

百度房产装修行业研究

百度营销中心

2020年2月



把握机会

总体

细分

整体行业流量
趋势

子行业规模与
趋势

分日趋势
分时分布
地域分布

规模结构
分日趋势

数据来源：2019年3月(春节后) VS 2020年1-2月(春节后)百度搜索大数据；

应需而为

画像

需求

关注

去向

人口画像

品类/品牌需求

核心关注点

搜索点击去向

性别
年龄

品类偏好
品牌偏好

决策关注点
关注点差异

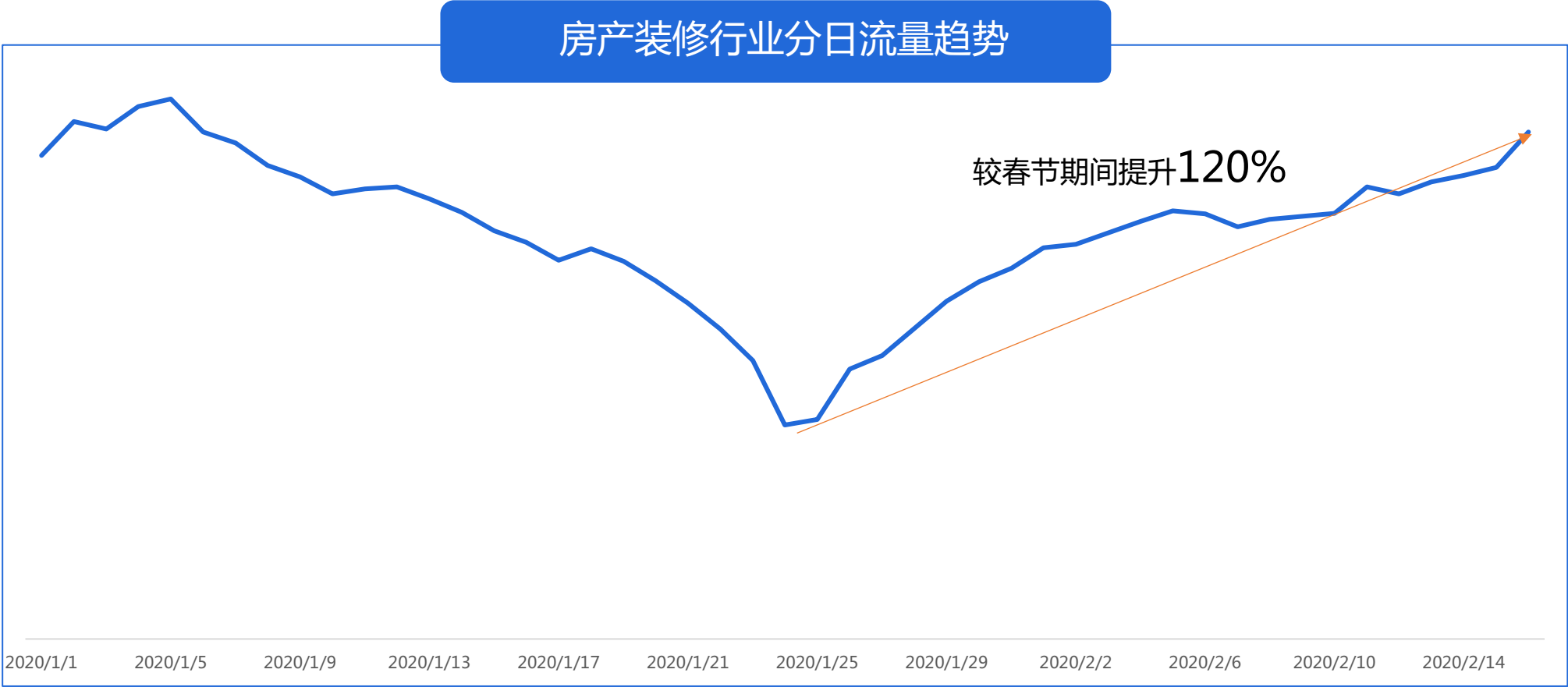
网页点击去向
小程序点击去向

数据来源：百度观星盘；2019年3月(春节后) VS 2020年1-2月（春节后）百度搜索大数据；
包括百度app端和所有浏览器的搜索大数据；

总体趋势 | 线上化体验带动需求快速恢复



- 春节期间房产装修需求到达低谷，2月“云看房”等线上化体验带动需求快速恢复。



