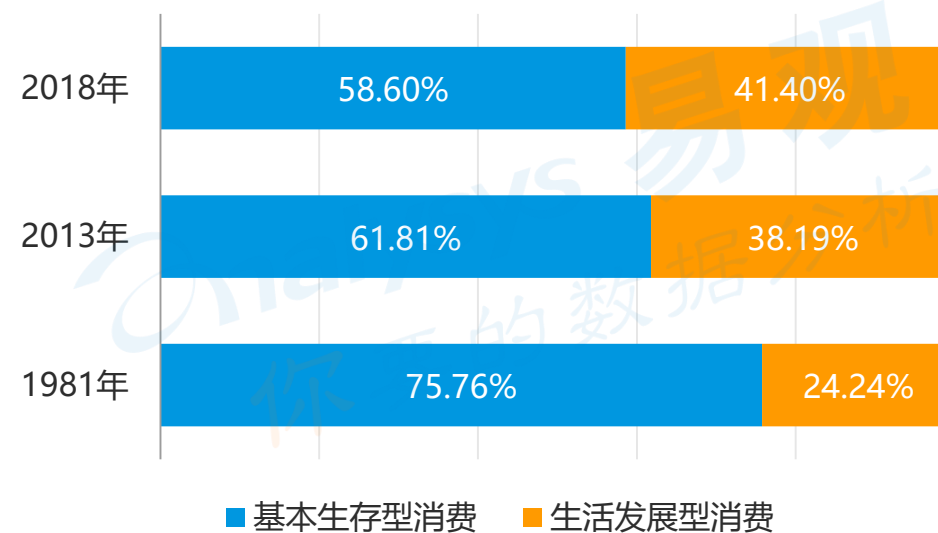
收入水平持续提高，居民在美好生活中更追求品质满足

- 随着国家经济水平快速发展，居民可支配收入、消费水平不断上升。在居民消费结构不断调整的过程中，满足基本生存的消费占比降低，居民对商品性价比、服务品质的需求逐渐超越对价格的敏感度，消费者对厂商所能提供的服务内容和品质要求越来越高，对用户体验愈加追求极致。

2013-2018年中国居民人均可支配收入情况



全国城镇居民人均消费支出构成对比



注：基本生存型消费包括居民食品消费、衣着消费、居住消费，生活发展型消费包含生活用品及服务（2013年以前为家庭设备及用品消费）、交通通讯（2013年以前为交通通信）、文教娱乐、医疗保健、其他消费支出。2013年开始国家统计局采用新的调查范围、调查方法、指标口径进行居民生活状况调查。

技术赋能使得人民的美好生活需求更有品质的实现

近年来，互联网、移动互联网飞速发展，以及围绕互联网的LBS、商业WiFi、移动支付、移动CRM等技术为互联网生活服务企业的第一阶段发展提供了强大的技术支撑，持续向用户提供了全面、优质、稳定的生活服务产品和服务体验；

生活服务数字化发展的阶段依靠大数据、云计算、AI技术等实现了企业内部管理和用户管理的数字化，支撑其向用户提供满足个性化需求的生活服务产品，实现用户价值的巩固和提升。



传统生活服务业

信息不对称，缺乏统一标准

服务供给来自本地化传统商户、个体商户以及公共服务机构，服务标准不完善；信息发布渠道包括报纸、广播、电视等传统地区性媒体以及人们口口相传，信息传播存在误差和滞后性；

互联网+生活服务

线上线下结合

包括分类信息、团购、上门服务、餐饮外卖等到店到家业务；
信息、服务、支付、配送等环节线上化，服务供给端和需求端能直接对接，帮助用户快速筛选、订购相应服务；

互联网技术、LBS技术、支付技术等

生活服务数字化

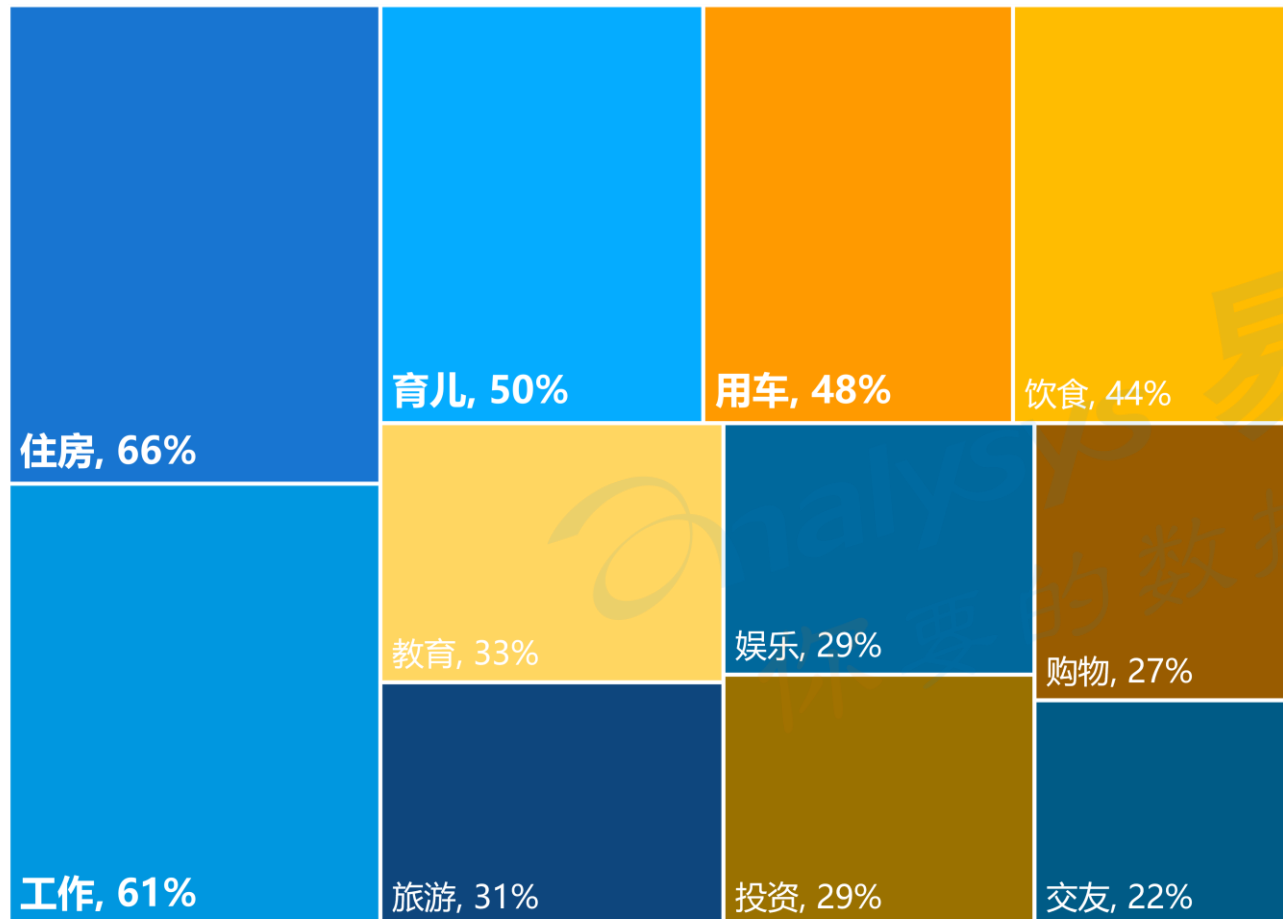
全面融合，走向数字化

从匹配需求向提供个性化生活服务转变；综合性、互联网化的生活服务企业成为产业巨头，集中度提升；
企业运营、营销、用户管理等环节都通过数字化升级实现效率提升和服务优化；

大数据、云计算、AI技术等

安居乐业是全社会的奋斗目标

大众最关注的生活诉求



对美好生活的追求，绕不开“住房、工作、育儿、用车”四件大事，大众普遍认为这是他们最为关注的人生大事。之所以重要是因为，这些大事更能让人们获得安全感、荣誉感以及自我满足，这也是人们愿意不断奋进的动力和原因。

而利用创新技术，提供更规范、多样化服务产品的互联网生活服务平台，不仅在其中找到了发展空间，也从客观上帮助了大众更好达成安居乐业的美好目标，成为社会发展的重要助推。



房产经纪、家居家装、品牌公寓.....



求职招聘、职业教育、效率工具.....



家政月嫂、母婴社区、育儿医疗.....

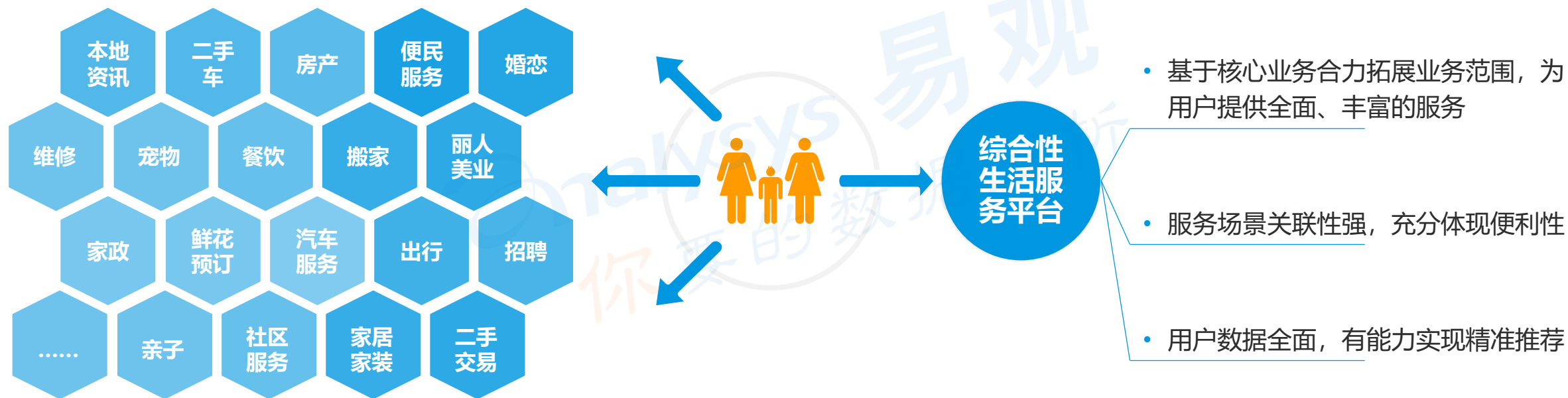


汽车资讯、汽车交易、共享出行.....

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

综合性生活服务平台一站式满足用户安居乐业需求

- 互联网在人们生活中渗透不断加深，新一代消费者入场，利用互联网平台满足多种多样的生活服务需求变得稀松平常，而能够一站式满足多种消费场景需求的综合性生活平台更是成为必备选项。
- 通过多年的发展积累，综合性的生活服务平台厂商围绕核心业务拓展业务范围，更加全面、便利的满足用户需求。同时，得益于对用户数据、商户数据的丰富积累，以及AI、云计算等创新技术的应用，未来更能不断挖掘并满足用户的潜在需求。



1.
安居乐业是大众不变的追求

2.
职场生涯是安居乐业
日益精进的立足点

3.
住家生活是安居乐业
不忘初心的出发点

4.
代步出行是安居乐业
成长共鸣的结合点

5.
呵护养育是安居乐业
温情和睦的落脚点

6.
互联网生活服务平台
助力安居乐业



01 互联网、教育和金融是求职者的理想行业。

02 求职者最关注能否快速入职、薪资福利待遇、工作时长。

03 网络已成为当今主流应聘渠道，80后和90后更是偏爱线上招聘。

04 离家太远、无匹配职位、长时间找不到工作是求职过程中最焦虑的问题。

05 招聘方的信息缺失会给求职者增添选择障碍。



招聘行业的发展历程及现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

招聘行业的发展历程：顺应时代变迁不断解决供需端连接和匹配

没有自主的求职需求

求职需求开始萌发

对于求职有明确的目标

需求
变迁

无个性化需求：

- 工作包分配，基本没有个性化的需求

供需连接：

- 农民期望能进工厂融入城市，城镇居民期望待遇能有大幅提高

需求精准匹配：

- 能有匹配自己能力和兴趣的职业
- 能较快入职
- 能有较好的薪资福利待遇

解决方
式变迁

- 国家安排
- 国家分配

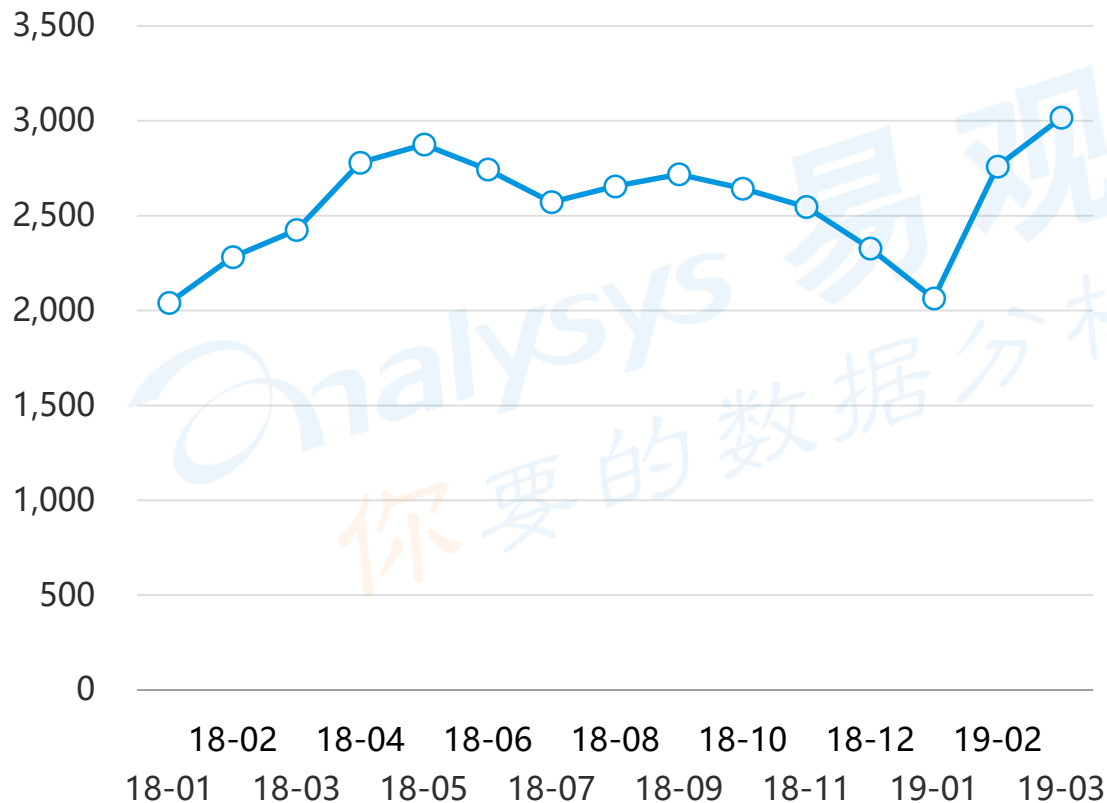
- 企业解决了富余劳动力的就业问题
- 劳动服务公司开始为求职者服务
- 电视、报纸、广播、门户网站、分类信息网站开始为供需双方服务
- 求职者获取的信息不够全面、信息不对称现象较为突出，人才流动不合理，招聘效率不高

- 招聘服务演变为以互联网平台为主，以现场招聘会、人才市场为辅，并且继续细化，出现针对校园、白领/蓝领/灰领、兼职群体的垂直平台
- 大数据的运用，使匹配更精准，服务更具个性化，促进了人才的合理流动
- AI技术在背景审核、简历筛选、智能模型匹配等方面的运用，共同促进了招聘效率的提高
- 隐私保护技术的推出，减少了个人信息暴露的风险

招聘行业的发展现状：稳就业的一系列政策，促进了招聘行业继续稳步发展

招聘求职领域近15个月的月活跃用户变化情况

单位：万人



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

促进招聘行业发展的因素

- **企业减负将确保大范围稳定的职位供给：**民营企业是稳就业目标的基石，而增值税改革、返还失业保险、加大金融支持等政策都为民营企业的继续发展带来了利好，也使求职者能有更多的应聘机会和更广的选择范围。
- **鼓励创业创新将创造出新的就业机会：**创业创新创造出了新的就业机会，而相关部门将创业教育纳入高校必修课体系、推进创业孵化示范基地建设、加大创业担保贷款贴息及奖补等政策措施在继续增强创业群体活力的同时，也增加了求职者选择更有前途行业和企业的机会。
- **城镇化将推进服务业规模不断扩大：**城镇化水平的提高，能创造出新的就业机会，像销售、客服、家政、安保等职业将在很长一段时间内成为求职者的热门选择。



大众求职需求及其行为分析

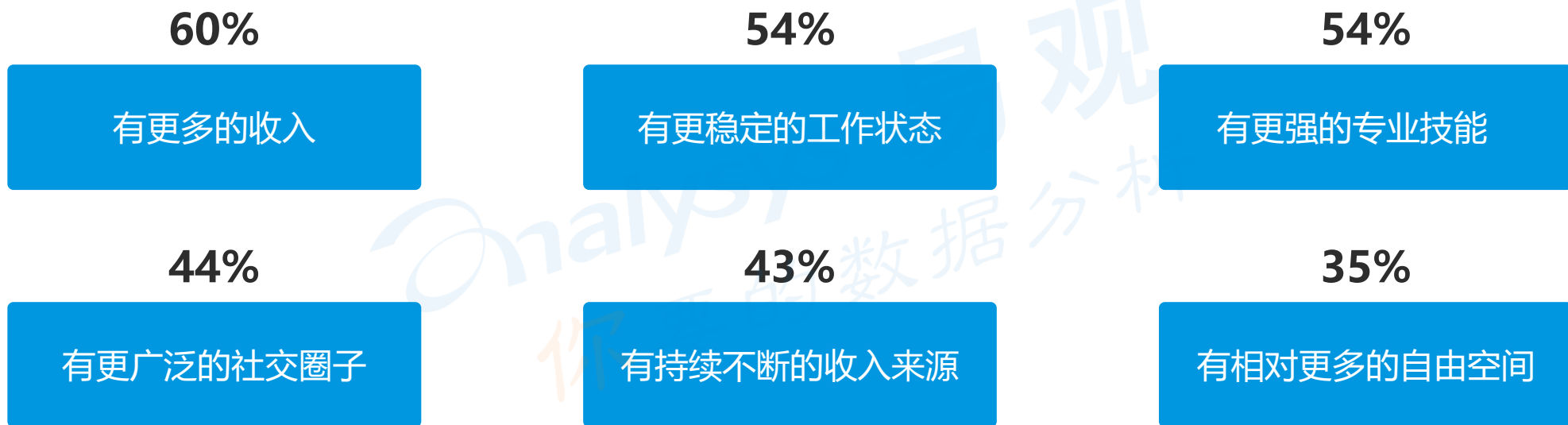
© Analysys 易观

www.analysys.cn

求职动力：为了获得更多的收入，人们不断在职场上努力拼搏

- 在人们的观念里，努力工作带来的最大益处就是“有更多的收入”。因为人们为了满足自己诸多的需求，需要有收入作为支撑，而人的需求是不断在增长和扩张的，因此对收入的要求也越来越高，工作作为获取收入的主要来源，就被赋予了更多的重任。

人们期望从努力工作中获得的益处

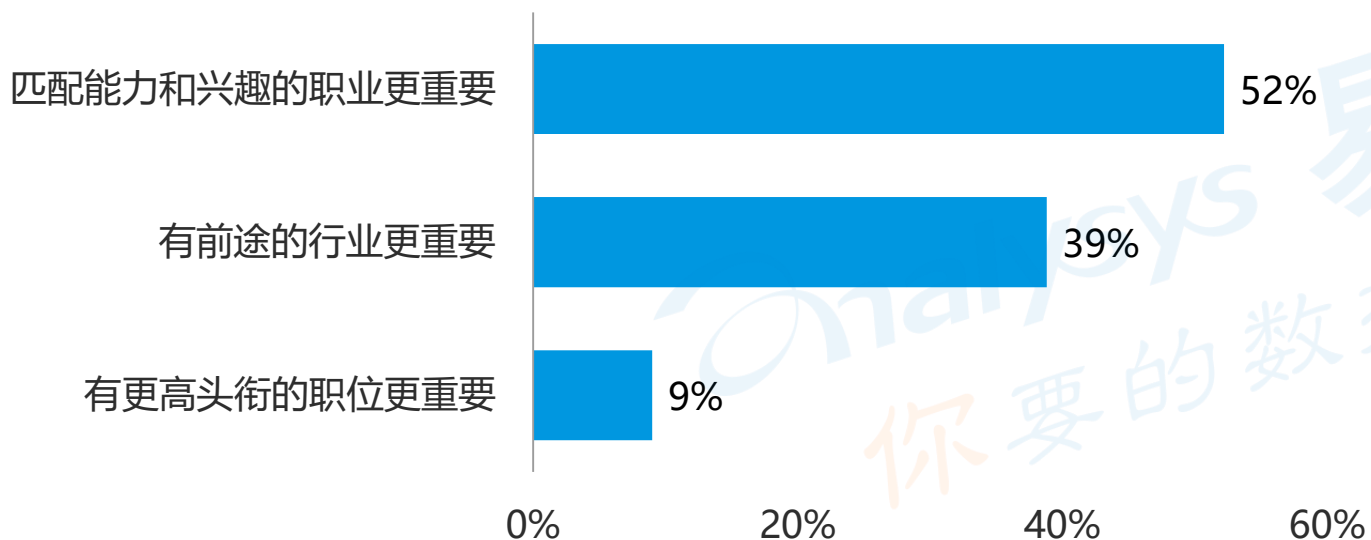


数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

求职主张：与更高的职位相比，匹配度高的职业、有前途的行业更重要

- 与兴趣相符的工作才能激发出自己最大的能力，与自己能力相符的工作也才能在充分挖掘自身潜力的前提下不断的进行自我升华和自我提高。
- 匹配度高的职业和有前途的行业表现出的是求职者相对中长期的规划，更高的头衔表现出的是其相对短期的考虑，而更看重中长期职场生涯规划的求职者明显更多。

应聘时，求职者更看重的是：



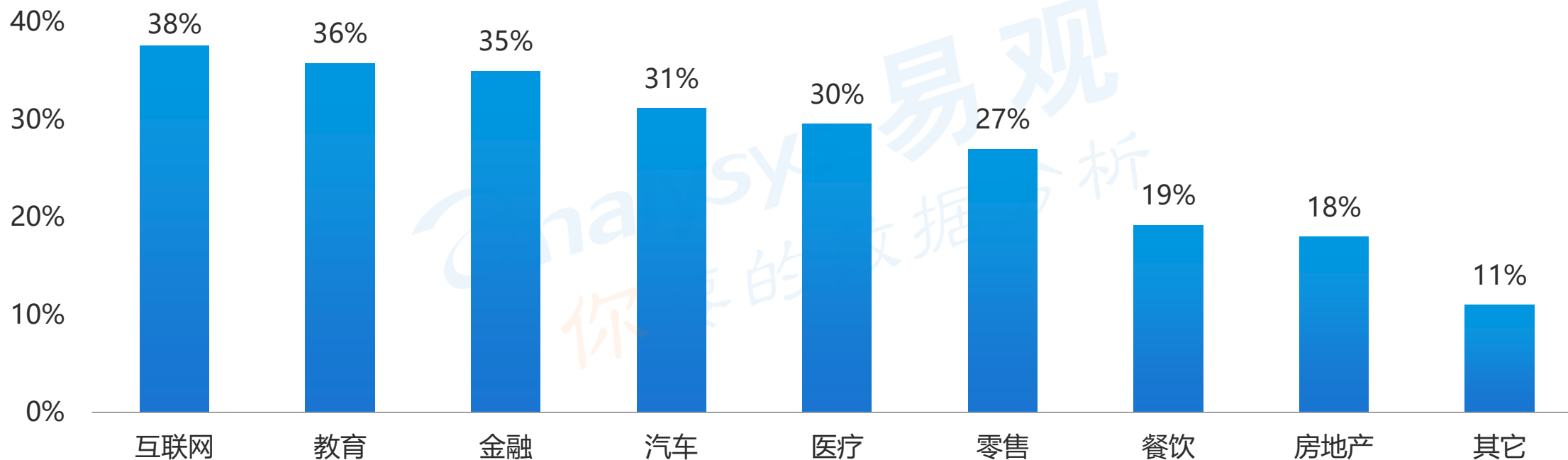
- 50后、60后、70后、90后更看重匹配能力和兴趣的职业
- 80后更看重有前途的行业

