

2021年 中国互联网家装行业概览

2021 China Internet Decoration Industry Overview

东方财富
www.leadleo.com

2021年中国インターネット内装業界の概要

概览标签：家装平台、互联网、O2O

报告主要作者：谢伊璇

2021/10

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

01

互联网家装赋能设计、施工、监理的较长家装服务链条，相较于传统家装服务更透明高效，同时保障业主权益与赋能家装企业

- 互联网家装自2014年兴起，根据中装协数据统计，2015年互联网家装公司数量多达200多家，细分领域包括3D设计、分享社区、流量平台、垂直服务、后市场、软装建材等等。其中较为主流的为垂直自营型和流量平台型的互联网家装公司。互联网家装公司旨在解决装修过程中信息不对称的问题，同时通过整合供应链、缩短建材流通环节，实现降本增效

02

互联网家装行业发展迅速，线上交易额与平台活跃用户规模双线增长

东方财富

- 2020年互联网家装线上交易额为567亿元，其中建材交易额69亿元，非建材交易额499亿元。预计到2025年互联网家装线上交易额有望达到1,426亿元。中国互联网家装活跃用户规模从2016年的1,617万增长至2020年的3,156万，增速明显。

03

互联网家装行业已逐渐发展成熟，未来行业下沉化、智能化趋势明显

- 依托互联网新兴技术，互联网家装行业将加深传统家装行业数字化转型，将家装知识服务与云计算、自然语言处理、深度学习等技术结合，打造专业化、标准化的家装知识库。通过VR、3D打印等技术实现线上智能全景装修效果图展示，凭借算法技术智能匹配装修团队与需求客户，智能推荐装修风格等。同时，拓展市场规模庞大的三四线城市家装市场，开拓新增长点。随着三四线城市人群消费水平提升、下沉市场将释放出巨大市场潜力

万亿市场的家装行业如何依托互联网实现产业升级？

2021年，在“双循环”、“住房消费”等政策的积极影响下，外加十四五期间，政府将家装行业列入大宗消费发展的重要一环，万亿市场的家装行业价值凸显。家装消费升级已成为大势所趋，居民实现从有房住到住好房的转变。而互联网的蓬勃发展赋能家装行业产业升级，解决了传统家装行业集中度低、装企服务质量水平不一、信息不对称等痛点，推动了家装市场的稳步发展，互联网家装市场空间巨大



目录

CONTENTS

◆ 名词解释	08
◆ 中国互联网家装行业综述	09
• 行业定义	10
• 发展历程	11
• 行业痛点	12
• 市场规模	13
◆ 中国互联网家装行业产业链分析	15
• 中国传统家装行业产业链	16
• 中国互联网家装行业产业链	17
• 产业链中游	18
• 产业链下游	19
◆ 中国互联网家装行业驱动因素与制约因素	20
• 驱动因素	21
• 制约因素	23
◆ 中国互联网家装行业相关政策	24
◆ 中国互联网家装行业发展趋势	26
• 下沉化	27
• 智能化	28
◆ 中国互联网家装行业企业案例	29
◆ 方法论	34
◆ 法律声明	35

东方财富
www.leadleo.com



目录

CONTENTS

◆ Terms	-----	08
◆ Overview of China Internet Decoration Industry	-----	09
• Definition and Classification	-----	10
• Development History	-----	11
• Pain points	-----	12
• Market Scale	-----	13
◆ Industry Chain Analysis of China Internet Decoration Industry	-----	15
• Industry Chain of China Traditional Decoration Industry	-----	16
• Industry Chain of China Internet Decoration Industry	-----	17
• Midstream of Industry Chain	-----	18
• Downstream of Industry Chain	-----	19
◆ Driving Factor and Constraining Factor of China Internet Decoration Industry	-----	20
• Driving Factor	-----	21
• Constraining Factor	-----	23
◆ Policy Analysis of China Internet Decoration Industry	-----	24
◆ Development Trend of China Internet Decoration Industry	-----	26
• Low Tier City Market	-----	27
• Technology and Intelligence	-----	28

www.leadleo.com

东方财富

目录

CONTENTS

◆ Company Case	-----	29
◆ Methodology	-----	34
◆ Legal Statement	-----	35

东方财富
www.leadleo.com

图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 中国建筑装饰企业数量与CR5, 2011-2020年	-----	10
图表2: 中国互联网家装行业CR5, 2017年	-----	10
图表3: 中国互联网家装行业发展历程	-----	11
图表4: 传统家装行业痛点与互联网家装平台解决方案	-----	12
图表5: 中国家装行业市场规模 (万亿元)	-----	13
图表6: 中国互联网家装线上交易额增长迅速	-----	14
图表7: 中国互联网家装活跃用户规模持续增长	-----	14
图表8: 中国传统家装行业产业链	-----	16
图表9: 中国互联网家装行业产业链	-----	17
图表10: 家装行业下游需求占比	-----	17
图表11: 互联网家装平台交易流程	-----	18
图表12: 互联网家装用户性别结构	-----	19
图表13: 互联网家装用户年龄结构	-----	19
图表14: 互联网家装用户使用互联网装修服务时的关注点	-----	19
图表15: 互联网家装用户渠道选择分布	-----	19
图表16: 中国GDP与居民人均可支配收入, 2014-2020年	-----	21
图表17: 中国居民人均居住类消费支出, 2013-2020年	-----	21
图表18: 中国城镇居民消费支出结构, 2008年	-----	21
图表19: 中国住宅商品房销售面积和增速, 2010-2020年	-----	22
图表20: 中国房屋竣工面积和增速, 2010-2020年	-----	23
图表21: 中国二手房销售套数, 2017-2020年	-----	23
图表22: 北上深二手房成交套数 (万套), 2015-2020年	-----	23
图表23: 互联网家装制约因素	-----	24

东方财富

www.leadleo.com



图表目录

List of Figures and Tables

图表24: 互联网家装行业相关政策	-----	25
图表25: 中国互联网家装人群城市分布	-----	27
图表26: 互联网家装人群覆盖率TOP5城市TGI指数	-----	27
图表27: 下沉市场消费者特点与用户规模	-----	27
图表28: BIM技术	-----	28
图表29: 3D云设计、VR	-----	28
图表30: 2014-2020年智能家居市场规模	-----	28
图表31: 中国智能家居产品用户需求度	-----	28
图表32: 齐屹科技公司主要业务	-----	30
图表33: 2019-2020年齐屹科技营业收入	-----	30
图表34: 2019-2020年齐屹科技毛利润与毛利率 东方财富	-----	31
图表35: 2019-2020年齐屹科技研发费用 www.leadleo.com	-----	31
图表36: 齐家网推出评分、直播功能, 在抖音、小红书等多渠道进行投放	-----	31
图表37: 2021年3月中国互联网家装平台月活用户	-----	31
图表38: 土巴兔公司主要业务	-----	32
图表39: 2020年土巴兔营业收入比例构成	-----	32
图表40: 2018-2020年土巴兔营业收入与净利润	-----	33
图表41: 2018-2020年土巴兔毛利率与净利率	-----	33
图表42: 2018-2020年土巴兔研发费用	-----	33
图表43: 2018-2020年土巴兔用户规模指标	-----	33



名词解释

TERMS

- ◆ **O2O: Online To Offline**, 即在线离线/线上到线下, 是指将线下的商务机会与互联网结合, 让互联网成为线下交易的平台
- ◆ **SaaS: Software as a Service**, 软件即服务, 是一种通过互联网提供软件的模式, 用户不用再购买软件, 而改用向提供商租用基于Web的软件, 来管理企业经营活动, 且无需对软件进行维护, 服务提供商会全权管理和维护软件
- ◆ **CPC: Cost Per Click**, 根据用户点击广告的次数收费的计费方式
- ◆ **CPT: Cost Per Time**, 根据广告时长收费的计费方式
- ◆ **CPA: Cost Per Action**, 根据用户做出行动的次数收费的广告计费方式
- ◆ **CPS: Cost Per Sales**, 根据用户实际销售额收费的广告计费方式
- ◆ **S2B2C**: 一种平台赋能于渠道商并共同服务与顾客的互联网商业服务模式。其中S为平台, B为渠道商, C为顾客
- ◆ **ERP: Enterprise Resource Planning**, 企业资源规划, 一种主要进行物质资源、资金资源和信息资源集成一体化管理的企业信息管理系统
- ◆ **BIM: Building Information Modeling**, 建筑信息模型, 是建筑学、工程学及土木工程的新工具。主要形容以三维图形为主、物件导向、建筑学有关的电脑辅助设计

www.leadleo.com



第一章：行业综述

Industry Overview



行业综述



产业链分析



驱动因素与
制约因素

东方财富



相关政策



发展趋势



企业介绍



头豹
LeadLeo

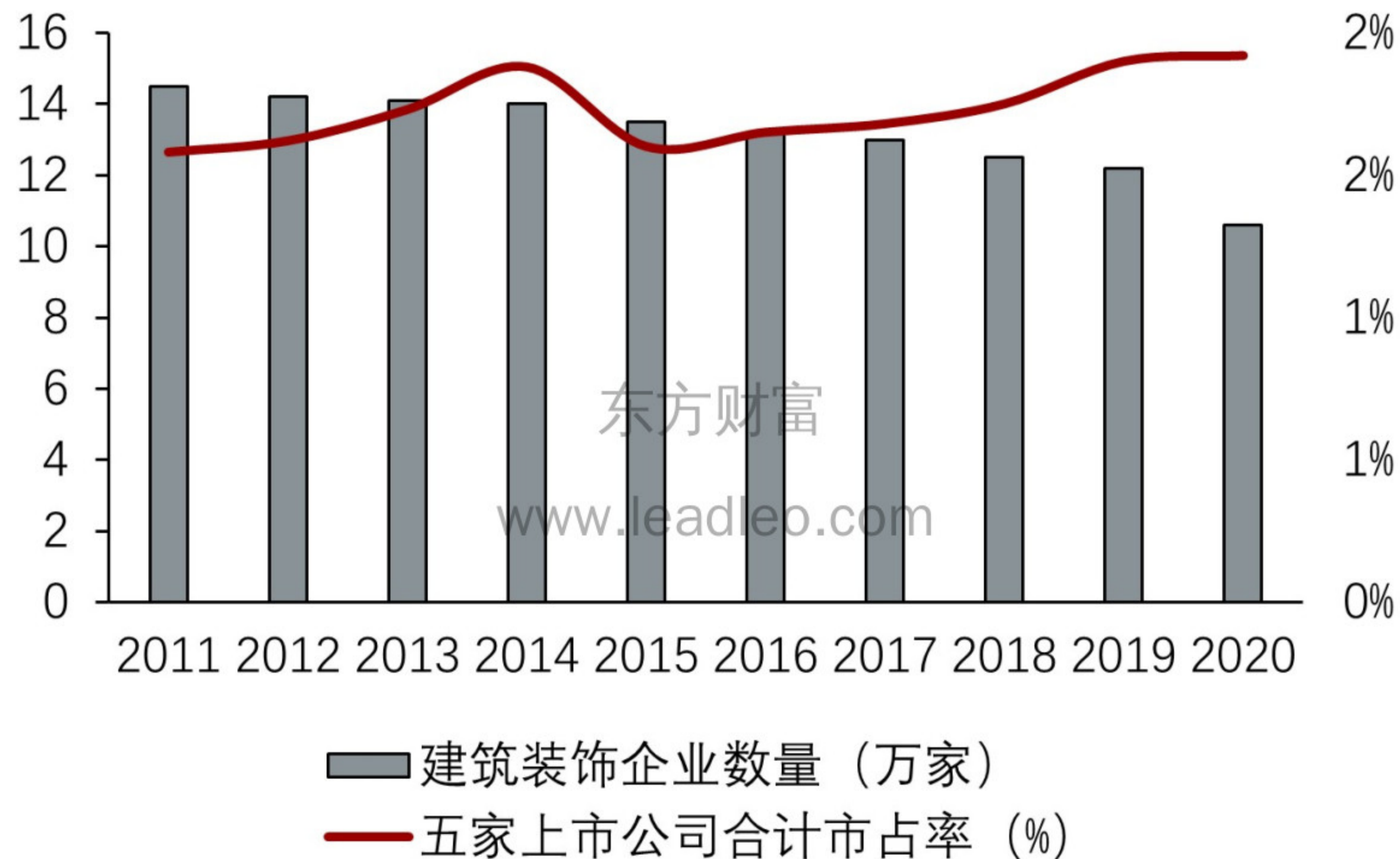
中国家装行业高度分散，家装企业数量众多，互联网家装依托互联网技术将家装服务整合到线上，自2003年开始已发展较为成熟，行业集中度较高

中国互联网家装行业定义

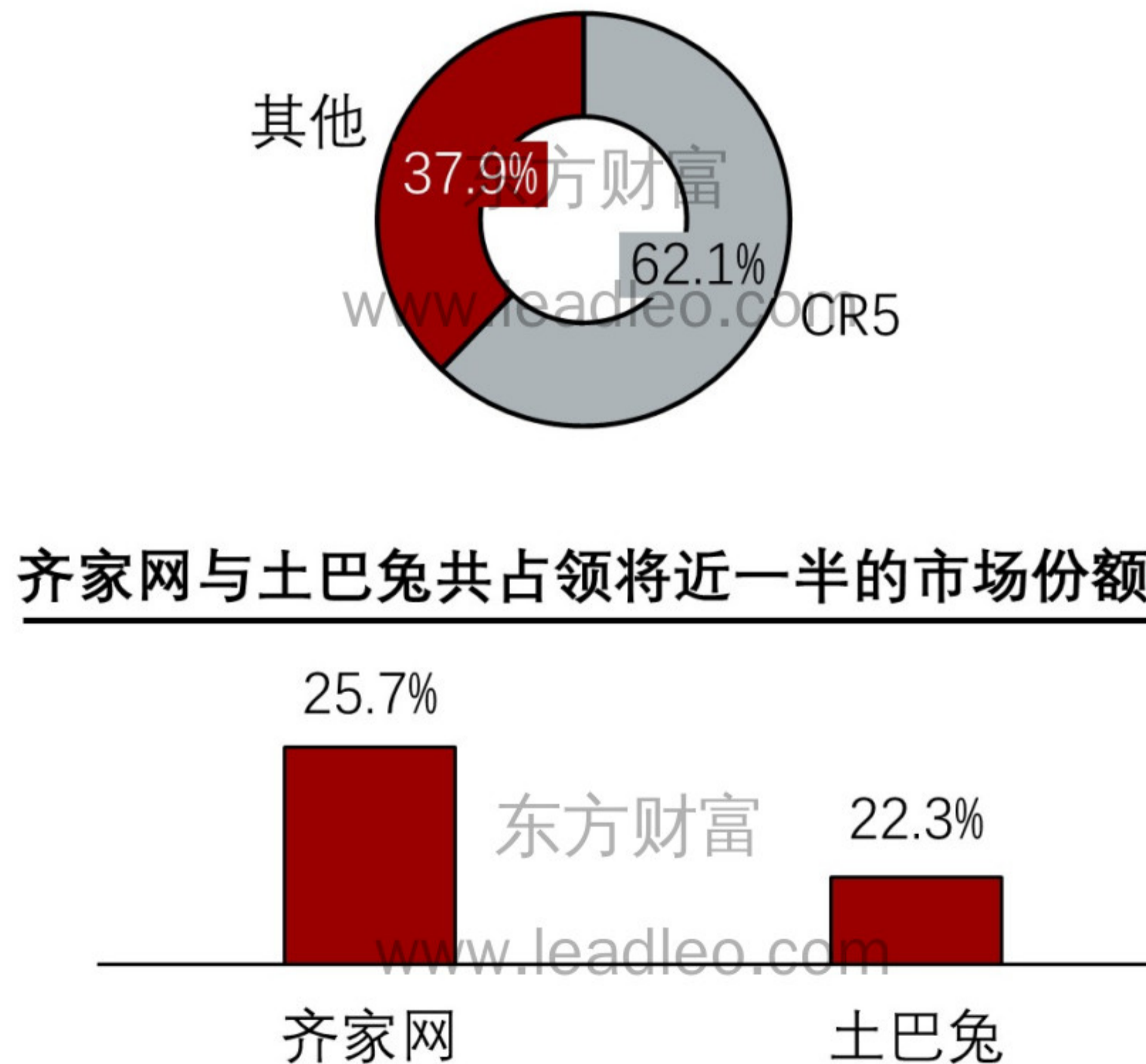
定义：
互联网家装是借助互联网思维和技术开展的家装业务模式，其目的是降低产业成本和提高产业效率。互联网家装以用户需求为核心，将线下家装产业链缩短并整合到线上，为消费者提供室内设计、建材家居、硬装施工、软装配饰等服务。互联网家装平台类型主要分为三种：平台型、垂直型与其他型

传统家装行业与互联网家装行业集中度对比

中国建筑装饰企业数量与CR5，2011-2020年



中国互联网家装行业CR5，2017年



头豹洞察

- 中国传统家装企业数量众多，行业集中度较低，CR5不超过2%。根据中国建筑装饰协会数据统计，2020年中国建筑装饰企业数量为10.6万家，相比2016年减少了2.6万家，退出市场的大多为缺少资质、主要承接散户装修的小微型企业。尽管包括金螳螂、江河集团、广田集团、亚厦股份、全筑股份五家上市装饰企业的市占率逐步提升，但目前CR5仍不足2%。家装行业集中度低体现在（1）家装服务标准化难，用户消费需求个性化程度高，差异化明显；（2）产业链较长，整合难度较大，建材采购议价能力不足；（3）服务高度依赖人工，施工流程不标准。
- 中国互联网家装行业高度集中，呈寡头垄断格局。根据弗若斯特沙利文数据，2018年中国互联网家装行业CR5占据62.1%的市场份额。头部互联网家装企业包括齐家网、土巴兔、爱空间等。早期互联网家装平台较少，龙头企业在初期快速抢占流量入口，形成强大的品牌效应，市场地位逐渐凸显。