总体趋势 | 房产装修行业需求从白天持续上扬，晚间达到高峰



- 房产装修行业需求从白天持续上扬，高峰时段为19点-22点。

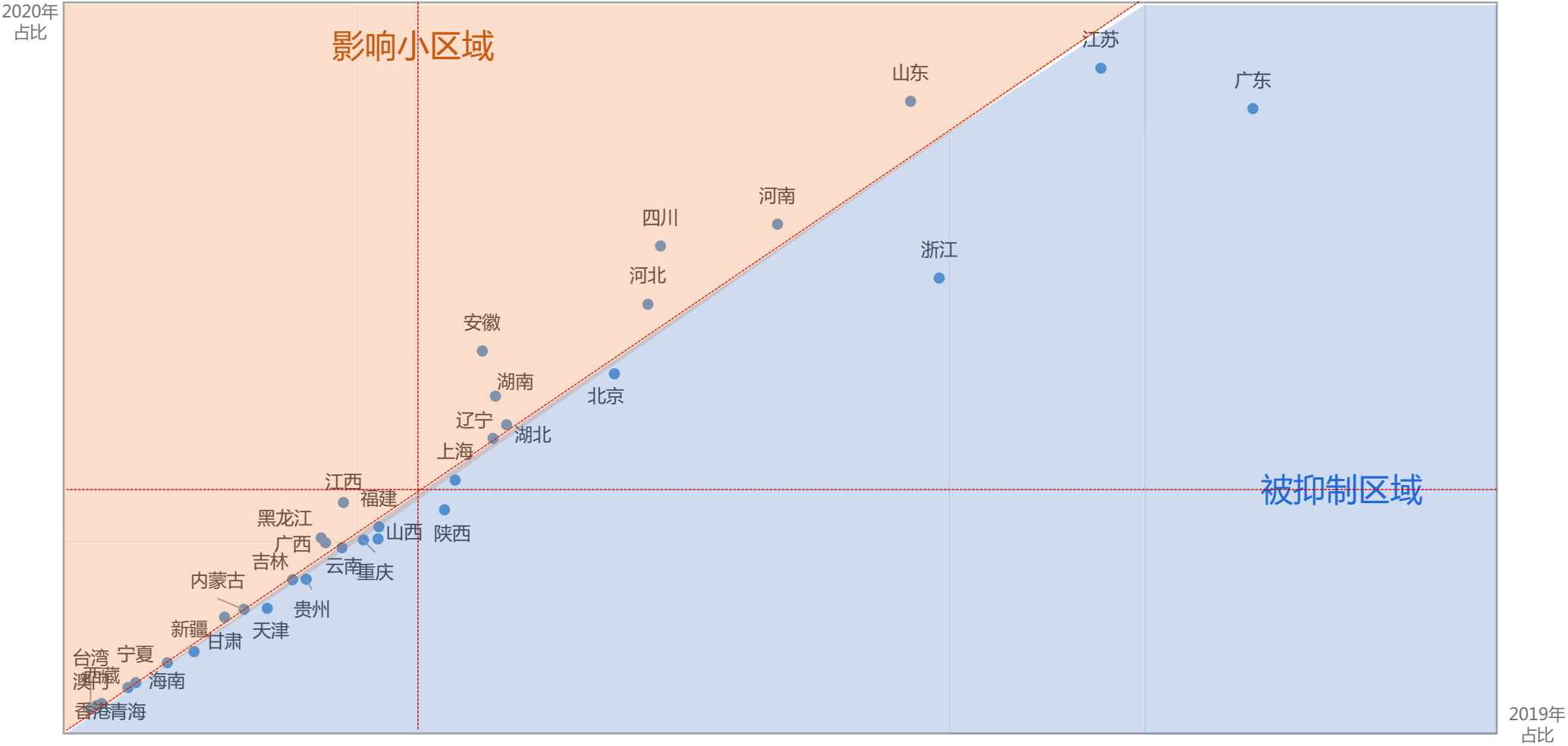


总体趋势 | 沿海及人口大省需求旺盛，外来人口占比高的经济大省需求被抑制



- 相比2019年区域占比，2020年广东、江苏和浙江等外来人口大省需求被抑制；
- 而山东、河南、河北和四川等原生人口大省区域占比有所提升，需求影响较小。

房产装修行业分省流量分布



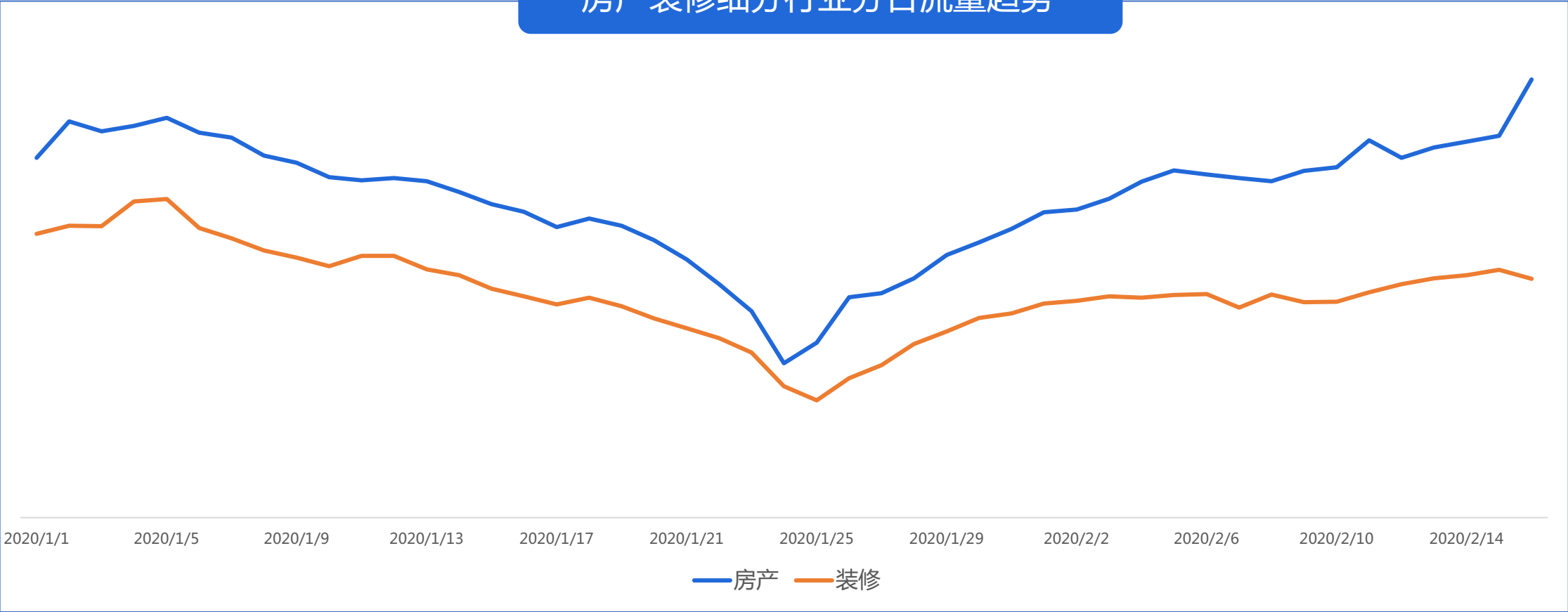
数据来源：百度搜索大数据，2019年，2020年

细分市场 | 房产和装修强关联性，节后需求均快速增长



➤ 在房产装修细分需求中，房产和装修需求关联性强，节后需求均快速增长。

房产装修细分行业分日流量趋势