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

求职主张：互联网、教育和金融是理想行业

- 互联网和金融在大众心目中依然留有工资高、有发展前途的印象，所以有较高比例的人将其作为理想行业。
- 市场对教育从业人员在规模上的需求不断攀升，行业整体的薪资福利待遇在逐步提高，同时，成为父母的80后、90后，与父辈相比，有着更高质量、更高标准的教育需求，且需求越来越旺盛，因此教育行业对求职者的吸引力也越来越强。

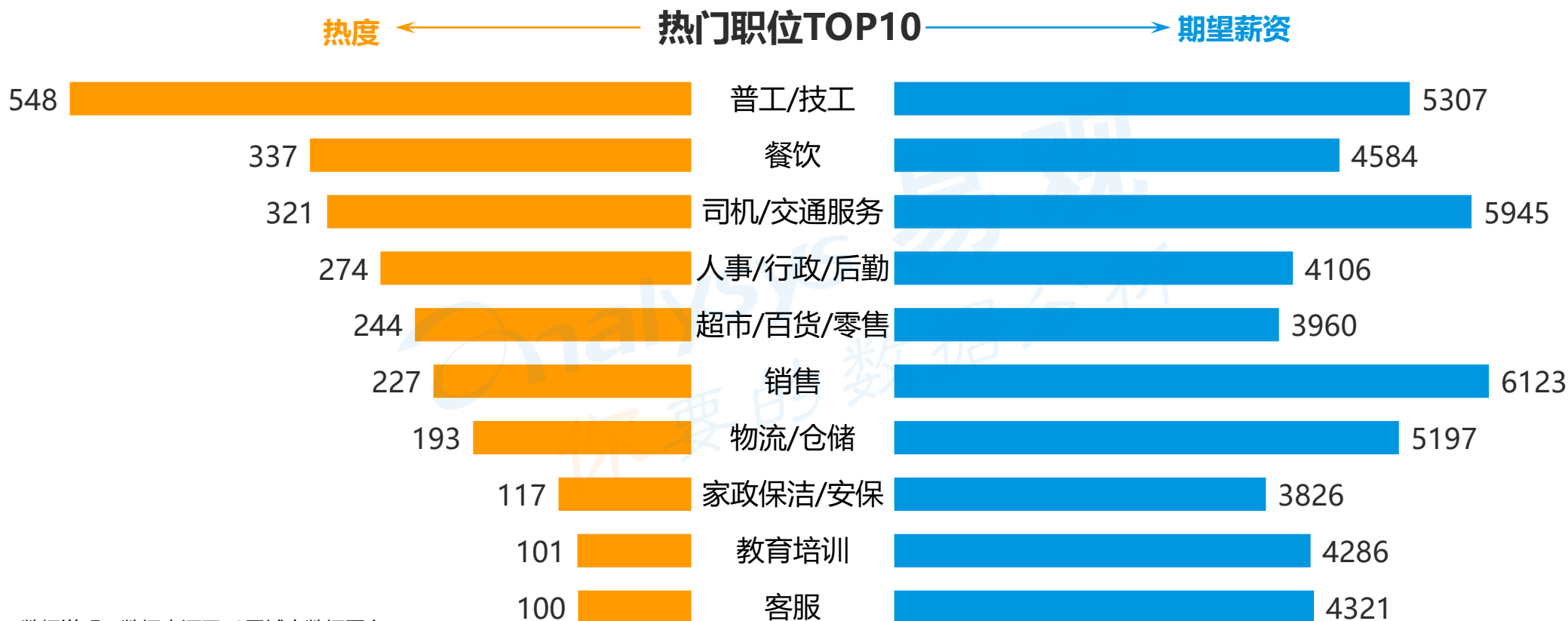
理想行业选择意愿：有超过1/3的人期望从事互联网、教育、金融行业



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

求职主张：大众更倾向门槛较低的职位，并对有计件特点的职位有较高的期望工资

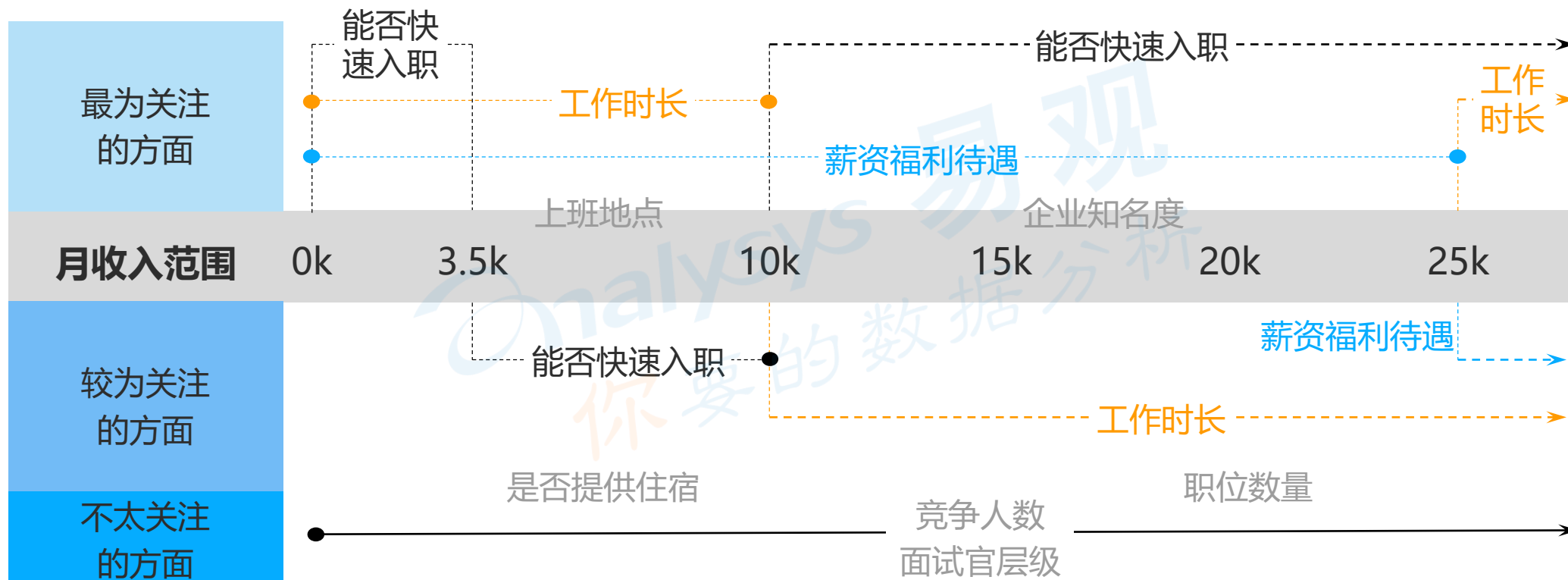
- 互联网、金融、教育虽然是大众心目中的理想行业，但可能因为这些行业中某些职位的要求较高，在更看重匹配能力与兴趣的情况下，大众更为关注普工/技工、餐饮、司机/交通服务这样门槛较低的职位。
- 销售、司机、技工等期望工资明显较高，这些职业明显带有按工作数量、效果计酬和工资浮动的特点，只要自己付出努力就能获得较高的薪资。



数据说明：数据来源于58同城大数据平台。

求职主张：最关注能否快速入职、薪资福利待遇、工作时长

- 无论收入状态如何，能否快速入职、薪资福利待遇、工作时长都是人们求职时最为关注的问题。
- 月收入在3.5k以内的人，求职最关注：能否快速入职、工作时长、薪资福利待遇。
- 月收入在3.5k-10k范围的人，求职最关注：工作时长、薪资福利待遇（其中月收入范围在3.5k-7k的人还关注工作地点）。
- 月收入在10k-25k范围的人，求职最关注：能否快速入职、薪资福利待遇（其中月收入范围在7k-25k的人还关注企业知名度）。
- 月收入在25k以上的人，求职最关注：能否快速入职、工作时长。



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

求职主张：对弹性工作制的接受度并不高

- 几乎所有的职业都将双休视为最能接受的工作安排方式，曾经备受推崇的弹性工作制，因为常常会带来高强度的加班，所以现在求职者对其接受度并不高。
- 只有自由职业未把双休作为接受度的首选，因为选择自由职业的人，很大一部分原因就在于其更愿意比较自主的安排时间。

部分职业对工作时间安排的接受程度

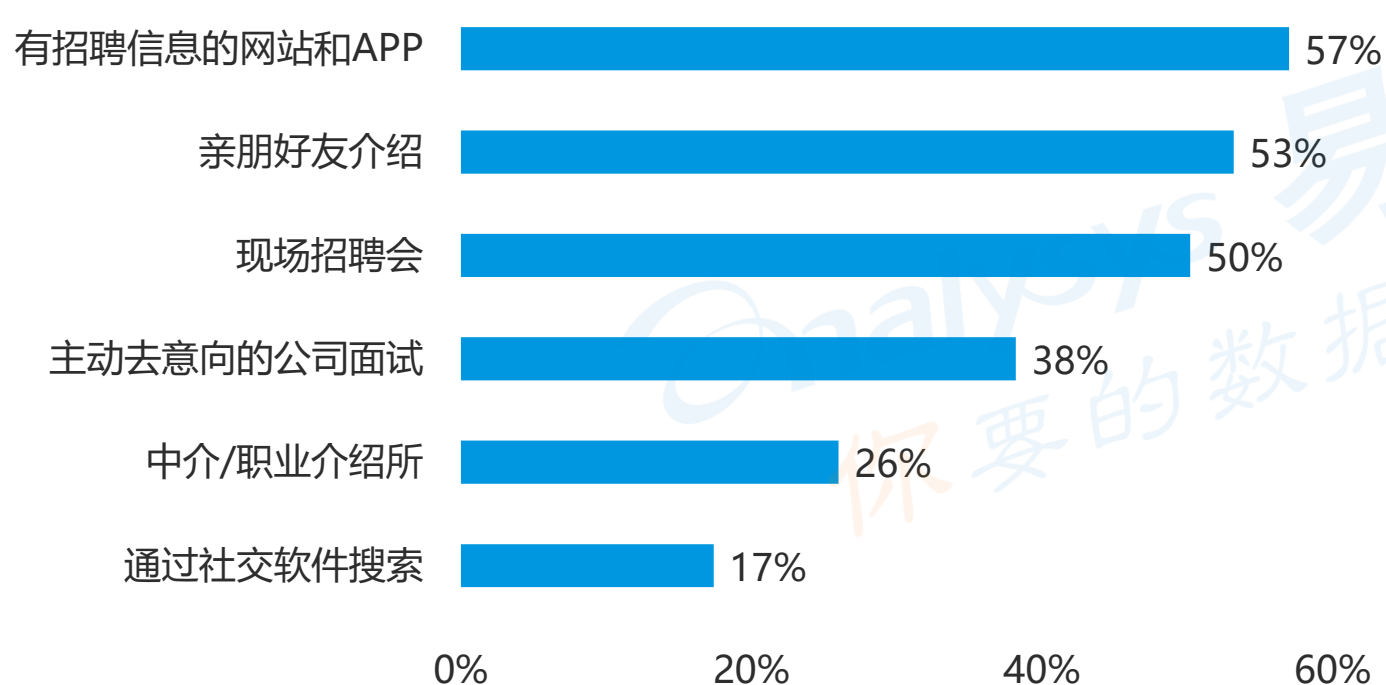
销售	双休	>	弹性 工作制	>	上几天 休1-2天	>	倒班制	>	一周上6 个半天
技工	双休	>	上几天 休1-2天	>	一周上6 个半天	>	弹性 工作制	>	倒班制
文员	双休	>	上几天 休1-2天	>	倒班制	>	弹性 工作制	>	一周上6 个半天
企业中高层	双休	>	上几天 休1-2天	>	倒班制	>	一周上6 个半天	>	弹性 工作制
自由职业	上几天 休1-2天	>	弹性 工作制	>	双休	>	倒班制	>	一周上6 个半天

数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

求职过程：通过网络渠道求职，已成为当今的应聘主流

- 通过网络渠道应聘已经成为大众求职的主流，大多数求职需求都可以通过网络渠道解决。
- 亲朋好友的介绍，对求职者来说有较强的增信作用，同时，身边人对求职者的自身情况、实际需求也比较了解，推荐针对性强。
- 现场实际的交流，能使求职者有一个与招聘方人员面对面交流的机会，既能增进相互的了解，也能谈清各自的条件与需求。

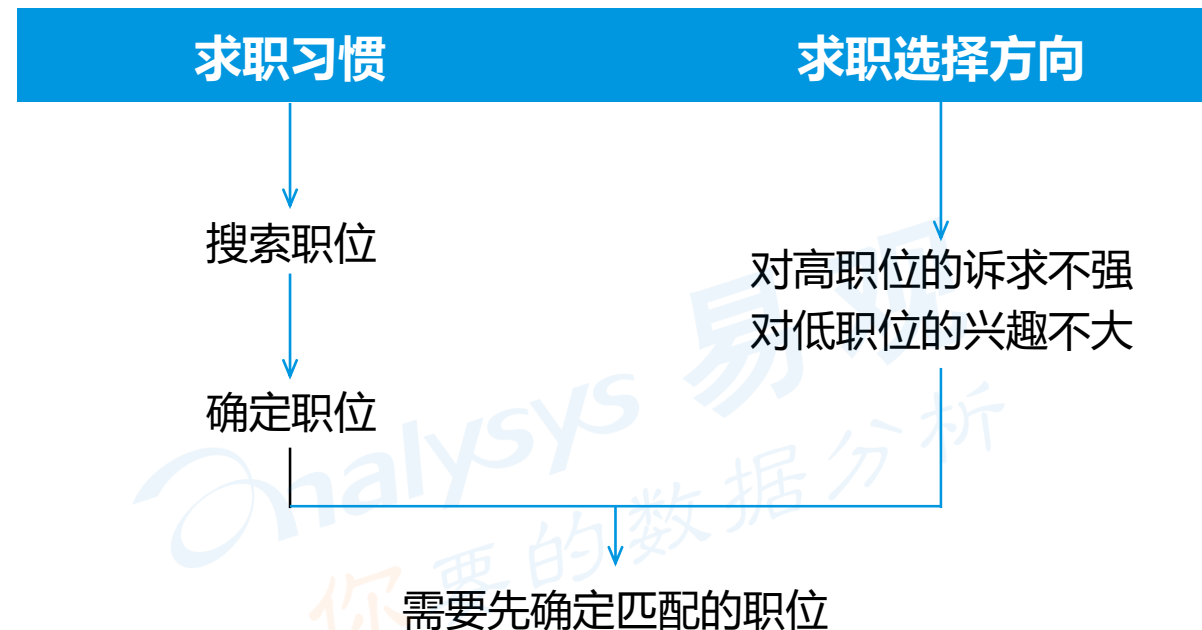
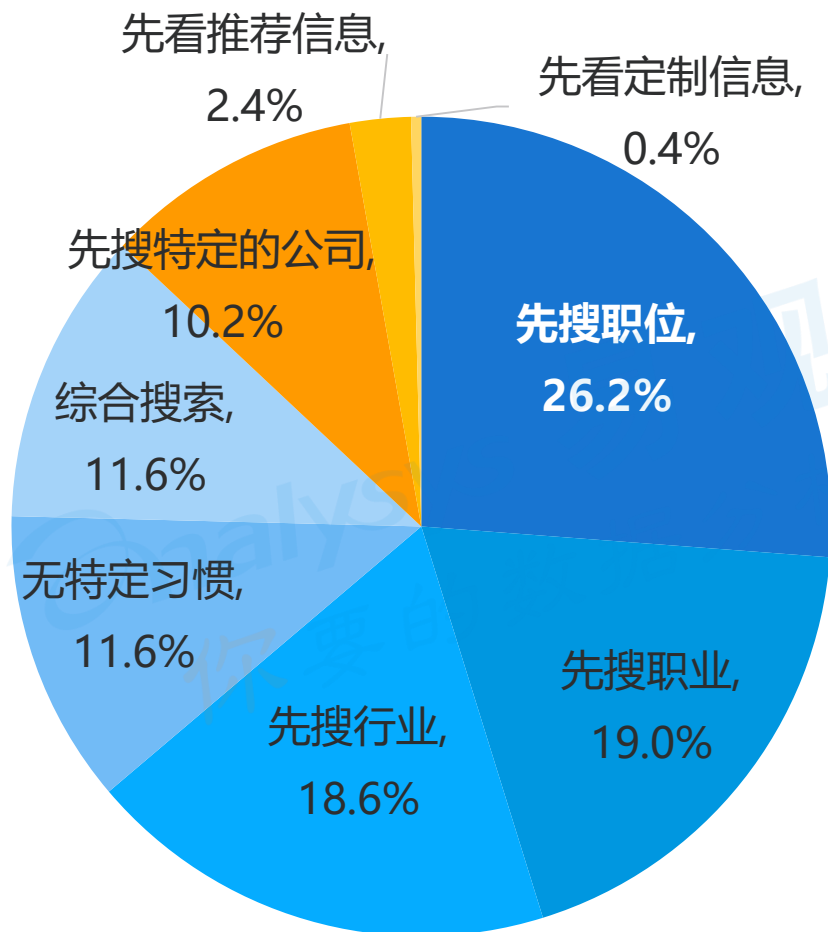
在大众观念里找到满意工作的途径



- 80后、90后首选线上招聘
- 50后、60后、70后首选亲朋好友介绍，其次是线上招聘

数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

求职过程：匹配合适的职位，是求职者应聘路径的第一步



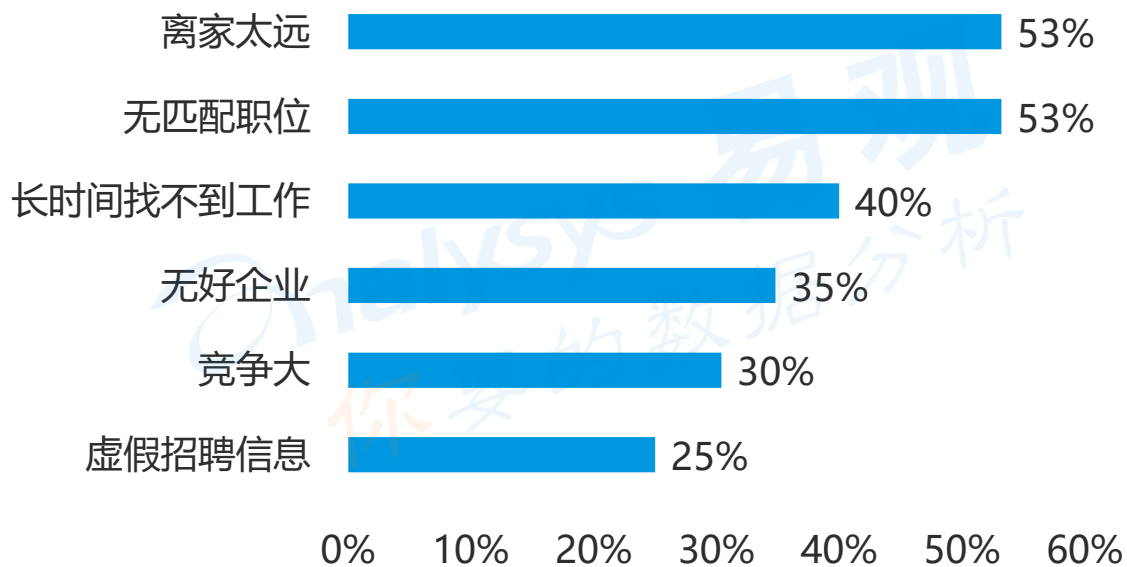
先搜职位是因为求职者对自身能力、工作经历有着比较清醒的认识，知道最适合自己的职位是什么，如果将目标职位定的太高，必然会使应聘成功率大幅降低，而如果将自身职位定的太低，又不利于今后的发展，因此以这个最适合的职位为切入点去应聘才能在保证成功率的基础上助力今后的事业发展，这才是最佳的选择。

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

求职过程：离家太远等问题造成了求职焦虑，招聘方的信息缺失给求职者带来了选择障碍

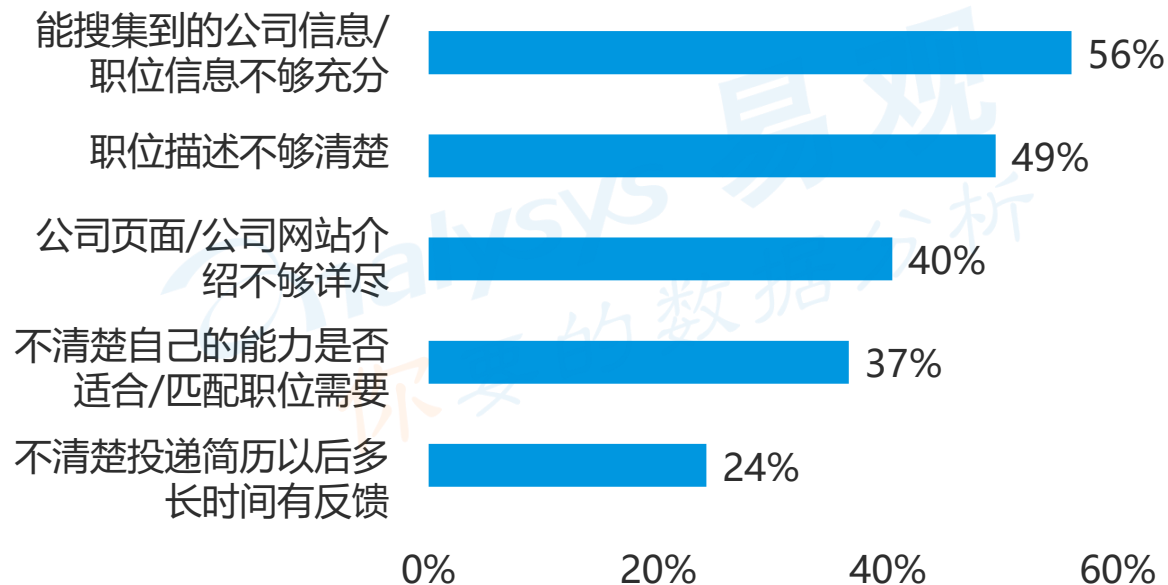
- 工作离家太远，通勤时间太长，浪费时间太多，会造成焦虑感上升。另外，没有匹配的职位、长时间找不到工作，会对求职者的信心带来负面的影响，并且会动摇其对未来的规划和求职的决心，会因此对其造成比较大的压力。
- 很多雇主品牌不太注重对形象和声誉的传播，难以让求职者对公司有客观的认识。某些企业对职位的具体要求和职责描述得不够清晰、详细，也会给求职者造成较大障碍，使其无所适从。