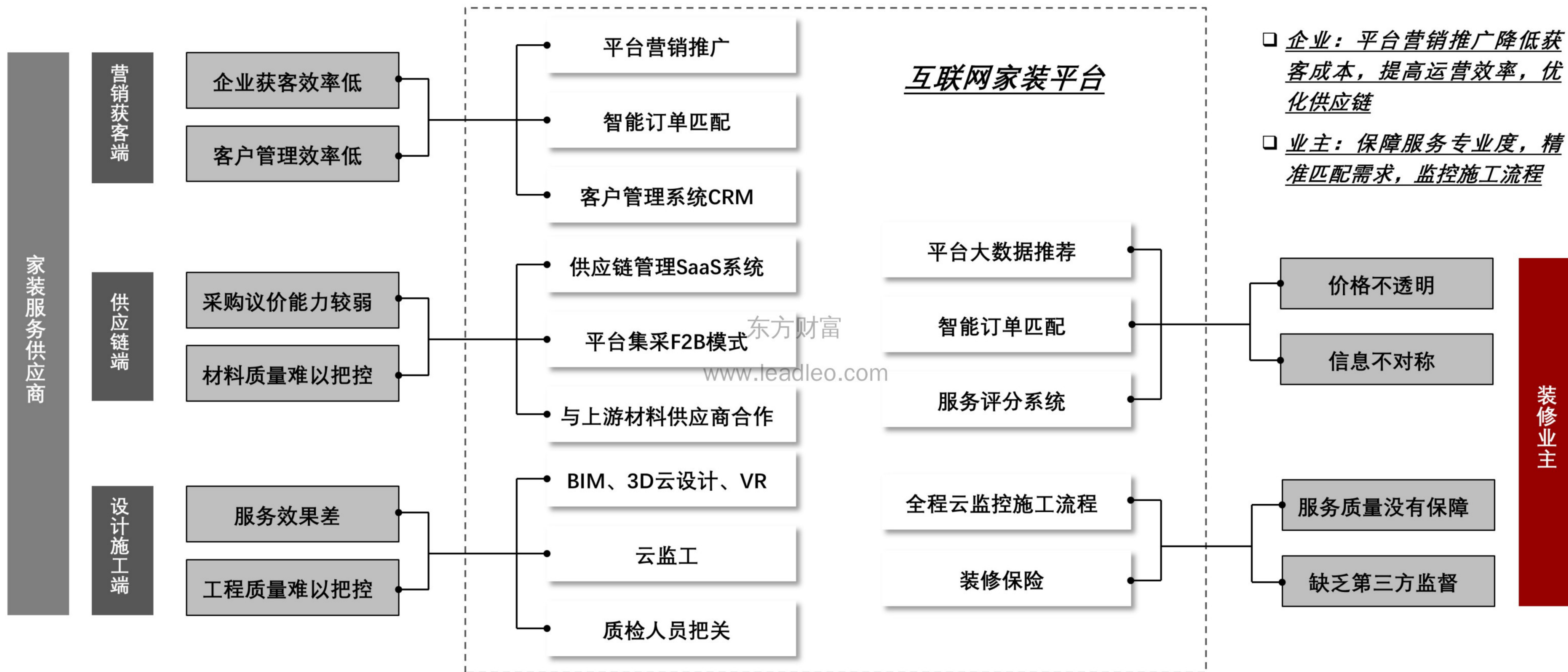
来源：中国建筑装饰协会，弗若斯特沙利文，头豹研究院编辑整理



中国互联网家装行业发展历程



传统家装行业痛点与互联网家装平台解决方案



中国家装行业市场规模（万亿元），2016-2025E



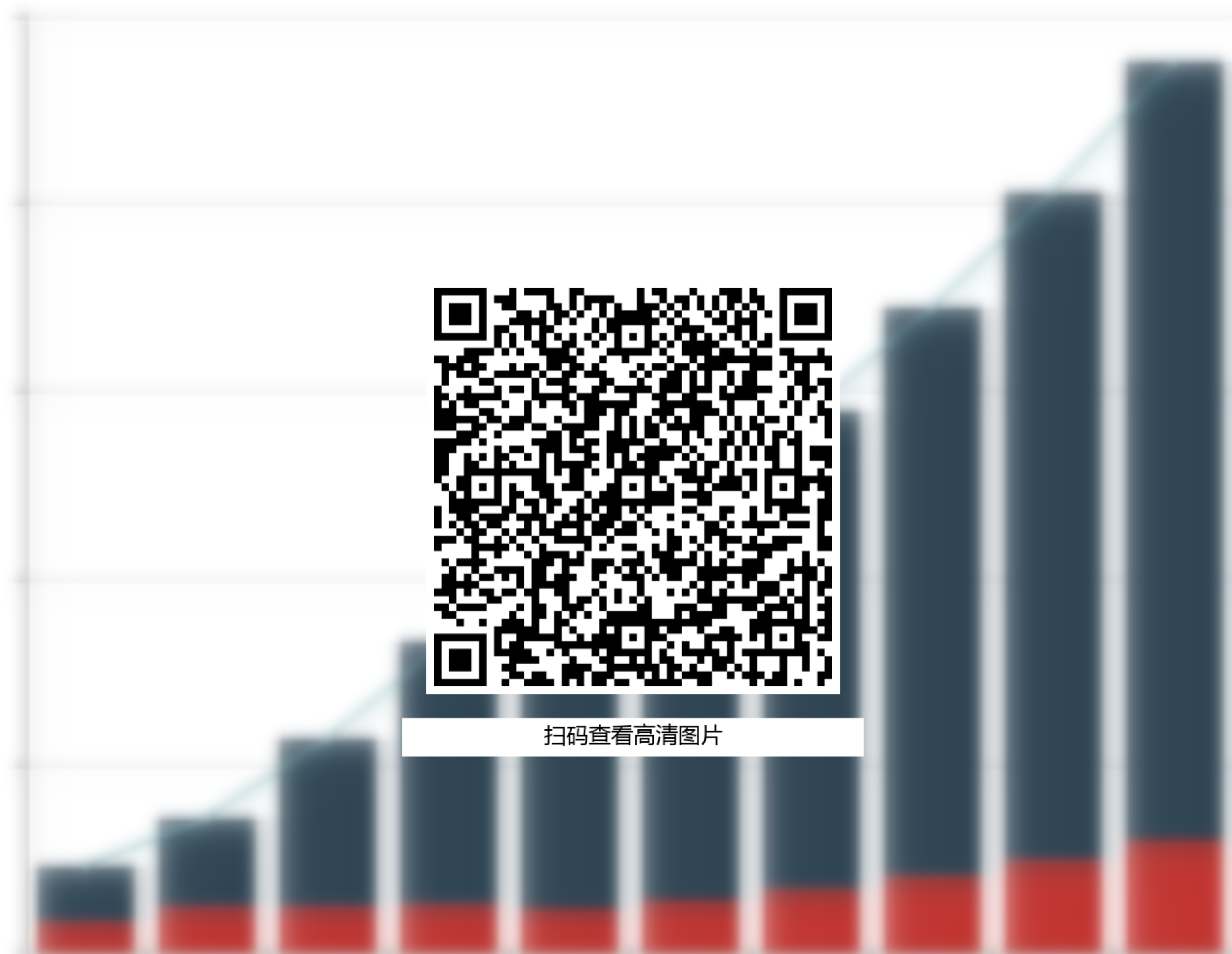
<https://www.leadleo.com/sizepro/details?id=61970ee1c653e103f49361ce&core=61a95e54bb18e10454212a8d>

来源：土巴兔，头豹研究院编辑整理

头豹洞察

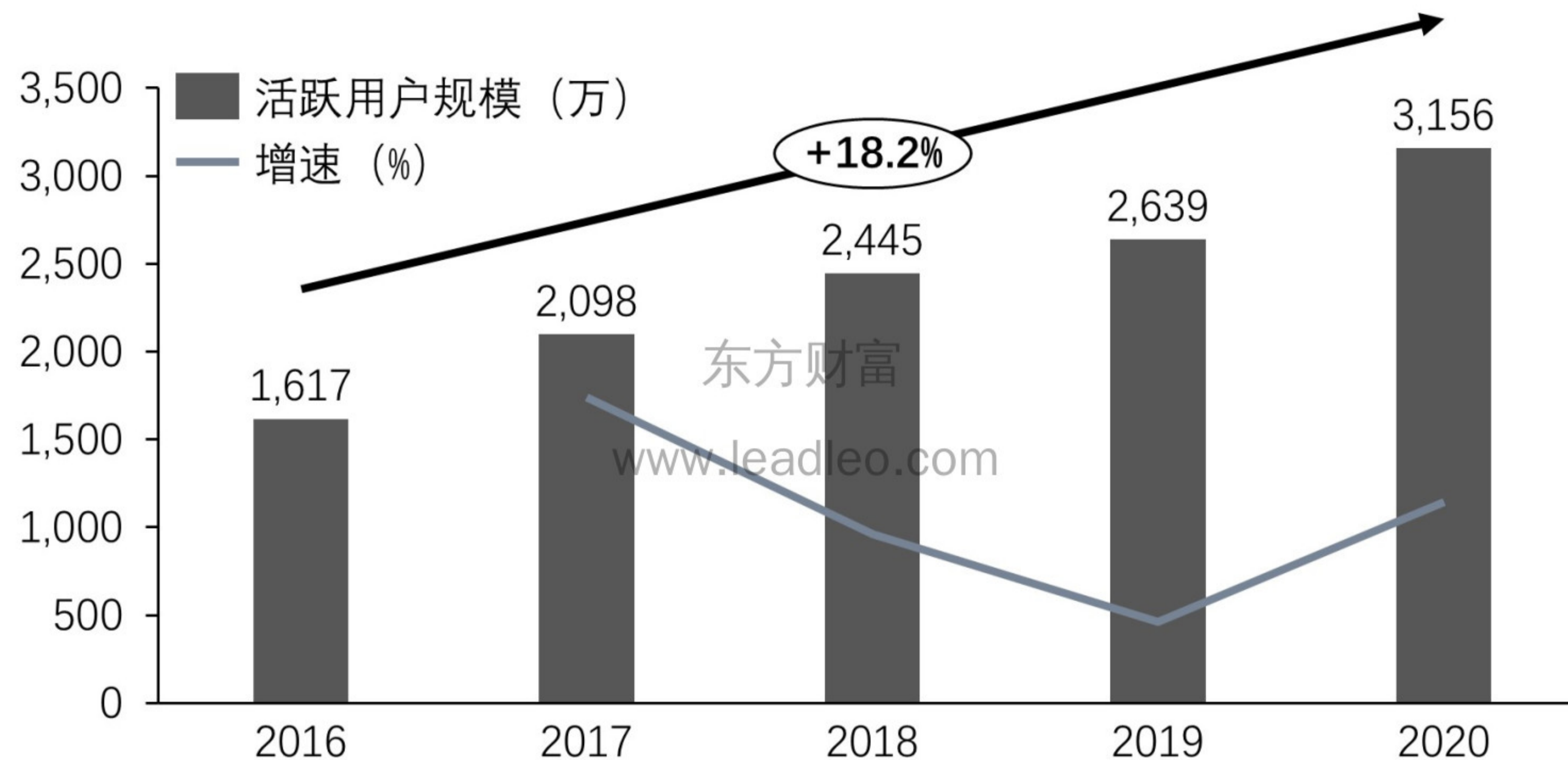
- 中国家装行业市场规模高达万亿，未来增速平稳。2016-2020年，中国家装市场的规模由2016年的2万亿元增长至2020年的2.6万亿元，年均复合增长率为6.5%。2020年受疫情影响增速略微下滑，预计2021年将实现补偿性增长。2020-2025年，中国家装市场的规模由2020年的2.6万亿元预计增长至2025年的4.0万亿元，年均复合增长率为9.0%，高于过去五年的行业增速，实现持续增长。家装行业刚需属性较强，随着居民消费升级与消费升级，家装行业发展趋势较为稳健。
- 按房源类型看，二手房与存量房成为未来家装需求增长的主要驱动力。2020-2025年二手房与存量房家装市场规模年复合增长率分别达19.1%和20.1%，均远超前于行业整体平均。在新房增量有限的情况下，二手房与存量房有望成为驱动家装行业增长的主力军。

中国互联网家装线上交易额增长迅速



<https://www.leadleo.com/sizepro/details?id=619710c0c653e103f49362c8&core=61a95e5fbb18e10454212acb>

中国互联网家装活跃用户规模持续增长



- 互联网家装市场规模持续高增长。根据招股书数据，2016年中国互联网家装线上交易额567亿元，2016-2020年复合增长率达42.4%，其中2020年线上家装服务（非建材）交易额达499亿元，占总体约九成。预计2025年互联网家装线上交易额将达到1,426亿元，2020-2025年复合增长率达20.2%。
- 根据Fastdata数据，2020年中国互联网家装活跃用户数达到3,156万，相比2016年的1,617万增长了近1,500万用户，2016-2020年复合增长率18.2%。在疫情的影响下家装线上化趋势将愈发明显，互联网家装平台精准解决供需两端问题，促进互联网家装市场规模持续增长。

第二章节：产业链分析

Industry Chain Analysis



行业综述



产业链分析



驱动因素与
制约因素

东方财富



相关政策



发展趋势

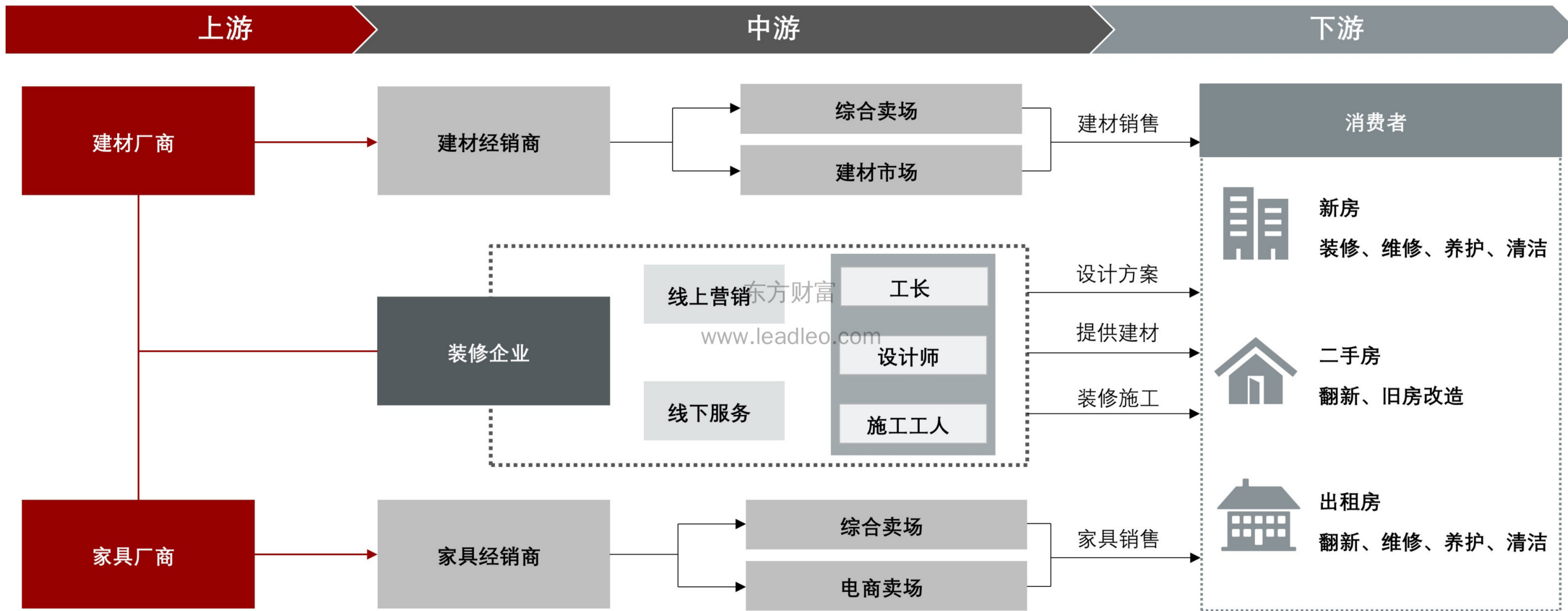


企业介绍



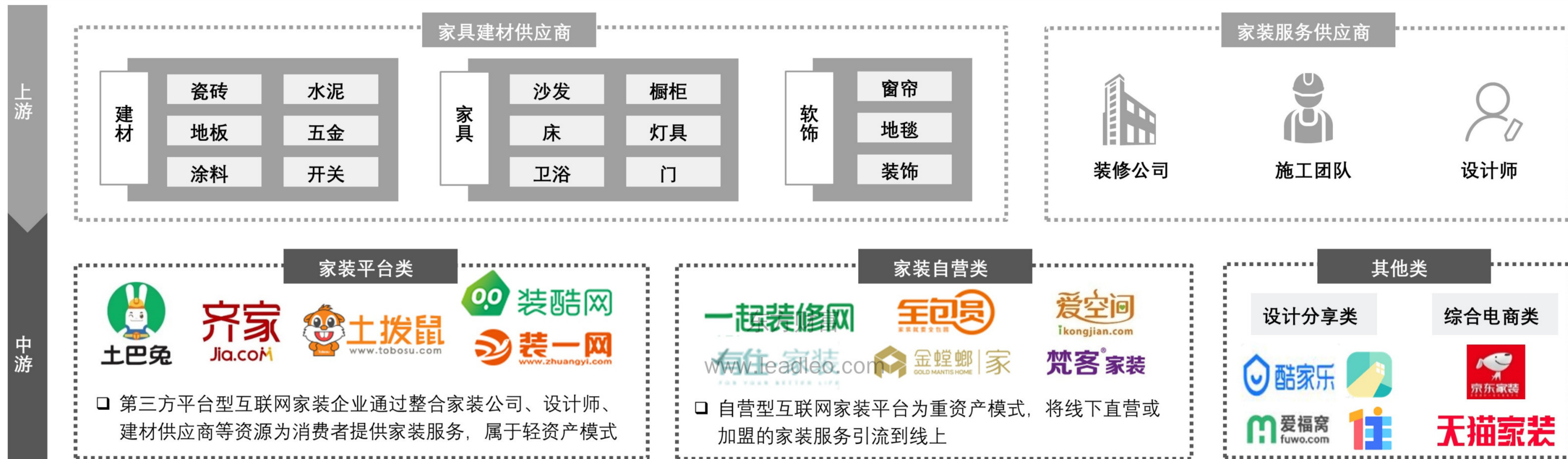
中国传统家装行业产业链较长，参与者众多，包括上游家具建材厂商，中游建材经销商、装修公司、家具经销商，以及下游的新房、二手房、翻新房的需求客户