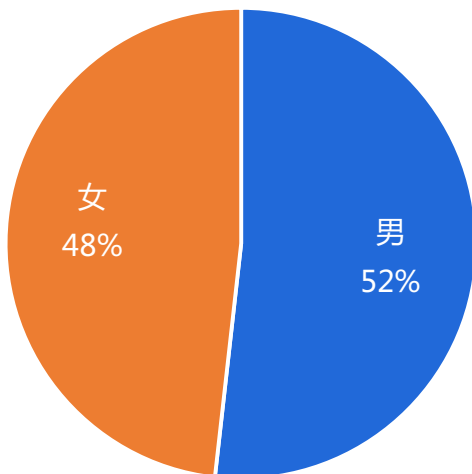


房产装修人群 | 画像：房产装修是人生大事，家庭共同参与

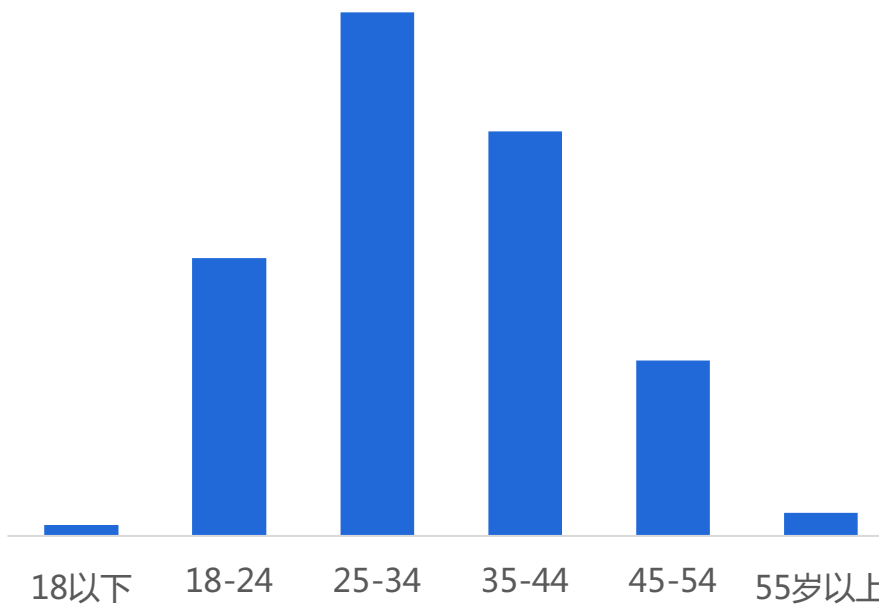


- 从性别分布看，男女用户比例相当；
- 从年龄分布看，25-44岁人群是主力人群，占比近7成；

用户性别分布



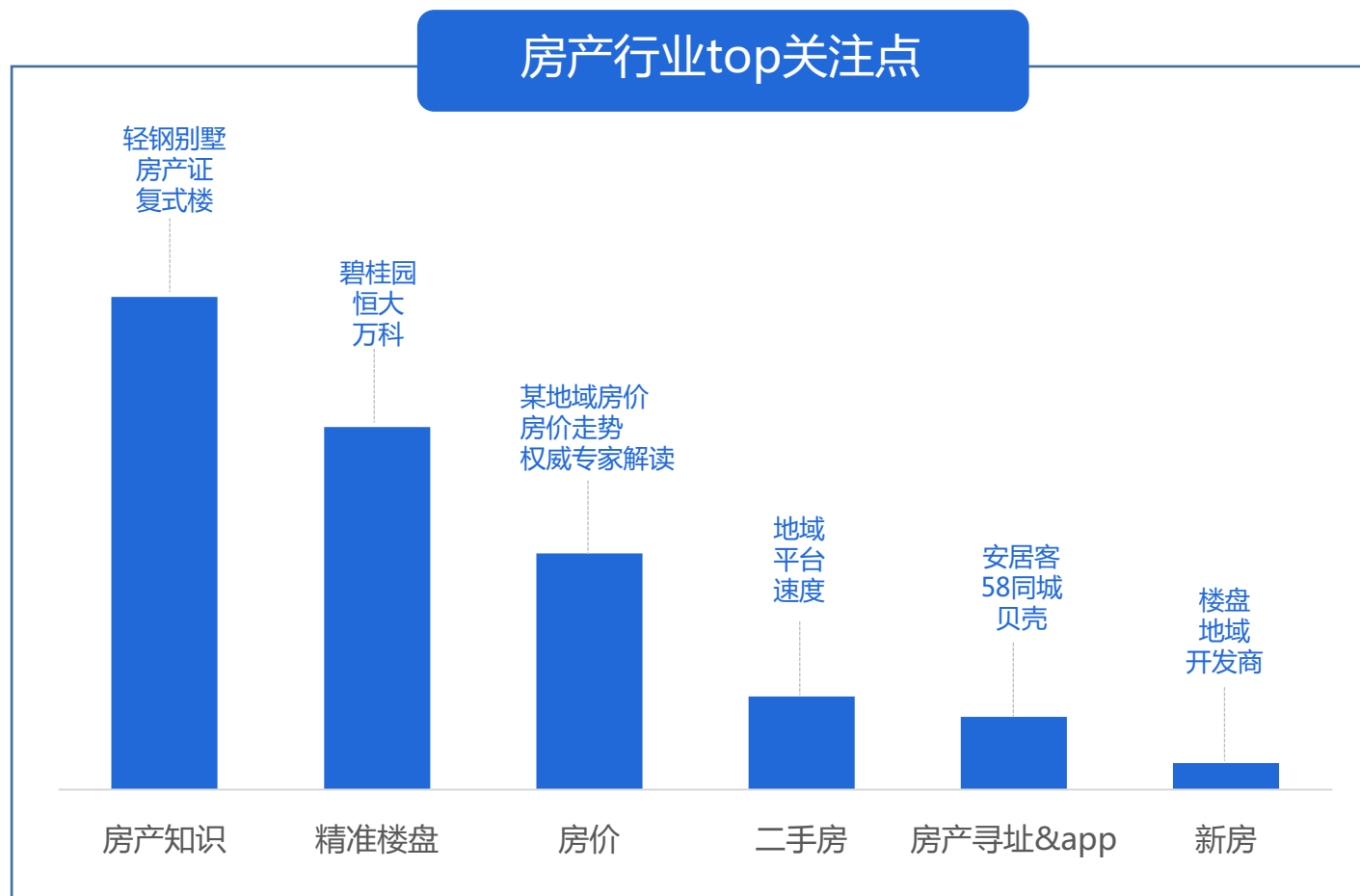
用户年龄分布



房产人群 | 关注：用户全面获取知识、楼盘和价值等信息做决策



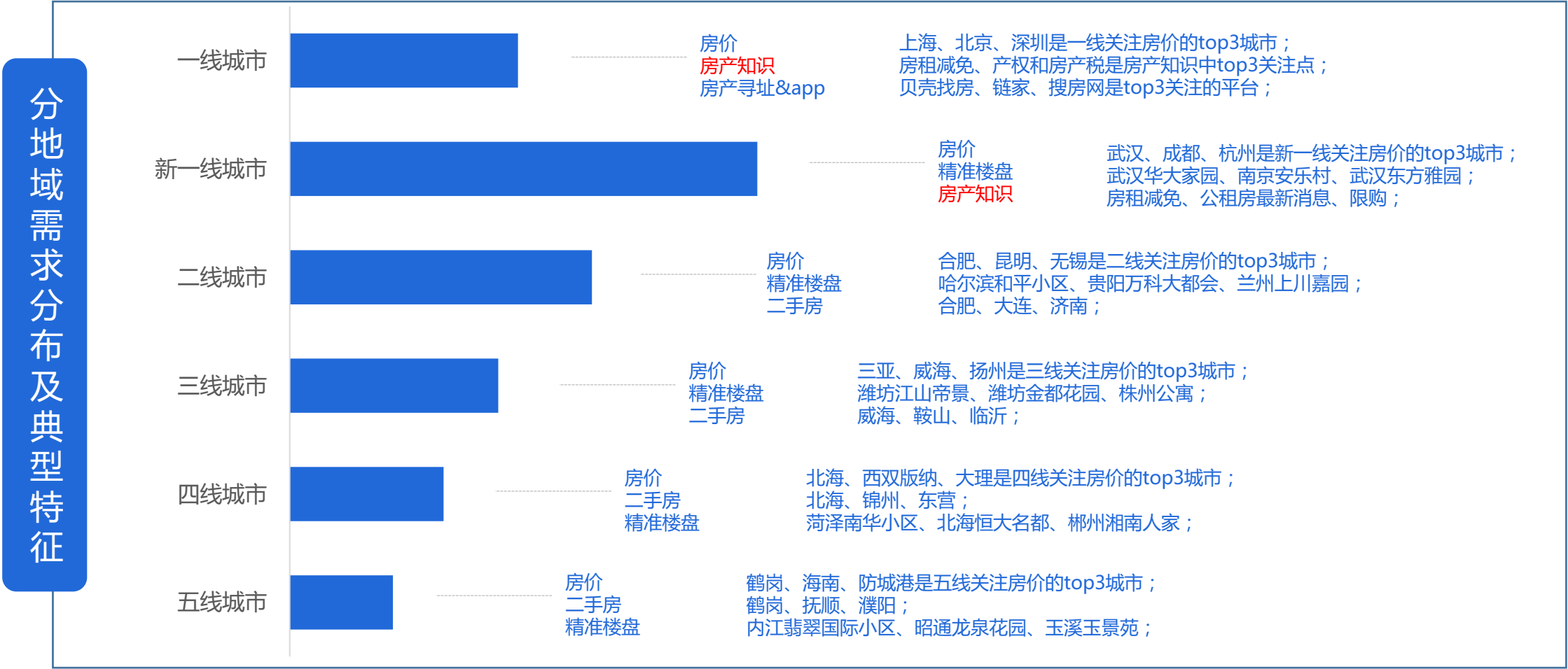
- 房地产行业top3关注的信息是：房产知识、精准楼盘和房价；
- 房产知识中对轻钢别墅、房产证和复式楼的关注较高；精准楼盘中最关注碧桂园、恒大和万科的楼盘；用户更关注某个地域的房价。