找工作时焦虑的问题



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

投递简历时的困惑

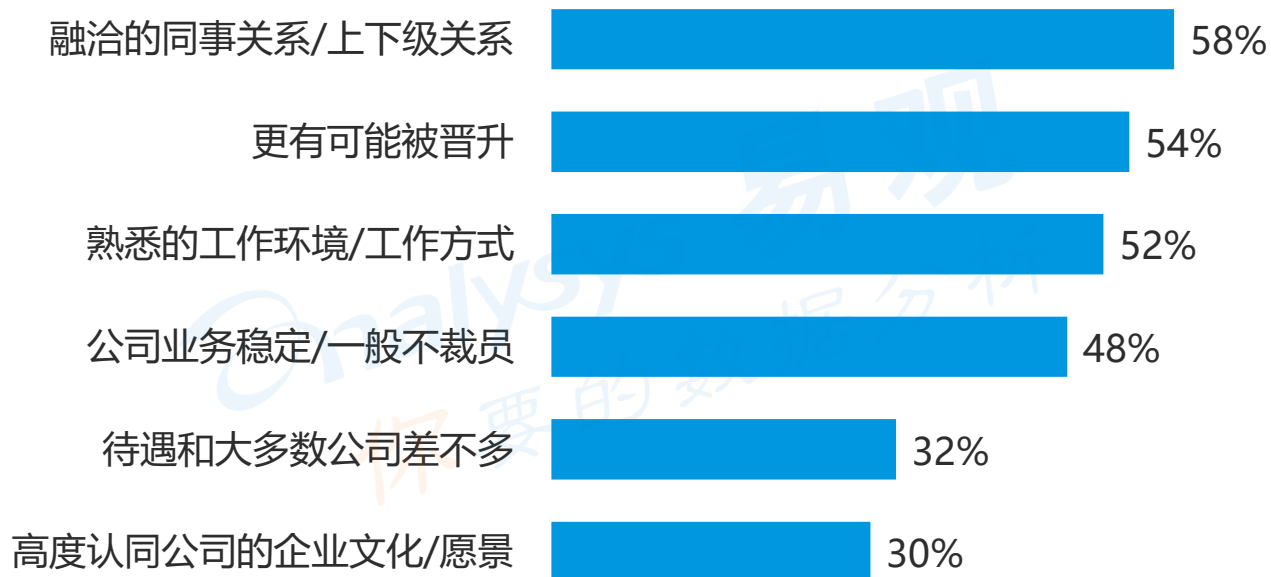


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

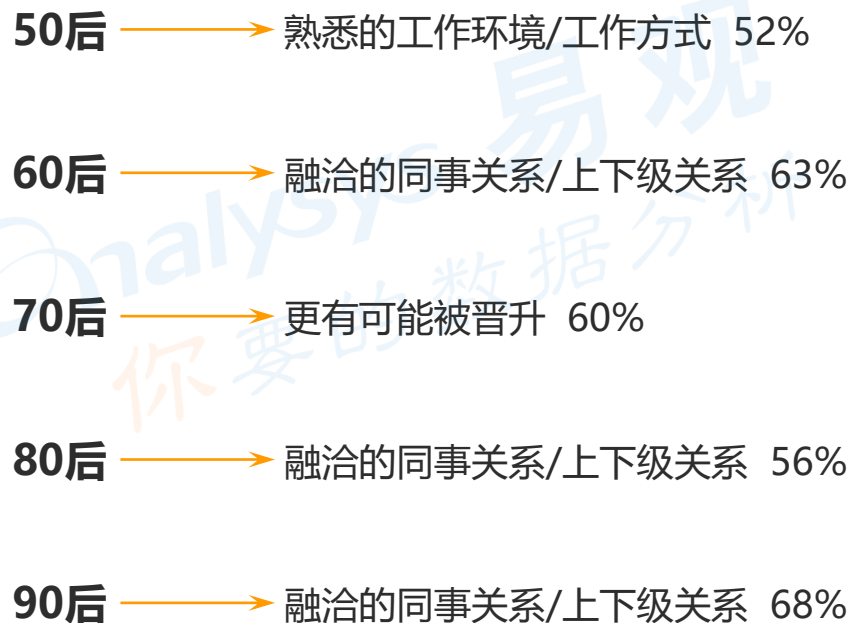
求职变化：融洽的人际关系是更多人留在公司的因素，尤其是90后

- 融洽的人际关系是更多人留在公司的因素，因为有领导、下属和其它同事的帮助，自己才有更多成功的机会。
- 50后经历了多个动荡的年代，更会在意熟悉的环境，以求安全感；相对其它年龄，90后更有可能因为融洽的人际关系留在公司，因为初入社会，被人尊重、被人肯定，会极大的增强其自信心，同时也会产生很强的职场成就感。

选择留在公司的因素



各年龄段人群留在公司最主要的因素

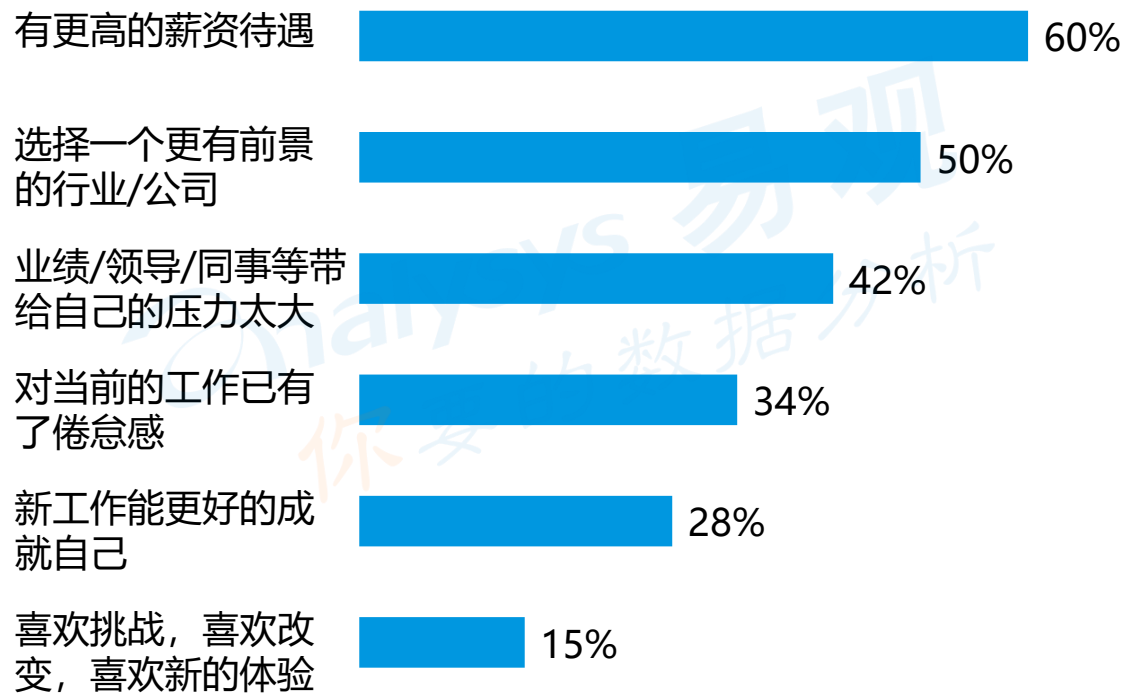


数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

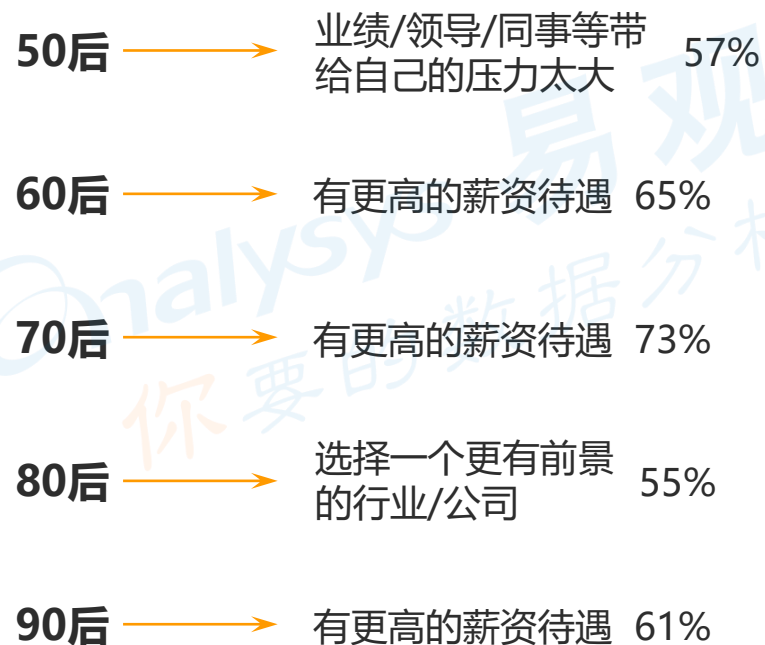
求职变化：求职者选择离开公司更多是因为追求更高的薪资待遇，对60后、70后来说更是如此

- 因为求职者很关注薪资待遇问题，因此当有更高的薪资待遇出现时，会为其带来较大的吸引力促使其离开公司。
- 60后、70后更有可能因为薪资问题离开公司，因为对于他们来讲，正处于“上有老需养、下有小需育”的人生压力最大阶段，更高的薪资待遇可以最直接的缓解他们的压力。

选择离开公司的因素



各年龄段人群离开公司最主要的因素



数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。



当前招聘行业的实践案例

© Analysys 易观

www.analysys.cn

企业分类：根据行业特征和求职需求，提供差异化服务模式

- 综合型平台的招聘业务发展的较早、较为成熟、规模较大，其服务的厂商类型和解决的需求类型较多，在需求解决方案上具有通用性。
- 垂直类平台专注于某一领域与某一模式，其服务的对象、解决方案也相对更为聚焦。

线上招聘

综合生活平台

58同城

赶集网

综合招聘平台

ChinaHR.com
中华英才网

www.51job.com
前程无忧

智联招聘
zhaopin.com

垂直招聘平台

招才猫 直聘

拉勾

BOSS直聘

社交招聘平台

LinkedIn

脉脉

兼职招聘平台

斗米兼职

兼职猫
www.jianzhimao.com

招聘的整个环节完全建立在互联网的基础架构和流程之上，并已经向全面数字化演进。

线下招聘

广州南方人才市场
SOUTH MARKET OF HUMAN RESOURCES

中国北方人才市场
CHINA NORTHERN TALENT MARKET

中国上海人才市场
服务热线：40000-55985

以线下现场招聘会和线下服务为主，同时也在逐步引入互联网的流程与模式，但互联网化的程度相对较低。

58同城：全面的个性化服务有效解决快速入职难题

既能帮助求职者增加简历的曝光度，还能为其进行增信，协助提高简历的可信度，使其快速获得招聘企业反馈，加快应聘成功的可能性。

数据化处理关键信息，并给出针对性的建议，以提高求职的成功率。

以理赔和保险服务保障求职者的人身安全和财产安全，减少其顾虑，为其专注应聘创造条件。



BOSS直聘：实时交流方式对解决沟通难题较为有效





对于招聘行业的一些猜想和展望

© Analysys 易观

www.analysys.cn

招聘服务随着行业分工的变化充满着变数，也蕴含着机会

供需双方的需求匹配
更具个性化、更精准



在招聘平台等专业机构的努力下，能更深层次的挖掘供需双方的潜藏需求，将需求以更加细化的形式展现出来，并实际运用到需求匹配中。而大量细化的隐藏需求点在智能化模型的助推下，就能产生更具个性化、更精准的匹配结果，同时也能使求职者能有更快入职、入职更有前景企业的机会。

信息更为透明和全面，
信用评价体系将建立



随着招聘案例的增多，招聘平台的数据库将越来越庞大，可以提供的数据类型和数据服务也将越来越多，以此为基础建立的各种模型系统也将越来越准确。供需双方刻意隐瞒事实的行为将被系统轻易识破，而双方的评价记录、守信记录也将被长期保存，在导入其它方面征信记录后，招聘信用评价体系将被建立。

AI等新兴技术将影响
大众的职业选择



大数据、人工智能等新兴技术的发展，将使行业分工和职业分类出现重大变化，招聘模式和流程也将随之改变，行业效率将进一步提高。具有重复性、机械性工作内容的职业，如快递员、流水线工人、收银员等，将被无人化设备大面积的取代。具备管理性、技能性工作内容的职业，如教师、工程师、产品经理等，将爆发出大量需求。

1.
安居乐业是大众不变的追求

2.
职场生涯是安居乐业日益精进的立足点

3.
住家生活是安居乐业不忘初心的出发点

4.
代步出行是安居乐业成长共鸣的结合点

5.
呵护养育是安居乐业温情和睦的落脚点

6.
互联网生活服务平台助力安居乐业



- 01** 买房人更偏爱线上找房平台的房源信息。
- 02** 买房时，房产经纪人的诚信问题最受大众关注。
- 03** 租房时，租客首选个人出租房源。
- 04** 高线城市租客更看重房东直租，低线城市租客更看重押金少。
- 05** 不管买房还是租房，入住前最需要专业省心的机构提供本地生活服务。

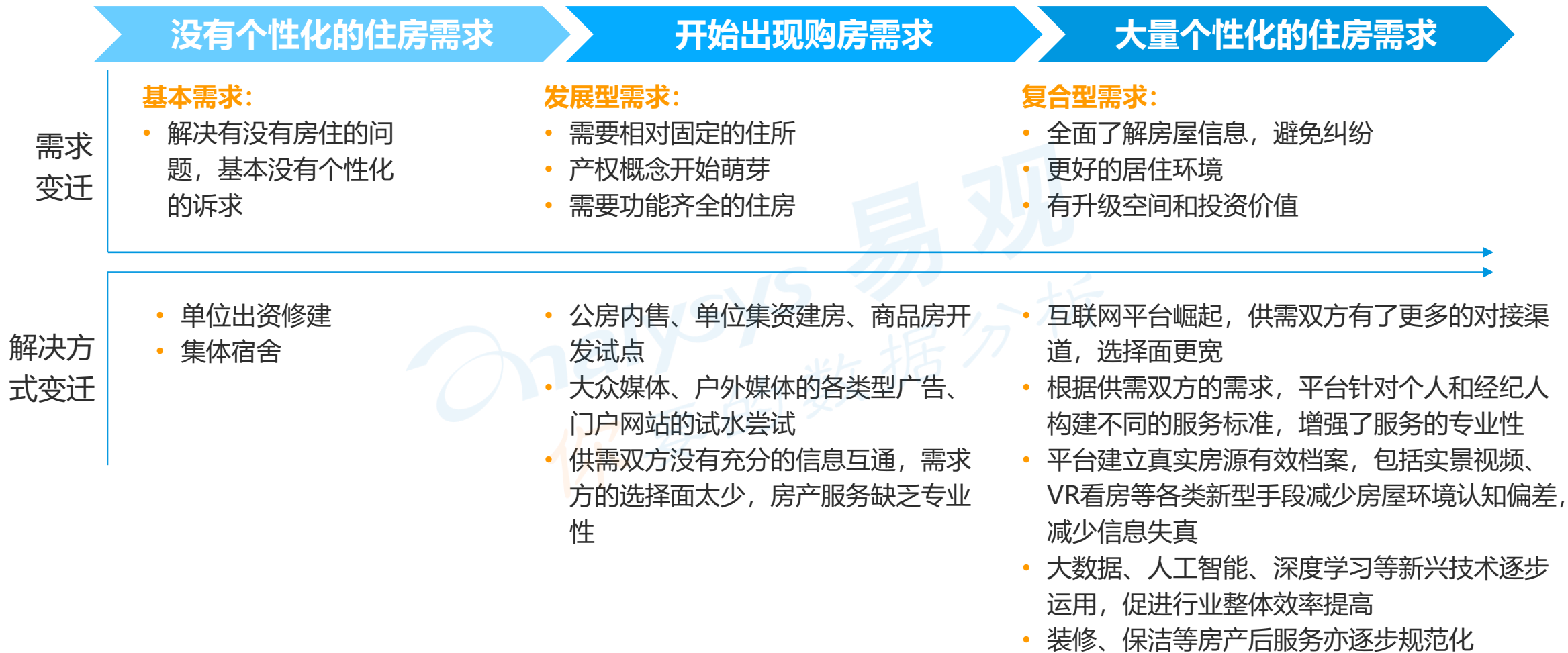


房产服务行业的发展历程及现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

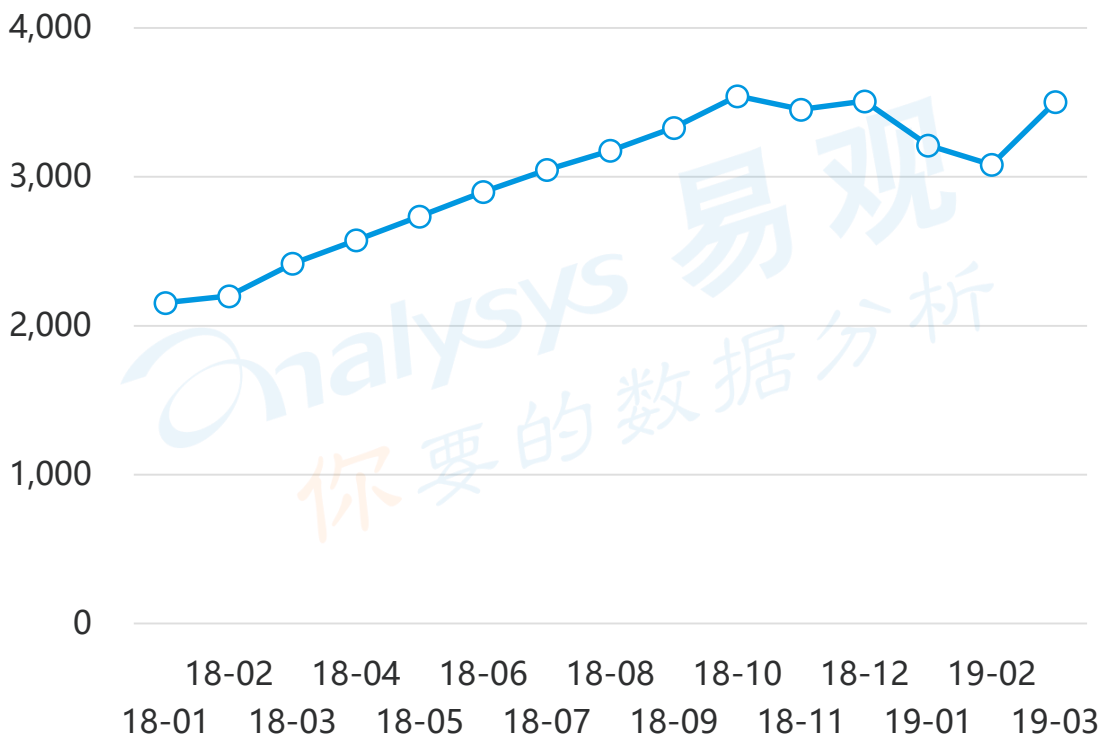
房产服务行业的发展历程：从解决“基本居住”到满足“复合型需求”



房产服务行业的发展现状：各方面政策多管齐下，促进了市场的健康发展

房产领域近15个月的月活跃用户变化情况

单位：万人



数据说明：房产领域包含了房产服务和房产经纪人工具两个子领域

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

促进房产服务行业发展的因素

- **“房住不炒”促进建立健康发展长效机制：**遏制房价过快上涨，防止过度透支居民的房产消费能力，防止形成系统性的金融风险，有利于促进房地产市场平稳健康发展的长效机制的建立。同时，此项政策还能规范市场中房企和经纪公司的经营秩序，促进房产服务从业者及机构的业务诚信度，也使买房消费者能买到实惠、实用的住房。
- **区域一体化推动市场平衡发展：**长江三角洲区域一体化、京津冀协同发展、长江经济带发展、粤港澳大湾区建设四大区域发展格局，能有效纾解核心节点城市的房地产需求转移到区域内的其它城市，从而推动区域内房地产及房产服务市场的平衡发展，并有效降低中心城市的房价和租金水平。
- **住房租赁资产证券化提升租赁市场发展活力：**相关政策的推进，有助于盘活住房租赁存量资产、加快资金回收、提高资金使用效率，引导社会资金参与住房租赁市场建设，也有利于降低住房租赁企业的杠杆率、降低相关企业的经营成本，从而将提高企业进入租赁市场的愿意，提升租赁市场的发展活力。



大众住房需求及其行为分析

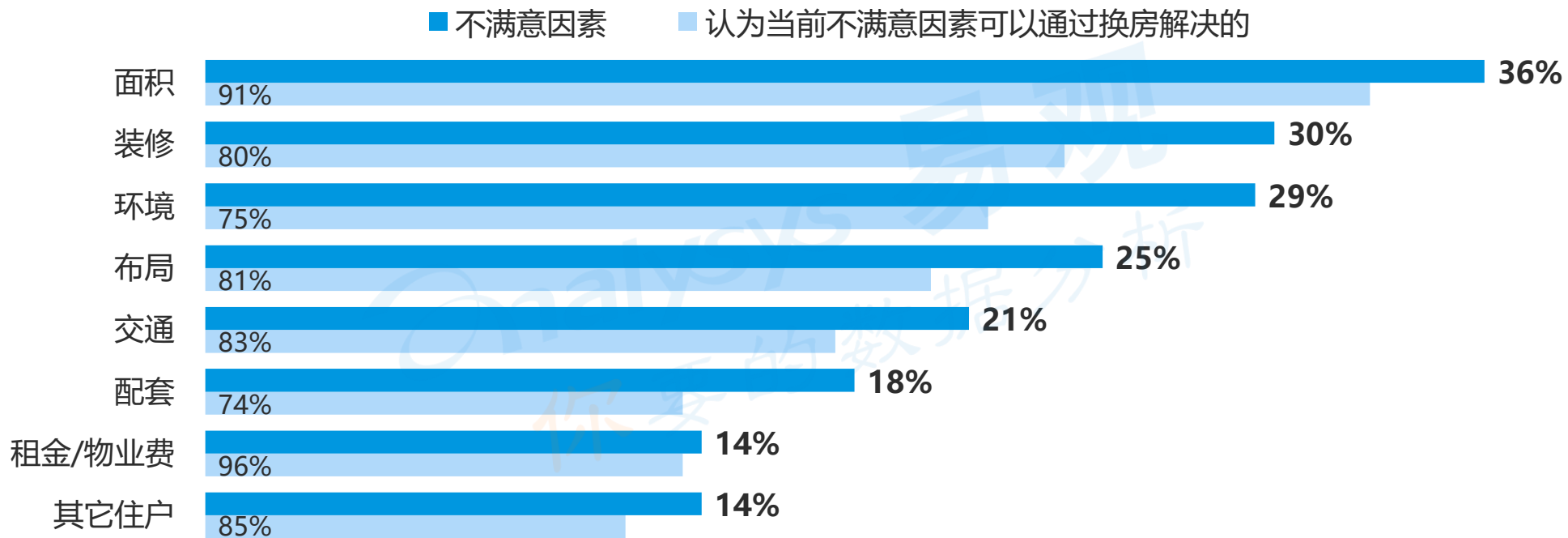
© Analysys 易观

www.analysys.cn

找房动机：通过换房主要解决面积、装修、布局等方面的不满意因素

- 大众对现有住房不满意的因素集中在面积、装修、布局等与居住直接相关的方面，这些都是房屋的自身因素，即使小区周边的基建水平有较明显的改观都难以改变，而想要在这些方面提升满意度，最直接的方式就是换房。
- 大众认为通过换房最容易解决在租金/物业费方面的不满，相对最不容易解决的不满因素是配套。

对现有住房不满意的因素

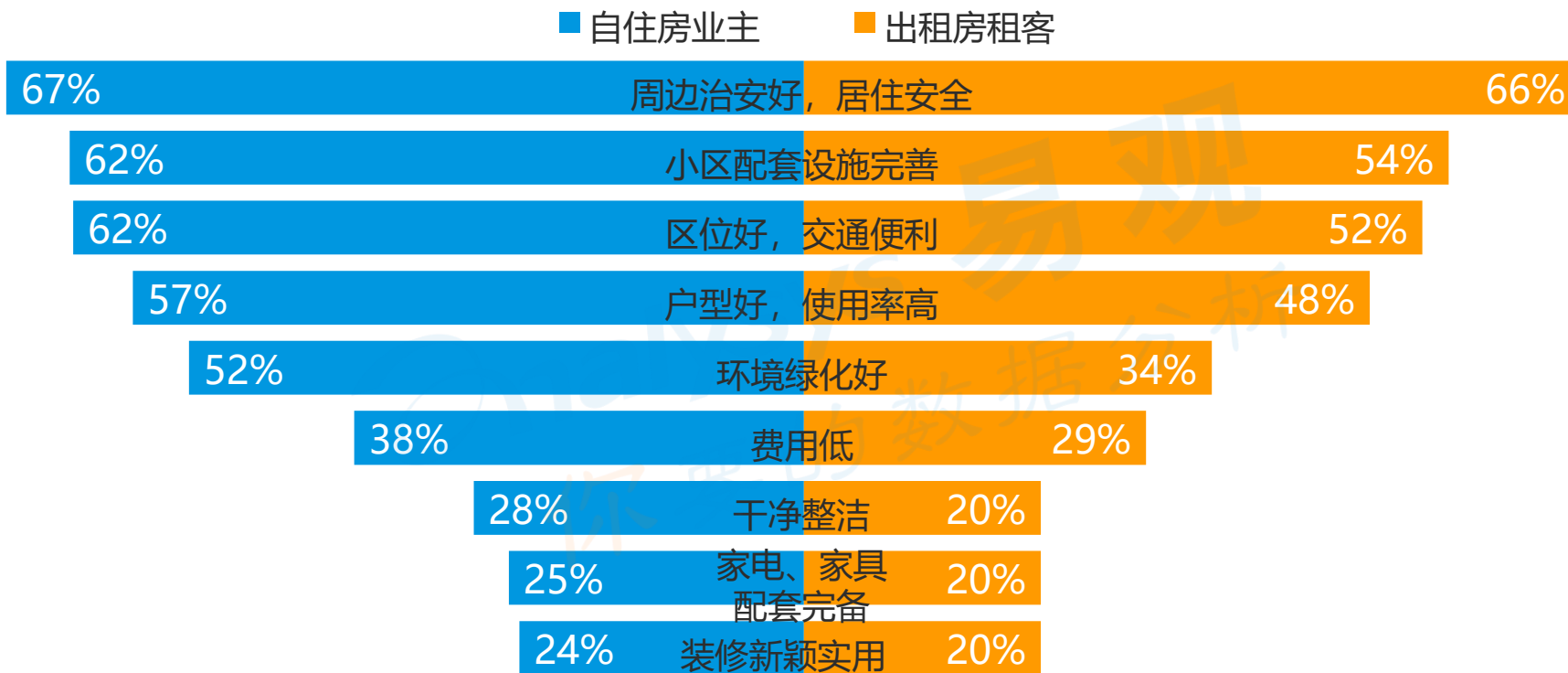


数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

找房标准：无论买房还是租房，安全最重要

- 自住房业主和出租房租客对于好房子的认定几乎有相同的标准，对安全性都最为注重。因为安居乐业在最基本的需求层面上就是对安全的需要，有了安全才有条件追求更高层面的物质需要和精神需要。
- 自住房业主和出租房租客都觉得安全、配套、区位、户型很重要，且认同度较为一致；但在环境绿化方面，双方的认同度出现了明显的分歧，由于自住房业主有更高的居住稳定性，对可以创造出长期舒适性的因素更看重，所以对环境绿化有更高的要求。

