

# 贝壳家装消费者调查(2023年三季度报告)发布

日前,贝壳研究院发布《贝壳家装消费者调查报告》(2023年三季度报告)。自2022年11月,贝壳研究院持续通过贝壳线上渠道每月向居住消费者随机发放问卷,跟踪家装消费最新情况。

消费者既是家装行业增长的先导,也是家装行业增长的重要引擎,同时因其个性、多元而又具有复杂性,如何对不断变化和成长的消费者进行刻画,是消费驱动家装行业发展的关键。本季度消费者调查报告重点关注:买卖一装修连动、家装消费升级、整装消费趋势、新房一存量房装修市场切换等关键问题。

基于调查问卷分析结果,家装消费者在2023年三季度呈现出以下特征趋势:

## 买卖一装修连动?

**趋势:** 家装与房产交易连带消费短期略降,长尾价值未来将持续释放。

**判断:** “买房一装修”连带消费市场盘坚,不同能级城市需区别把握消费时点。

目前地产行业处于一个大的新周期的转变,“房地产市场供求关系发生重大变化”,家装行业作为房地产下游行业,上游的变化叠加居民消费的变化,房产交易与家装消费之间的关系有何变化?

贝壳研究院基于平台5609份消费者调研数据,从整体看,过去一年的受访者在购房以后都有装修需求,仅约6.8%的受访者表示无装修需求,“买房”与“装修”之间持续存在显著连带效应。

2023年第三季度,48.54%的全国受访者在收房后三个月内安排装修,这一数字较上一个季度微降0.96个百分点;另一方面,第三季度受访者中预计收房后一年以后安排装修的占比为11.31%,连续4个季度呈缓慢下降态势,“买房一装修”连带家装消费仍盘坚。

“买房一装修”连带效应分城市能级看略有不同,一线、新一线城市连带效应略低于其他能级城市,一线、新一线城市消费者收房后安排装修的消费决策周期更长。

2023年第三季度,一线、新一线城市有44.11%的受访者在收房后3个月内安排装修,其他能级城市受访者这一比例为52.76%,相差8.65个百分点;但计划在收房后半年内安排装修的一、新一线受访者占比为20.16%,比其他能级城市的这一比例略高1.49个百分点。

此外,一线、新一线城市消费者收房后3个月内安排装修的比例,今年以来持续下降,计划半年内装修的比例今年以来有所抬升;其他能级城市今年以来的趋势则正好相反。

对于头部城市家装消费者而言,一方面,工作生活节奏更快,消费时间成



本高,相比房产交易受市场波动影响需把握时机,且买房已经花费了不少心思,家庭装修消费环境相对稳定,因此有更长的时间周期来决策;另一方面,头部城市的房价相对较高,购房支出短期内对装修有一定的挤压,会对家庭装修消费产生滞后影响。

## 家装消费升级?

**趋势:** 头部城市带动效应明显,其他能级城市消费分化。

**判断:** 消费分化,性价比消费与品质消费将在不同市场均迎来良好发展。

国家统计局日前披露的8月国民经济数据显示,1—8月,限额以上单位消费品零售呈正增长趋势,同比增长5.0%;16类商品中,与家装消费相关的家用电器、家具类、建筑及装潢材料三类商品1—8月同比增长-0.4%、3.4%、-7.8%。当下的家装消费水平趋向如何?消费者在消费升级还是降级?

贝壳研究院调研数据显示:

(1) 头部城市消费者家装消费水平整体更高。2023年第三季度,装修预算在10万元以内的受访者一、新一线城市占比35.33%,其他能级城市为45.71%,相差10.38个百分点;从消费水平结构看,一、新一线城市与其他能级城市家装消费水平在腰部的差距相对较小,客单10万元以内和31万元及以上两端部位的占比差距最大。

一方面,受劳务费用、产品价格、服务模式等影响,头部城市家庭装修的门槛相对更高,抬高客单;另一方面,装修预算也与城市经济发展水平、居民收入水平正相关,头部城市居民人均收入水平更高,而低能级城市消费者平均收入水平相对低,对价格更敏感,消费偏向性价比驱动需求更强,影响客单价

水平。

(2) 头部城市和其他能级城市呈现出不同的走向。过去4个季度的调研数据显示,头部城市家装消费预算水平呈上升态势,2023年第三季度一、新一线城市消费者装修预算在15万元以内的占比为61.88%,而2022年四季度这一占比为65.22%,低预算段占比下降了3.34个百分点;另一方面是其他能级城市低预算消费者占比在提升,2023年第三季度其他能级城市15万以上装修预算消费者占比为70.67%,相比2022年四季度提升了2.31个百分点。