房产人群 | 需求：新一线房产需求最高，高线城市更注重了解房产知识



- 用户对新一线、二线和一线城市的房产需求更高；
- 各线城市均关注房价；高线城市更注重了解房产知识；一线城市用户对房产类app认知度更高。

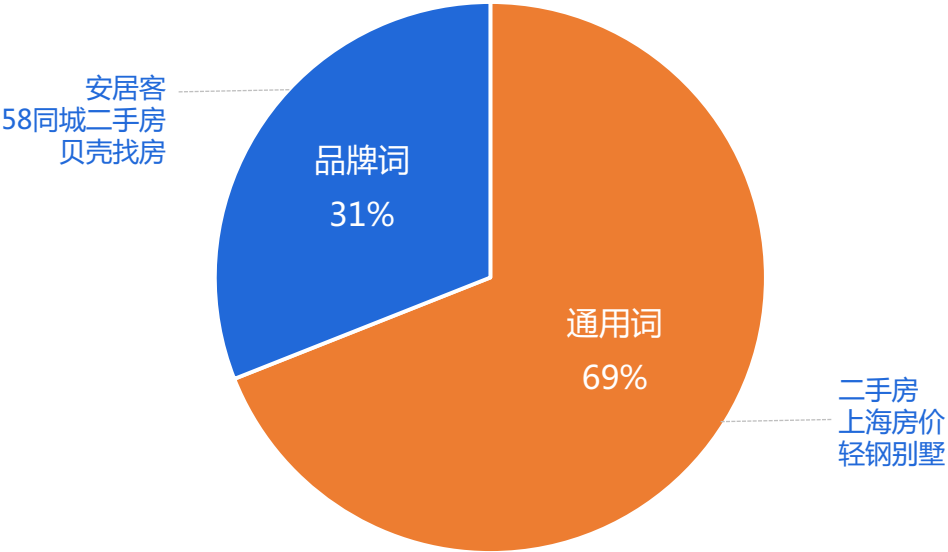


房产人群 | 关注：全面学习了解房产知识；头部平台和开发商更受用户信赖

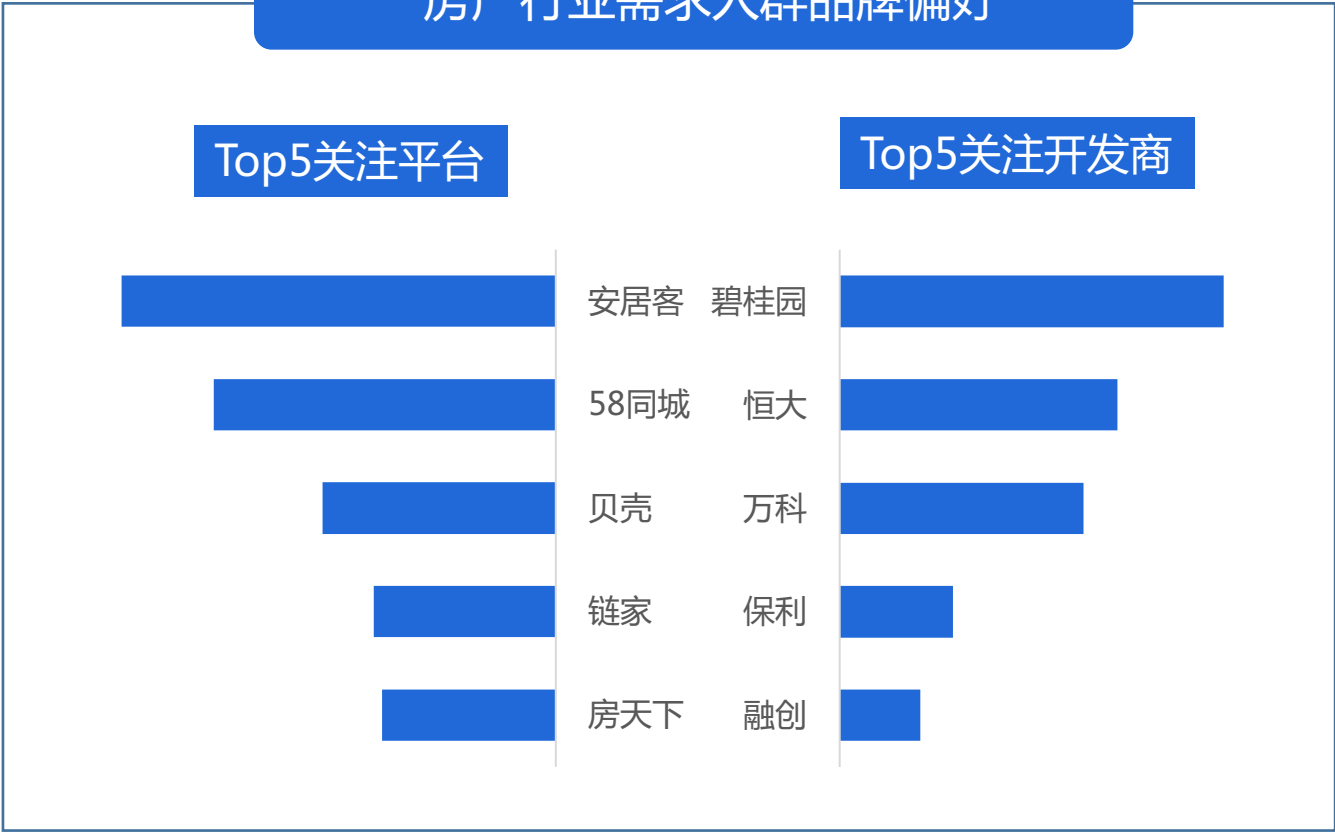


- 全面学习了解房价、房产类型、周边设施等房产知识；
- 安居客、58同城、贝壳、链家、房天下等平台满足了用户较多房产信息需求；
- 用户更偏好碧桂园、恒大、万科等头部房产开发商。