传统家装行业产业链

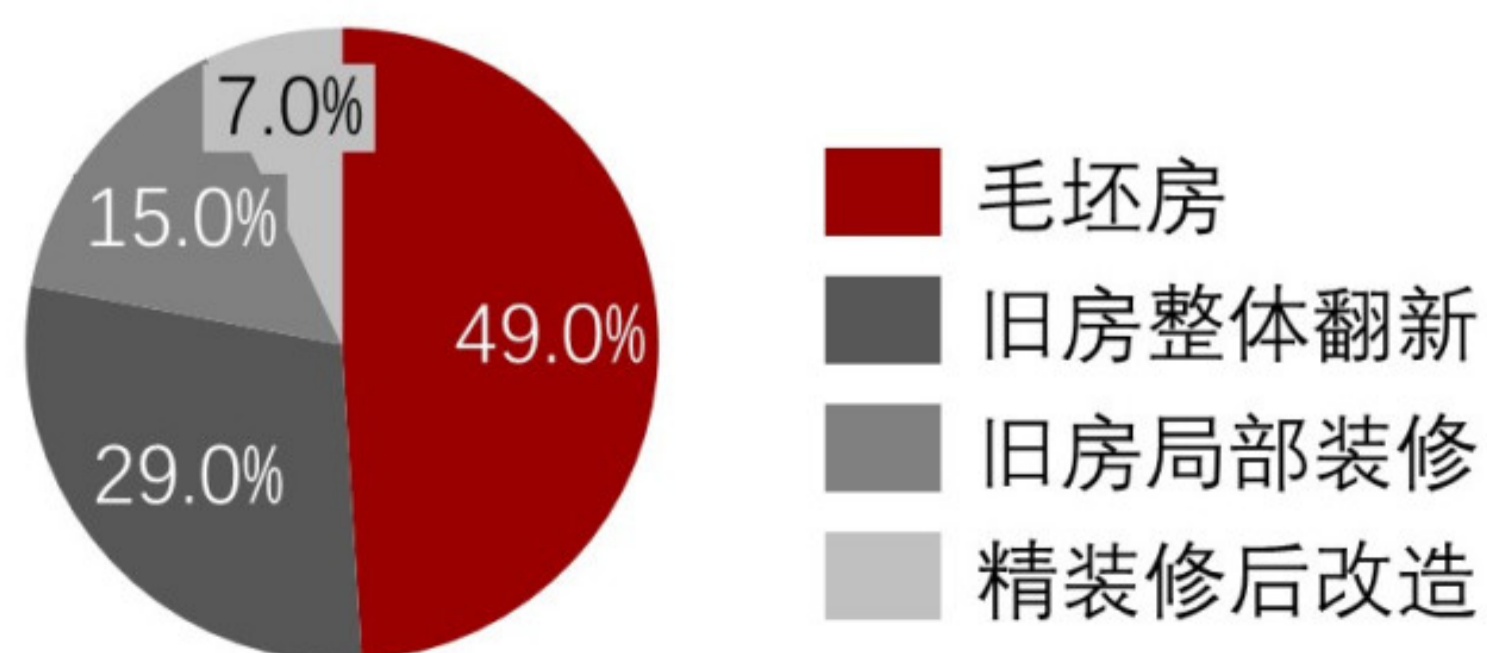


互联网家装产业链上游包括家具建材供应商与家装服务供应商，中游分为平台型、自营型、其他型企业，下游消费需求主要以新房与二手房装修为主

互联网家装行业产业链



家装行业下游需求占比



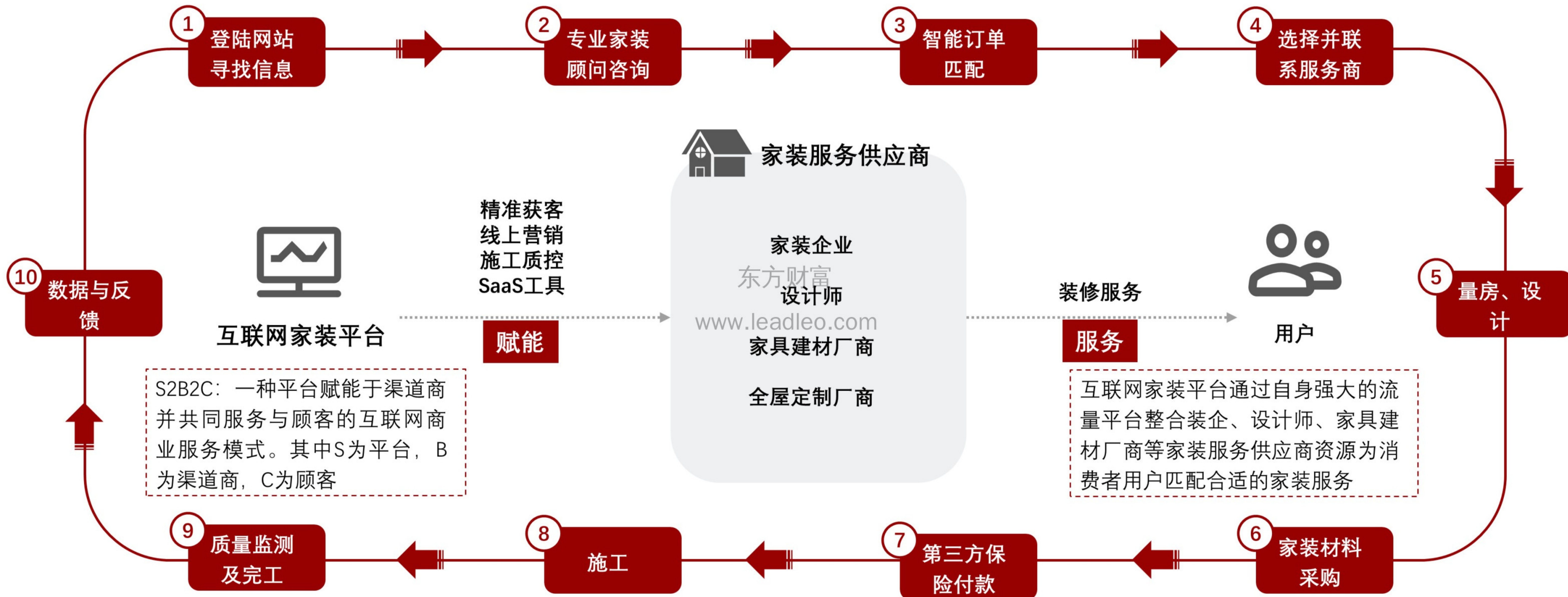
□ 新房装修仍是家装消费市场的主要需求，占家装市场总需求 **49%**，旧房翻新和装修需求比例逐渐提升，占总体的 **44%**

高中低端消费者对互联网家装服务的需求

	质量	设计	价格	环保
高端	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●○
中端	●●●●○	●●●●○	●●●●○	●●●○○
低端	●●●○○	●●●○○	●●○○○	●●○○○

来源：头豹研究院编辑整理

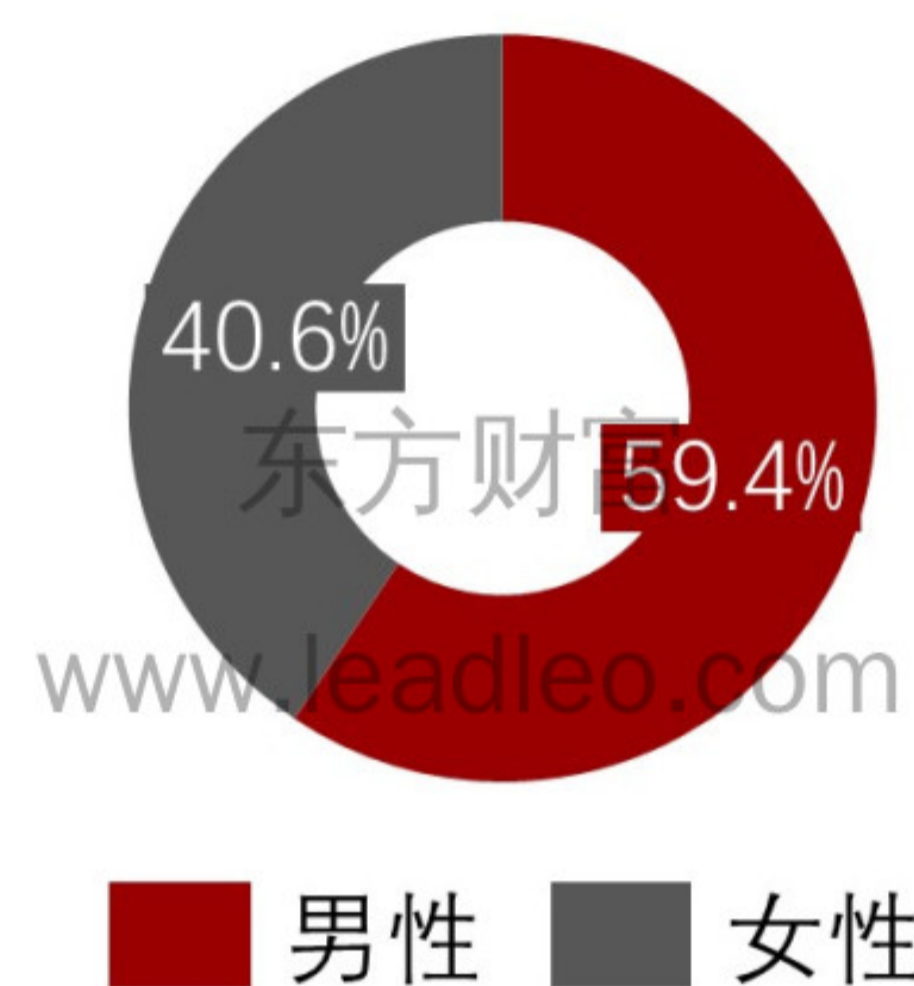
互联网家装平台交易流程



来源：土巴兔，头豹研究院编辑整理

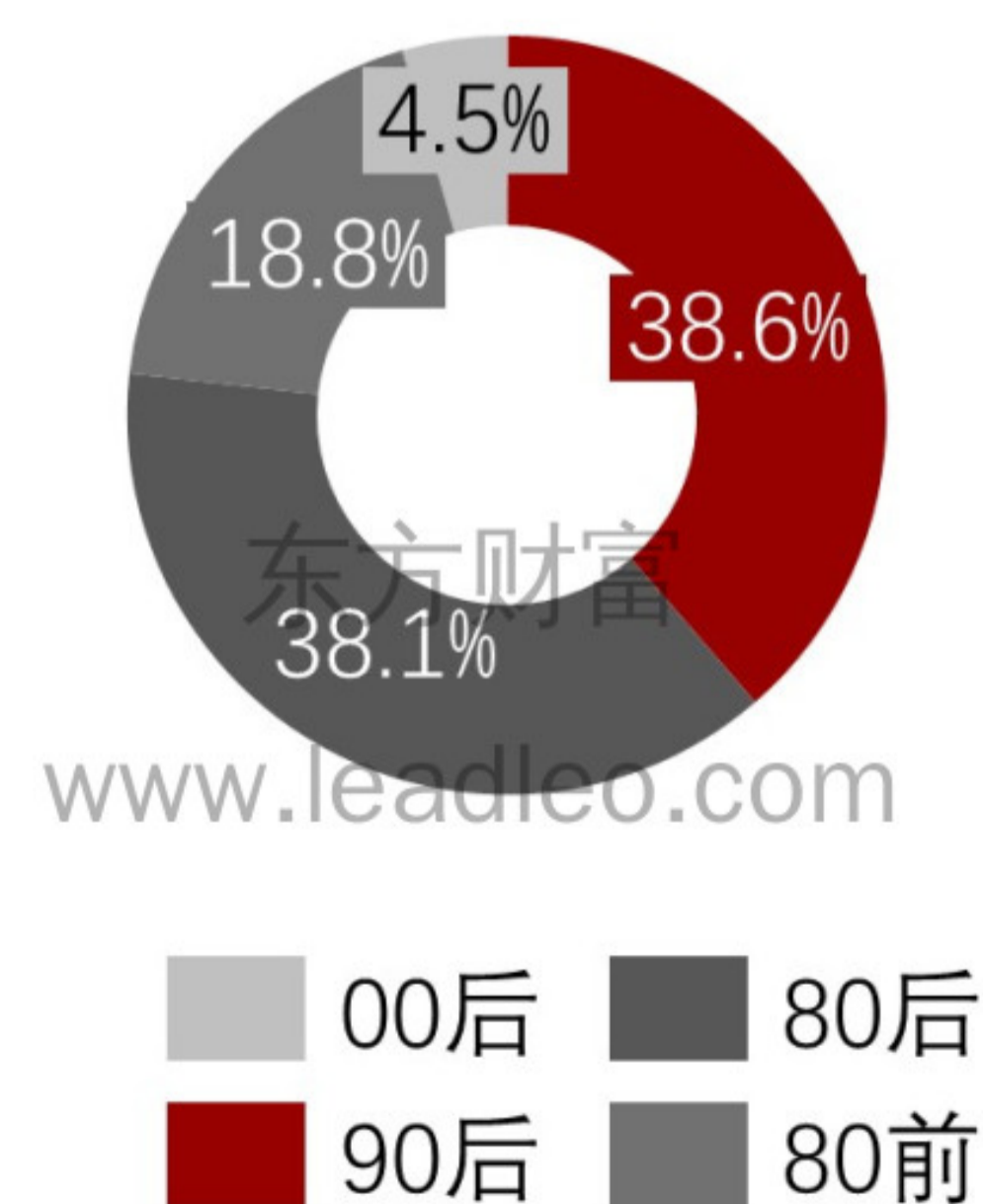
互联网家装用户画像

互联网家装用户性别结构，2020年



互联网家装用户男女比例均衡，男性占总数的**近六成**，更青睐于方便快捷的线上家装。

互联网家装用户年龄结构，2020年

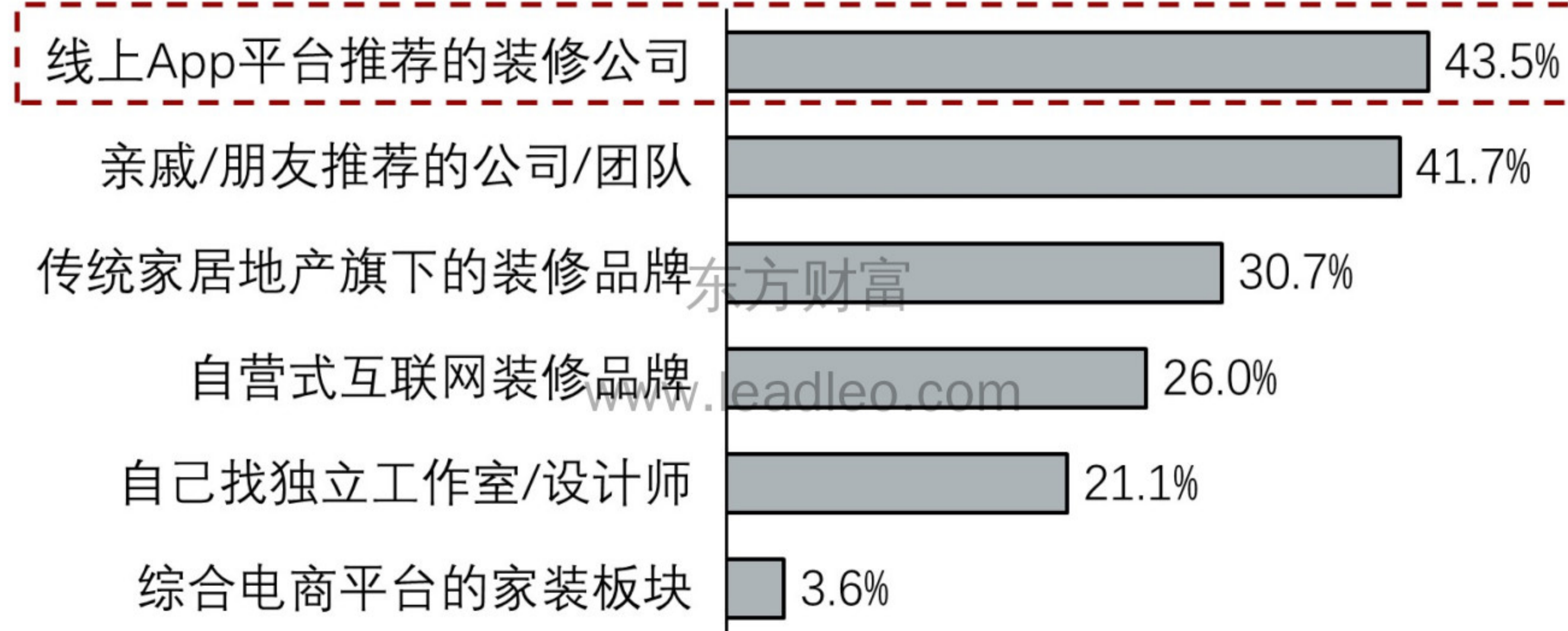


90后超过80后成为互联网家装主力，占总数的**38.6%**，00后异军突起，占比约**4.5%**。

互联网家装用户使用互联网装修服务时的关注点



互联网家装用户装修渠道选择分布



头豹洞察

- 互联网家装用户的关注点众多，最受用户重视的是家具建材的质量，占比达到**74.6%**。超过六成的用户看重装修服务质量、售后保障、施工团队水平、环保、质检服务等。另外，附加费用、签约规范也是用户的关注点之一。
- 互联网家装人群在选择装修服务时倾向线上互联网家装App平台推荐或亲友推荐的装修公司，两种渠道分别占比**43.5%**与**41.7%**。对于互联网家装用户而言，便捷性与口碑是他们选择家装服务的重要要素。相比于传统的家装渠道，互联网家装平台整合了大量的优质家装服务资源，兼具个性化与专业化，能够帮助用户快速筛选，匹配服务需求，符合新时代方便、个性、快捷的消费趋势。