## 整装消费趋势?

**趋势:** 整装消费需求空间大,头部城市引领发展。

**判断:** 整装发展,市场增长不是拼刺刀,还是做蛋糕。

整装是家装新增长点已成为行业共识。但目前行业内对整装的定义还尚未形成一致的认知,市场上“整装”概念涵盖了仅含主辅材的“全包”、包含定制软饰的“全案”、包含真正满足“拎包入住”的严格意义上的“整装”。根据中装协定义,整装是指装修公司根据消费者对家的整体装修需求将设计、施工、辅材、主材、定制、家具软装等装修要素产品化,以平方米或者整套报价,并作为合同责任主体负责售前、售中、售后的整体服务。综上,我们认为选择全包(人工、辅材、主材)和整装(硬装+软装,拎包入住)的消费者都属于目前市场上整装公司的潜在客户。那个消费群体规模有多大?或者说从消费者视角,整装市场发展距天花板还有多远?

贝壳研究院调研数据显示,2023年第三季度有家装需求的受访者中有42.34%选择半包,32.61%和25.16%的消

费者选择全包和整装。回顾过去四个季度,半包和全包+整装的占比基本维持在4:6左右,这意味着整装品牌仍有很大空间可供发展。

以北京家装市场为例,整装品牌top10在2022年的市场占有率不到。

此外,调查还发现,不同能级城市的整装市场发育程度不尽相同,一、新一线城市头部城市引领整装消费。一、新一线城市头部城市受访者中有37.91%的消费者倾向选择半包,而其他能级城市消费者的这一比例为46.18%,相差8.27个百分点,头部城市消费者对家装全包、整装的接受程度更高,也即整装品牌在这些城市的发展潜力更大。

## 新房、存量房装修市场切换?

**趋势:** 新房装修客单更高,二手“买卖一装修”连带更强。

**判断:** 居住品质升级下,头部城市存量需求增强,低线城市新房需求稳定发展。

过去20多年,尤其是过去10年我国房地产市场超高速增长,2021年我国新房交易额更是达到18万亿元的高点,在我国住房市场基本告别总量短缺之后,未来5-10年新房开发和销售虽然仍有较大体量,但下行是趋势。住房交易市场变化之下,作为下游的家装市场变化趋势如何?

贝壳研究院调研数据显示,按装修房屋类型分,一、新一线城市头部城市以二手房为主,其他能级城市新房、二手房参半。目前一线城市的新建住房市场趋近饱和,房地产行业逐步进入存量时代,一、新一线城市存量房已进入二次装修和局部翻新升级高峰期,二手房和存量房将成为家装行业获客的重心,三四线城市在人口流动和城镇化需求下,新房仍有发展空间,将继续带动家装需求。

此外,新房毛坯和二手房装修消费在消费水平、消费决策和消费方式等方面呈现出一定的差异。

首先在消费水平上,2023年第三季度新房毛坯装修消费者的预算水平整体要高于二手房装修,新房毛坯装修预算在10万元以内的占比32.1%,二手房装修预算10万元以内为46.83%,相差14.73个百分点。

在消费决策周期上,2023年第三季度二手房购房者计划装修的周期更短,51.29%的二手房购房者会在收房后三个月内安排装修,而新房毛坯购房者这一比例为41.67%,相差9.62个百分点。

在消费选择上,2023年第三季度二手房购房者比新房毛坯的购房者更多选择半包、全包,新房毛坯购房者相对更多偏向整装。(贝壳)

# 阿克苏诺贝尔发布绿色航运白皮书

航运业是全球贸易运输的命脉,目前约占全球贸易运输的80%~90%。根据预测,到2050年全球范围的航运需求将增加两倍。今年7月,国际海事组织(IMO)提出,航运业需要在2030年前减少20%的碳排放,并在2050年左右实现净零排放。为了达成这一目标,航运业必须采取有效的减排战略,在实现降碳目标的同时,兼顾持续增长的航运需求。

为推动航运业的绿色发展,阿克苏诺贝尔与航运清洁技术领域企业Silverstream Technologies展开了积极合作,将阿克苏诺贝尔船舶防污涂料系列与该企业成熟的空气润滑技术相结合,为客户提供前沿的可持续船舶涂料解决方案。