房地产行业品牌/品类需求情况



房地产行业需求人群品牌偏好

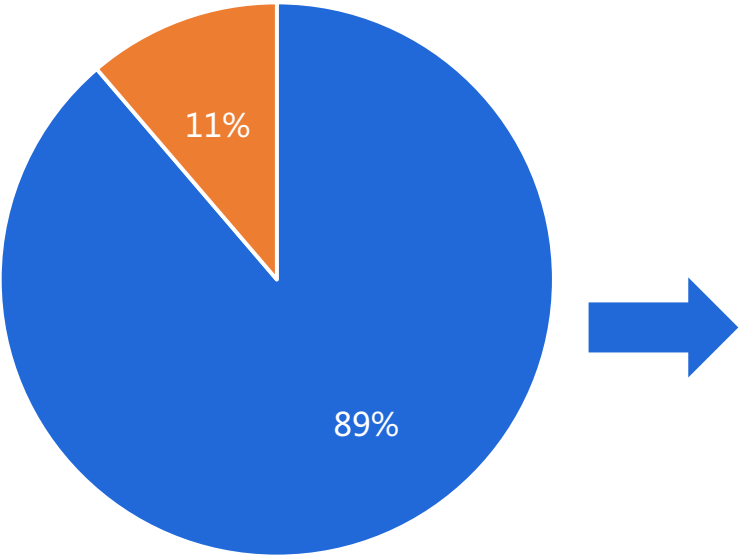


房产人群 | 去向：百度平台提供了更多房产权威信息解读和知识内容，影响用户的消费认知

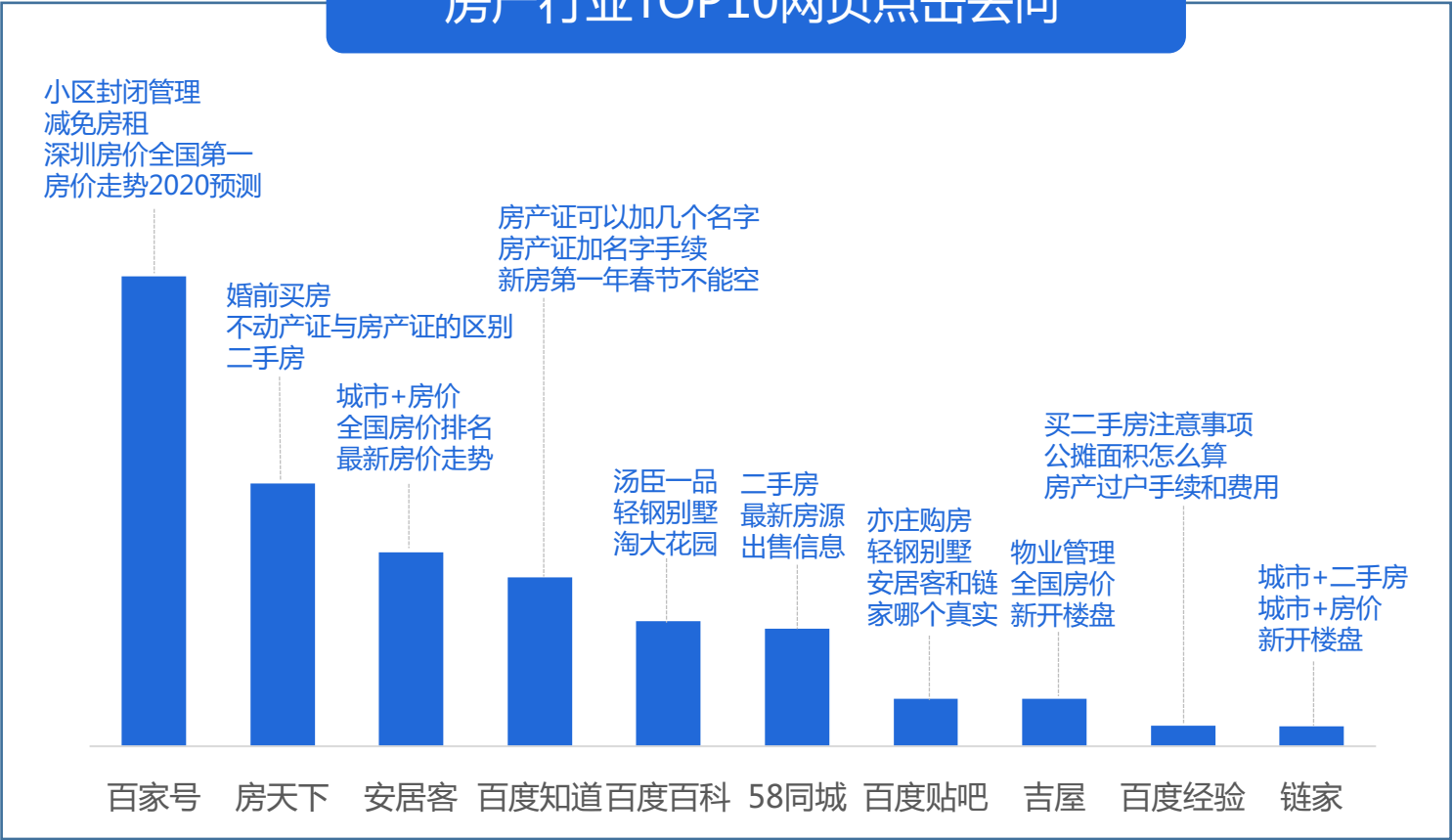


- 从点击去向看，网页满足了更多房产行业的需求；
- 其中百家号解决了最多房产行业的需求，主要是政策解读和房价预测；百度知道和百科解决更多房产知识需求。

房地产行业点击去向分布



房地产行业TOP10网页点击去向

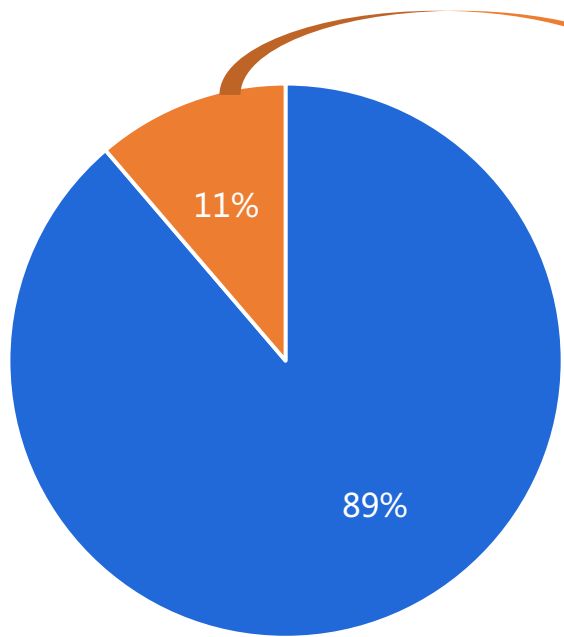


房产人群 | 去向：百科和知道小程序满足了用户大部分的知识与信息需求

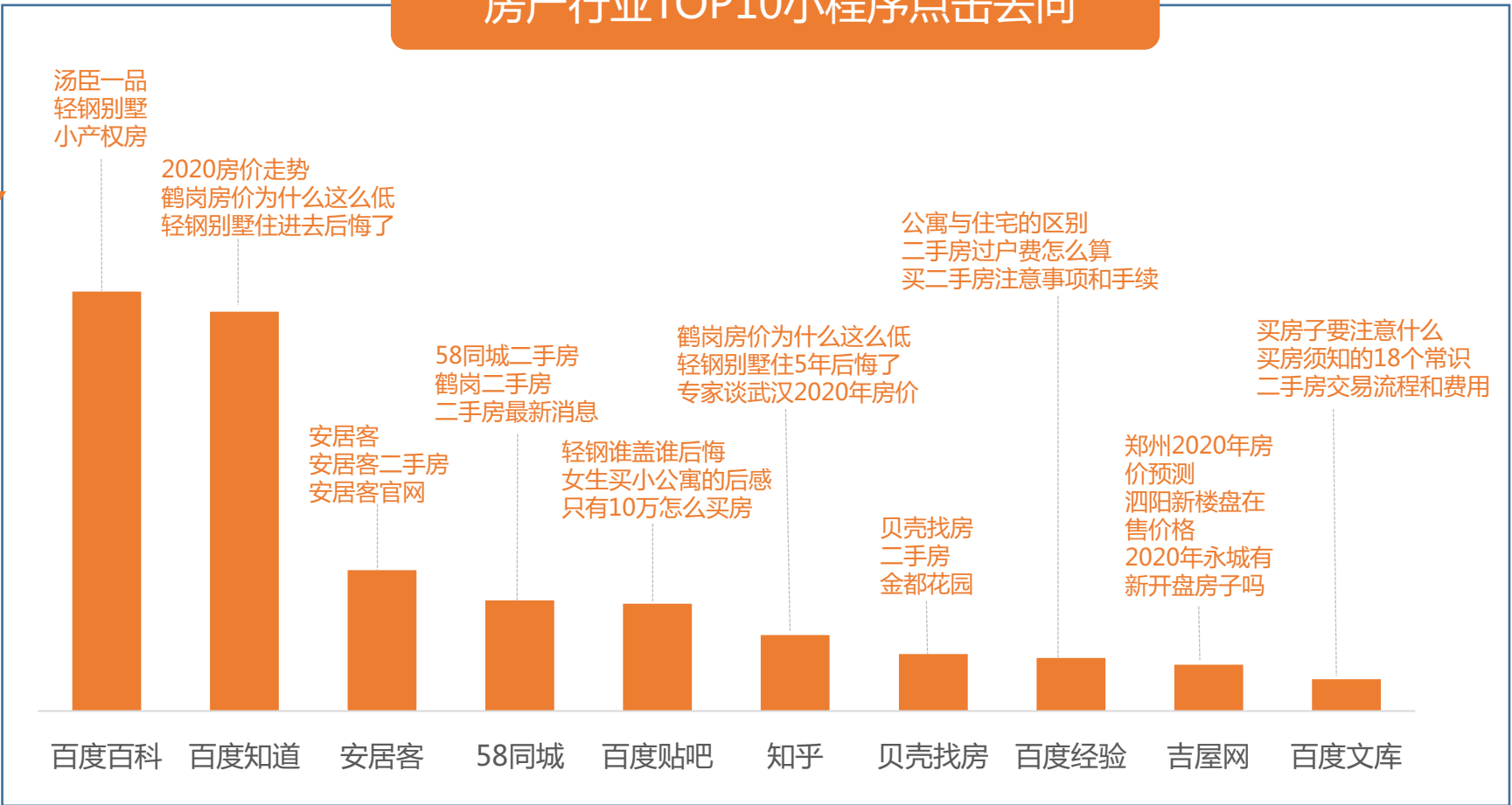


- 百度百科和百度知道满足了用户大部分的知识与信息需求；