好房子的各种特点，在人们心中的认同比例

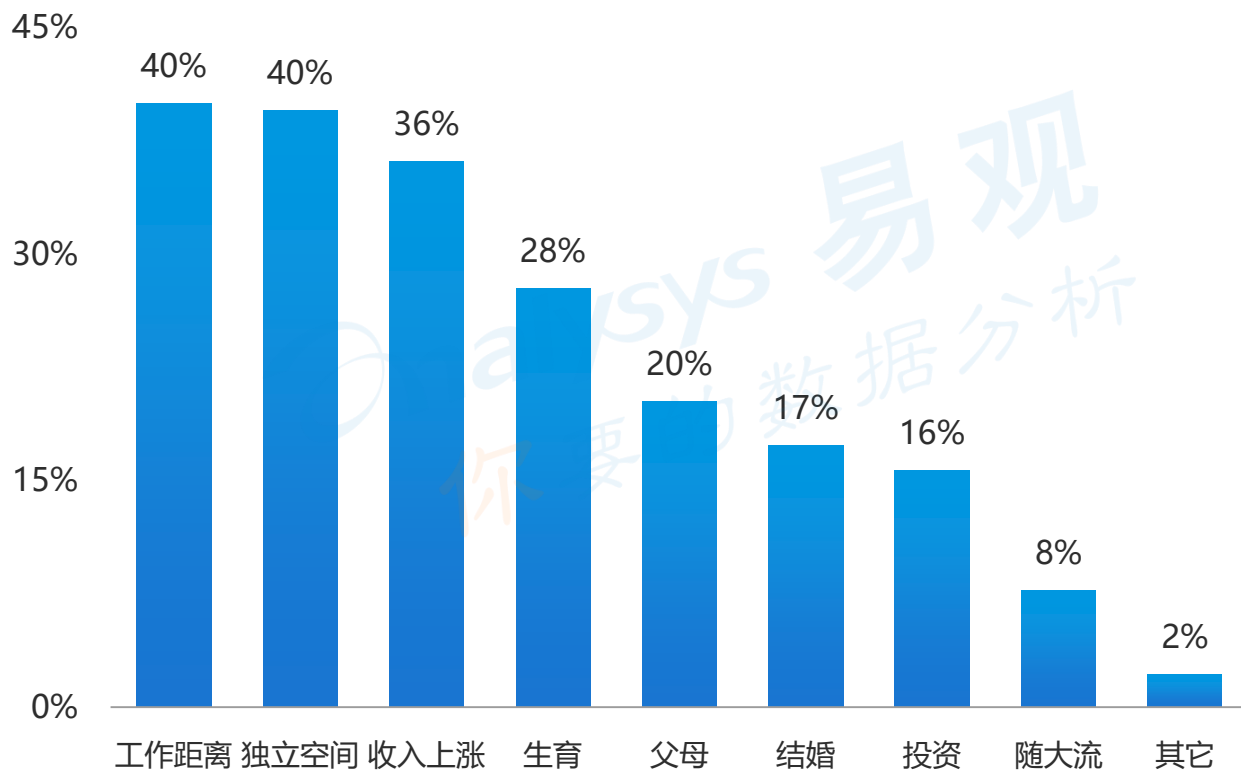


数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

买房人的居住选择：需要通勤便利和有自己的独立空间

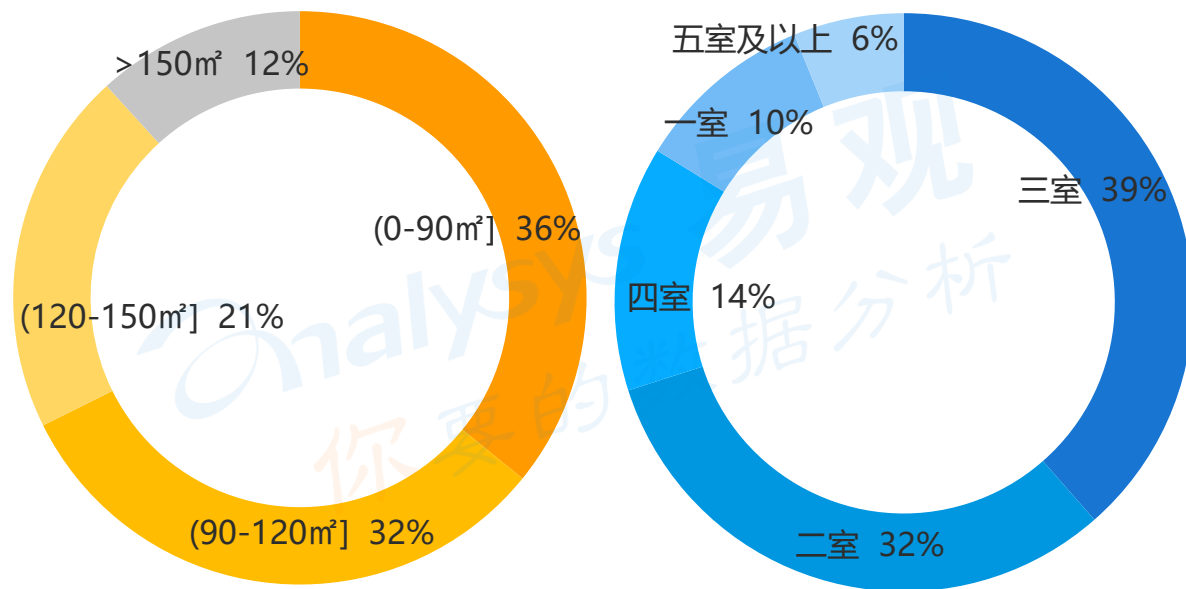
- 大众最有可能因为与工作相关的因素购房，努力工作是购房的基础，为了工作更方便是购房的主要目的。
- 个人空间意识在当代社会中渐渐觉醒，且逐渐渗透至家庭生活中，在家中有自己独立的空间也成为了大众重要的选择，同时在收入水平、实用价值等方面的共同作用下，经济型的三居室成为家庭中独立空间很好的载体。

触发大众购房的因素



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

全国用户对待售房屋面积和户型分别的访问占比

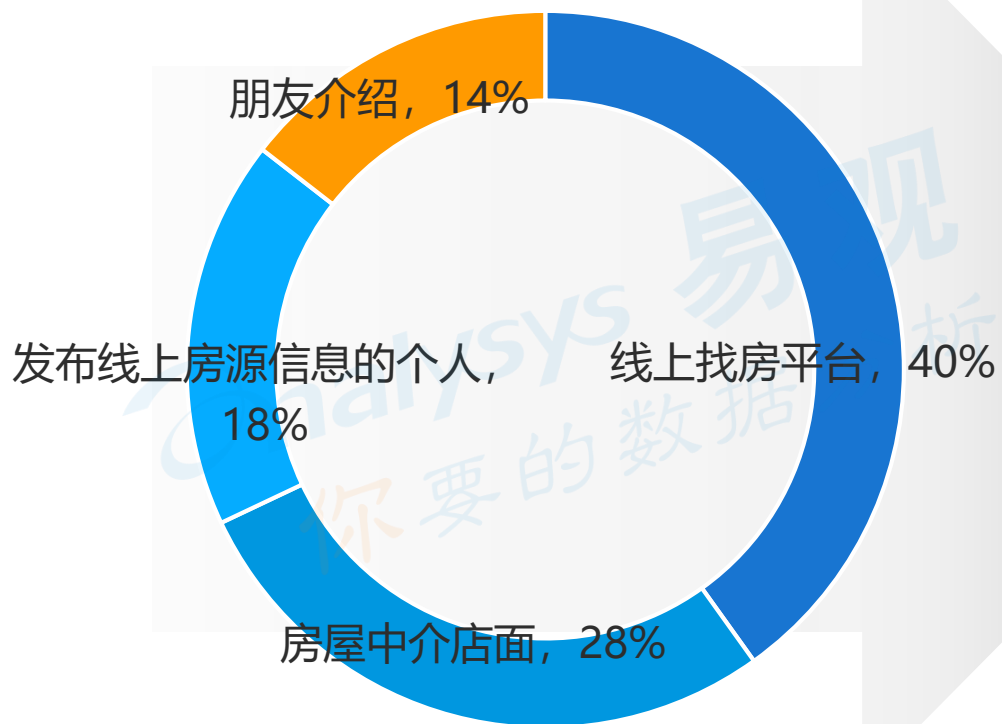


数据说明：①数据来源于58同城大数据平台。②由于四舍五入的关系，份额加总可能不等于100%。

买房人的房源选择：更偏爱线上找房平台的房源信息

- 购房时，人们更愿意从线上找房平台处获取信息。
- 对于房源信息，80后更依赖于经纪人，无论是线上还是线下；年龄稍大的70前一代人相对更信赖朋友。

购房人群的房源信息选择倾向



相对而言，购房人群年龄分布较为分散一些，没有集中在某几个年龄段，其对购房的态度也不尽相同：

选择**线上找房平台**比例最高的：**80后**

选择**房屋中介店面**比例最高的：**80后**

选择**发布线上房源信息的个人**比例最高的：**90后**

选择**朋友介绍**比例最高的：**70前**

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

影响买房人判断的因素：房产经纪人的诚信问题直接关系到买房的成本

- 信息不对称、信息不透明的情况使买房人处于信息的被动接收状态，房产经纪人有较多的信息操作空间。同时，在缺乏相关监督制度和措施的情况下，这种操作空间很容易就演变成房产经纪人对购房者的信息欺诈，不仅有恶意增加收费项目、提高手续费的现象，甚至还有为了赚取差价私自提高卖家售价的现象，大幅提高了买房人的购房成本。

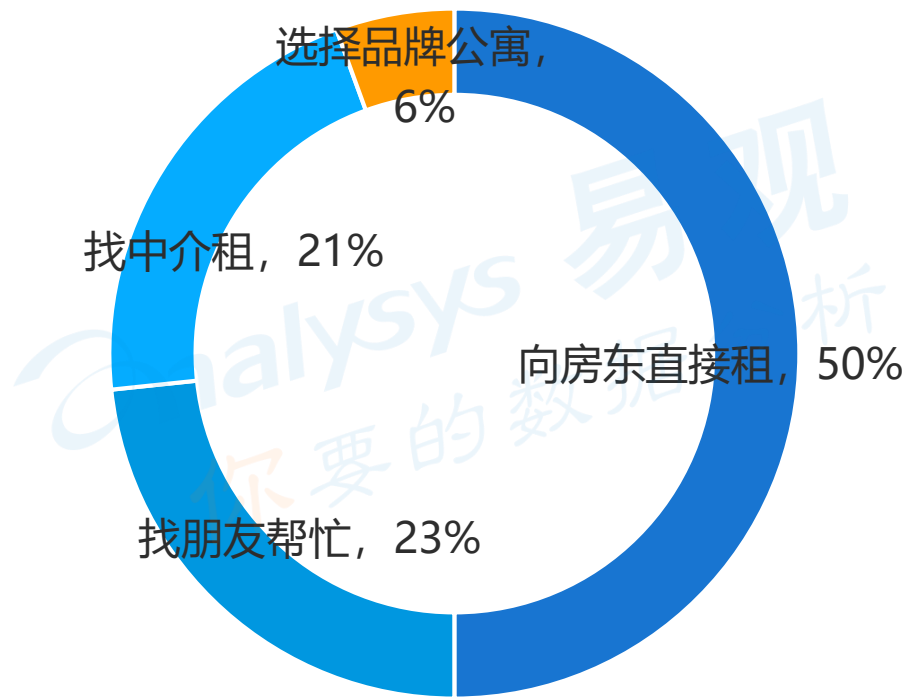
	特别担忧	重点担忧	一般担忧
一线城市	中介费/手续费高	一房多卖	长时间找不到满意的房子
新一线城市	单价不透明，比市场价高 中介抬价/赚差价	房屋有重大隐患/缺陷 交易时间过长	
二线及以下城市	中介费/手续费高 单价不透明，比市场价高 中介抬价/赚差价 交易时间过长	一房多卖 房屋有重大隐患/缺陷	

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

租房人的房源选择：房东直租的房子更有吸引力

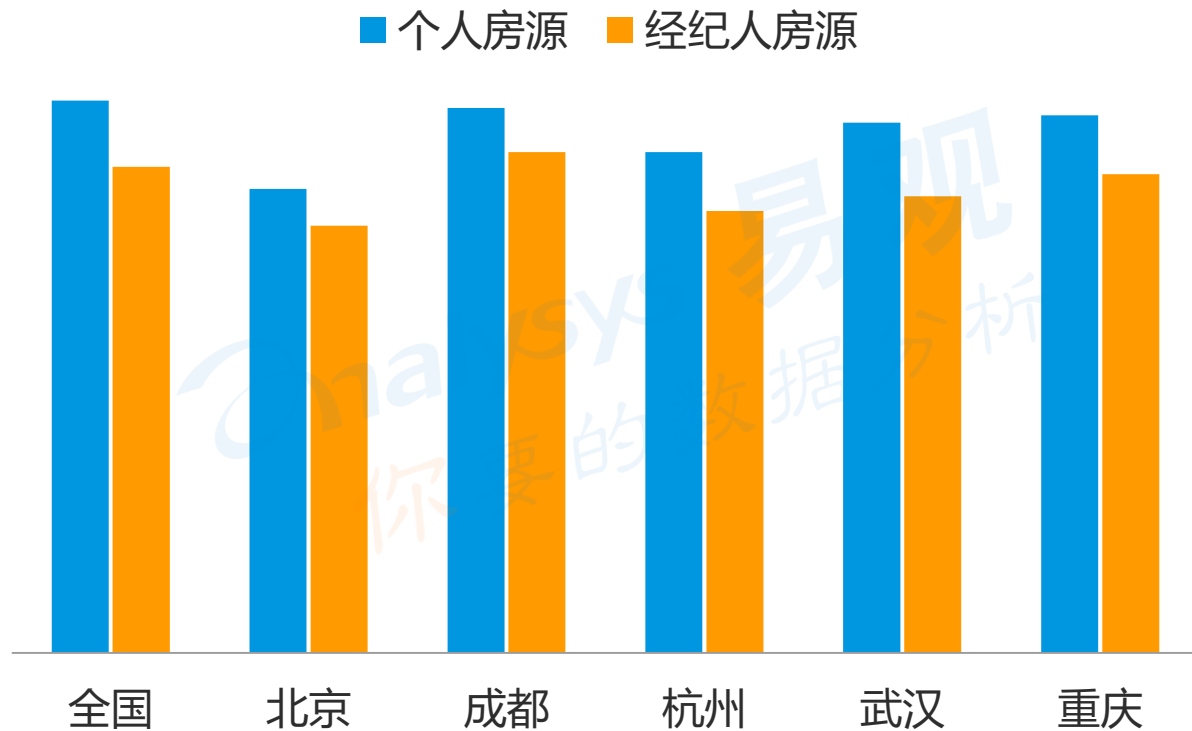
- 想法上，租客更愿意选择向房东直接租；行动上，租客更热衷于对个人房源的寻找。
- “选择品牌公寓”是选择倾向性最低的，很大一部分原因是由于品牌公寓之前出现了较多的问题，并被媒体大量报道，使租客产生某种程度的心理排斥，同时品牌公寓的运营管理确实也存在着诸多不完善的地方。

租客的租房选择倾向



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

租客搜索类型热度

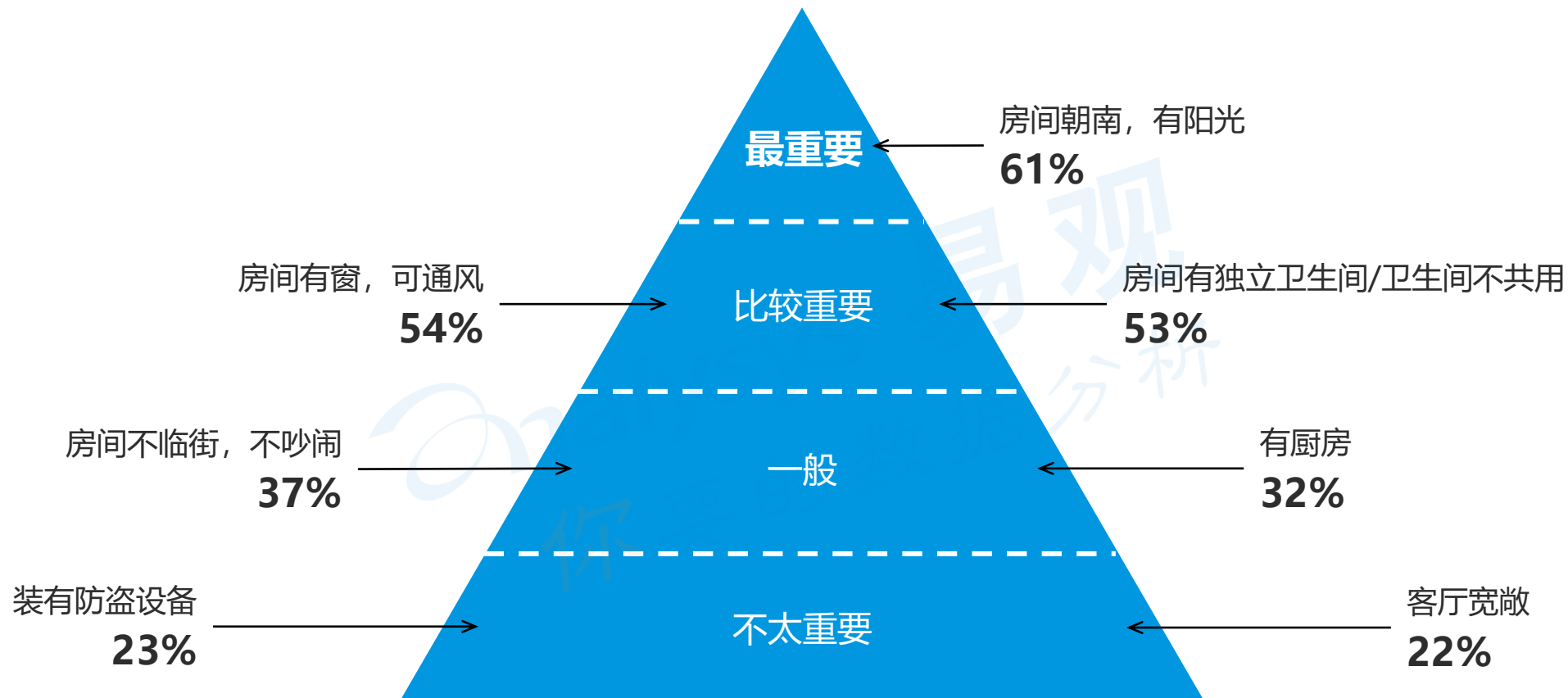


数据来源：58同城大数据平台

租客的标准：朝南、有阳光的房子最有吸引力

- 大环境对租客的影响有限，租客更看重自己房间的条件，有阳光、可通风、还要有私密的空间，这才是租客理想的房间。

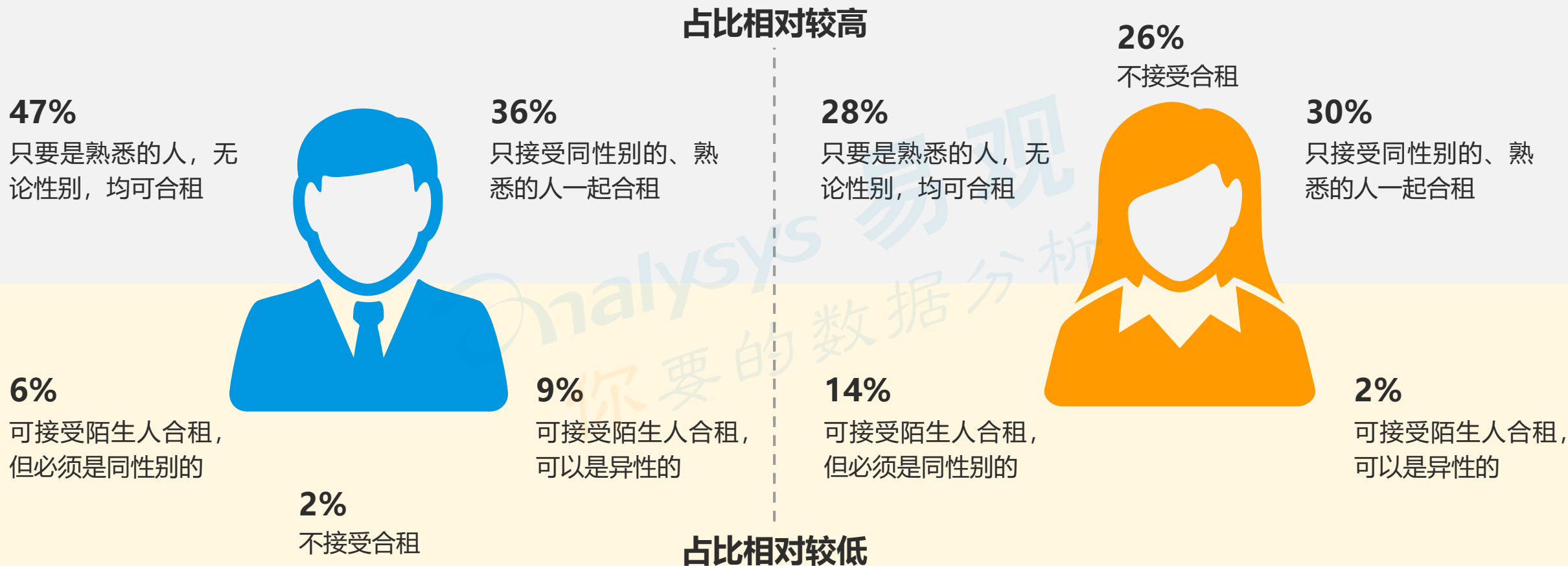
各种加分项在租客心目中的认可比例（重要性）



数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

租客的态度：可以合租，但女性不太能接受异性合租

- 无论男女，都比较能接受熟悉的人合租，因为熟悉的人能给自己较高的安全感。
- 对于异性合租，男性有相对较高的接受度，女性的接受度相对较低，女性租客对异性合租人有较强的防备心理。



数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

租客找房的习惯：用租金作为首要的判断依据

- 量入为出，有多大能力就租多好的房子，是租客最普遍的心理，租金太高会使生活水准下降明显。
- 在确定租金的基础上，套型和区位条件，也是租客做决策的重要参考项，能用更少的租金租到更舒适、便利性更强的房子是最好的选择。

租房人群各种找房习惯的占比排序

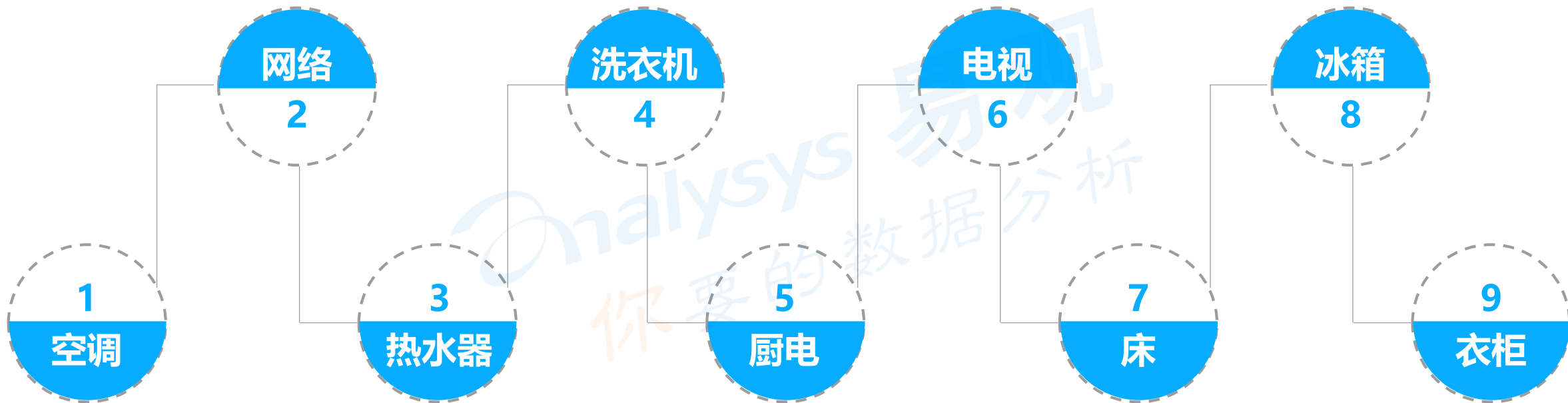


数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

租客的选房要求：有空调最重要，网络最好也不能少

- 没有空调，房间的舒适程度会大幅下降，其租赁性价比也会因此而明显降低。
- 现在大众的生活中已不可缺少网络，但其在租客心目中的重要程度排在空调之后，是因为当前4G网络的基础设施在城市中已较为普及和完备，在网速提升的同时资费也在不断下降，租客对有线网络的需求相应有所降低。