这种良好的企业间协同效应,为航运业带来了更多高效的节能解决方案,从而有效减少船舶阻力、提升航行效率、降低全球航运碳排放。

经过三年的通力合作,日前,阿克苏诺贝尔和该航运清洁技术领域企业共同发布了《探索协同效应,助力绿色航运》白皮书。该白皮书阐述了阿克苏诺贝尔旗下的国际油漆船舶涂料与Silverstream空气润滑解决方案如何相辅相成,并通过协同效应为绿色航运提供有力的支持。

白皮书主要围绕三大场景,详细阐明了阿克苏诺贝尔防污涂料和Silverstream空气润滑系统间的协同效应。双方各展所长,共同帮助船东降低能耗、

运输成本和碳足迹,以满足日益严格的监管要求。

白皮书着重指出,船体阻力是影响船舶航行效率最重要的因素之一,而船体表面覆盖的防污涂料在降低船体阻力方面起着至关重要的角色。阿克苏诺贝尔超高性能的防污涂料能够保持船体表面的光滑和清洁,从而减少船体的摩擦阻力。与此同时,该空气润滑系统采用一套空气压缩机,向空气释放装置提供压缩空气,使空气与水产生剪切作用,通过在船体平底表面上形成一张微气泡组成的“毯子”来减少摩擦阻力。通过这两项技术的结合,船舶运营商可以获得一套整合解决方案,在提高船舶推进效率的同时,降低燃料成本和碳排放。

这类整合的解决方案也能为航运业带来可持续发展,减少对有限资源的依赖。

阿克苏诺贝尔船舶与防护涂料业务船舶性能经理Barry Kidd表示:“我们致力于在航运领域为船东提供有价值的洞见和解决方案,帮助他们做出明智的选择。我们深信,选用阿克苏诺贝尔合适的产品,将发挥协同作用,帮助船东实现减排目标。”

Silverstream流体力学研发部负责人Arno Dubois补充道:“希望更多人知道我们已经启动了包括船舶试验和数据分析等在内的研发项目,并了解我们如何促进双方技术优势的发挥,从而助力船东降本增效。”

(记者 顾今)

## “恒隆会”形象焕新暨升级专属体验

# 全国10大恒隆广场开启“炫境新启”庆祝活动

为进一步实践“以客为尊”的宗旨,恒隆地产在2018年起于全国各地的恒隆广场推出了会员计划“恒隆会”。今年9月,“恒隆会”迎来第6年,开启形象焕新,为会员升级一系列尊享权益和礼遇,并携手全国8座主要城市10个恒隆广场项目,于9月1日至10月6日期间举办“炫境新启”庆祝活动。崭新篇章来临,“恒隆会”为全国顾客带来更多专属贴心的个性化购物体验及服务,以及优质的生活方式,为顾客缔造尊享生活空间。

## “恒隆会”焕新启幕 全国尽享

“恒隆会”的全新面貌,强化了恒隆广场“66”品牌的形象特色,弯曲相连的线条结合水平66度,寓意着恒隆将商户及顾客联系起来。此次品牌焕新,使用了色彩强烈而精致的视觉形象,充满现代摩登之格调,而会员卡的设计亦加入不同层次的颜色赋予

触感,呈现出崭新姿态。

9月1日至10月6日期间,“恒隆会”在全国10个恒隆广场举办为期一个多月的“炫境新启”活动,在每周带来不同的现场活动与丰厚赠礼,包含“66度新动时刻”游戏互动装置、精选积分奖励换取限定礼品、雪糕派发,还有各项会员独有的体验,如马术、高尔夫、工作坊等。与此同时,“恒隆会”推出“恒享惊喜日”,即每月特定一天定为“恒隆会”会员专属日,会员可利用积分于当日解锁限定奖励,还有机会与钟爱的商户享受独家礼遇和体验,增加商户和会员互动互动的机会,促进商户客流量。

## 臻献厚礼 非凡恒享

恒隆秉承“只选好的 只做对的”理念,始终致力于为顾客创造价值,并透过缔造独特尊贵的个人体验,满足高消费客户。值此焕新之际,“恒隆会”

强化会员福利,隆重推出星级联盟伙伴礼遇,与全国性跨界伙伴紧密合作,不论身在全国何处,透过“恒隆会”会员尊享身份皆可尽享美酒佳肴、酒店旅游(例如沈阳康莱德酒店)、信用卡返礼,以及文化艺术等不同行业平台的尊享礼遇,在购物之外为每一位会员提供细致而周到的安排,全方位满足会员的生活品味。