- 安居客、58同城、贝壳找房等小程序解决了用户查找房源的具体需求。

房地产行业点击去向分布



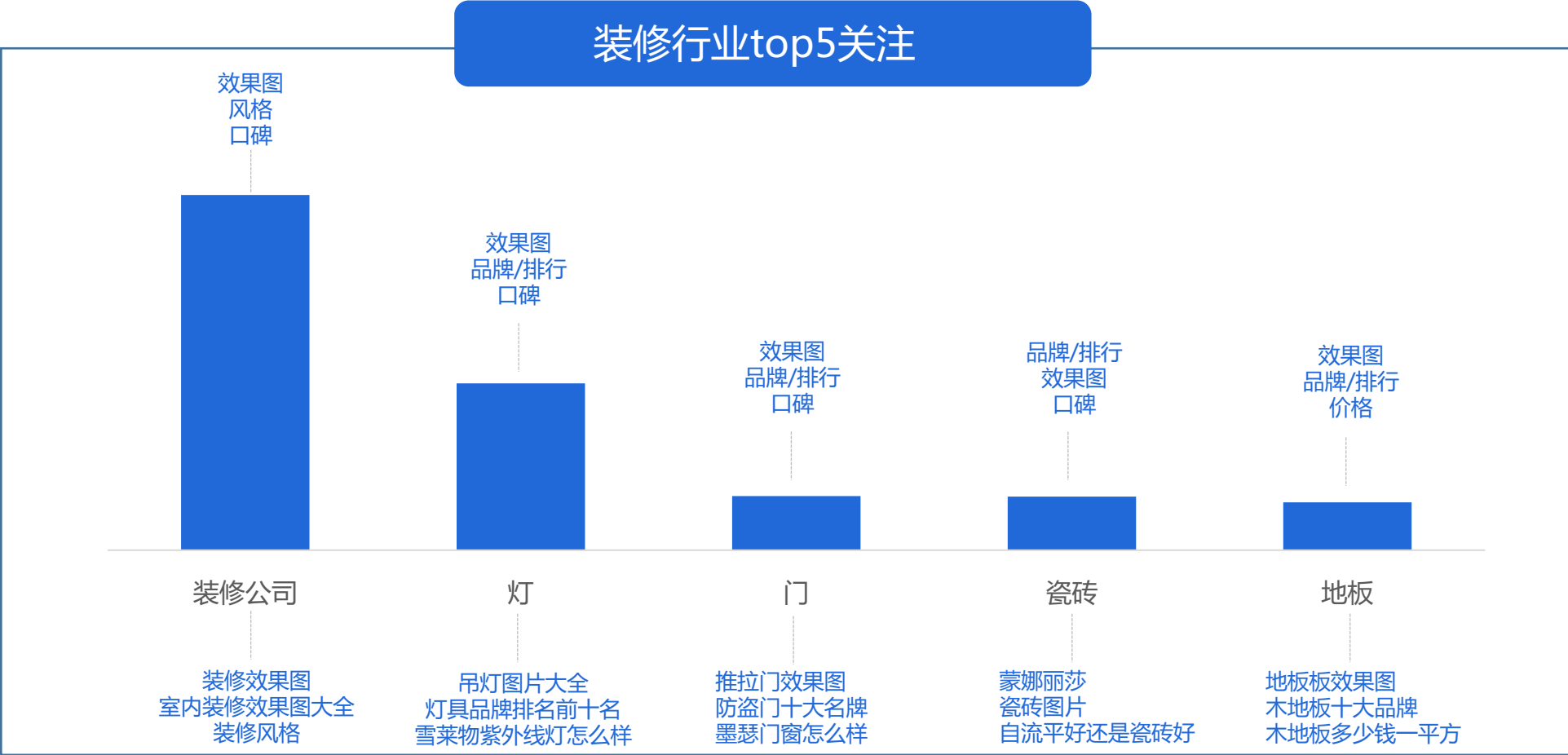
房地产行业TOP10小程序点击去向



装修人群 | 需求：用户同时获取装修各环节服务与产品信息



- 装修人群整体获取装修服务与灯、门、瓷砖、地板等产品信息；
- 装修用户整体更关注效果图、品牌/排行和口碑。

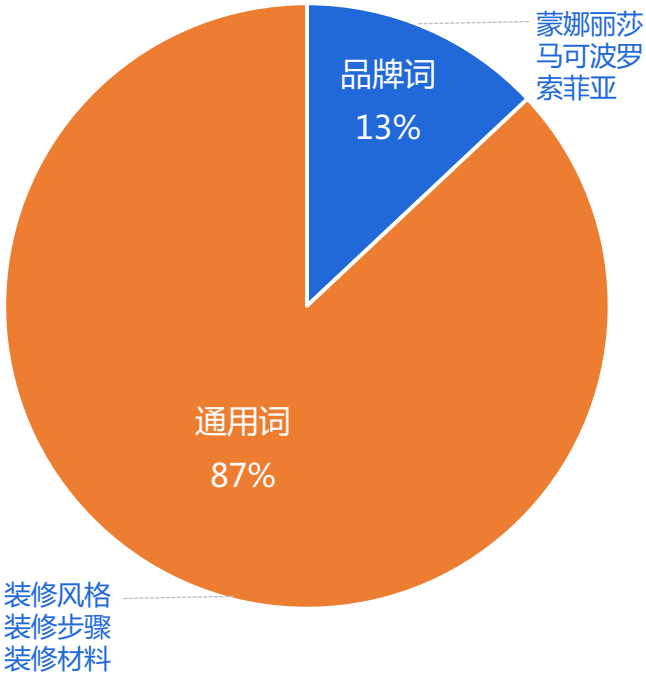


装修人群 | 关注：装修行业品牌认知需加强

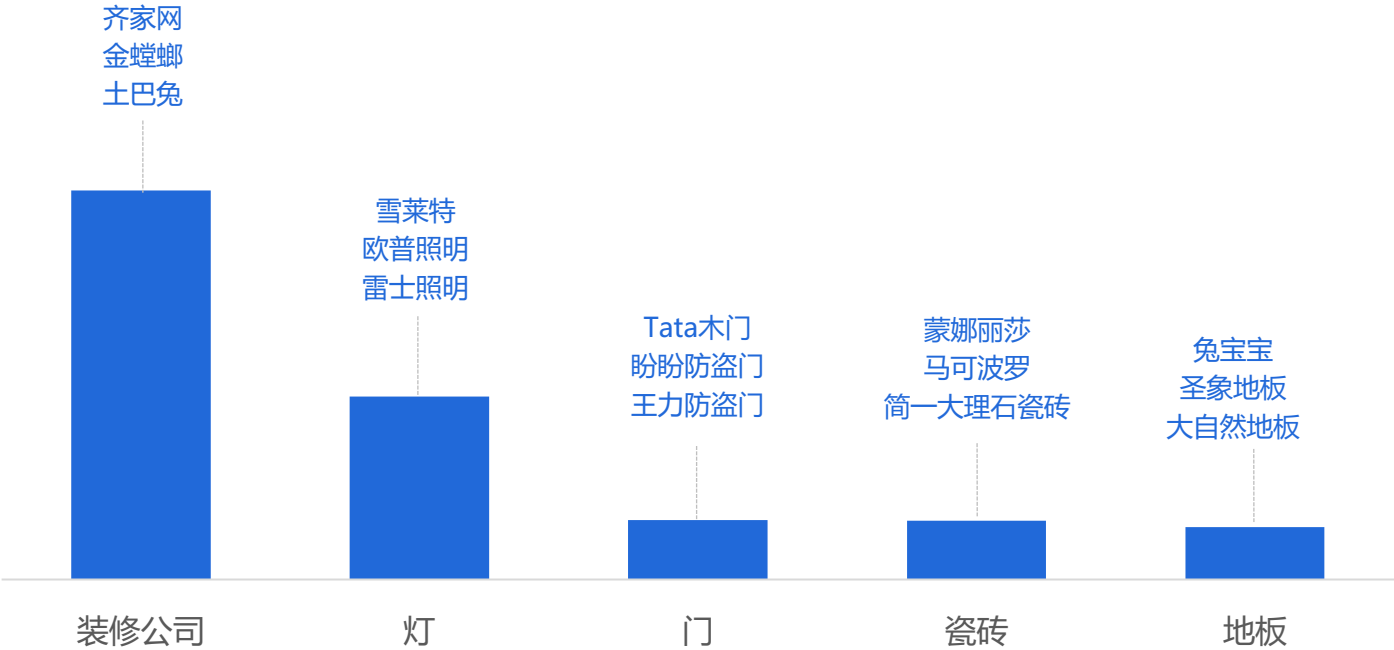


➤ 装修行业通用词占比高，品牌词占比低，品牌认知需加强。

装修行业品牌/品类需求情况



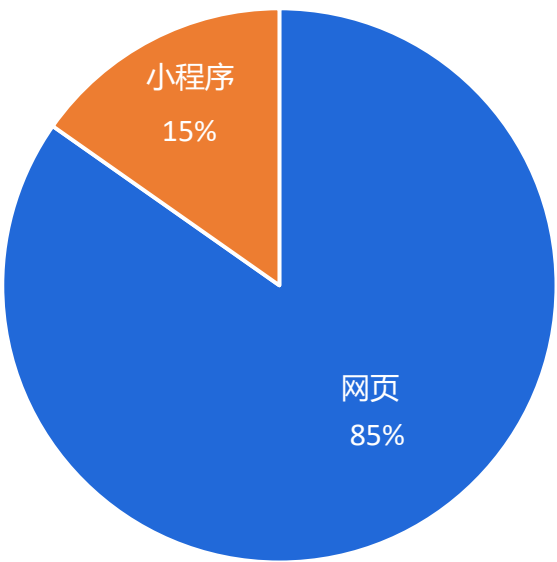
装修行业主要品类top3品牌偏好