第三章：驱动因素与制约因素

Driving Factor and Constraining Factor



行业综述



产业链分析



驱动因素与
制约因素

东方财富



相关政策



发展趋势



企业介绍

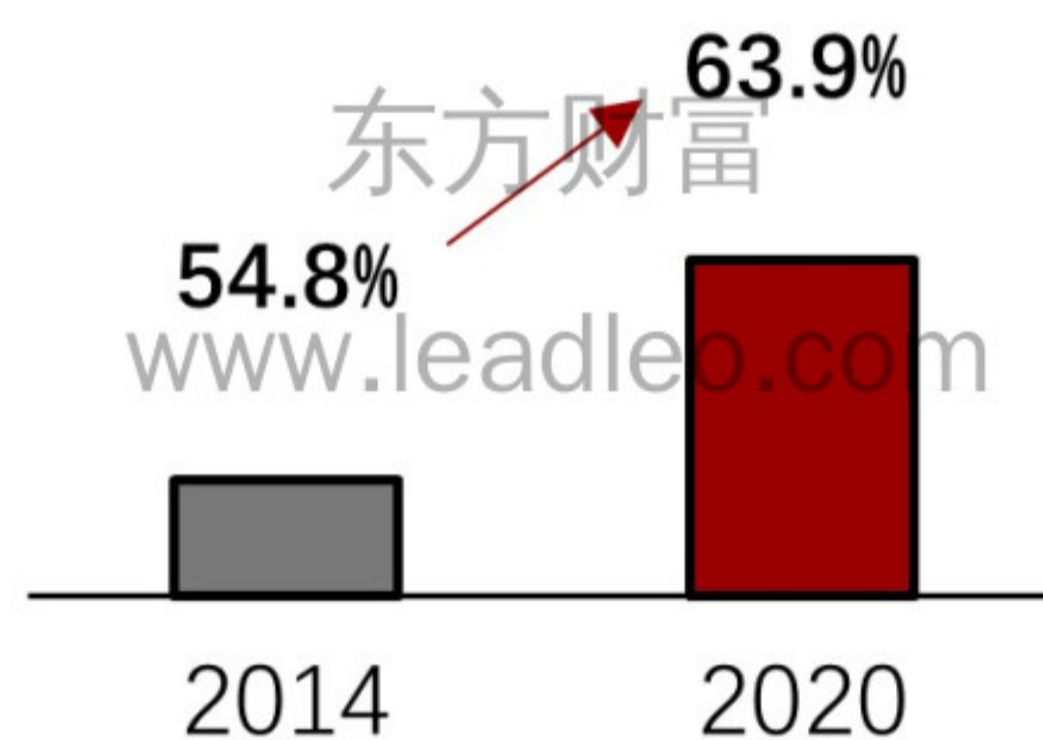
家装消费水平升级：中国国内生产总值与居民可支配收入双线提高，消费水平上升，国家城镇化进程加快，推动互联网家装行业需求端旺盛

中国GDP与居民人均可支配收入双线增长，城镇化加快释放家装需求

中国GDP与居民人均可支配收入，2014-2020年

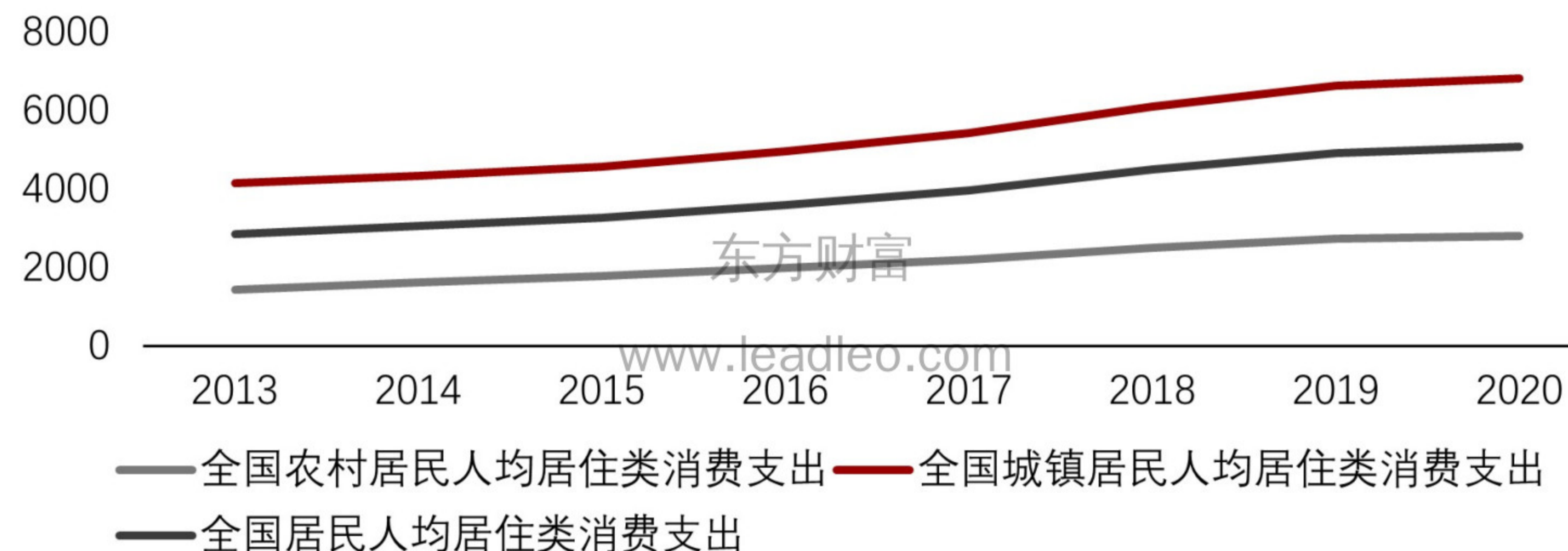


中国城镇化率

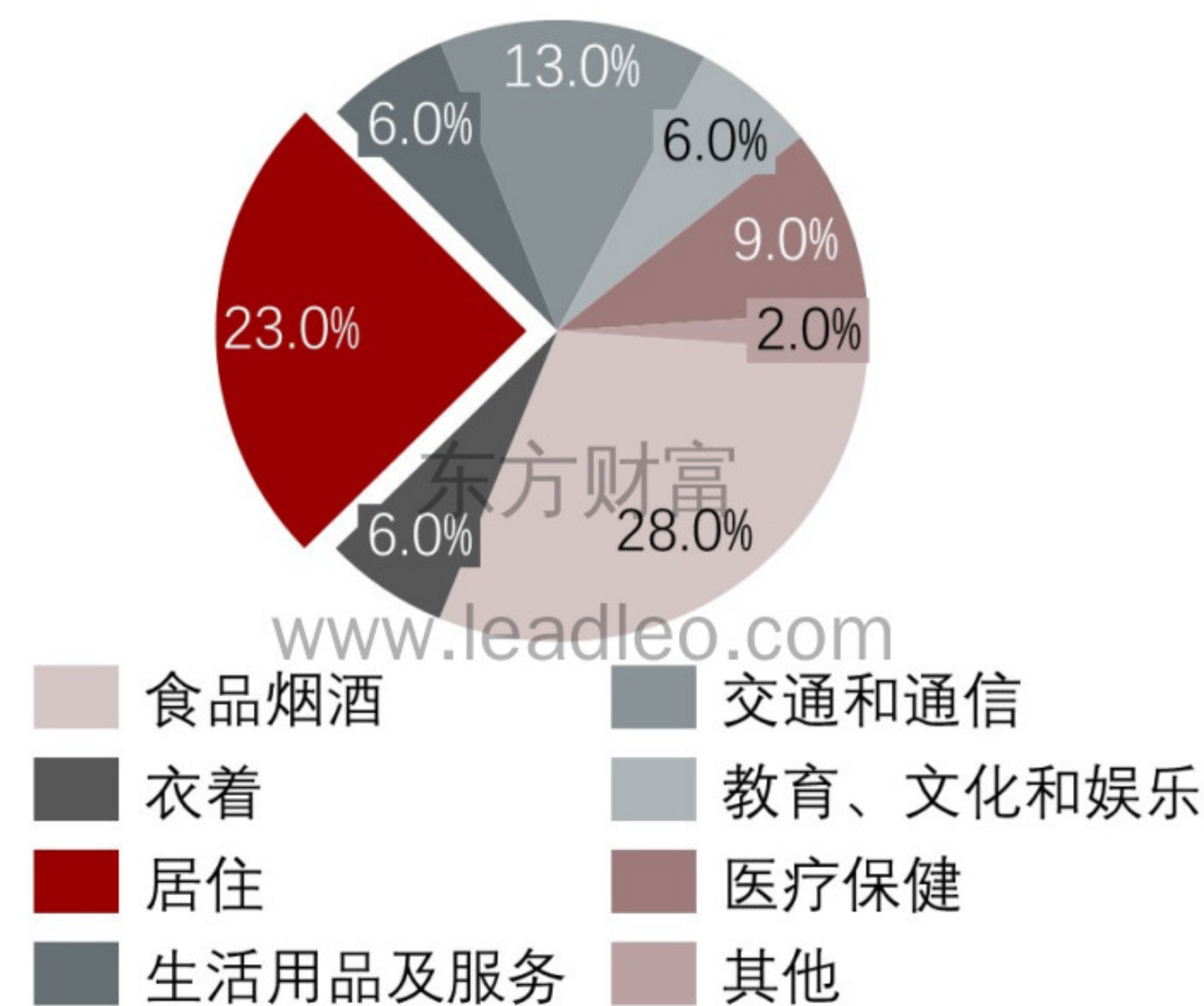


中国居民人均居住类消费支出稳步提升，占比较大

中国居民人均居住类消费支出（元），2013-2020年



中国城镇居民消费支出结构（%），2018年



□ 随着中国经济快速增长，国家GDP总值与居民收入不断提升，2020年中国GDP突破百万亿大关，达到**101.6万亿元**，居民人均可支配收入达到**32,189元**。社会财富的积累促进居民消费水平不断提升，居民对生活品质与住房环境有了更高的追求，从“有房住”到“住好房”，房屋的居住属性被放大，家装需求持续释放。

□ 同时，中国城镇化进程加速，城镇人口数量持续上升，2020年中国城镇化率达到**63.9%**，国家深入推进以人为核心的新型城镇化战略，加快农业转移人口市民化，发展壮大城市群和都市圈，保障群众住房需求，城镇化进程的加快也为家装行业需求带来了持续扩容。

□ 根据《2018年中国居民消费升级报告》显示，中国城镇居民消费支出结构中居住消费占比**23.0%**，是除食品烟酒类以外第二大的消费支出，代表了居民对于居住类消费品质的看重。居民居住类消费水平的上升为互联网家装行业奠定了强大的消费基础。

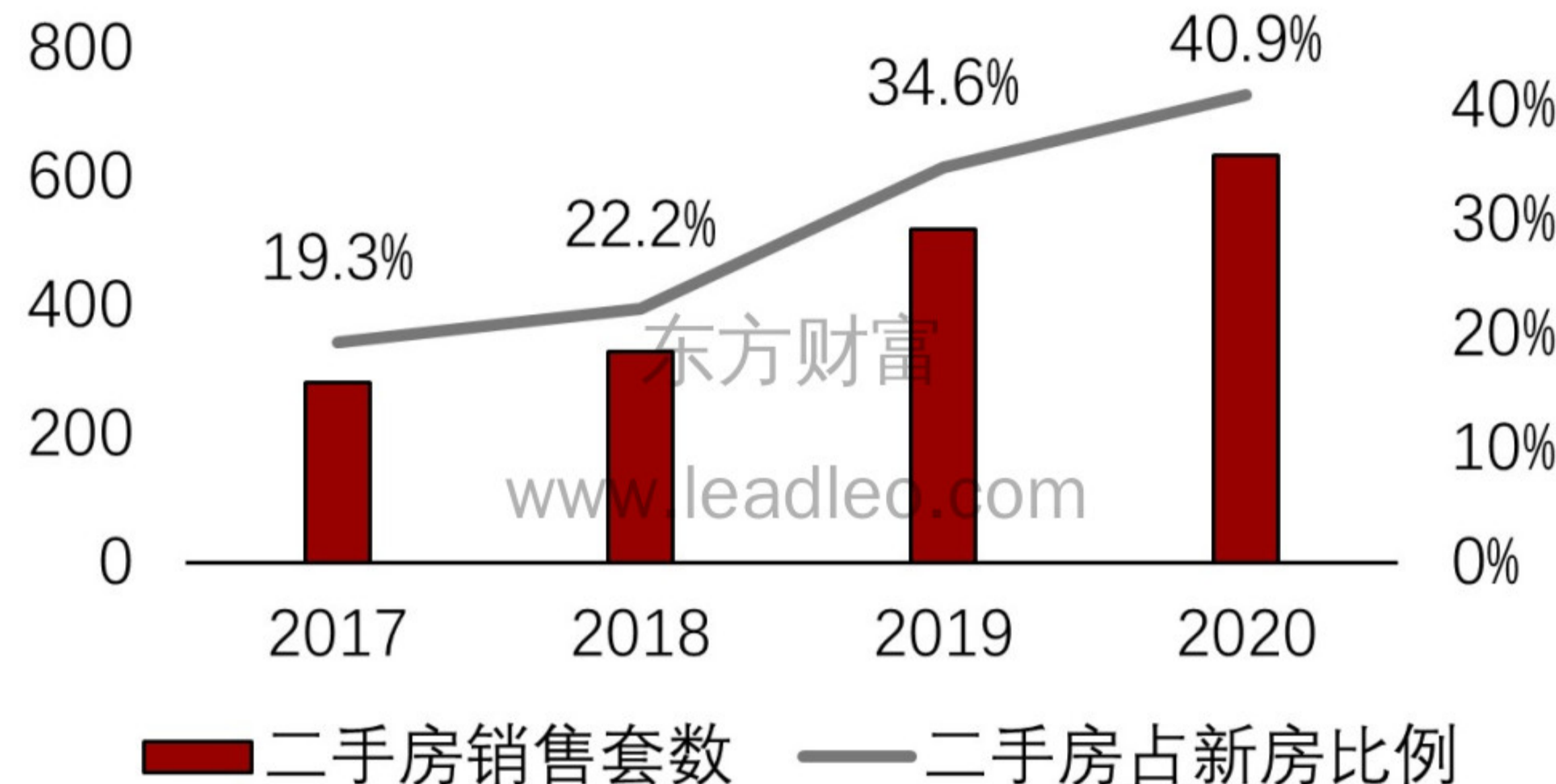
增量+存量房屋装修刚需保障：房屋竣工面积与商品房销售面积上行，支撑家装增量消费需求，二手房交易市场活跃刺激存量房翻新需求持续释放

中国住宅商品房销售面积和增速，2010-2020年



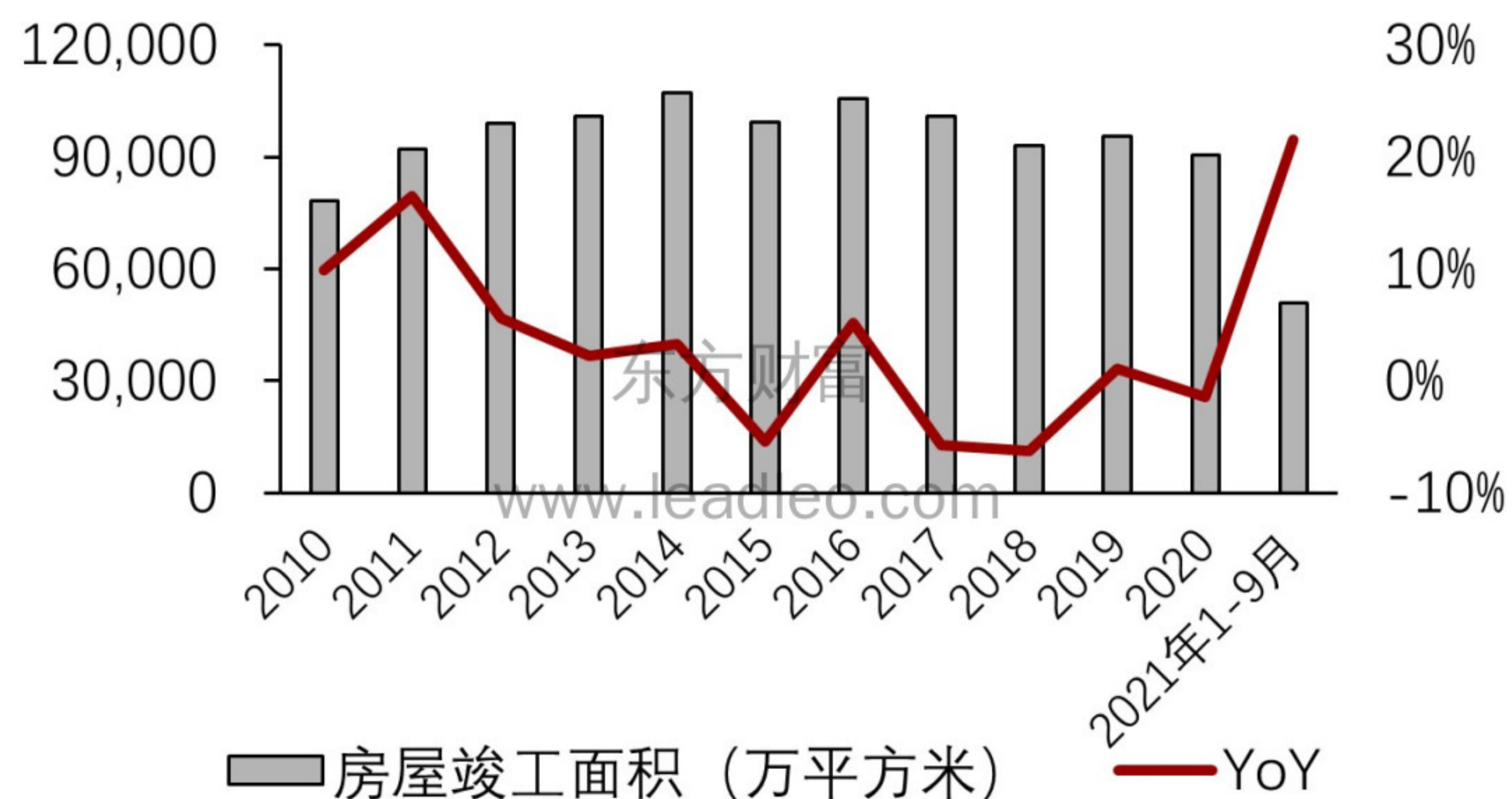
□ 根据国家统计局数据，中国住宅商品房销售面积2020年达15.4亿平方米，同比增长2.8%。2021年1-9月房屋竣工面积累计达5.1亿平方米。相较于2020年同期增长23.4%，相比2019年同期增长9.1%。短期内商品房销售与新房竣工仍存在一定韧性，为家装消费市场奠定基础。长期来看，随着房地产调控政策力度持续，房地产开发投资逐渐放缓，增量市场趋于稳定，二手存量市场地位突出。