租客认为出租房中必备条件的重要性排序



数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

租房人的最终抉择：房东和支付的问题最为关键

房东的因素和支付的因素，在租客心中分量最重，是促使租客做出租房决定的最关键一环。

最重要的因素

- 与房东沟通良好
- 租金便宜
- 押金少/无押金

比较重要的因素

- 装修好
- 家具/家电齐全
- 区位好/交通方便

一般性的因素

- 物业费低
- 小区环境好/配套完善

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

影响租房人判断的因素：在高线城市更应注重“房东直租”，在低线城市更应注重“押金少”

- 一线、新一线城市租金成本较高，生活压力较大，房东直租的房子，不会出现房产经纪人赚租金差价、收手续费的情况，直接减少了租金成本。
- 在二线及以下城市，人们收入相对较低，相同的押金-收入比例（押金/收入），会使他们留存的收入更少，因此高押金对他们的影响要大于对一线、新一线城市租客的影响

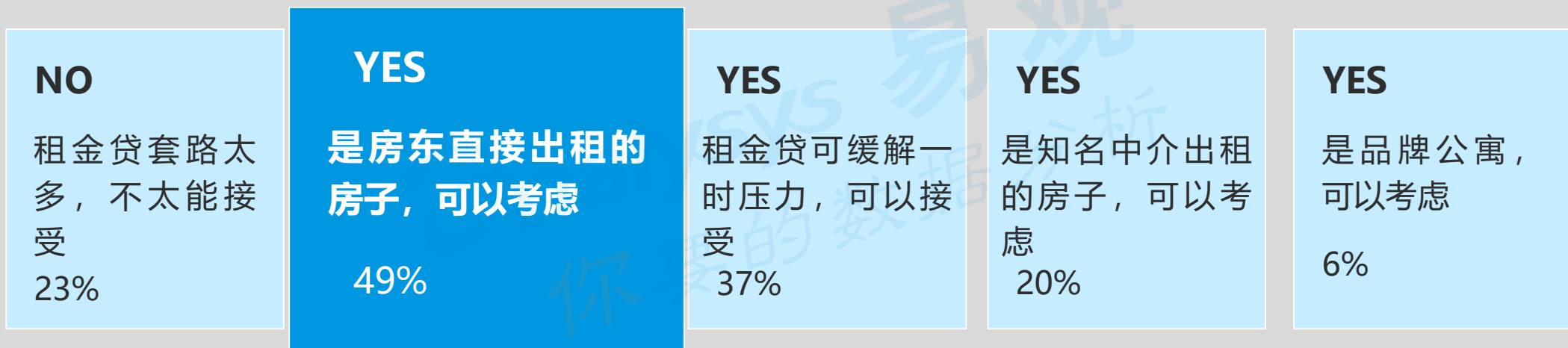
	特别担忧	重点担忧	一般担忧
一线城市	不是房东直租	押金交的过多	家具/家电等 配套不完备
新一线城市	一次性交的租金过高 租金涨幅大	租约到期时押金不退还 房屋中还残留有有害气体	
二线及以下城市	租金涨幅大 一次性交的租金过高 押金交的过多	不是房东直租 租约到期时押金不退还 房屋中还残留有有害气体	

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

租房人的房租给付：如果是房东直租，可以考虑租房金融方案

- 虽然租金贷曾被视为促进租房市场发展的利器，但却催生出了许多问题，使得租客对其的信心渐失；
- 在此背景下，由于出租方是房东的因素，租房人对于租金损失的顾虑降低，对于租金贷的接受程度较高。

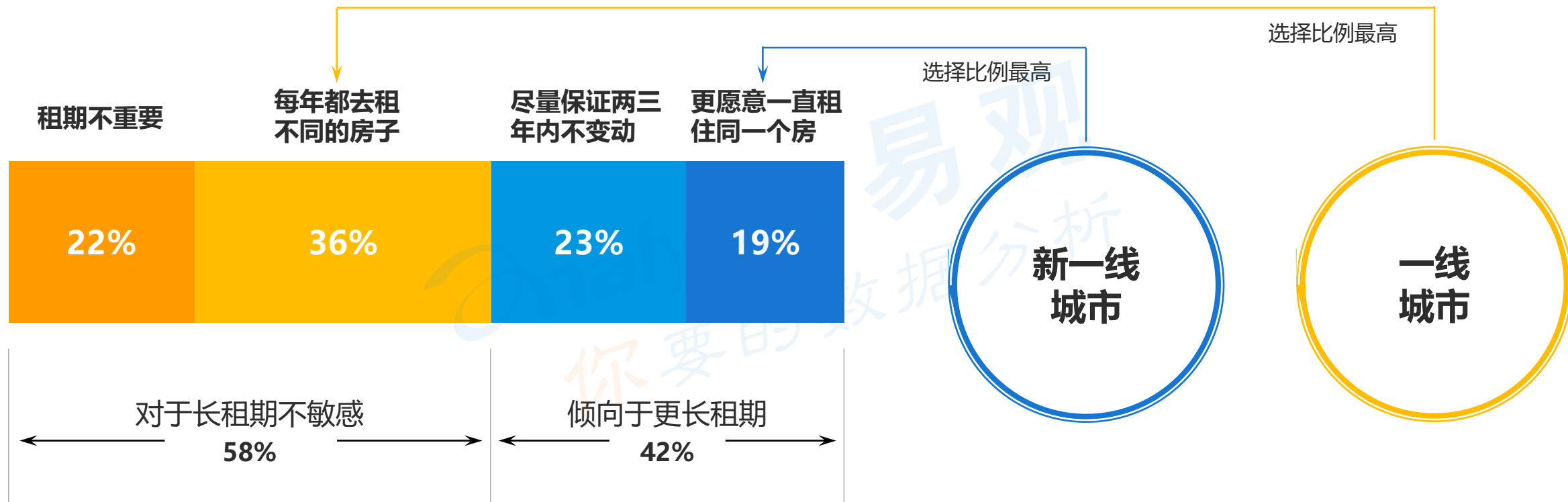
租房人群对于租房金融方案的接受程度



数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

租客的租期抉择：在一线城市租期短，在新一线城市租期长

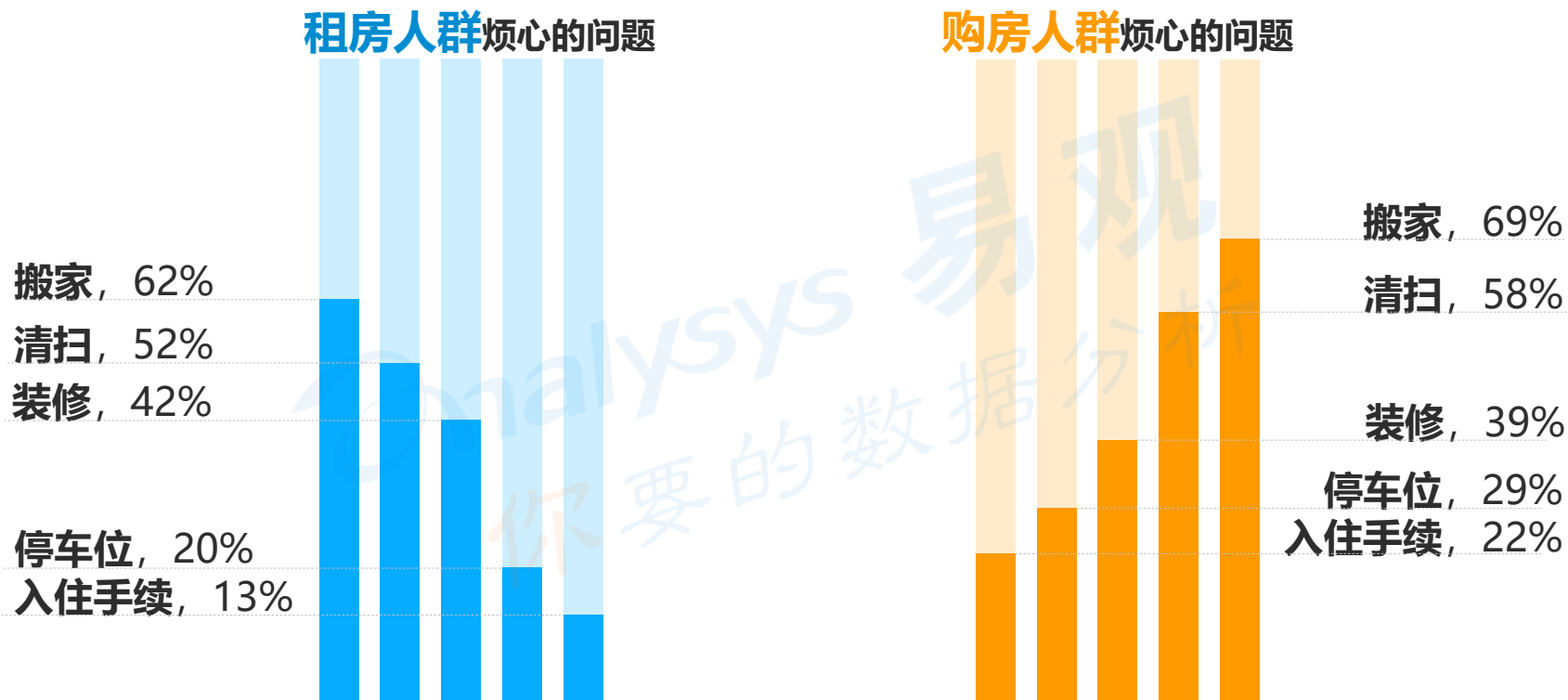
- 一线城市竞争大、工作变动大，为了上班的便利和相对较少的通勤时间，住处往往都跟随工作地点的变动而变动，很难长时间一成不变。
- 新一线城市的生活、工作相对稳定，城区面积相对较小，租客对住处变动的需求并不是十分强烈。



数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

入住准备：不管买房还是租房，入住前最需要专业省心的机构提供本地生活服务

- 无论是租房人群还是购房人群，在决定了住所以后，都需要做相应的准备：清水房需要装修；以前的装修不符合自己使用习惯和审美的也需要重新装修；装修后需要进行开荒清扫；甚至搬进不需要装修的新住所时，也需要进行清扫，以求得心安；最后，还需要将现有住所中还能继续使用的衣物、电器、家具等物件搬进新居所。而以上种种无一不是既费精力，自己又不一定能做好的事情，所以就非常需要专业的本地生活服务机构来解决难题。



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。



当前房产服务行业的实践案例

© Analysys 易观

www.analysys.cn

企业分类：平台赋能房地产经纪企业，共同构筑房产生态核心

- 房地产经纪公司及其经纪人团队，依靠房产数据和客户资源建立起自己的经营服务基础和核心竞争力，而房产服务平台将房地产经纪公司及经纪人的这种服务能力和竞争力在空间和时间的范围上进一步放大，帮助其更有效率的传播和获取信息，它们共同构成了房产生态的核心：房产周边服务的发展既需要房产消费者的规模和经纪公司、经纪人的规模作为支撑，也需要房产服务环节的数据作为其决策的重要依据，同时信息化系统服务商支撑了经纪公司的管理和运营，而在装修、维修等服务中产生的数据也会返回到房产服务中去，作为更好为消费者服务的重要参考。



58同城：大力度开放的全房源平台，以供需两端的数量优势提高信息连接效率

58同城 安居客



主要业务范围

租房
新房
二手房
商业地产
品牌公寓
海外地产
家居装修

业务覆盖全，解决市场中绝大部分的需求



房源发布

个人
经纪公司、经纪人
开发商项目公司
品牌公寓

房源信息来源较广，连接了绝大部分的房产经纪公司和经纪人

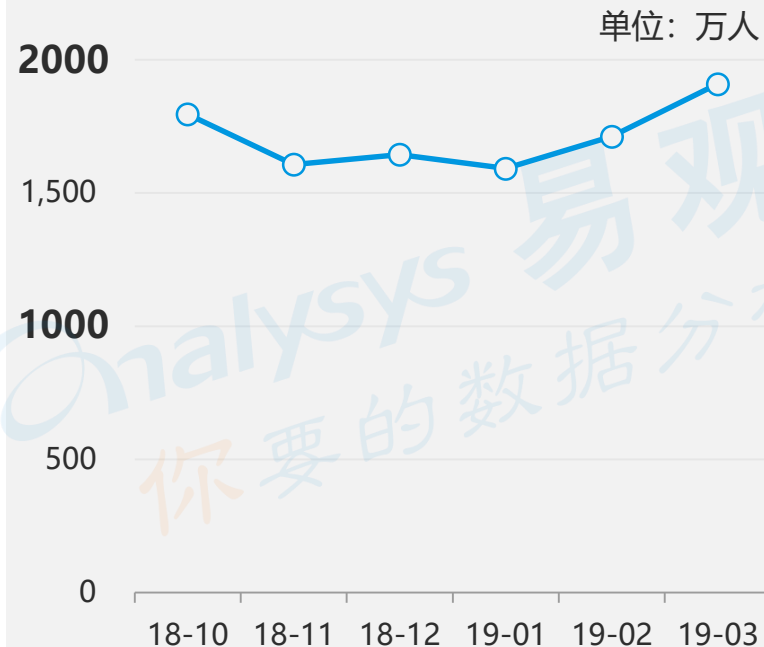


业务特点

开放度大
信息发布主体多

集合了市场上绝大部分品牌经纪公司，经纪人数量多，房源信息量大，具备全房源开放平台的特点

安居客近半年的月活跃用户变化



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

在供需两端数量上的优势提高了全房源平台的信息连接效率。

贝壳：以较强的线下能力带动线上业务发展



主要业务范围

新房
二手房、租房
海外房产、商业地产

业务较为全面，可以满足大部分种类的需求



房源发布

经纪人

以链家和自如的经纪人为主

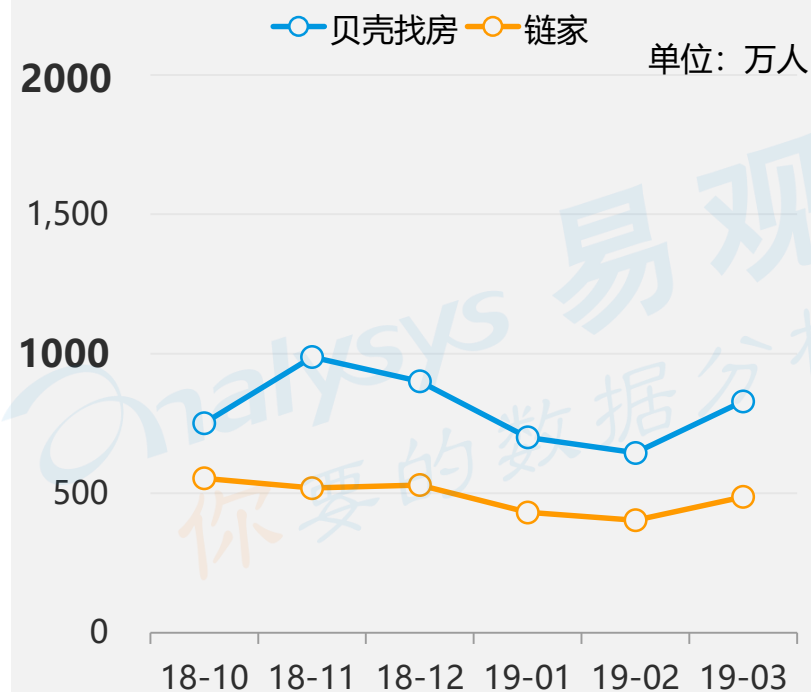


业务特点

业务类型广
线下带动线上

线下能力较强，线上发展较为依赖线下经纪人

贝壳找房、链家近半年的月活跃用户变化



© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

以自营为主的业务模式和流程，可实现对经纪人的有效掌控，也能对房源质量执行较严格的标准。



对于房产服务行业的一些猜想和展望

© Analysys 易观

www.analysys.cn

在未来，租房匹配效率更高，信用评价体系将更客观

买房会越来越重视
独立空间



随着新兴教育观念的普及和流行，家长对儿女个人意识的培养正朝着越来越低龄化的方向发展，因而在未来的家庭中，少儿甚至幼儿都将会有较为明显的独立意识，要求独立的个人空间。而二孩政策的全面推行，平均预期寿命的不断增长，使得中国家庭的人口数将保持稳中有升的状态，一个家庭中有四口以上的人将成为常态。在多人共居的情况下要突出个人空间的独立性，就需要在买房时考虑更多的私密性因素。

大数据技术的深化应用将
提高平台的匹配效率



租房供需双方长期在房产服务平台上进行的需求发布、信息交换等会促进租房大数据平台的不断完善，房产服务平台可以据此开发出更多、更精准的需求匹配功能。同时，相对于买房来说，租房的流程相对更简单，环节更少、关联方也更少，因此服务更容易被数据化、标准化。而数据化、标准化的精确匹配功能，能使供需双方在不需其他中间环节的基础上就能更有效率的被直接匹配。

全国性的经纪人信用评价
体系将被构建



随着互联网相关技术对房产服务影响的不断深入，以及住房需求方对服务提供者的诚信问题越来越重视，目前分散于各个平台之上，数据没有互通，评价标准也不统一的经纪人和经纪机构评价系统将被整合，或者经由国家相关单位指定，特定的行业组织或企业将肩负起重新建立新评价体系的任。但无论整合还是新建，标准统一、评价客观的经纪人信用评价体系将会出现，房产服务环节的诚信危机将迎刃而解。

1.
安居乐业是大众不变的追求

2.
职场生涯是安居乐业日益精进的立足点

3.
住家生活是安居乐业不忘初心的出发点

4.
代步出行是安居乐业成长共鸣的结合点

5.
呵护养育是安居乐业温情和睦的落脚点

6.
互联网生活服务平台助力安居乐业



- 01** 汽车消费回归出行工具本质，并以经济性和实用性为优先考量。
- 02** 购车行为逐渐回归理性，国产车接受度提高，8万以下的平价车备受青睐。
- 03** 消费者普遍对二手车报价过高问题存在担忧。
- 04** 二手车买主在售前最希望获得车辆检测和价格评估服务。
- 05** 二手车买主在售售后最希望获得整车质保和无条件退换服务。



汽车消费行业的发展变化及现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

汽车消费行业的发展历程：汽车回归出行工具本质，逐渐成为大众消费品

私人购车不被允许

私人购车开始松动

购车平价实用和个性化

需求变迁

无消费需求：

- 出于意识形态的限制，私家车作为资本主义的象征，个人购车不被允许

需求快速增加，但可望不可及：

- 改革开放后，国家鼓励个人购买汽车，部分国产轿车品牌如桑塔纳、夏利、捷达、富康需求逐渐旺盛；但因太贵，多数国人消费不起，需求并不强烈

需求平民化和多元化：

- 随着人们消费能力提高、出行方式可选择性增多，人们购车行为逐渐趋于理性，汽车消费逐渐回归至代步出行的功能实用性需求，同时追求消费经济性、便利性及个性化体验

解决方式变迁

- 政府机关、企事业单位配额购买
- 以公交车、自行车作为私人代步工具

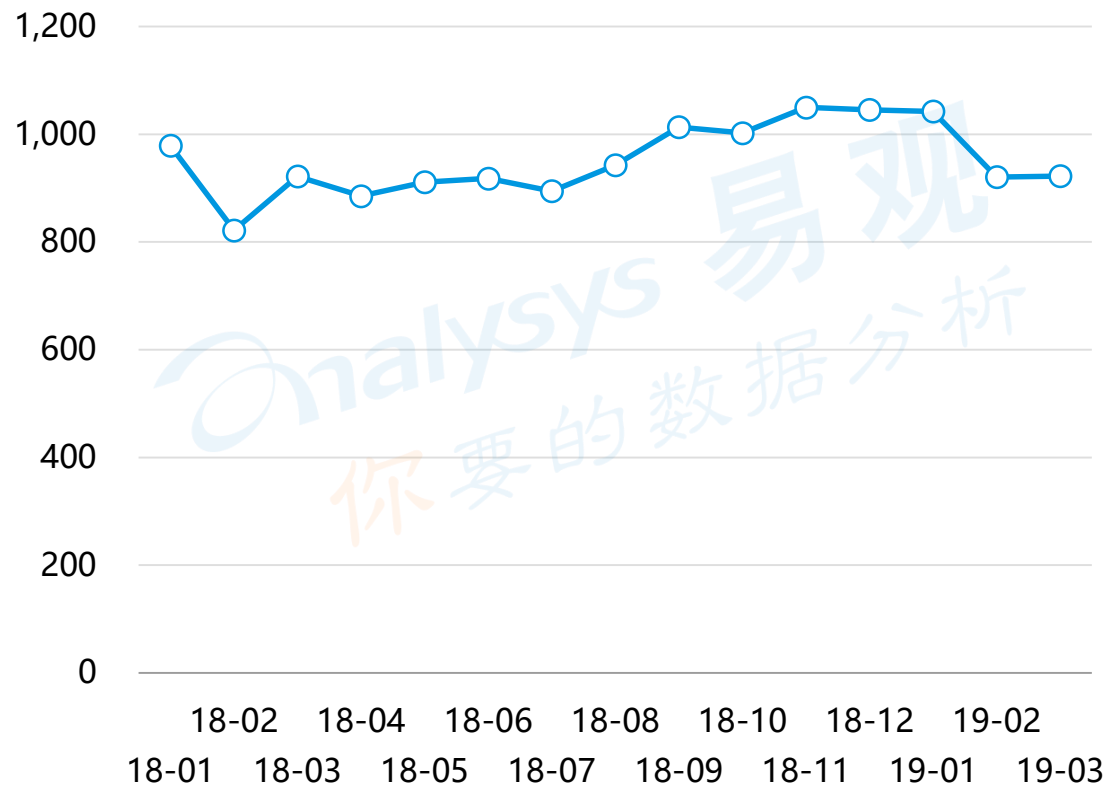
- 国家大力支持车企发展，增加汽车销量，降低购车成本
- 少部分人选择购买国外二手旧车
- 城市出行引入出租车方便出行

- 国家出台一系列鼓励和刺激汽车消费政策，降低消费门槛
- 汽车经销商渠道逐渐演变为以4S渠道为主流，汽车超市、新车/二手车电商平台、二手车代淘平台等多种渠道分化发展模式增加购车便利性
- 团购、拍卖、先租后买、个性化定制等购车方式满足多元化购车需求
- 新技术、无人车、车联网、智能应用发展帮助解决汽车消费个性化体验

汽车消费行业的发展现状：消费环境逐步改善，汽车消费市场潜力得到进一步释放

汽车交易领域近15个月的月活跃用户变化情况

单位：万人



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

促进汽车消费行业发展的因素

- **减轻汽车消费税负刺激消费需求：**通过推行新能源汽车购置优惠政策、下调汽车进口关税、下调增值税税率、汽车下乡补贴，推动汽车价格进一步降低，刺激汽车消费需求。
- **加强基础设施建设解决汽车消费发展瓶颈：**加快建设城市停车场，以有效解决居民“停车难”问题，同时构建和完善新能源汽车充电设施，以推进新能源车的发展和普及。
- **提高二手车市场活跃度，促进二手车流通和交易：**全面取消二手车限迁政策；推进二手车交易和登记信息联网核查、加强二手车车况透明度；积极推动二手车流通模式创新，引导和规范二手车交易企业线上线下融合发展，鼓励发展拍卖、置换等交易方式，推动新车销售与二手车销售相互引流，促进二手车交易便利性和交易效率。
- **新技术应用逐渐成为卖点：**随着5G商用及边缘计算技术的成熟，汽车行业正处于智能汽车的试水阶段。新技术因为给驾乘者带来了更人性化的体验而变得更具卖点：自动驾驶、巡航系统、倒车辅助等设备的关注和安装率不断升温，更多的汽车新科技被消费者期待。