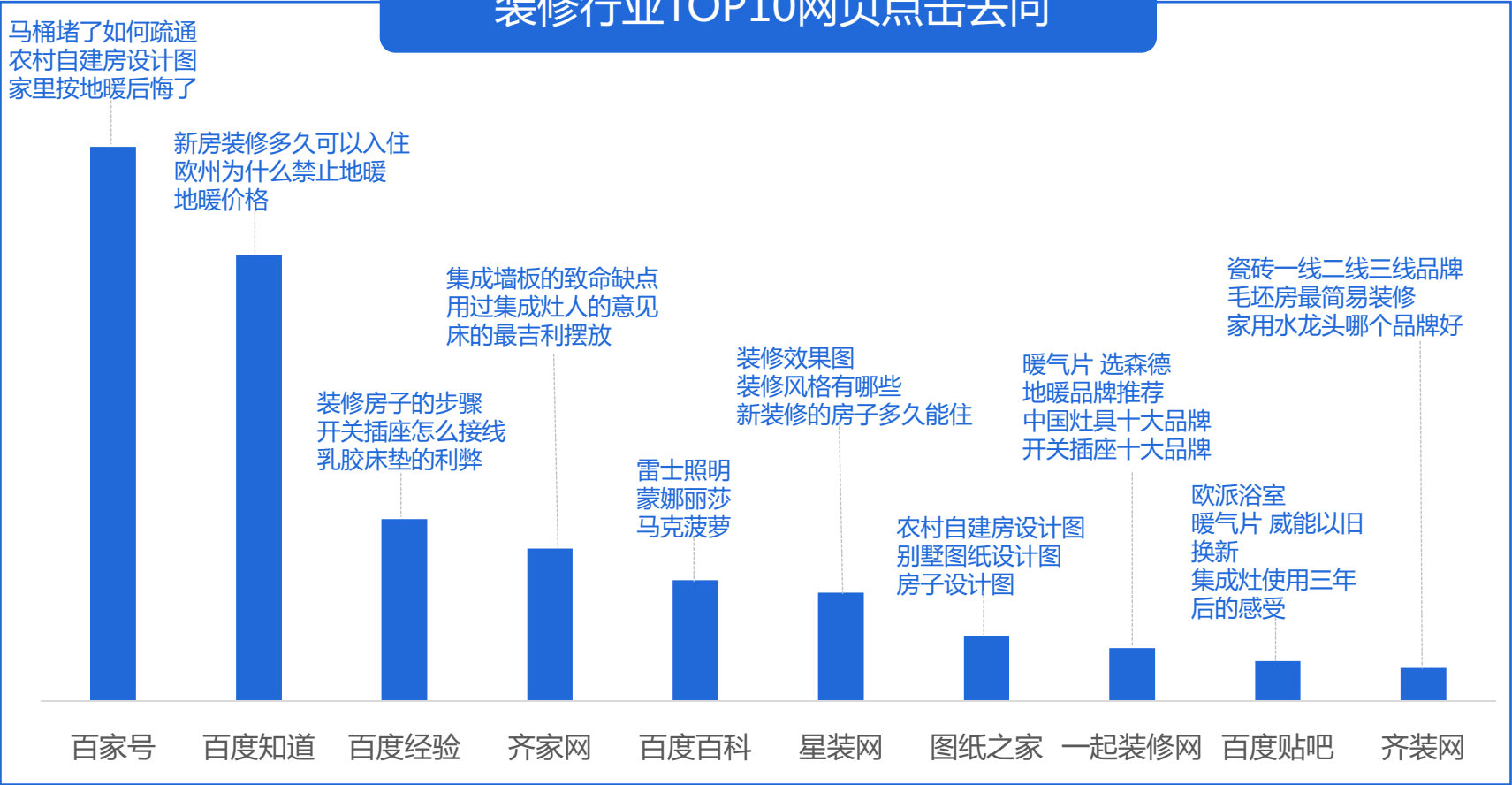
装修人群 | 去向：更多关于装修的知识和口碑问题在百度平台得到解决

➤ 从点击去向看，百家号和百度知道两平台解决了用户大部分问题；百度百科主要解决用户的品牌知识需求。

装修行业点击去向分布



装修行业TOP10网页点击去向

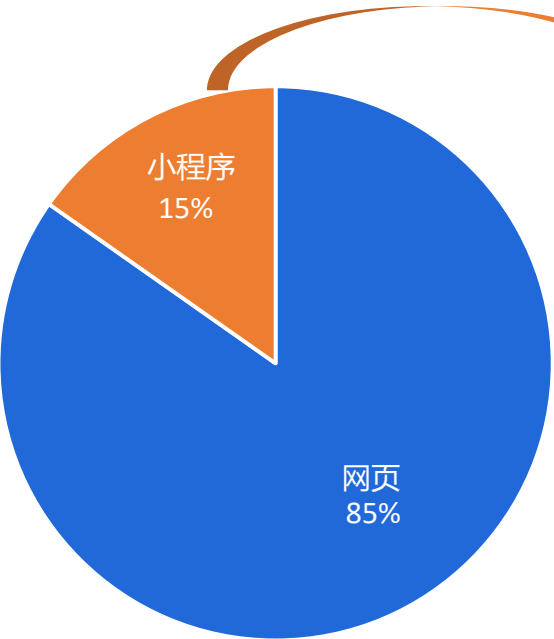


装修人群 | 去向：更多关于装修的知识和口碑问题在百度小程序得到解决

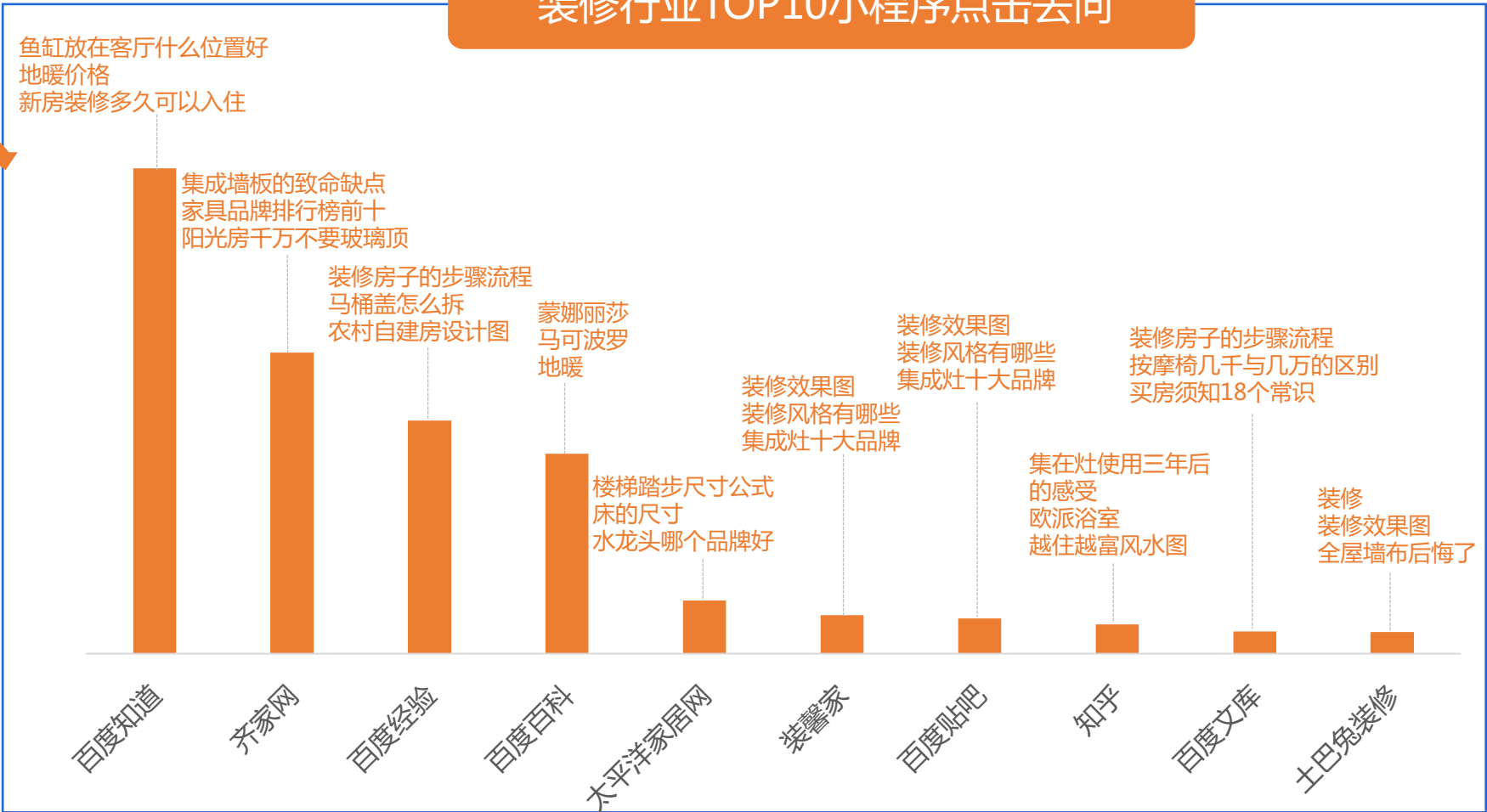


- 小程序点击去向中，百度知道、齐家网、百度经验和百度百科的小程序解决了大部分需求；
- 百度知道、百度经验主要解决用户装修知识和口碑方面的问题；百度百科满足了品牌知识类需求。

装修行业点击去向分布



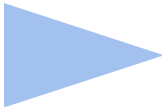
装修行业TOP10小程序点击去向



数据来源：百度搜索大数据，2020年1月-2月



把握机会



应需而为

总体

线上化体验带动需求快速恢复；
房产装修行业需求从白天持续上扬，晚间达到高峰；
沿海及人口大省需求旺盛，外来人口占比高的经济大省需求被抑制。

细分

房产和装修两个细分行业需求关联性强，节后需求均快速增长。

画像

房产和装修强相关，用户群体相近；男女比例相当，25-44岁是主力人群。

需求

新一线房产需求最高，高线城市更注重了解房产知识。

用户同时获取装修各环节服务和产品信息。

关注

用户全面获取知识、楼盘和价格等信息做决策；品牌更偏好头部平台和开发商。

装修行业品牌认知需加强。

去向

百度平台提供了更多房产权威信息解读和知识内容，影响用户的消费认知；百度百科和知道小程序解决了用户大部分的知识 and 信息需求。

更多关于装修的知识和口碑问题在百度平台/小程序得到解决。

谢谢观看

百度营销中心