中国二手房销售套数（万套），2017-2020年

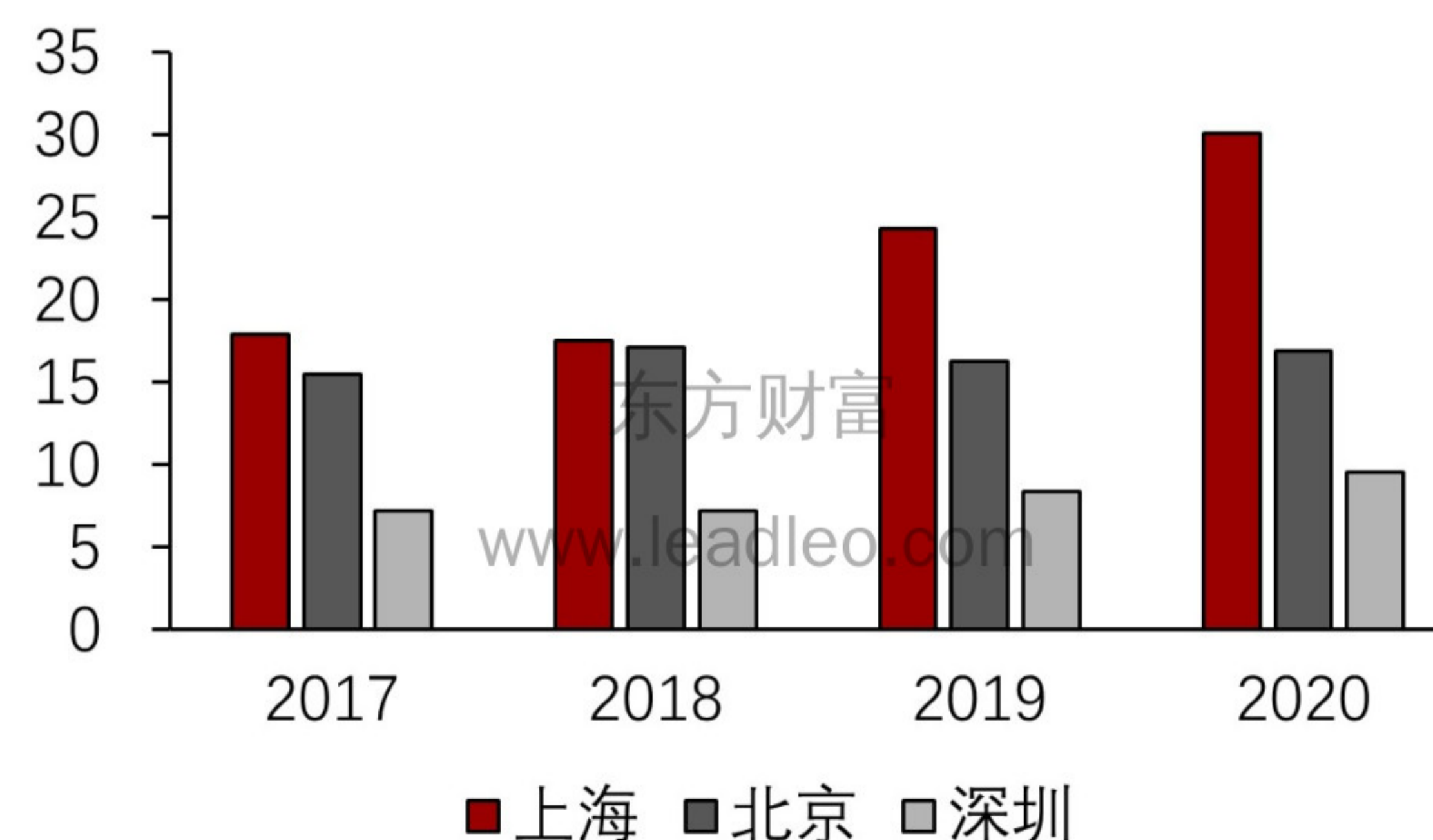


□ 中国二手房市场交易活跃加速存量房翻新需求。2020年中国二手房销售套数约633万套，二手房占新房销售比例超40%，占比逐年提升。北上深等一线城市二手房市场持续上行，二手房成交占比均超过七成。在新房增量有限的情况下，二手房存量主力军。房翻新需求未来空间巨大，有望成为驱动互联网家装市场的核心动力

中国房屋竣工面积和增速，2010-2021年1-9月



北上深二手房成交套数（万套），2017-2020年



来源：国家统计局，Wind，头豹研究院编辑整理

互联网家装制约因素

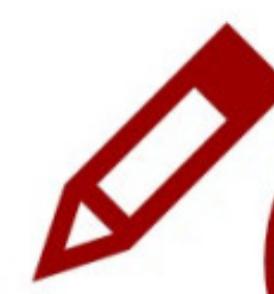
房地产政策调控带来的风险



- 家居行业发展与房地产业发展很大程度上呈正相关关系。房地产行业受国家调控、国民经济影响，具有一定的波动性与周期性。近年来，国家为稳定房地产市场良性发展，先后发布一系列限购、房产税等房地产调控政策。受新规影响，房地产贷款收紧，房地产市场下行，新房销售减少，家居消费需求下降，将一定程度上冲击互联网家装行业。

1

房地产调控政策



房产税

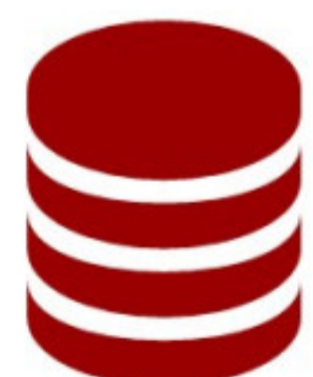
限购

三条红线

□ 近期热点：10月23日，十三届全国人大常委会表示：为积极稳妥推进房地产税立法与改革，引导住房合理消费和土地资源节约利用，促进房地产市场平稳健康发展，第十三届全国人民代表大会常务委员第三十一次会议决定：授权国务院在部分地区开展房地产税改革试点工作。

2

原材料价格上涨带来的风险



- 全球大宗商品价格持续上涨，五金、塑料、管材、涂料等家居原材料货源紧张，价格也随之上涨。原材料价格的变动将对家装企业生产成本造成直接影响。

原材料成本

监管政策

3

监管政策带来的风险



- 消费者可能对存在资质瑕疵并对消费者合法权益造成侵害的商家进行法律维权，从而影响平台声誉。
- 政府对互联网平台包括用户信息、网络安全等在内的监管政策可能会对互联网家装平台带来一定程度的风险。

第四章：相关政策

Policy Analysis



行业综述



产业链分析



驱动因素与
制约因素



相关政策



发展趋势



企业介绍

东方财富

www.leadleo.com

互联网家装行业相关政策

颁布时间	政策名称	颁布主体	主要内容
2021.3	《建筑装饰行业“十四五”发展规划纲要》	住建部	提出以节能环保为导向，企业应积极研发使用新工艺、新技术、新材料和绿色建材，大力发展绿色建筑。实现数字化产业升级，加快核心、关键技术领域新技术推广应用。加快推进建筑信息模型（BIM）技术的集成应用，将BIM、云计算、大数据、物联网、人工智能等信息技术融合，优化内部流程，实现产业协同发展
2020.11	《关于以激发家庭装修市场为抓手扩大内需促进产业链内循环的建议函》	中国建筑材料流通协会	促进产业链内循环，提出鼓励存量房产再装修，加大家装补贴力度，快速拉动内需，促进家电、家具、家装消费。鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴
2020.7	《关于推动智能建造与建筑工业化协同发展的指导意见》	住建部等13个部门 www.leadleo.com	指出要以大力发展建筑工业化为载体，以数字化、智能化升级为动力，创新突破相关核心技术，加大智能建造在工程建设各环节应用，形成涵盖科研、设计、生产加工、施工装配、运营等全产业链融合一体的智能建造产业体系
2020.9	《中国家装行业自律公约》	中国建筑装饰协会	针对家装行业发展良莠不齐的现象，从家装营销、家装设计、家装报价等8各方面作出准则，推动家装行业高质量健康发展，为行业未来发展创造良性、有序的市场环境
2016.11	《“十三五”时期全国室内装饰行业创新发展的若干意见》	中国室内装饰协会	大力发展居家文化产业，提升家装家居服务水平，深度融合互联网，积极推动新技术应用和经营业态变革
2016.7	《建筑装饰行业“十三五”发展规划纲要》	中国建筑装饰协会	在供给侧结构性改革中，要以创新为第一要务，加强科技，以提高专业化服务能力为目标，重点进行工业化生产、BIM应用技术、3D打印技术、人工智能等前沿科技领域的应用创新，加快以创新驱动行业工业化改造，提高企业的工业化水平，增强企业市场活力

来源：头豹研究院编辑整理



第五章节：发展趋势

Future Development Trend



行业综述



产业链分析



驱动因素与
制约因素

东方财富



相关政策

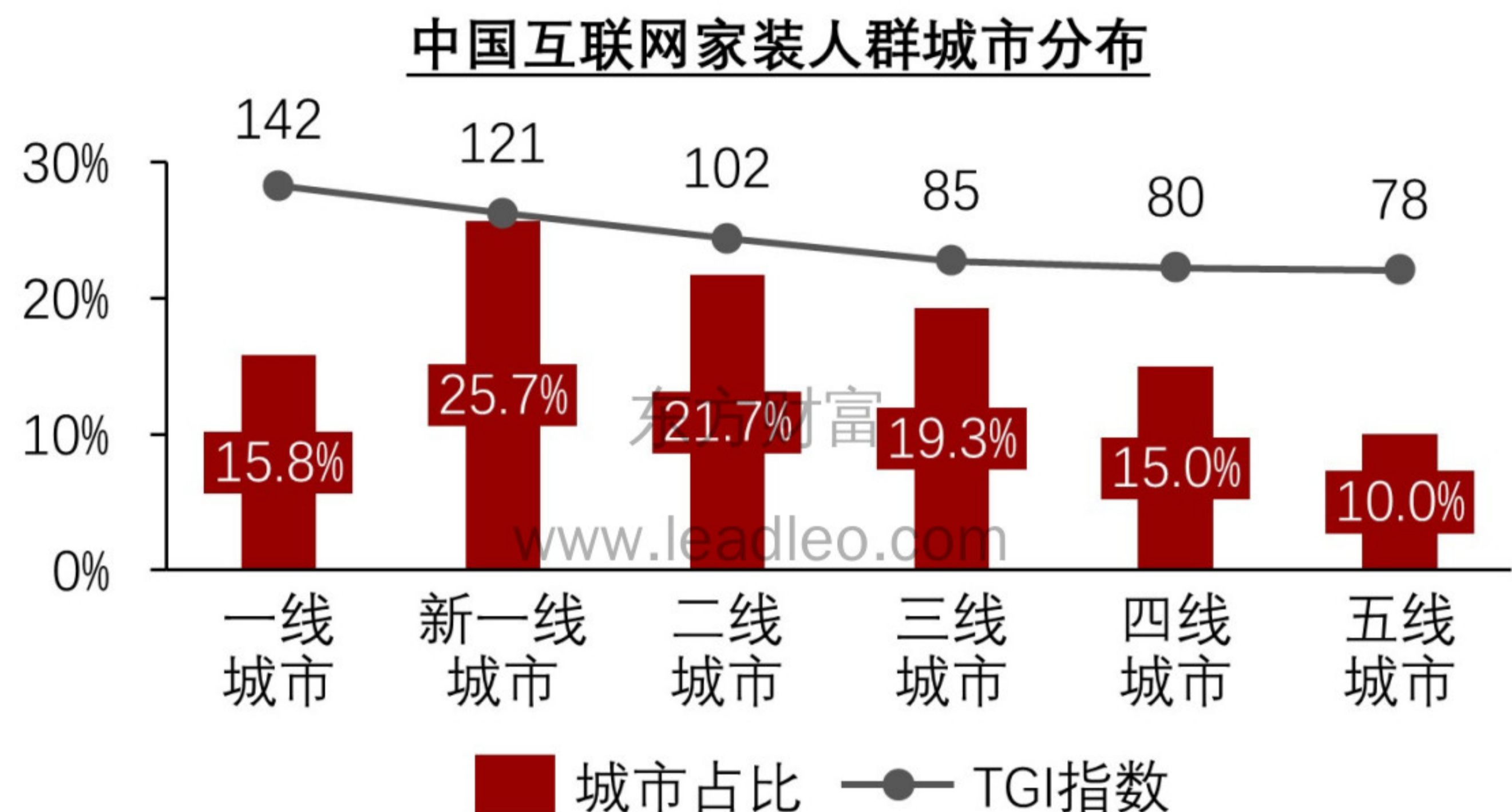


发展趋势



企业介绍

一线与新一线城市对互联网家装偏好度更高，下沉市场有望释放消费潜力



从互联网家装人群城市分布来看，新一线城市与二线城市占比较高，分别为**25.7%**与**21.7%**。一线城市因人口基数较小占比**15.8%**，但TGI指数高达**142**，说明一线城市对互联网家装偏好程度更高。

TGI指数，即Target Group Index（目标群体指数），反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势

□ 下沉市场未来发展潜力巨大。下沉市场用户基数巨大，然而目前三线以下城市互联网家装TGI指数不足100，渗透率较低，未来尚有发展空间待挖掘。随着互联网在低线城市的广泛普及，互联网家装有望发展空间巨大。

下沉市场消费者特点与用户规模

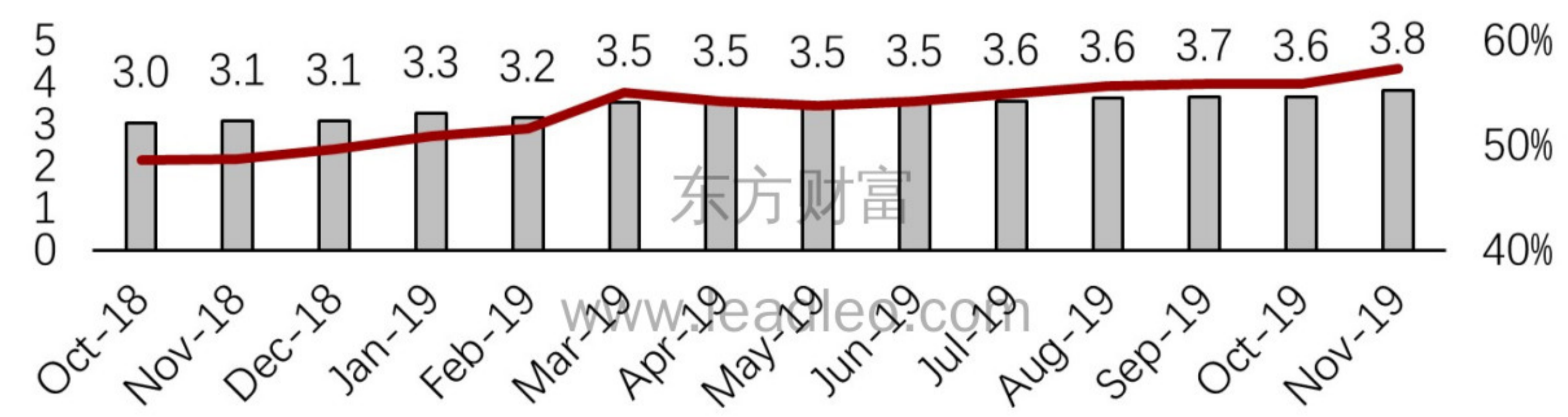
- 1 可支配时间较多**
相较于一二线城市居民，下沉市场消费者生活节奏更慢，生活压力较小，可支配时间较多，拥有更多时间与精力挑选心仪的商品与服务，对时效性没有太高要求
- 2 依赖社交传播**
下沉市场社交人际网络相对更紧密，居民更注重线下熟人社交关系维护，人脉信任度更高，消费信息传播更依赖于熟人推荐和线下渠道的商品广告信息
- 3 多样化需求**
随着城镇化进程加快，下沉市场居民收入水平与消费水平提升，互联网的普及使三四线城市消费渠道更加丰富，居民拥有性价比、品牌、质量、外观等多样化需求