大众购车需求分析

© Analysys 易观

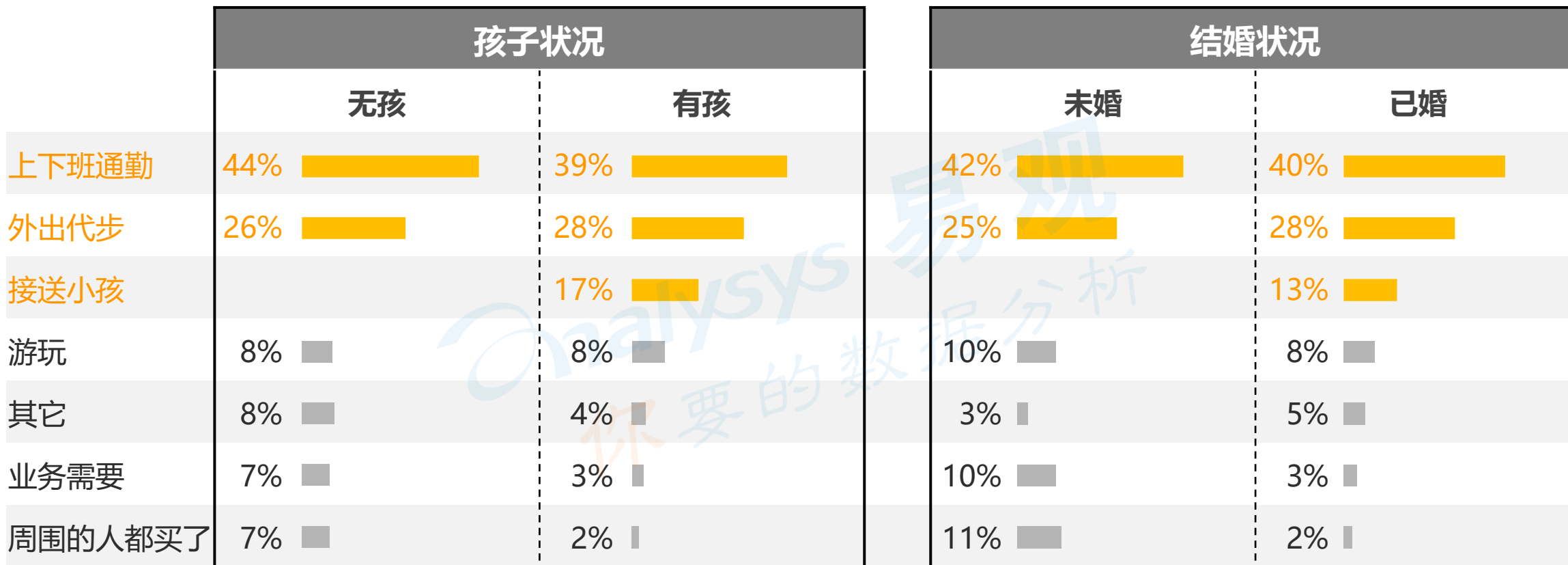
www.analysys.cn

购车动机：满足日常通勤或生活出行是大多数家庭购车的主要原因

- 满足日常通勤或外出代步需求是大多数家庭购车的主要原因。
- 在众多购车触发因素中，接送小孩上下学成为已婚、有孩家庭购车的重要原因，可见人们购车主要还是以满足实际生活所需为前提。

触发消费者购车行为的因素：日常通勤&生活出行

■ 日常通勤或生活出行



数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

购车考虑因素：大众购车优先考虑的是经济性和实用性

- 无论于何种目的购车，多数人优先考虑的都是经济性和实用性问题，并普遍将关注点集中在价格、空间、配置等指标上，其次才是考虑舒适性、便捷性等。
- 尤其是以日常通勤为目的的购车，对车价的敏感性更为强烈。

购车参考因素中，价格的考虑因素比重最大，其次是实用性

■ 经济性 ■ 实用性

	特别关注			重点关注			一般关注	
上下班通勤	价格	空间	品牌	外观	车型	配置	内饰	网点
外出代步	车型	空间	价格	外观	品牌	配置	内饰	网点
接送小孩	品牌	车型	空间	内饰	价格	配置	外观	网点
游玩	车型	配置	价格	空间	品牌	外观	内饰	网点
业务需要	配置	价格	外观	品牌	车型	内饰	网点	空间
周围人都买了	内饰	价格	空间	车型	外观	配置	品牌	网点
其它	价格	空间	配置	车型	外观	品牌	网点	内饰

数据说明：数据来自2019年2月易观关于用户生活态度的网络调研。

购车品牌偏好：因大众看重性价比，国产车逐步得到国人认可

- 性价比仍是普通大众购车最关心的问题。同等价位下，国产车因能买到更高的配置，在购买选择上具备更大优势。
- 建国70年来，中国工业体系的完备与成长，汽车工业也逐渐迈向世界领先行列。随着中国汽车自主品牌实力不断崛起和造车技术的逐渐发展，国产车逐步得到国人认可，表现出国内消费者对中国制造信心的提升。

普通大众

文员、技工、服务员、企业基层人员、自由职业者和私营业主.....

注重性价比

低价、空间、配置

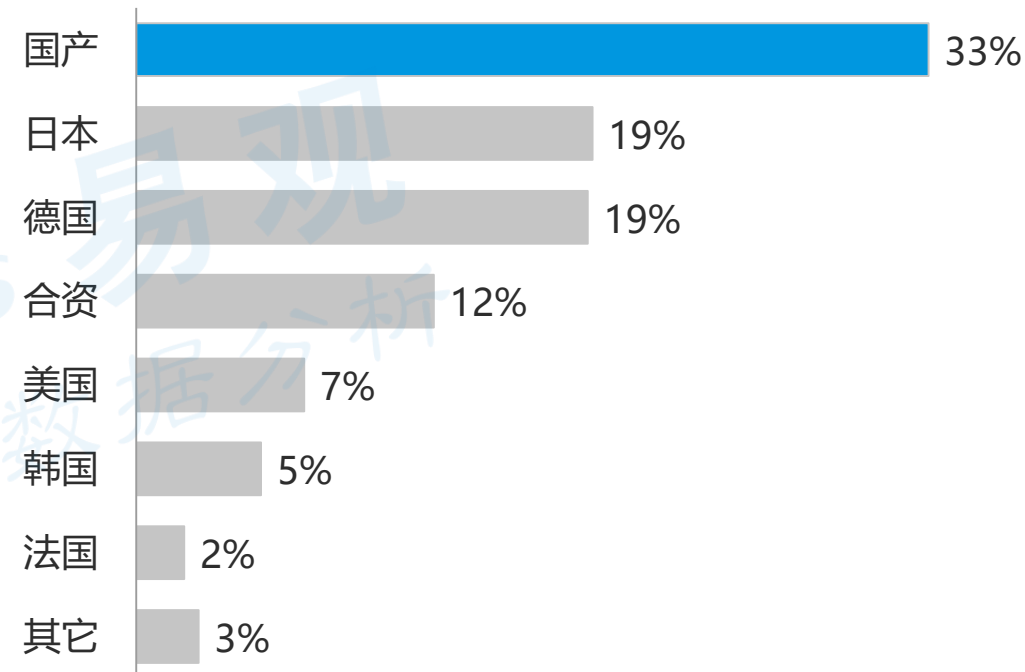
精英阶层

政府人员/国家公务员、企业中高层经理/部门主管和专业技能人员（如医生、工程师、律师.....）

注重品质和服务附加值

品牌、外观、4S网点

购车品牌国别选择

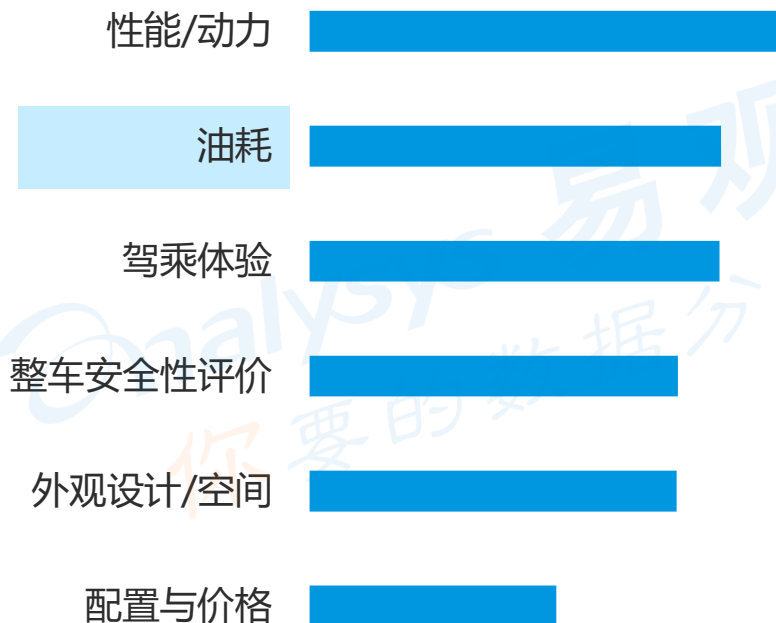


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

购车注意项：新车消费更关注性能和体验，二手车消费更关注车价、车况和耐用性

新车信息，消费者更关注性能和体验

对购车价没有过多要求，
但**关注**影响**使用成本**的油耗



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

二手车信息，消费者更关注价格、车况和耐用性

特别**关注购买价**，
以及因维修、使用年限/里程、部件耗损可能带来的**未来持有成本**



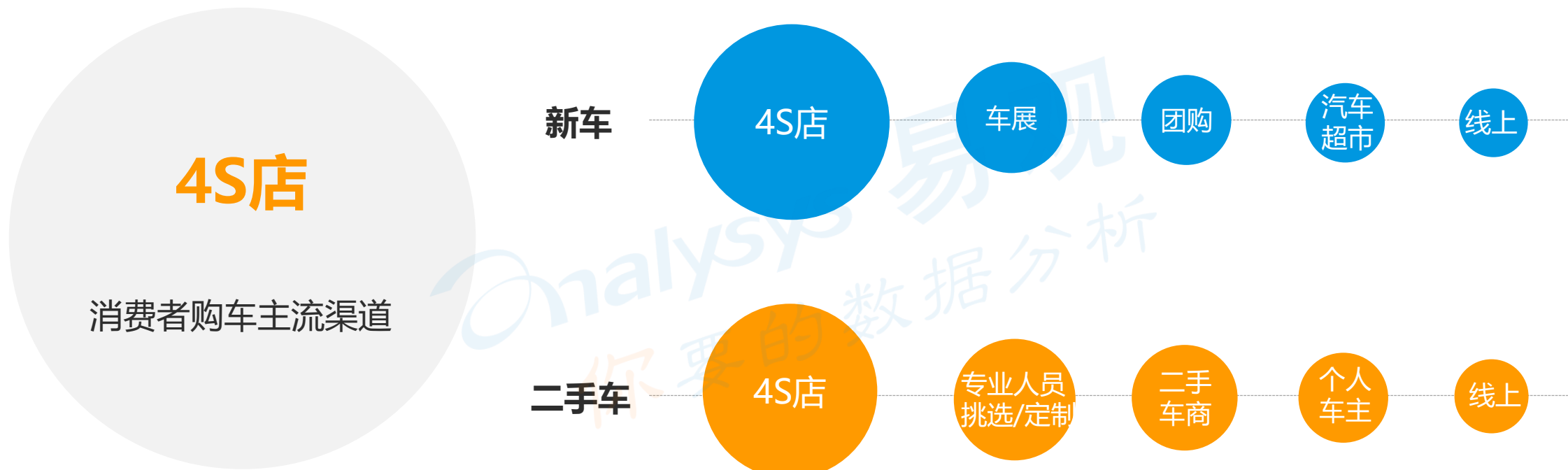
数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

购车渠道：4S店依然是购车主流渠道

- 在众多的购车渠道中，无论是新车还是二手车，4S店依然是主流。作为低频大额交易，线下渠道仍是汽车经销商的主战场，但已逐渐向线上转移，因网生一代正逐渐成为汽车消费的主体，互联网渠道在购车消费决策的影响和精准匹配用户需求的能力也在日益加深。未来线上销售渠道还有很大的空间值得开拓。
- 二手车销售相对新车销售更为分散，二手车商、个性化代淘平台等销售渠道正迅速崛起。

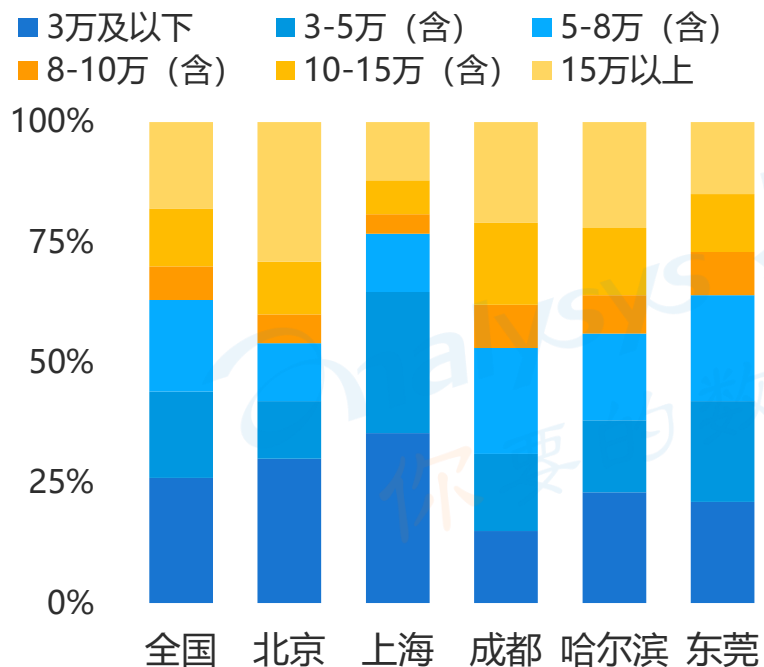


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

购车预算：汽车消费平价化，8万以内的平价车颇受青睐

- 日常代步功能性需求促使人们希望以更低的价格获得车辆，1/3的首次购车用户将预算设定在8万以内；而从58同城平台汽车浏览点击量来看，更是以8万以内的平价车最受青睐。
- 在人们购车行为回归理性后，对购车预算的规划也更趋严谨。值得说明的是，已婚未育家庭或因存在育儿压力，将购车预算控制在家庭年收入一半以内的人群占比，明显高于其他群体，买车支出更显得谨慎。

浏览点击量：全国8万以下价格 点击量占比超过6成



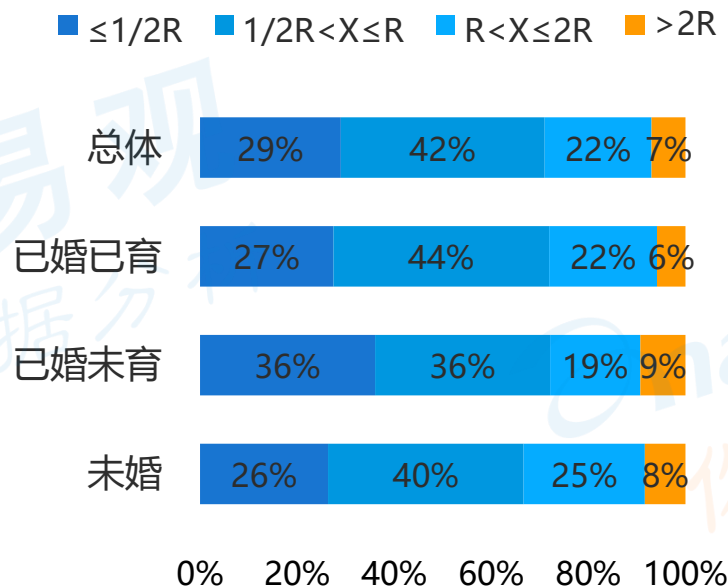
数据来源：58同城大数据平台

© Analysys 易观

www.analysys.cn

2019/5/8

购车预算：控制在家庭年收入以内 的占比高达7成



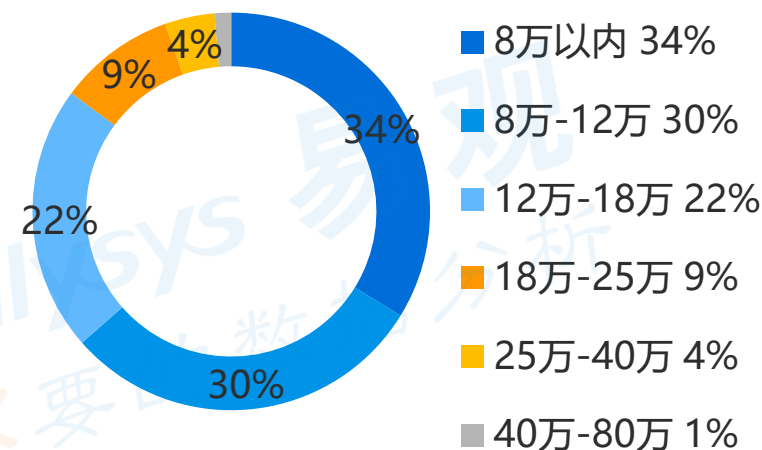
数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。R为年收入

© Analysys 易观

www.analysys.cn

数据驱动精益成长

首次购车：1/3消费者的预算 在8万以内



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

© Analysys 易观

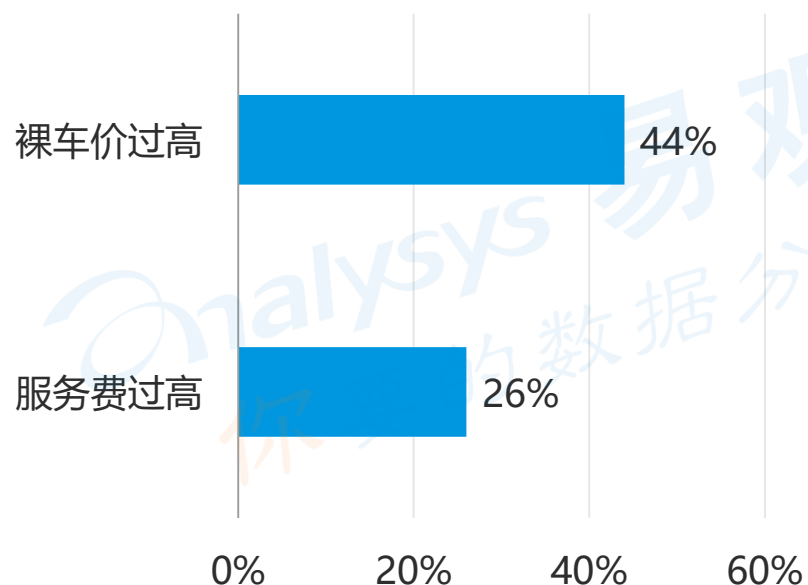
www.analysys.cn

72

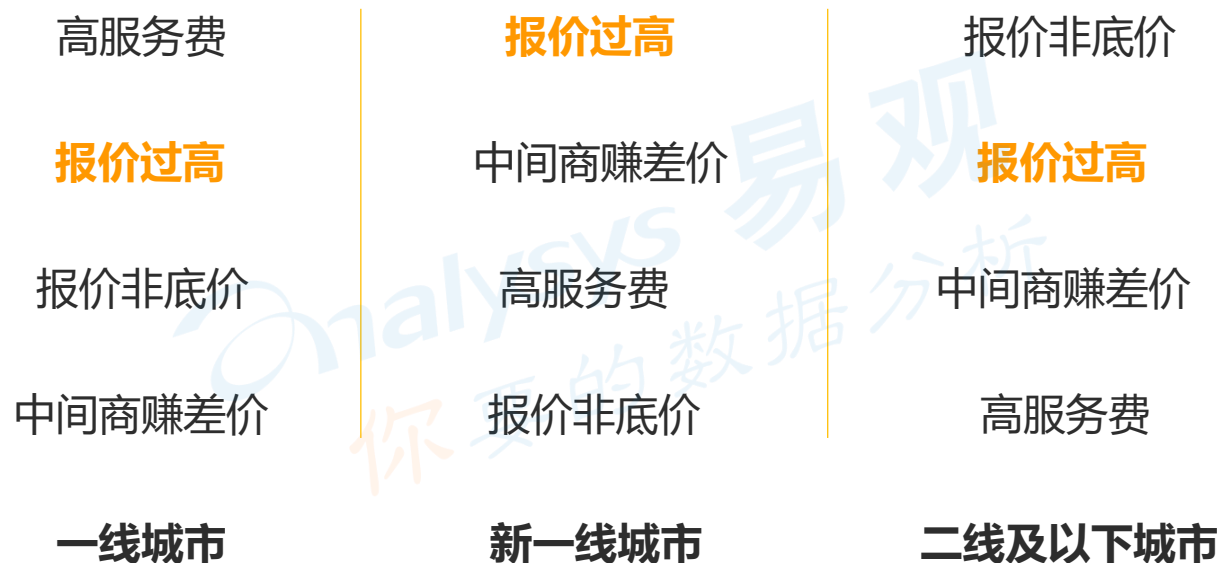
购车顾虑：首次购车者普遍担忧二手车报价过高的问题

- 二手车交易由于信息不对称，购车者普遍担忧价格虚高；不同城市的消费者所担忧的因素各有不同。一线城市对高服务费引起的价格虚高存在顾虑，而新一线城市、二线及以下城市则分别对报价过高和报价非底价问题有所担心。
- 总体而言，首次购车者普遍担忧二手车报价过高，因而有更多更具“性价比”的车辆可选是大家所期望的。

车价虚高问题的顾虑因素比较



车价虚高顾虑因素排名-城市

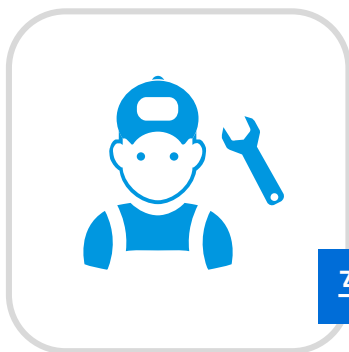


说明：裸车价：车辆实际报价，不包括购车服务费、贷款手续费等其他费用。

数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

购车期望：二手车买主在售前最希望获得车辆检测和价格评估服务

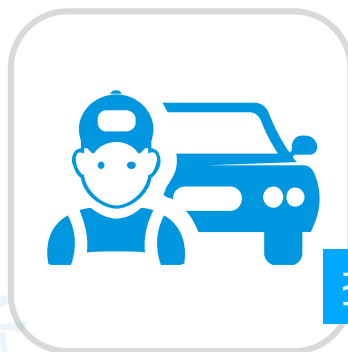
- 为使车况信息更为透明，避免购买二手车实际花费高于车辆本身价值，车辆检测和二手车价格评估成为二手车买主最希望获得的服务。二手车检测对于确认车辆实际车况有积极作用，可以避免交易纠纷的产生；而价格评估则能让价格虚高问题得到有效遏制。



车辆检测



价格评估



按需找车



车险



汽车金融



上牌/过户

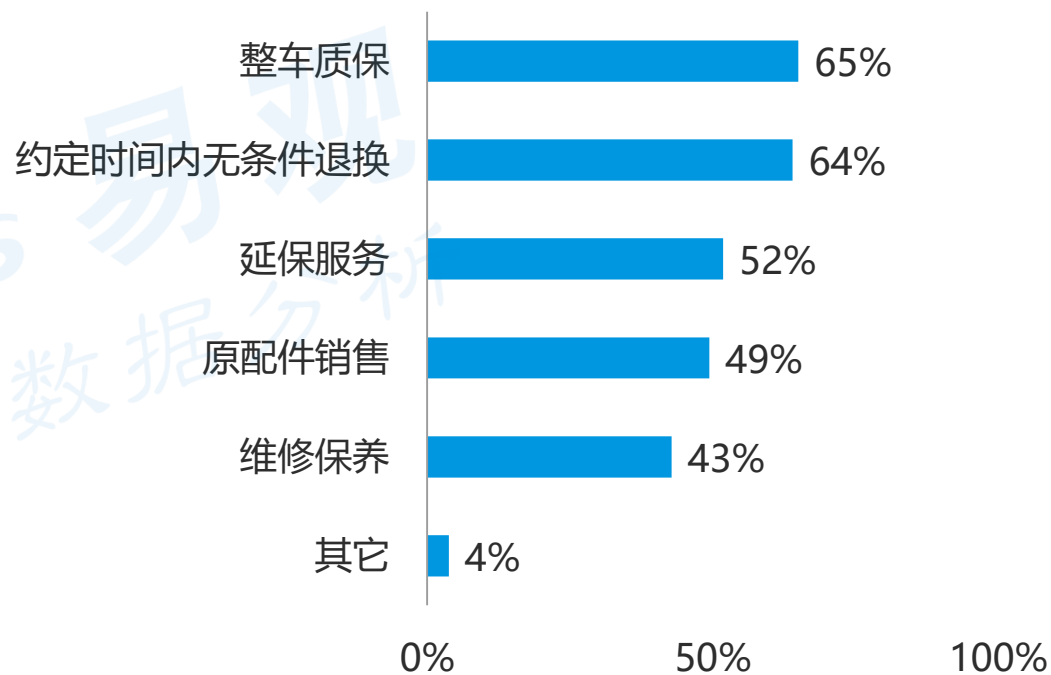
数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