互联网家装人群覆盖率TOP5城市TGI指数



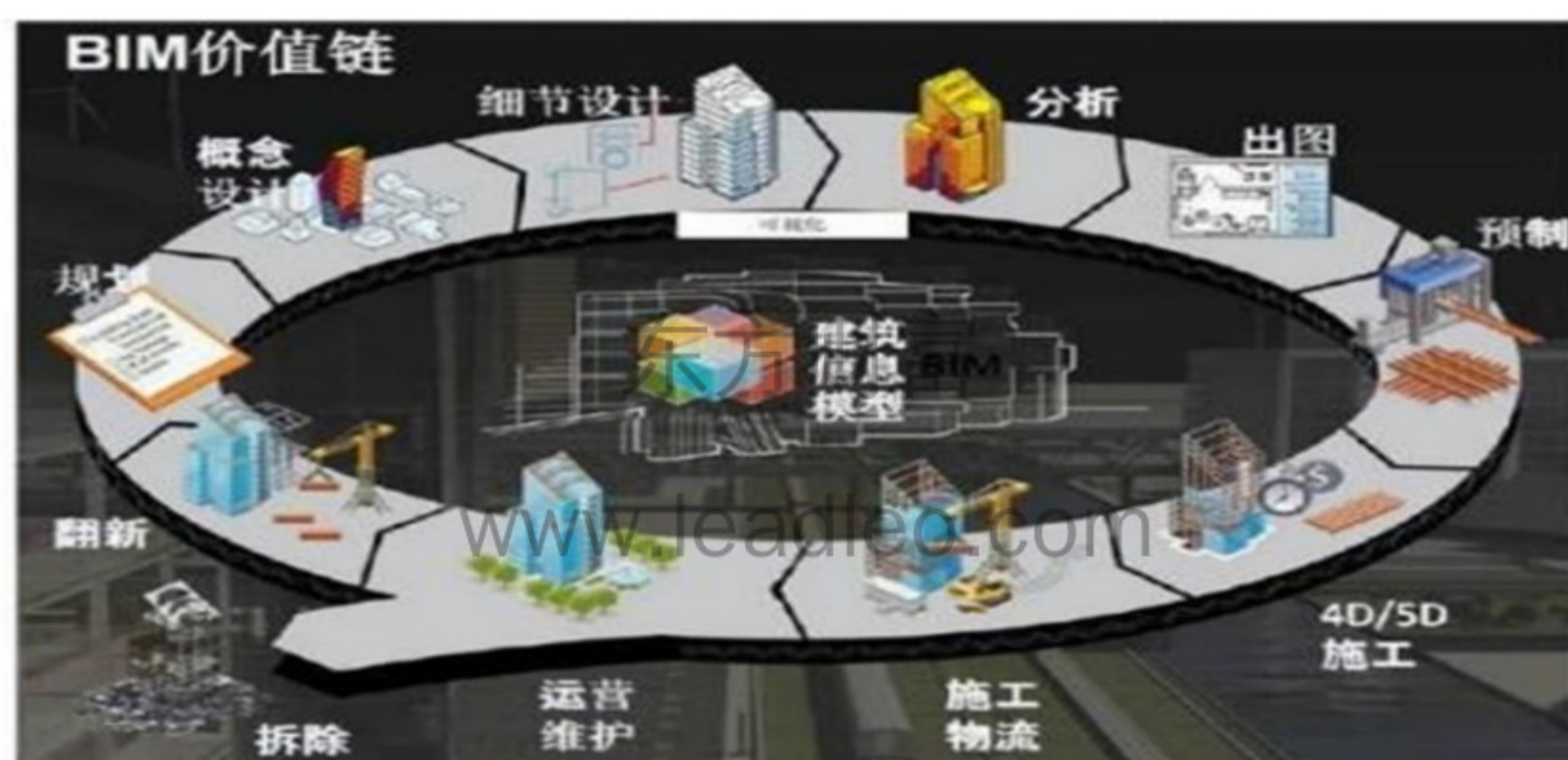
□ 互联网家装主要阵地为一线与新一线城市。互联网家装人群覆盖率最高的五个城市分别为北京、上海、成都、深圳、杭州。

电商下沉市场用户规模（亿）与占比（%）



来源：TalkingData、Mob、头豹研究院编辑整理

BIM技术



□ 家装BIM (Building Information Modeling) 建筑信息模型技术，是在计算机辅助设计 (CAD) 等技术基础上发展起来的多维模型信息集成技术，将包含设计、施工、运行全周期在内的各类信息整合在一个三维模型信息数据库中，从而使各方人员基于信息库展开协同合作，有效提高工作效率。互联网家装行业引入BIM技术可以有效缩短工期，提高装修质量，提升平台监管力。

□ 家装BIM具有数据化、可视化、一体化等特点。将建筑模型参数化定义，快速精准建模，将家装效果可视化。同时，在设计完成后，实现成本核算、一键生成效果图、一键生成施工图、一键生成工程量、拼砖及余料分析，可以用于直接采购。

3D云设计、VR



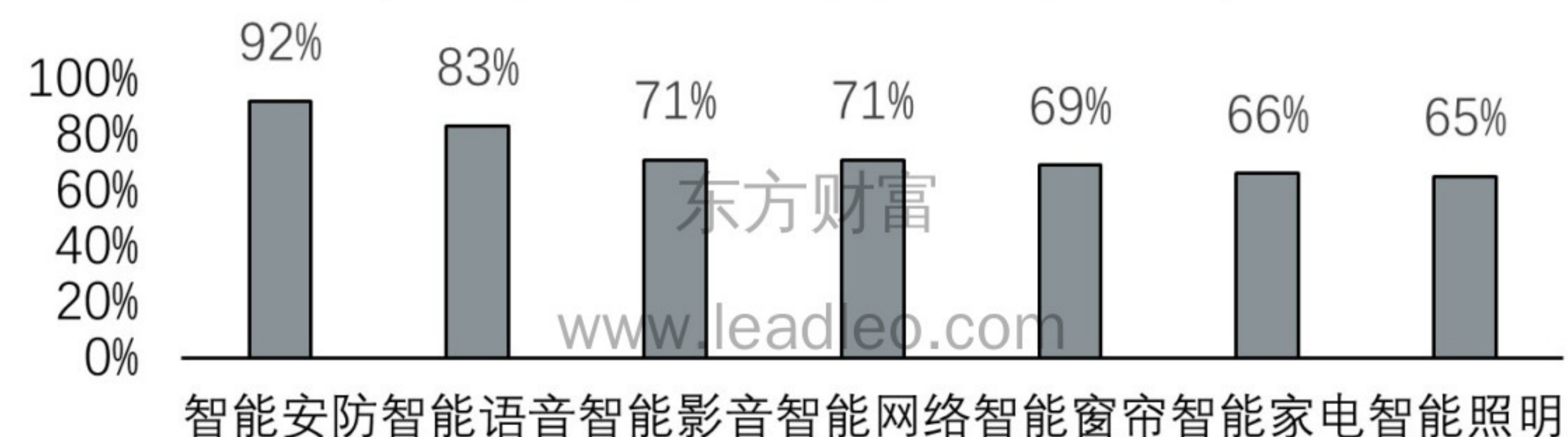
- 快速创建户型图、一键生成VR图像
- 提供海量商品模型，覆盖室内家装的各个垂直领域，包括家具、照明、浴室用品、装饰配件等
- 一键渲染高清全景图与视频，共享用户生成的内容

智能家居用户需求凸显

2014-2020年智能家居市场规模 (亿元)



中国智能家居产品用户需求度 (%)



第六章节：企业案例

Company Analysis



行业综述



产业链分析



驱动因素与
制约因素

东方财富



相关政策



发展趋势



企业案例

企业介绍

企业名称：齐屹科技

成立时间：2007年

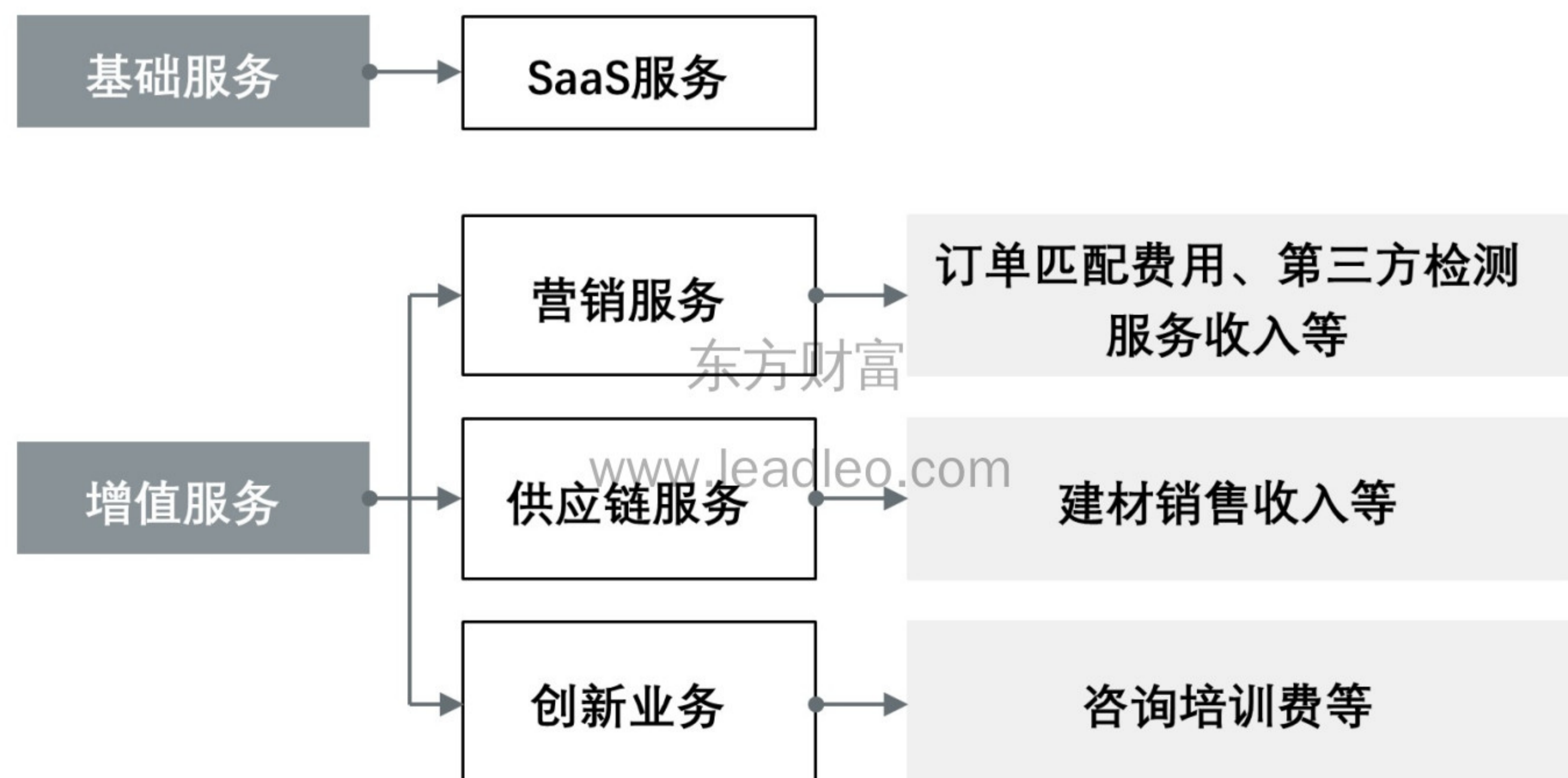
公司地址：上海

融资情况：港交所上市（1739.HK）

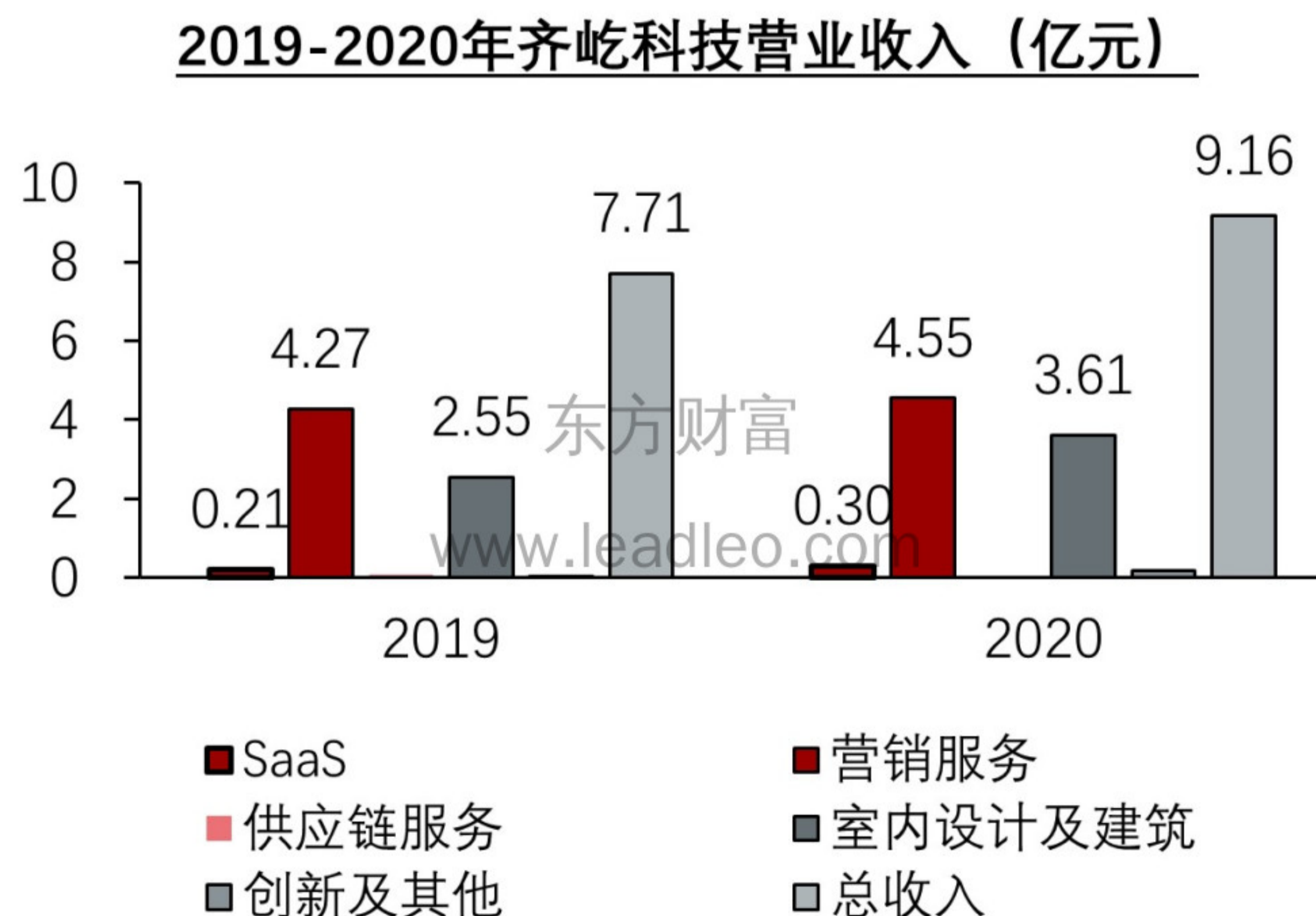


齐屹科技成立于2007年，于2018年在港交所主板上市（1739.HK），成为中国家装平台第一股。齐屹科技旗下的齐家网是中国最大的装企SaaS服务平台之一，公司通过基于SaaS的整体解决方案，向装企提供营销、供应链集采及创新增值服务，同时公司经营数个自营室内设计及装饰品牌，并向用户提供装修资金保障和第三方监理等服务。平台累计合作数万家付费装企，为装企推荐数百万条有效销售线索，成功落地300+城市。

主要业务



面向家装企业提供的营销服务为齐屹科技目前的主要收入来源

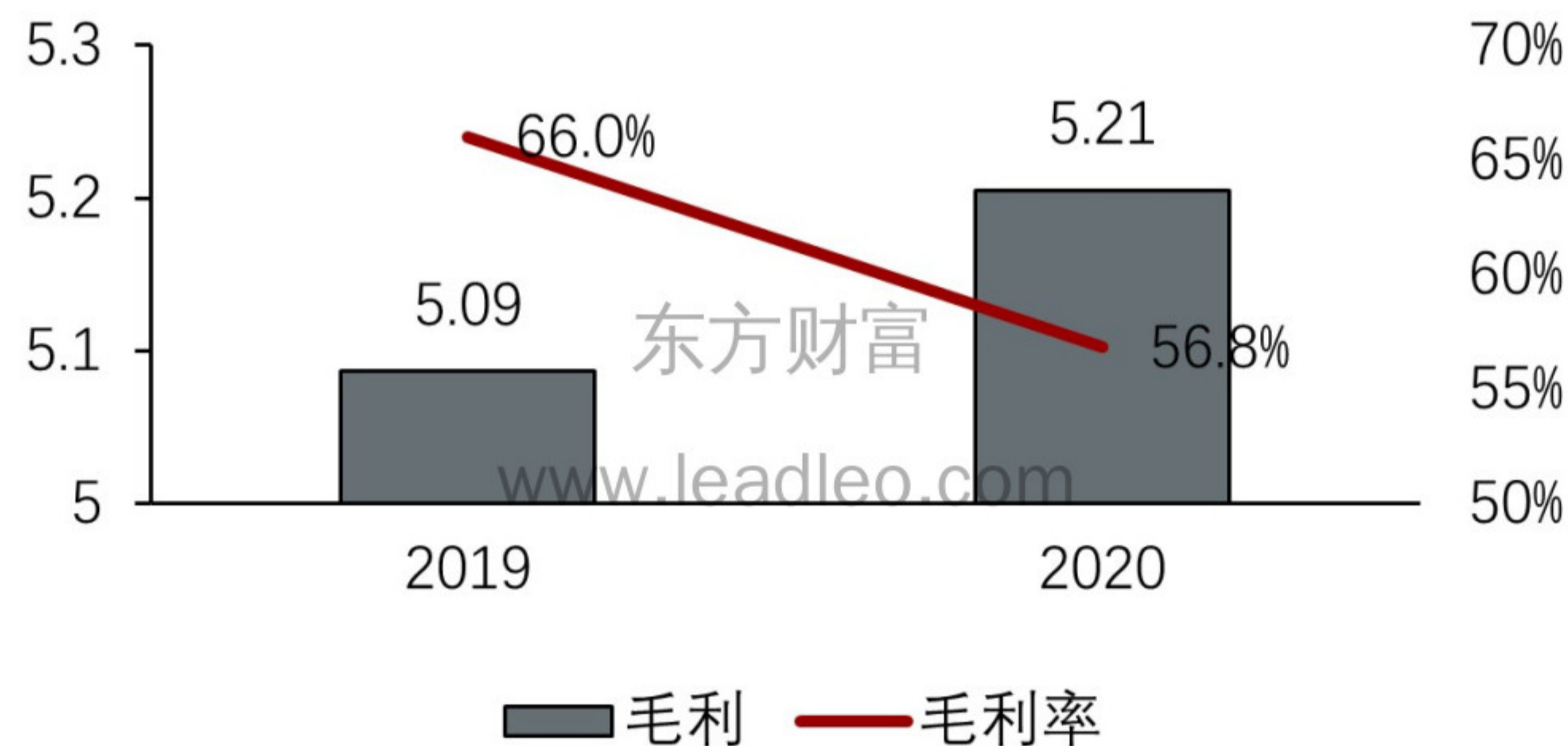


齐屹科技2020年营业收入为9.16亿元，相较于2019年的7.71亿元同比增长18.8%，主要由于SaaS业务、营销服务及室内设计及建筑业务收入增加。

其中为装企提供的营销业务是公司最大收入来源，占总收入的49.6%。室内设计及建筑为第二大收入来源，占比39.3%。营销服务毛利率较高，2020年达96.6%，自营室内设计及建筑业务毛利率相对较低，2020年为13.9%。公司差异化定位的自营业务为SaaS业务提供了实践参考基础。

业绩表现

2019-2020年齐屹科技毛利润与毛利率
(亿元, %)



2019-2020年齐屹科技研发费用 (亿元)



□ 公司2020年毛利润从2019年的5.19亿元上涨至5.21亿元，同比增长2.3%。然而毛利率相较于2019年的66.0%下降至56.8%，主要源于毛利率较低的自营家装业务在2020年收入占比有所增长，以及2019年毛利率100%的SaaS业务下新业务直播的发展抵消了SaaS订阅费的高毛利率。总体由于疫情原因，2020年公司销售成本有所上升，导致毛利率于净利率下降，预计2021年将会呈恢复性增长。

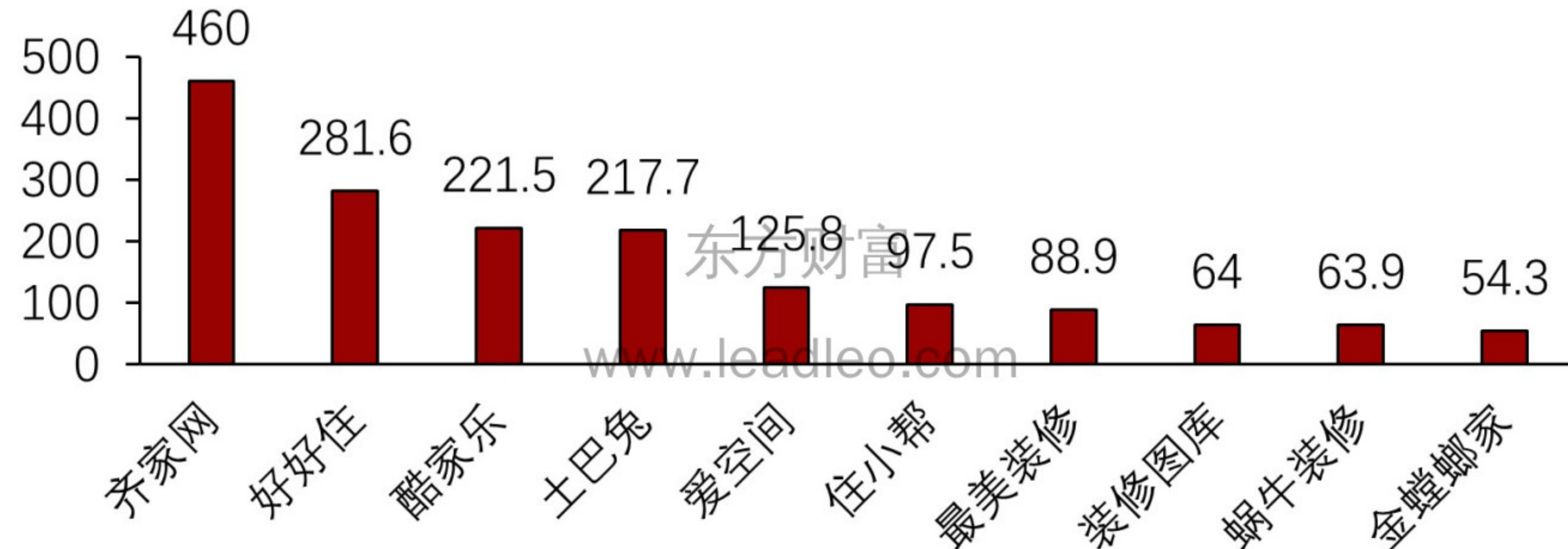
□ 公司研发费用由2019年的0.8亿元增长至2020年的0.97亿元，主要由向第三方外包研发增加。

齐家网推出评分、直播功能，在抖音、小红书等多渠道进行投放



齐家网月活用户数领跑互联网家装平台

2021年3月中国互联网家装平台月活用户 (万人)



来源：齐屹科技，Fastdata，头豹研究院编辑整理

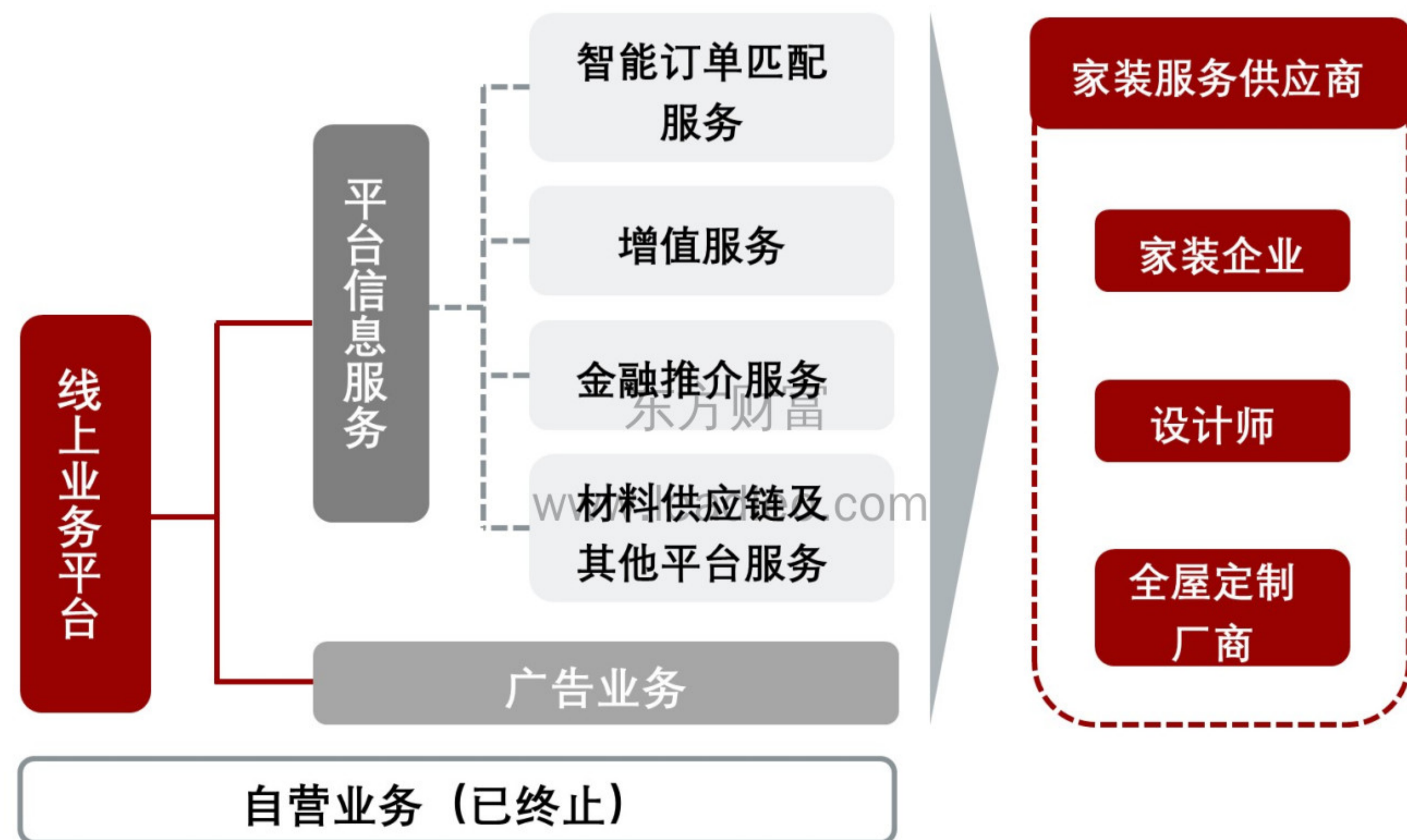
企业介绍

- 企业名称：**土巴兔集团股份有限公司
- 成立时间：**2008年 东方财富
- 公司地址：**深圳 www.leadleo.com
- 资本市场：**深交所拟上市



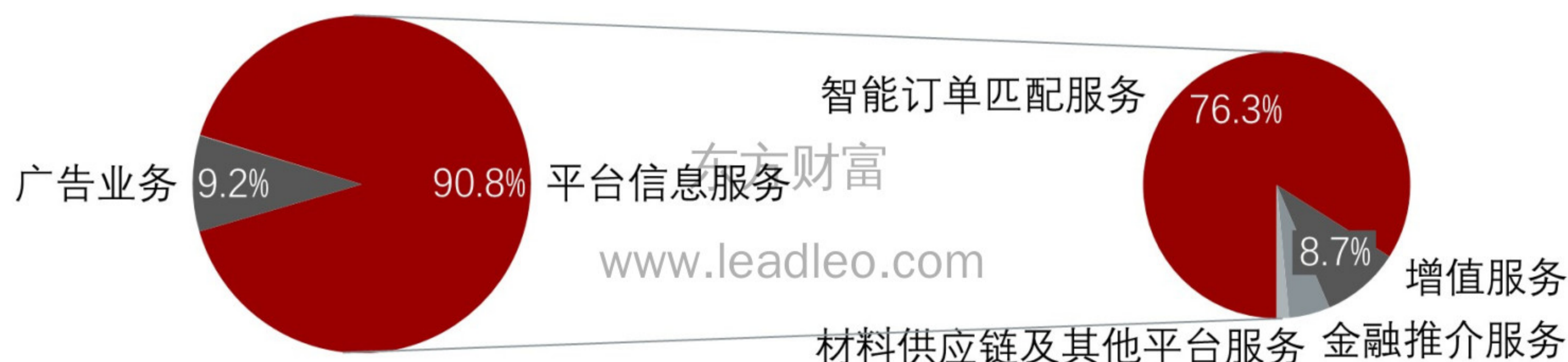
土巴兔是中国领先的互联网家装平台，利用信息技术赋能家装服务供应商，并共同为业主提供一站式互联网家装解决方案。截至2020年底，公司业务已覆盖347座城市，平台累计留存装修意向的业主数达3,035.9万人，累计注册11.4万家装企业、9,418家家具建材供应商，成功匹配业主装企771.8万次。公司作为一站式互联网家装平台，通过赋能家装服务供应商，进而实现了平台与供应商协同，持续为全国业主提供优质、高效、便捷的家装服务。2021年土巴兔计划在深交所上市。

主要业务



线上平台信息服务业务为主要业务来源，智能订单匹配服务占比超七成

2020年土巴兔营业收入比例构成 (%)

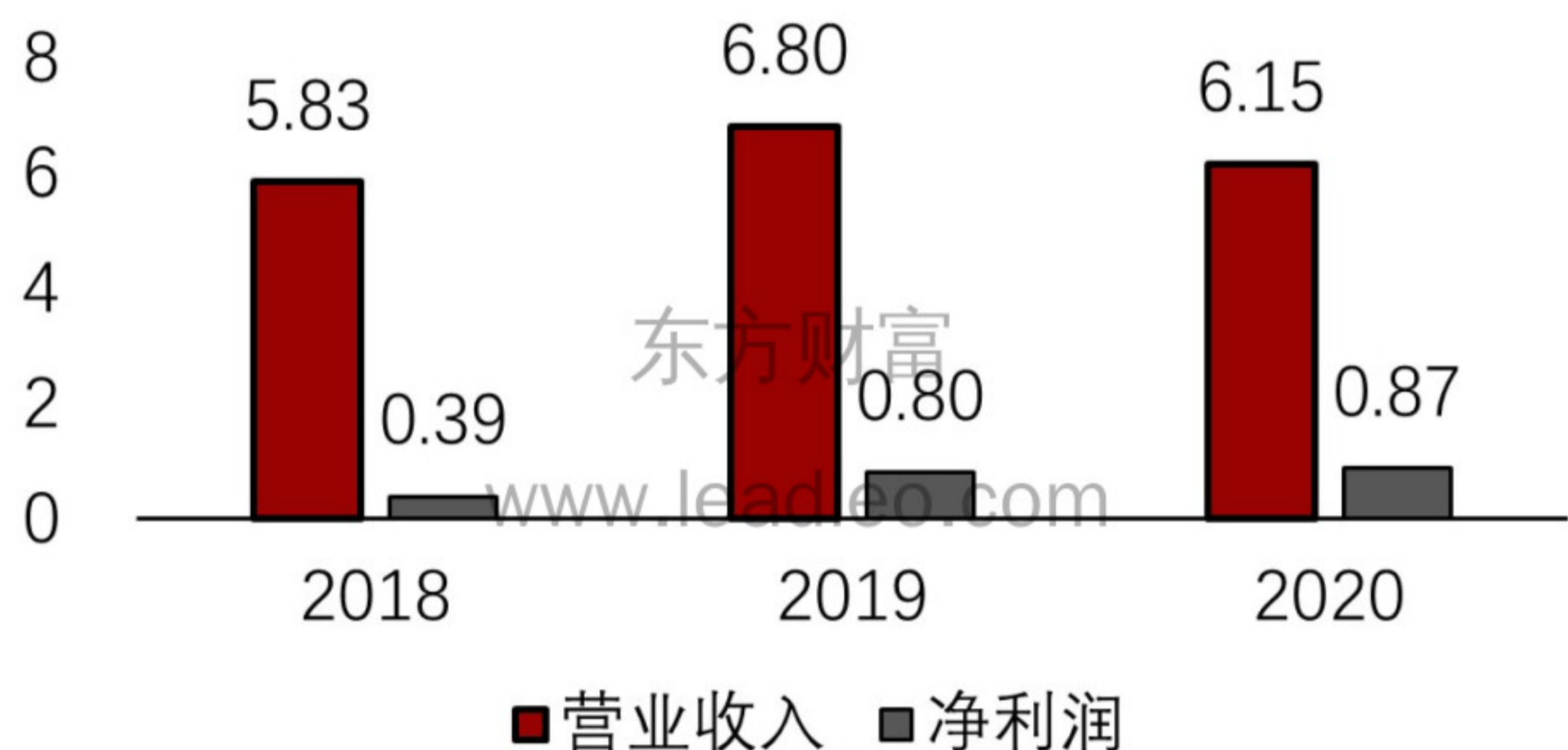


土巴兔营业收入主要来源于线上平台业务，自2019年公司终止其自营家装业务后，核心业务分为平台信息服务与广告业务两大类。2020年，土巴兔实现全年收入6.15亿元，其中线上平台业务营收占比99.94%，智能订单匹配服务占2020年总营收的76.3%。

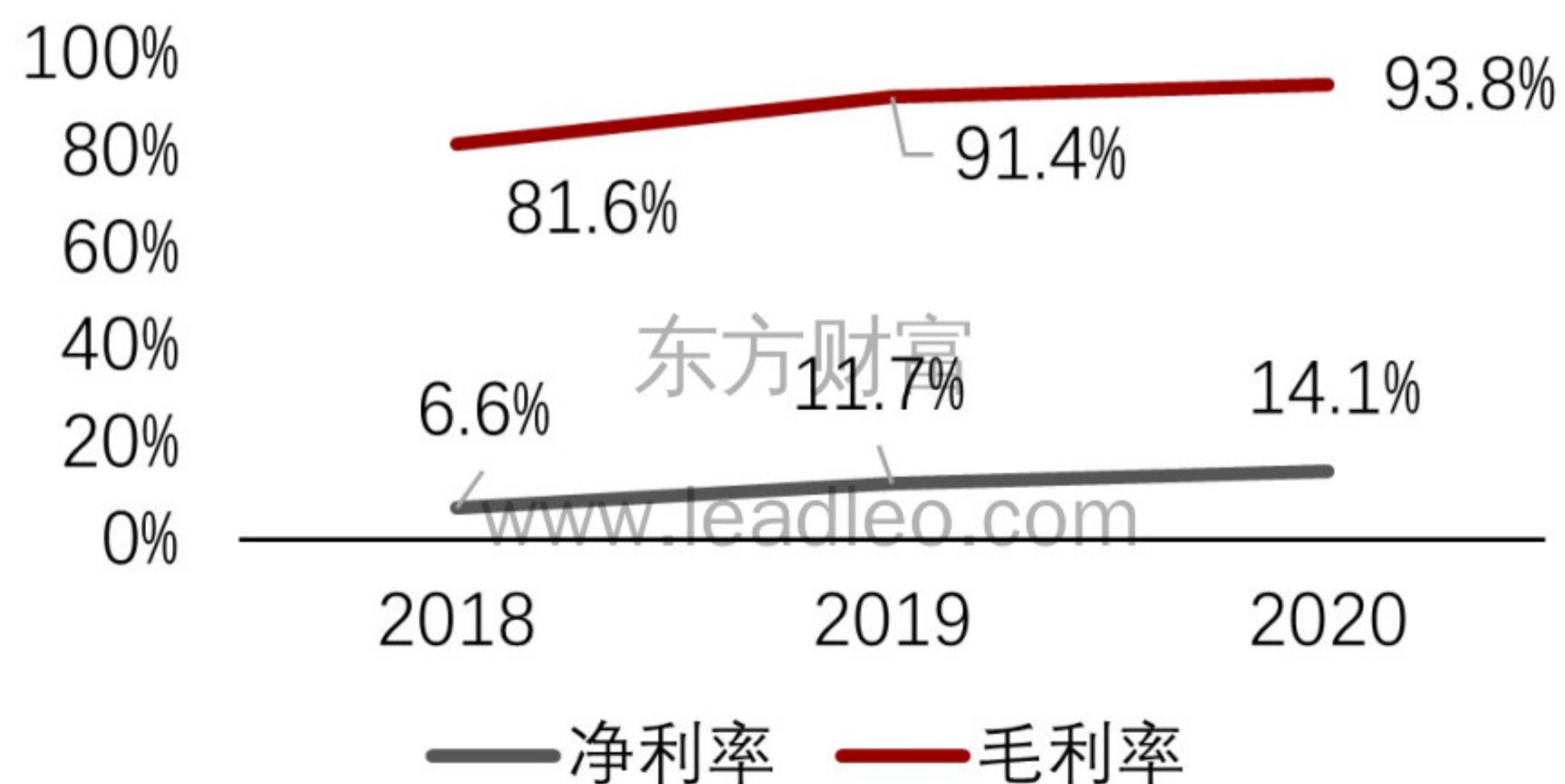
来源：土巴兔，头豹研究院编辑整理

业绩表现

2018-2020年土巴兔营业收入与净利润
(亿元)