购车期望：二手车买主在售后最希望获得整车质保和无条件退换服务

- 在二手车所有的售后保障中，整车质保和约定时间内无条件退换是消费者最希望获得的服务保障。虽然二手车性价比高，但因为为非标品，一车一况，相比新车车况耗损等问题无法保障。而整车质保和无条件退换服务恰能解决消费者后顾之忧，增加消费者购买信心。

售后服务是保证汽车消费者权益的最有效途径，尤其对二手车购买者而言。由于二手车车源、车辆原有使用和耗损状况是否属实难以把握，因此二手车消费者普遍希望经销商能提供相应的售后质量保证。特别是整车质保、无条件退换等售后服务。

消费者普遍希望经销渠道能提供相应的质量保证，尤其是：



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。



当前汽车消费行业的实践案例

© Analysys 易观

www.analysys.cn

企业分类：按参与深度不同，汽车平台分化出不同的交易模式

- 汽车尤其二手车由于车价高、车况信息不透明等原因，导致本地流通特征明显。但由于互联网的介入和限迁政策取消，让这一状况正在发生变化。不仅区域经销商由于资源限制难以匹配用户需求的问题能得到有效解决，用户也能在线上更丰富的车源中获得更大的选择空间。
- 目前围绕消费者端的新车/二手车服务模式主要有信息撮合、C2C直卖和B2C3种。汽车服务平台的介入，有效的减少了交易环节和成本，提高了传统模式下车辆流通和成交效率。

撮合模式 (信息资讯平台)

58同城·白菜二手车

58车
汽车之家

平台不收取中介费用，个人和二手车车商均可发布信息，平台主要负责对车辆信息进行甄别、分类，提供贷款、车检等附加服务。

C2C直卖模式/ C2B2C保卖模式

瓜子 二手车直卖网
Guazi.com

人人车
renrenche.com

车源主要为个人车主车辆，上线车辆均有详细车况检测报告，看车过程中平台人员参与较多，收取交易手续费、贷款手续费（如有）；目前部分平台提供保卖服务，收购个人车主车辆进行线上销售。

B2C模式

优信二手车

淘车

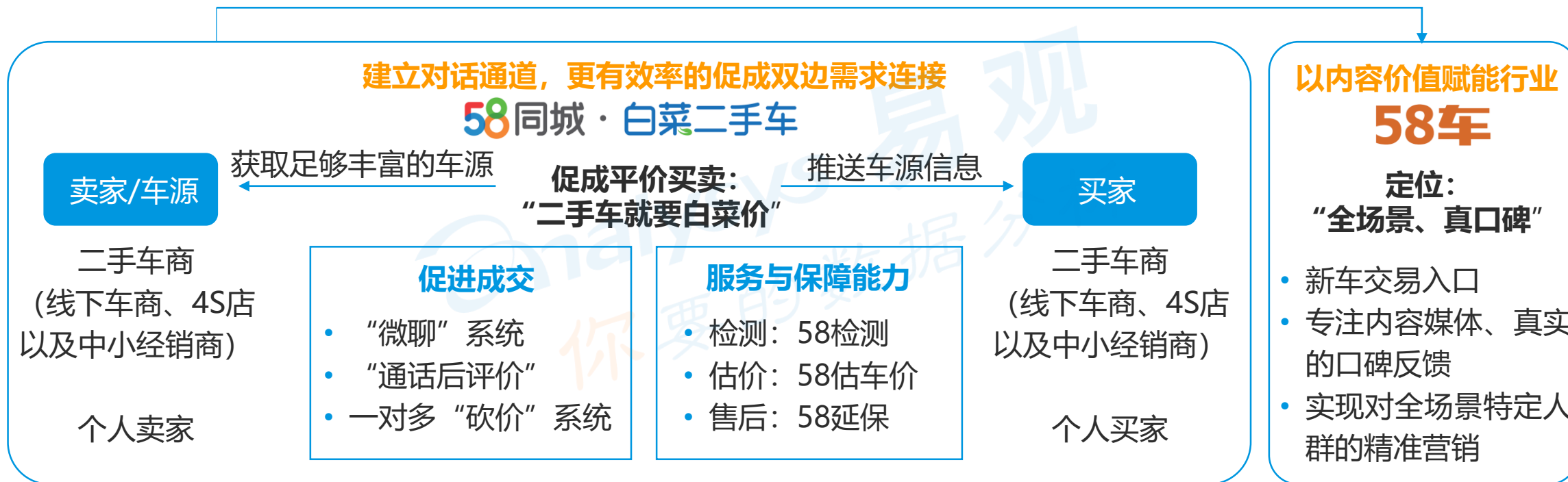
车源主要为二手车车商车辆，发布车辆均有详细车况检车报告，交易时收取购车人手续费，同时提供保险、过户、贷款等服务。

58同城：二手车与新车协同发展构建交易撮合和营销生态

- 58同城促成汽车交易的逻辑为：二手车业务方向，以分类信息平台积累的流量和资源优势和，获取足够丰富的车源。同时通过城市下沉，吸引更多车商、低线城市用户建立充分连接，达到促成二手车平价买卖的诉求；新车业务方向，打造58车品牌，调动58同城流量资源和58同镇下沉服务体系，构建真口碑内容生态，以二手车量级优势带动新车业务增长。

58同城二手车/新车业务模式

58同城二手车流量、用户线索协同，通过二手车带动新车业务



瓜子二手车：“直售+保卖”深度介入服务，提升交易性价比和效率

- 瓜子发展二手车业务的逻辑为：通过直卖模式，瓜子让二手车卖家直接对接买家，省去了中间繁杂的交易过程，但同时加强中间商的干预，如车源限制、车况检测、专业导购、售后保障、金融支持等，保障买家能够以性价比最优的方式获得车辆。保卖模式利用大数据和智能算法，让卖家提前变现，车主缩短卖车周期，买家集中看车，显著提升成交率。

瓜子二手车业务模式

将中间商层层加码价差让渡给买卖双方





对于汽车消费行业的一些猜想和展望

© Analysys 易观

www.analysys.cn

国产汽车消费迎来实用性、智能化发展机遇

中低端实用车型成未来消费主流



大众购车基于经济性和实用性的消费原则，使得中低端价位，以及满足二胎家庭用车刚需的中大型SUV、MPV车型成为未来消费主流。

二手车消费进入“透明”时代



二手车交易作为重服务、重决策行业，线上以大数据、人工智能等技术手段助力行业服务管理标准化、透明化；线下以门店真实交易场景为消费者提供更加安全放心的体验，是行业未来发展方向。

智能科技对中国汽车工业和消费带来新机遇



国产车整体制造水平提升使国产汽车品牌逐渐获得国人认可，随着5G网络的普及，新能源以及更多的智能科技融入汽车领域，中国汽车工业和消费服务业或将能迎来新一轮机遇。

1.
安居乐业是大众不变的追求

2.
职场生涯是安居乐业日益精进的立足点

3.
住家生活是安居乐业不忘初心的出发点

4.
代步出行是安居乐业成长共鸣的结合点

5.
呵护养育是安居乐业温情和睦的落脚点

6.
互联网生活服务平台助力安居乐业



01

育儿服务正经历线上线下的加速融合。

02

母婴育儿行业向多元细分科学化育儿服务迭代升级。

03

95后对生养小孩较其他年龄段有更强烈的憧憬和期待。

04

经济负担和看护问题的解决将促进生育意愿。

05

相比保洁，母婴消费者对保姆和月嫂需求更为刚性。



母婴亲子行业的发展变化及现状

© Analysys 易观

www.analysys.cn

母婴育儿行业的发展历程：向多元细分科学化育儿服务迭代升级

粗放式喂养时代

强调身心发展时代

科学育儿时代

需求 变迁

保证吃饱穿暖：

- 基本的吃穿用度需求

注重教育的投入：

- 以哺育成长为前提，但开始注重孩子智力和才能的发展，品性及社会适应能力的培养

科学哺育：

- 强调科学生育、科学养育；家庭育儿需求向多元细分和个性化发展，育儿观念转向精神层面的陪伴和有效交流

解决方 式变迁

- 父辈节衣缩食
- 多生多养，大带小

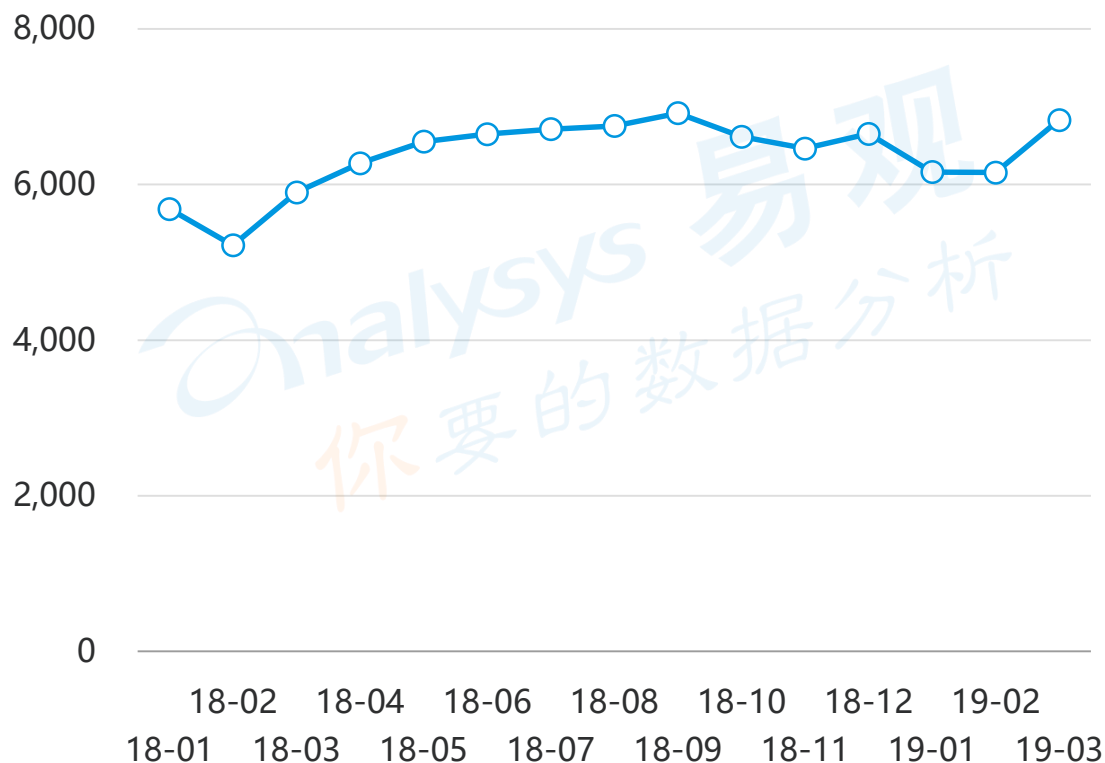
- 计划生育、优生优育
- 鼓励孩子参加少年宫、课外兴趣班

- 育儿服务人员和育儿平台不断兴起，如月嫂、专业育儿嫂、幼托中心、早教机构、在线幼教平台
- 母婴育儿社区、育儿工具、母婴电商、母婴健康平台、亲子活动平台辅助解决育儿知识、食品/用品需求、医疗问诊、成长记录等各种问题
- 儿童智能陪伴产品开始出现，配套的母婴智能医疗硬件的开发，如胎心仪、备孕仪，使育儿科学化、智能化

母婴亲子行业的发展现状：在育儿难和育儿贵的社会问题下探索前进

母婴亲子领域近15个月的月活跃用户变化情况

单位：万人



数据说明：母婴亲子领域包含母婴电商、母婴综社区、孕育健康等子领域

© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

促进母婴育儿行业发展的因素

- **人口红利形成消费拉动**：二孩政策放开后婴幼儿出生人数的增加对母婴食品/用品、医疗护理、母婴电商、儿童教育培训等领域的利好；以及为平衡育儿压力，随着爸爸和祖辈主动积极地参与到育儿过程，形成的新的消费力量的拉动。
- **解决幼儿托育难题上存在市场机会**：包括“针对实施全面两孩政策后加快发展多种形式的婴幼儿照护服务，支持社会力量兴办托育服务机构，加强儿童安全保障”以及“家庭育儿纳入扣除税项”的相关政策的出台，为幼儿照护提供政策和经济扶持。
- **减轻家庭教育负担为育儿带来信心**：当前国内家庭的教育支出占家庭收入的比例仍处于较高水平，扩大普惠性学前教育资源供给，发展更加公平更有质量的教育，对于育儿过程中大额教育经济负担的解决具备现实意义。目前国家已明确指出将构建以普惠性资源为主体的办园体系，目标是到2020年，普惠性幼儿园覆盖率达到80%，扭转高收费民办园占比偏高的局面；此外，为促进教育优质资源共享，“互联网+教育”将会成为趋势，需求更为多元细化的幼教服务平台将不断涌现，为育儿教育带来信心和活力。



育儿意愿与需求分析

© Analysys 易观

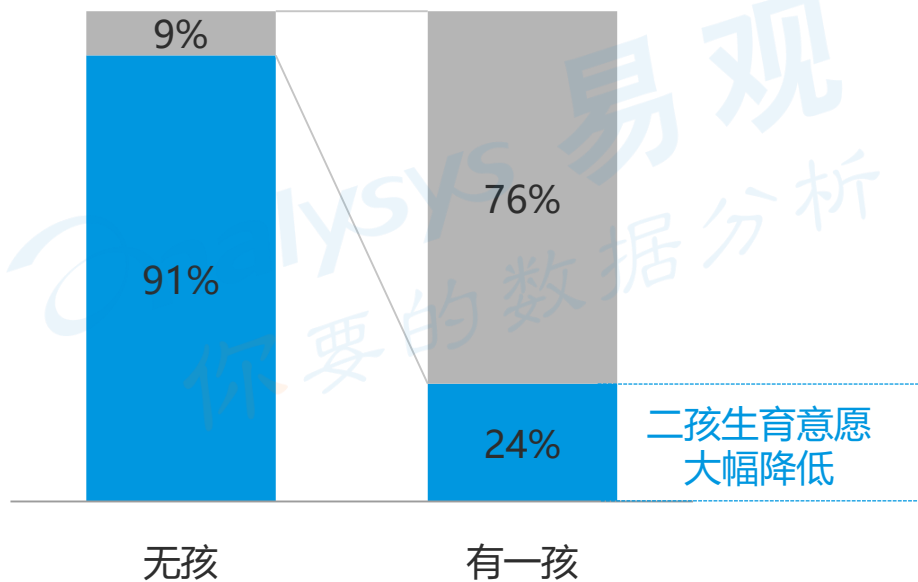
www.analysys.cn

生育意愿：95后对生养小孩较其他年龄段有更强烈的憧憬和期待

- 在孩子的生育选择上，家庭一孩生育意愿高达91%，但一孩后，生育二孩的意愿却大幅下降。
- 从年龄分布来看意愿有着明显的两极分化状态。85后还未有小孩的孕龄夫妇有生育计划的占多数，90后正处于工作爬坡阶段，受限于客观条件，生育意愿反而低于其他群体。反观95后，由于普遍成长于物质水平较高的环境，群体心理层面惧怕孤独，加之初入社会对婚姻家庭和生育原则理解还未成形，对生养小孩较其他年龄段有更强烈的憧憬和期待。

有无生育计划（无孩/有一孩）

■ 有计划 ■ 无计划



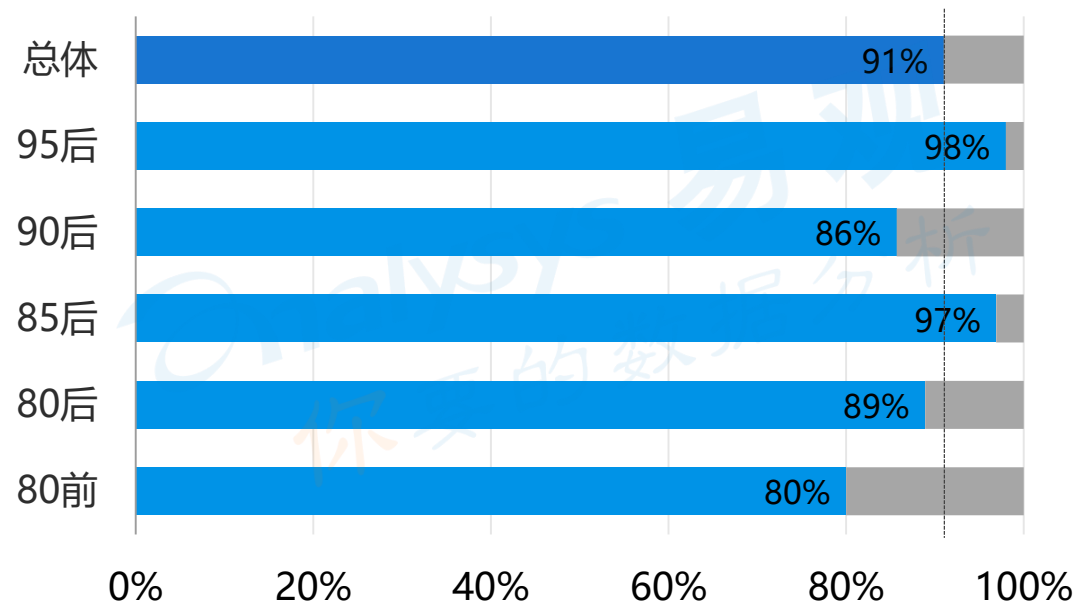
数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

有无生育计划（无孩）

■ 有计划 ■ 无计划



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

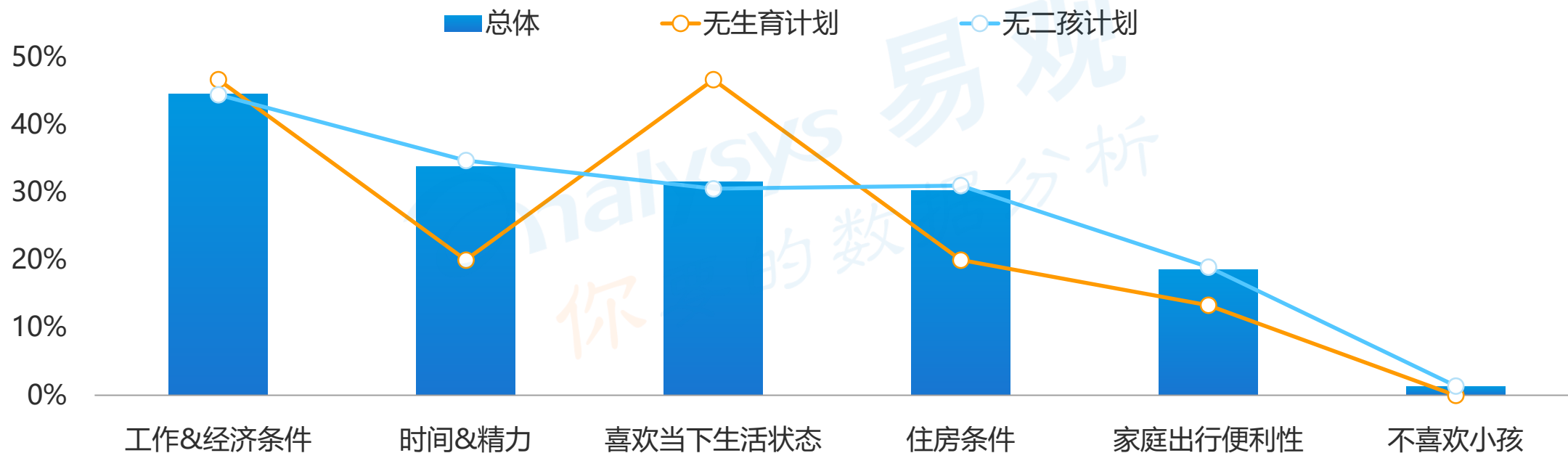
© Analysys 易观

www.analysys.cn

影响生育意愿的因素：经济基础是家庭考虑生育的首要条件

- 工作和家庭经济水平是影响生育意愿的重要因素，因生育子女会带来抚养成本的增加。
- 选择暂时不要孩子的，多是满足于当下的生活状态；抚养精力不足和住房问题是二孩生育意愿下降的重要原因。

影响生育意愿的因素

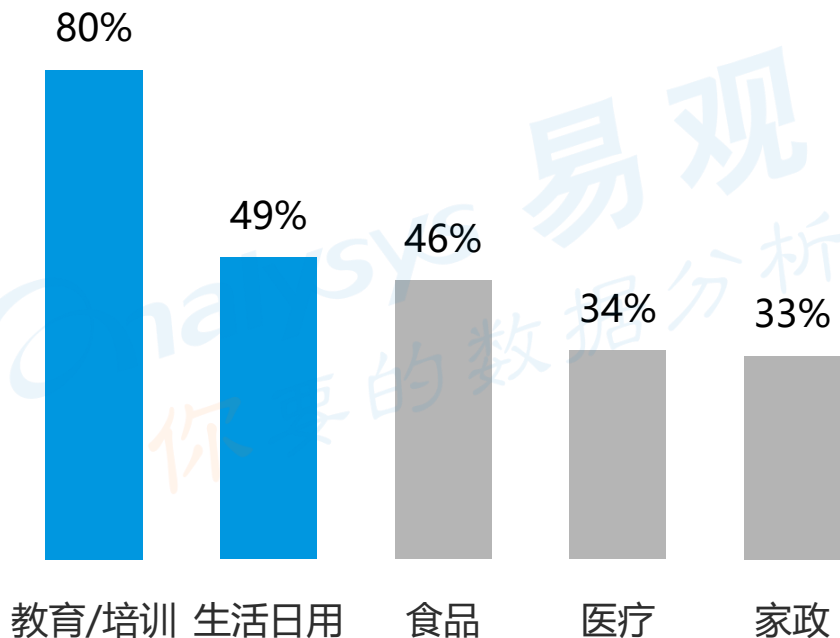


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

生育带来的直接成本：教育和生活开支明显增多

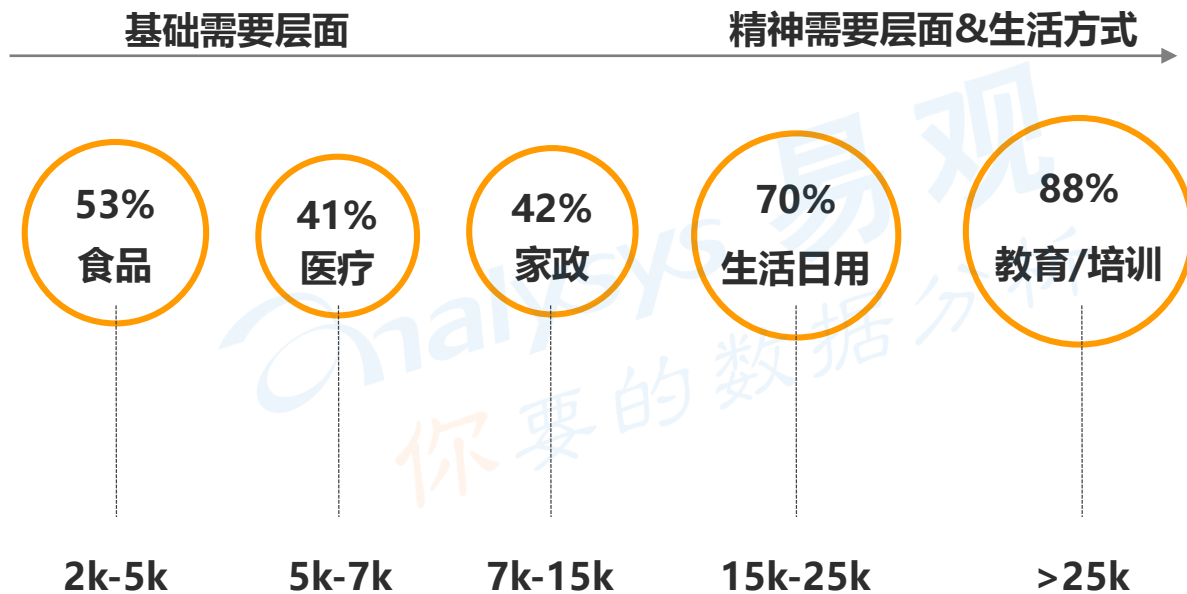
- 生育小孩后，教育消费、家庭生活用品上的开支将明显增加，特别是教育。教育负担明显加大一方面是由于大多数中国家长都将对子女的教育投资放在首位，另一方面，教育内容的多元化倾向以及幼儿接受教育年龄段的提前，使得家庭教育压力更为沉重。
- 不同收入群体对直接支出明显增多的方面感受不尽相同。月收入在5k以内的，感受支出明显增加的为食品；月收入在5k-7k的，感受支出明显增加的为医疗这类基础需要层面的消费；月收入在7k-15k的，家政支出会感受明显；月收入在15k-25k的，对生活日用的品质消费会提高，月收入>25k的，精神需要层面教育/培训的直接消费支出会更多。