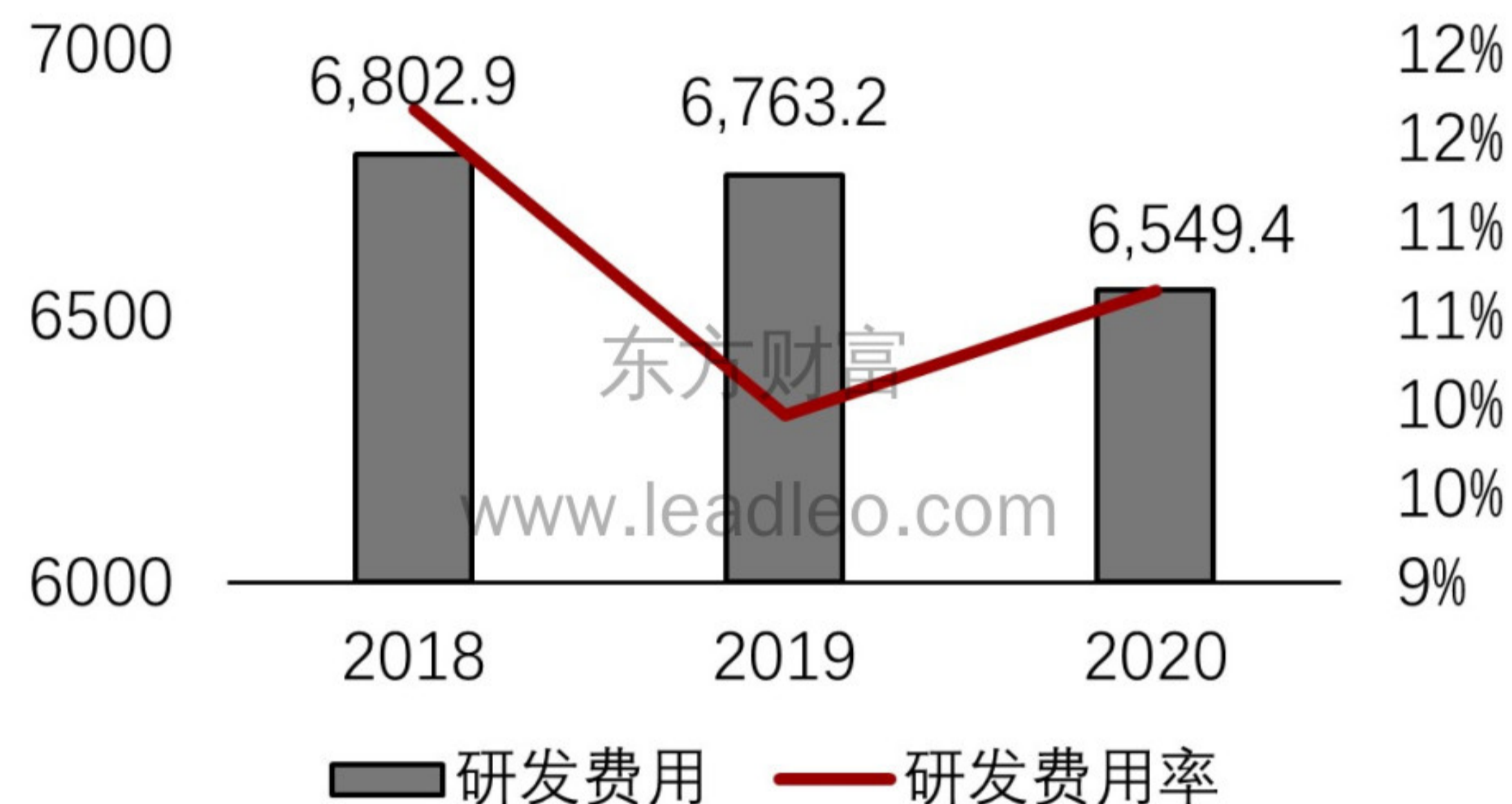
2018-2020年土巴兔毛利率与净利率
(%)



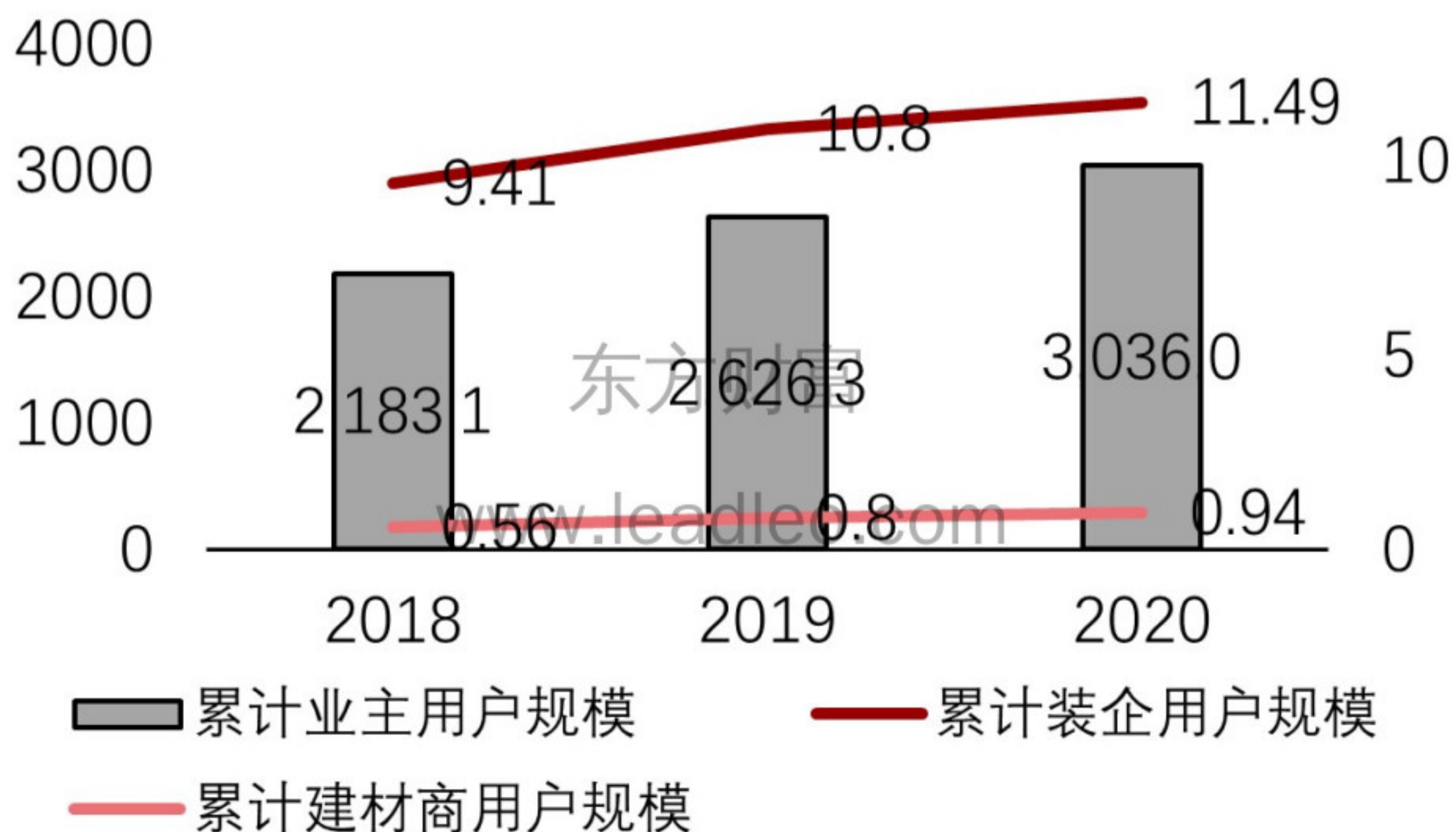
□ 公司盈利能力持续增长。土巴兔2018-2020年营业收入从5.83亿元上涨至6.15亿元，增速达5.5%。2020年因疫情影响收入微降至6.15亿元，预计2021年营收将恢复上行。2020年公司毛利率从2018年的81.6%增长至2020年的93.8%；净利率从2018年的10.9%增长至2020年的14.1%。

□ 公司2018-2020年流量获客费用分别为1.42亿元、2.06亿元与2.15亿元，占收入比重24.3%、30.3%与35.0%。高额的线上获客成本上涨导致公司净利率远低于毛利率。

2018-2020年土巴兔研发费用(万元)



2018-2020年土巴兔用户规模指标
(万)



□ 技术研发团队成熟、研发投入稳定。2018年至2020年，公司每年研发投入分别为6,802.9万元、6,763.2万元与6,549.4万元，占营业收入的11.7%、9.9%与10.7%。公司凭借深厚的业务经验和大量数据沉淀及算法迭代，不断提升系统的数据分析能力及用户匹配算法准确度。实现了装企业主智能匹配、3D云设计、装企线上店铺营销管理系统、订单管理系统、装修宝等一系列研发创新，共计获得91项专利。

□ 流量效应带来用户规模持续增长。截至2020年，平台累计业主用户数达3,036万名，累计装企11.49万家，累计建材商0.94万家。

来源：土巴兔，头豹研究院编辑整理

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

东方财富

www.leadleo.com



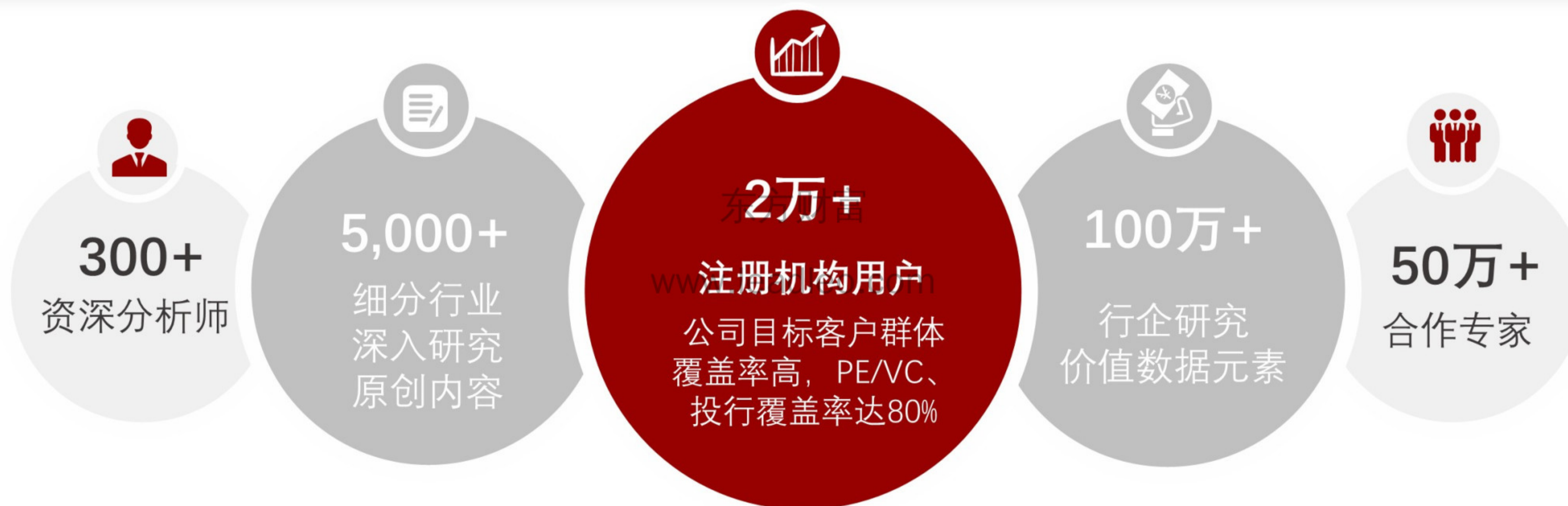
法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



研报阅读渠道

◆ 头豹官网：登录 www.leadleo.com 阅读更多研报

◆ 头豹小程序：微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

东方财富

www.leadleo.com

◆ 行业精英交流分享群：邀请制，请添加右下侧头豹研究院分析师微信



扫一扫
进入头豹微信小程序阅读报告



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



头豹领航者计划介绍

头豹共建报告

2021年度
特别策划

Project
Navigator
领航者计划



每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额



头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建



头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……



共建报告流程

1

企业申请共建

2

头豹审核资质

3

确定合作细项

4

信息共享、内容共建

5

报告发布投放

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

头豹领航者计划与商业服务

研报服务

共建深度研报
撬动精准流量



传播服务

塑造行业标杆
传递品牌价值



FA服务

提升企业估值
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，
根据企业不同发展阶段的资本价值需求，依托**传播服务**、
FA服务、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

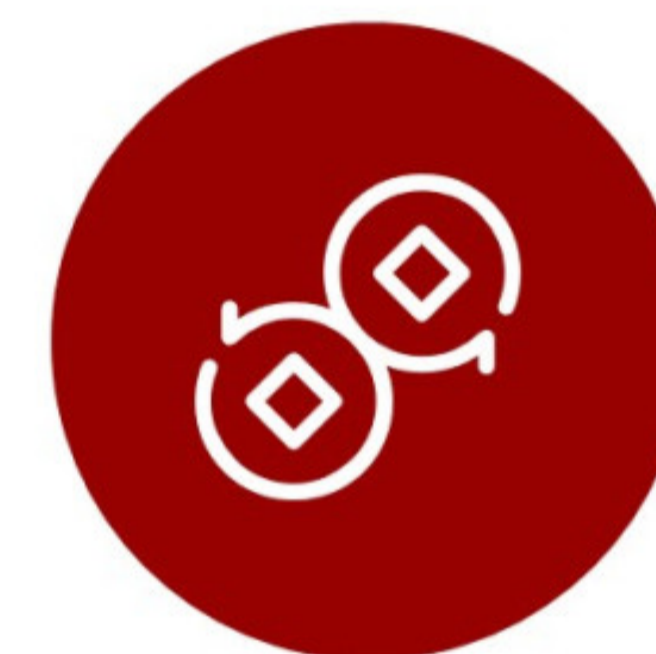
资源对接

助力业务发展
加速企业成长



IPO服务

建立融资平台
登陆资本市场

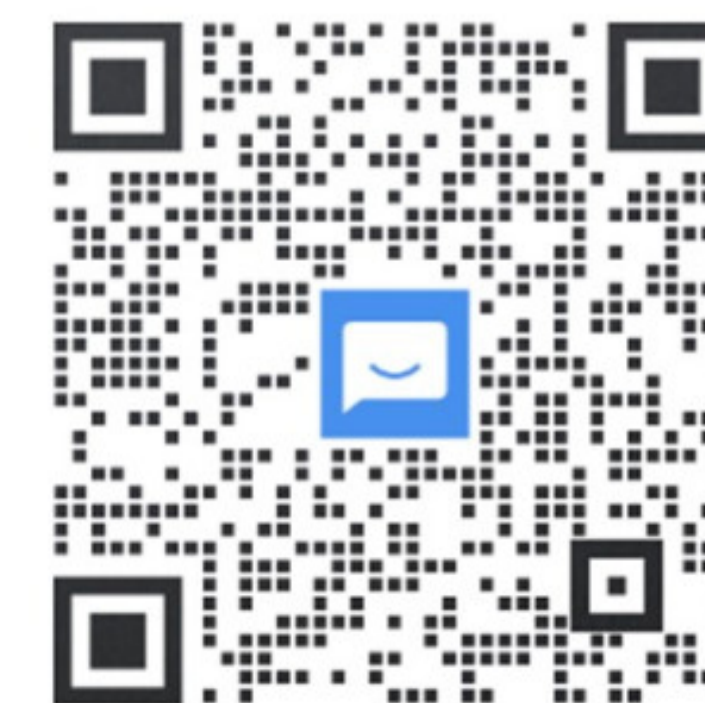


市值管理

提升市场关注
管理企业市值



扫描二维码
联系客服报名加入



读完报告有问题？ 快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码即刻联系你的
智能随身专家

千元预算的
高效率轻咨询服务



STEP04 专业高效解答

书面反馈、分析师专访、
专家专访等多元反馈方式



STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研
迅速生成解答方案



STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术
精准拆解用户提问



STEP02 云研究院后援

云研究院7×24待命
随时评估解答方案