直接支出：感觉会明显增加的方面



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

不同收入群体对直接支出增加的感受



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

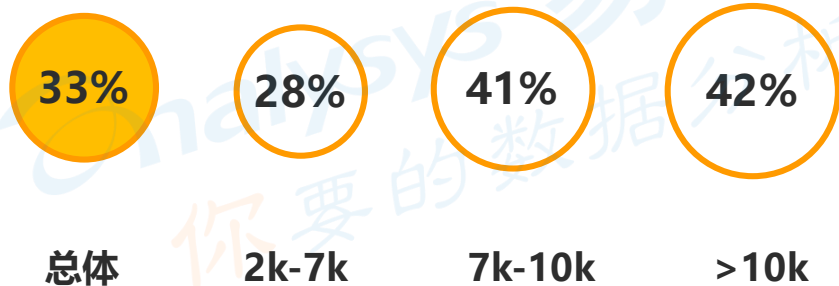
生育带来的直接成本：保姆和月嫂是有孩家庭的新消费

- 生育小孩后，在保洁外，中产阶级家庭对有专业育儿经验的保姆和月嫂的刚性需求更为明显。现代家庭由于收入水平提升，消费观念已有很大转变，除了让父母帮带孩子外，也会请专业的月嫂、保姆来辅助解决育儿问题，保姆、月嫂需求激增。

在生育小孩的家庭中，
有近**三分之一**的消费者有过家政方面的支出

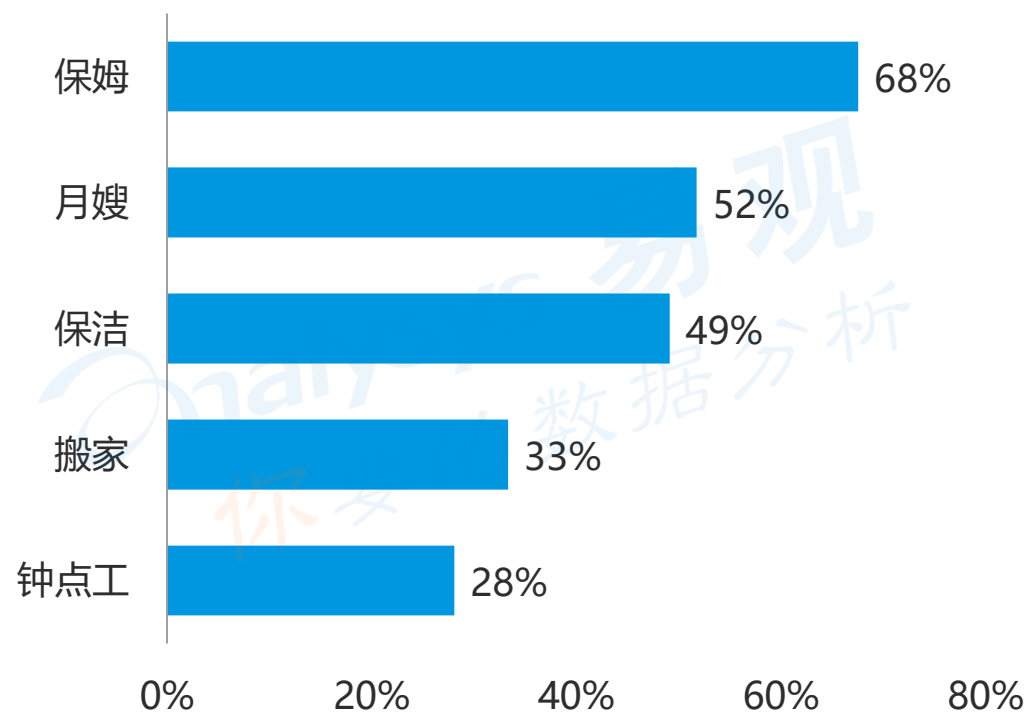
受访者感觉家政方面开支明显增加

- 高收入家庭对于家政需求更为明显



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

家政支出增加的方面

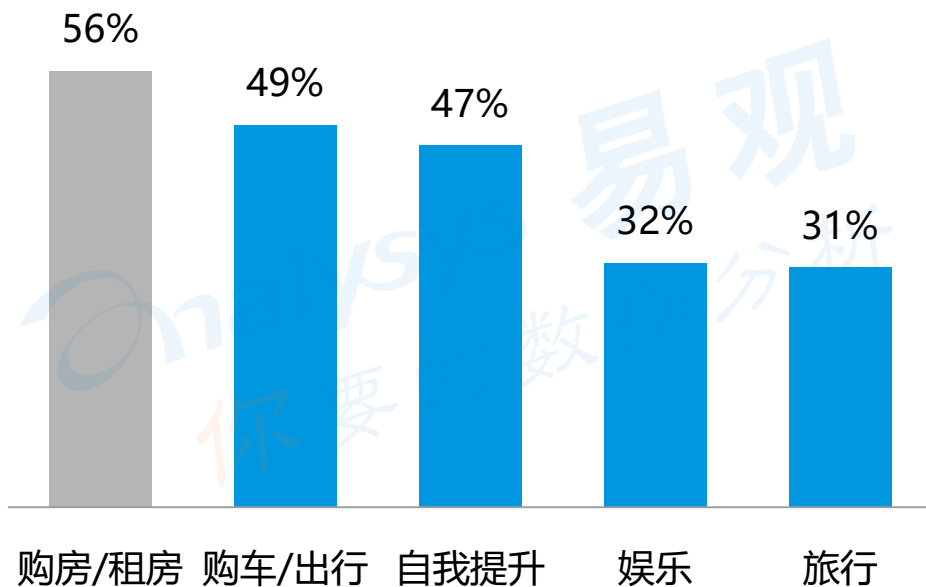


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

生育带来的间接成本：在提升家庭精神生活层次上的花费会相应提高

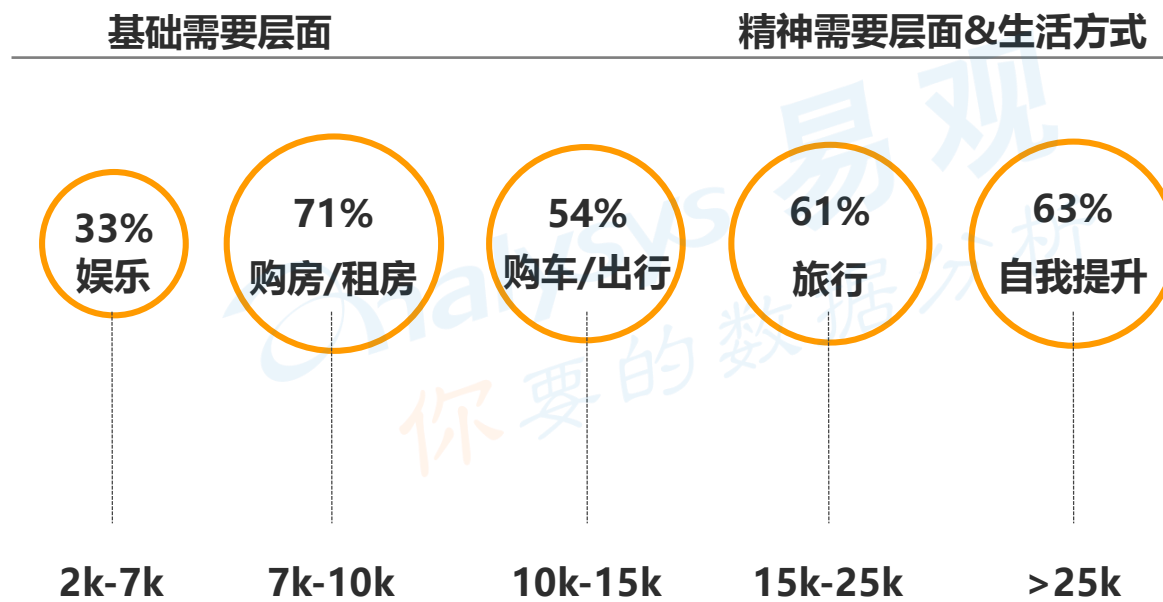
- 除直接花费以外，因创造适宜孩子成长环境而增加的间接花销也会不少，从购房、购车到家庭旅行皆包括在内。
- 不同收入群体对间接支出明显增多的方面感受也不一致。月收入在7k以内的，会明显感受到在娱乐上的开销增大；月收入在7k-10k的，在购房/租房上会增大投入；月收入在10k-15k的，会增加购车的预算；月收入在15k-25k的，会为家庭亲子旅行计划，开拓孩子视野而增加消费；月收入在25k以上的，会对自我提升增加更多花费以更好的引导孩子成长。总之，收入越高的家庭越重视增强对孩子见识、学习意识等精神需要层面的正面影响。

间接支出：感觉会明显增加的方面



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

不同收入群体对间接支出增加的感受

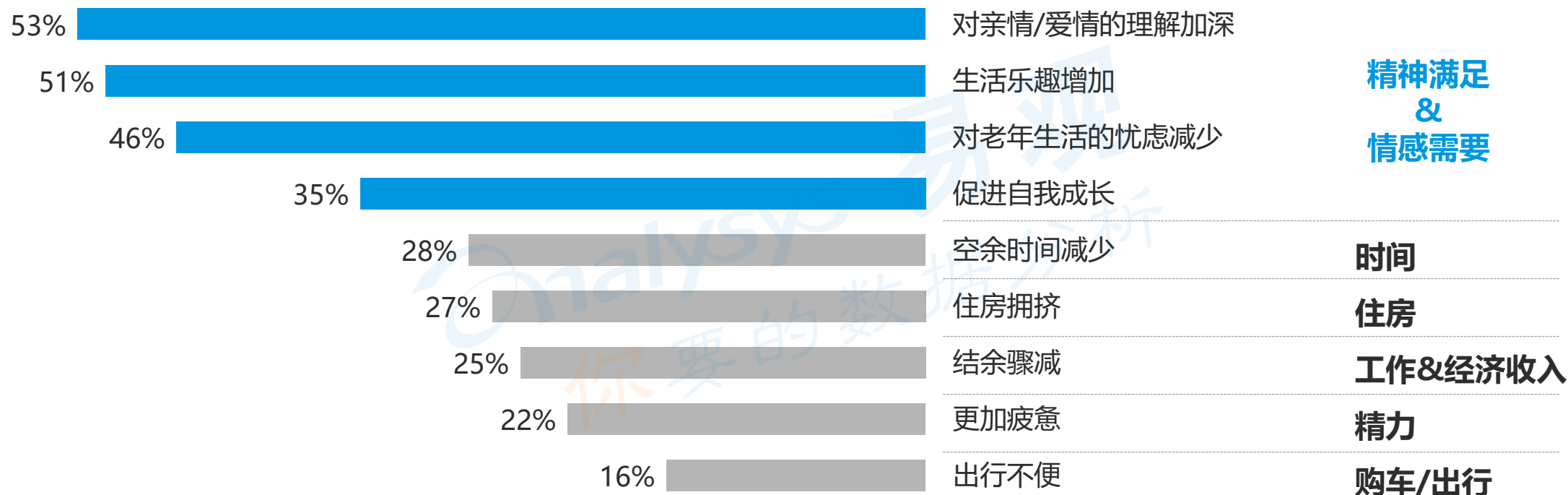


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

生育带来的收益：带来精神层面和情感链接的愉悦

- 养育小孩虽然需要面对较高的经济成本和时间成本，但同时也会获得更多精神和情感层面的收益，既包括收获当下家庭亲子时光的欢乐，也让自己的晚年生活有了亲情陪伴等。

养育小孩所带来的生活变化

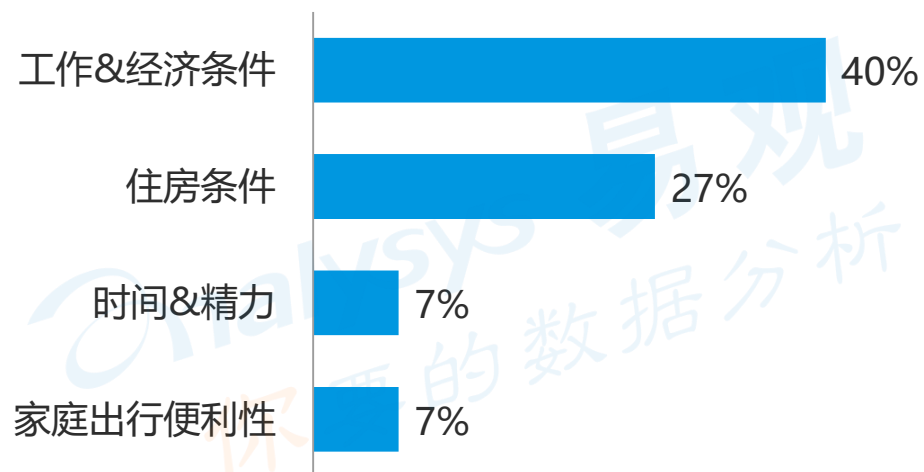


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

提高生育意愿的方式：解决经济负担和看护问题

- 物质条件的提高对二孩生育意愿的影响较生育第一个子女时更为深刻。
- 解决生育一孩的经济和住房负担，生育二孩的子女照料和生活环境便利性等问题，将提高生育意愿。

提高一孩生育意愿因素

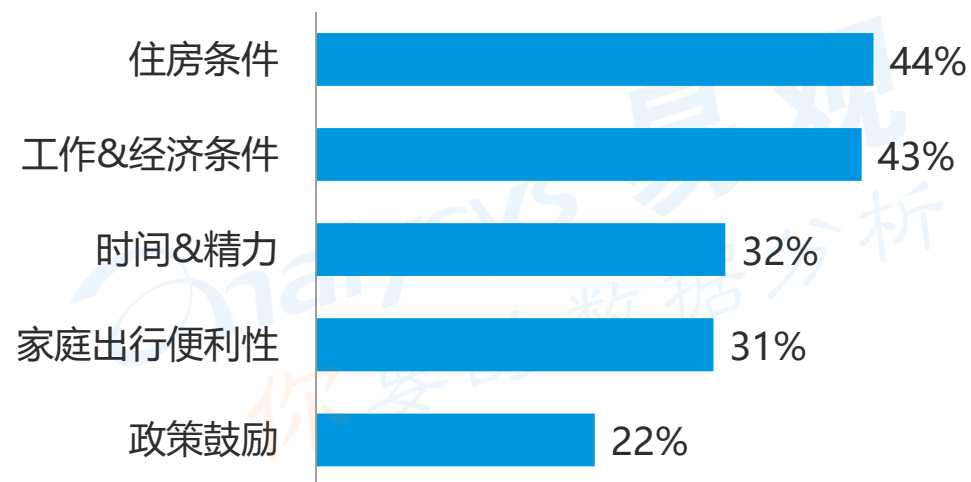


数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

© Analysys 易观

www.analysys.cn

提高二孩生育意愿因素



数据说明：数据来自2019年2月易观关于大众生活态度的网络调研。

© Analysys 易观

www.analysys.cn



当前母婴亲子行业的实践案例

© Analysys 易观

www.analysys.cn

企业分类：综合生活服务平台与垂直育儿服务平台互补发展

- 生活改善和育儿观念升级，促进家庭生活服务 and 育儿需求进一步分化。相应的，在供给侧，围绕养育小孩的家庭生活相关服务和解决孩子健康、教育、游乐需求的垂直育儿服务也通过优势互补得以共同发展。
- 综合类平台重点解决围绕有孩家庭所产生的家庭类消费及辅助育儿的需求；垂直类平台则以孩子为需求中心，多元化解决孩子教养方面的问题。

家庭育儿服务闭环



58同城：围绕家庭日常生活事务构建内容和服务生态，满足家庭育儿的现实需求

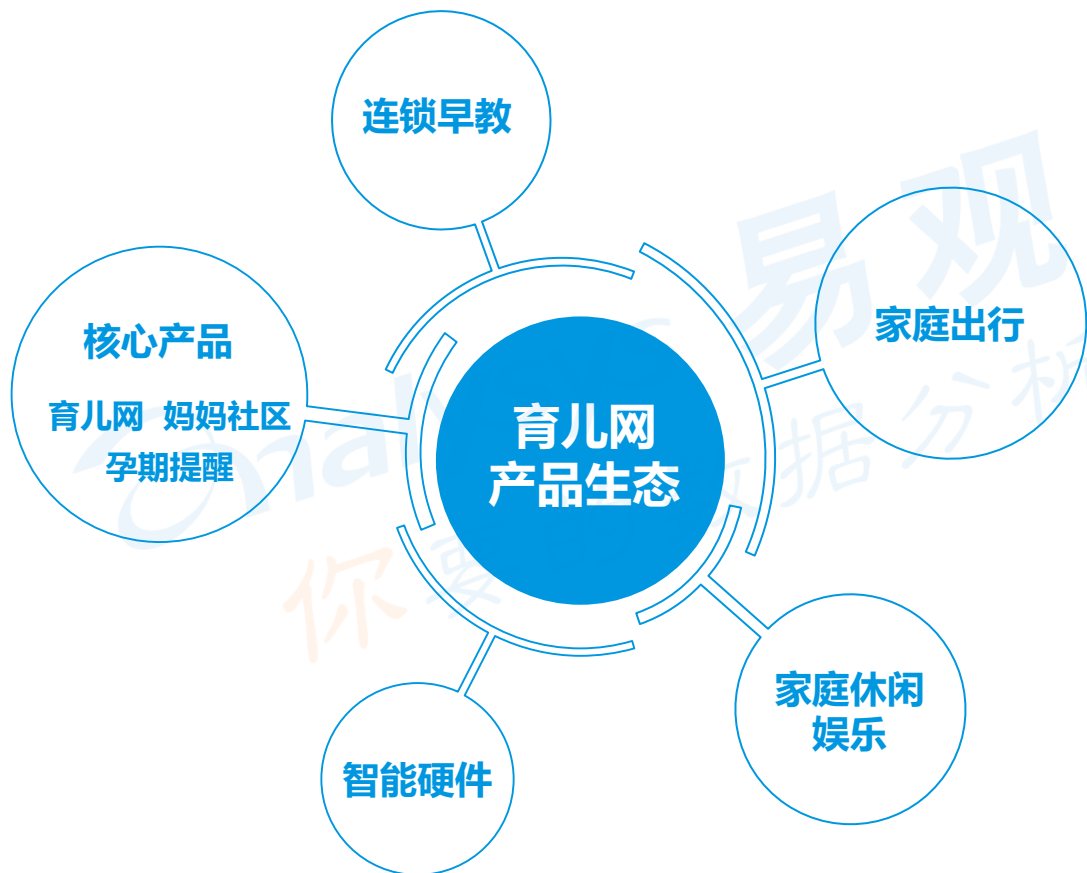
综合生活服务平台代表—— 58同城



- 人们收入水平提高带来的对生活品质要求的提升，以及全面二孩政策的放开带来的家庭人口与事务增多，使得家庭生活服务改善性消费正转变为众多家庭的刚性需求，包括家务劳动、月嫂护理、生活百事在内的大量家政和家庭照料方面的现实需求不断溢出。
- 58同城作为国内领先的分类信息和本地生活服务平台，在本地生活长尾服务领域具备天然优势。在满足家庭育儿服务需求方面，平台依托多元生活场景和内部流量资源的互通，使本地生活服务内容不断渗透至家政保洁、保姆月嫂、亲子早教等育儿场景，并向更广阔的大众生活一站式服务平台的方向延展。

育儿网：形成以家庭为核心向外扩展的家庭生态，打造智慧家庭生活方式

垂直育儿服务代表——  育儿网
www.ci123.com



- 育儿网是集网络媒体/资讯/社区/互动服务/电子商务/智能硬件为一体的综合性育儿和教育平台，属垂直母婴服务平台。
- 育儿网通过投资、合作方式，涉足母婴社区、连锁早教、家庭出行、智能硬件、家庭休闲娱乐等多个与母婴相关领域，打造“社区+内容+服务”的产品结构，形成以家庭为核心向外扩展的新母婴生态。



对于母婴亲子行业的一些猜想和展望

© Analysys 易观

www.analysys.cn

育儿现实问题和消费理念转变造就的母婴亲子行业机会

幼托市场发展潜力巨大



为切实减轻家庭育儿负担，托育服务供给将进一步加快，除公办的普惠性幼托所外，有序规范的企业托育和社区托育市场也将获得良好的成长空间。

家政服务成为更多家庭现实刚需



随着城市家庭消费能力的提升，以及辅助育儿需求的增加，家政服务需求将转变为更多家庭的现实和刚性需求，围绕“家庭场景”提升物质和精神生活层次的改善性消费也将增加。

早教和亲子陪伴教育市场前景光明



新时代下科学育儿理念的传播和推广，将推进早教、智启课市场在新生代和新中产家庭中普及。而陪伴式育儿理念的流行，将会孕育出新的市场机会，或将出现更多的亲子陪伴游戏和成长教育平台。

1.
安居乐业是大众不变的追求

2.
职场生涯是安居乐业日益精进的立足点

3.
住家生活是安居乐业不忘初心的出发点

4.
代步出行是安居乐业成长共鸣的结合点

5.
呵护养育是安居乐业温情和睦的落脚点

6.
**互联网生活服务平台
助力安居乐业**

助力安居乐业，综合生活服务平台具备更强竞争力

- 用户对于生活服务领域各个方面产生了大量、广泛的需求，同时这些需求未来还有巨大的增长潜力；
- 围绕用户需求，互联网综合生活服务平台与垂直生活服务平台借助各自资源能力提供不同价值，前者大而全，后者小而精；
- 考虑到品牌、流量优势以及对线下资源的整合能力显著，综合生活服务平台在提升决策效率、控制服务品质、赋能行业商户、串联消费场景等层面仍具备更高价值。



一站式解决多样化需求的综合生活服务平台

综合平台案例：58同城生态业务体系连接用户生活大事件

- 围绕人们在工作、住房、用车等方面的生活服务需求，58同城在招聘、房产、汽车、本地生活服务四大核心业务上不断纵深，搭建起一站式在线生活服务平台，而“找工作入职快”、“房东直租”、“二手车白菜价”等服务理念更是切实满足用户对安居乐业的美好向往。

58同城目前已经形成以招聘、房产、汽车、本地生活服务为核心的业务生态



58金融

其他内部孵化、投资的创新业务.....

数据驱动精益成长

在十九大报告中，习近平总书记提出了两个“奋斗十五年”——
在全面建成小康社会的基础上，到2035年我国将实现：人民生活更为宽裕，中等收入群体比例明显提高，城乡区域发展差距和居民生活水平差距显著缩小，基本公共服务均等化基本实现，全体人民共同富裕迈出坚实步伐。

Pictures for the New Era

人民是追求美好生活的直接主体，平台提供了相应需求具体解决办法，而政府是最核心的引导者。具体到2019年，关于“工作、住房、用车、育儿”，《政府工作报告》中列举了以下工作重点：

推动消费稳定增长

- 加快发展多种形式的婴幼儿照护服务
- 大力发展养老特别是社区养老服务业
- 稳定汽车消费，继续执行新能源汽车购置优惠政策
- 发展消费新业态新模式，促进线上线下消费融合发展
- 健全农村流通网络

多管齐下稳定和扩大就业

- 加强对城镇各类就业困难人员的就业帮扶
- 加强对灵活就业、新就业形态的支持
- 拿出1000亿元用于1500万人次以上的职工技能提升和转岗专业培训

深入推进新型城镇化

- 更好解决群众住房问题，落实城市主体责任，改革完善住房市场体系和保障体系
- 继续推进保障性住房建设和城镇棚户区改造
- 城镇老旧小区量大面广，要大力进行改造提升

本分析内容所涉及的城市线级分类，根据2016年4月25日《第一财经周刊》发布的标准划分：

一线城市

北京、上海、广州、深圳

新一线城市

成都、杭州、武汉、天津、南京、重庆、西安、长沙、青岛、沈阳、大连、厦门、苏州、宁波、无锡

二线及以下城市

一线和新一线之外的地级城市、省会城市

数据驱动精益成长

● 易观方舟

● 易观千帆

● 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号