“恒隆会”同步展开全国性尊享限时升级,指定会员可于活动期间开启优先升级特权,快人一步体验到“恒隆会”设计的精彩会员权益。此外,每年全国各地的恒隆广场会举办万众瞩目的标志性年度贵宾盛会,今年盛会也如约而至,在“炫境新启”庆祝活动期间,分别呈现无锡恒隆广场、武汉恒隆广场、沈阳市府恒隆广场11周年庆典的盛装派对,尊贵会员得以受邀探访不同城市,感受多样城市风情和独特魅力。

“恒隆会”不仅重视会员尊享体验及权益,在以尊崇福利回馈顾客的同时,

更进一步推动低碳环保的可持续生活方式,通过激励会员进行较环保的购物与提供较环保的奖励,携手会员助力环境的美好永续。“恒隆会”也在9月下旬推出全新恒隆会小程序,整合10大恒隆广场的内容于一体,为会员提供更丰富及流畅的体验,更方便了解会员权益、最新推广、查询记录及跨场活动等,呈现更多惊喜。

据介绍,恒隆地产有限公司致力缔造尊享生活空间。总部设于香港,恒隆地产发展及管理多元化的国际级物业组合,覆盖香港及九个内地城市,包括上海、沈阳、济南、无锡、天津、大连、昆明、武汉和杭州。公司在内地的物业组合均以恒隆广场“66”品牌命名,成功在内地奠定作为“城市脉动”的领导地位。恒隆地产在地产行业以引领优化的可持续发展方案见称,致力联系顾客、社群、伙伴,以实现可持续增长。(记者 顾今)

9月23日晚20时,杭州第19届亚运会开幕式在杭州奥体中心体育场隆重上演,同时也是亚运史上首次实现100%绿电供应的一届亚运会。

“我们打破了以往观演模式,秉承绿色办赛理念,全程没有碳排放,不燃放烟花,主火炬采用绿色燃料。”杭州亚运会开幕式总导演沙晓岚说。

精打细算,“挤”出减排空间,是杭州亚组委聘请的“零碳工程师”每天都在琢磨的工作。每一盏灯、每一台空调、每一部电梯的能耗数据,都在他们脑海里飞速运转。

据了解,杭州亚运会的场馆建设、能源供应、交通运输、赛事运行等都彰显着浓浓“绿意”。中央企业采用新技术、新材料、新思路,建构起“绿色亚运”的软硬件支撑。

可实现光伏发电的物流中心、能够回收雨水及热能等资源的有机循环体系、利用导光管采集自然光的节能照明系统……融入了环保理念的场馆设计,擦亮了绿色亚运的“主色调”,也折射出美丽中国底色。

风能、水能、光伏、氢气等电力供应是绘就绿色“主色调”的重要一笔是绿色能源。在此绿色能源供应行动中,杭州亚运会的“用电大户”——56个亚运比赛场馆,在绿电交易之下实现赛事用电全部使用绿电。这些绿电来自青海柴达木盆地、甘肃嘉峪关、黄土高原等地的光伏发电,也有来自新疆哈密、巴楚等地的风力发电。

新疆哈密,一阵风吹过,风机叶片转动;甘肃嘉峪关,一束光洒下,电子在光伏板中流动……当场馆电闸打开,通过特高压电网输送的丝绸之路沿线“风光”瞬间点亮。

一块位于青海省海南藏族自治州的单晶双面光伏组件,日均发电量2.2度,可供杭州奥体中心体育馆和游泳馆的一盏节能灯亮足220小时;目前完成的16场杭州亚运会绿电交易,累计电量达6.21亿千瓦时,相当于节约标准煤7.6万吨;今年3月至年底,杭州亚运会所有56个竞赛场馆将持续使用绿电,中核通过特高压输电输送清洁电力0.7亿度。

第十九届杭州亚(残)运会作为第一届碳中和亚运会,在亚运史上首次实现100%绿色电力供应。赛事场馆是亚运期间的“用电大户”,为了保证赛期内的绿电稳定顺畅,央企全力打通线路、积极调峰。

国家电网积极布局供电结构,由光伏和风力发出的绿电,正在点亮亚运场馆。一块位于青海省海南州的单晶双面光伏组件,日均发电量2.2度,而这些电通过灵州一绍兴±800千伏特高压直流输电工程等“西电东送”大通道输送至杭州后,可供杭州奥体中心体育馆和游泳馆的一盏节能灯亮足220小时。国家电投新疆公司外送亚运会绿电交易电量0.76亿千瓦时,为新疆外送亚运会绿电电量最大的发电企业,占新疆外送亚运会绿电总量的45%,占2023年杭州亚运会总交易电量20%,相当于节约标准煤9341.68吨,新疆绿电通过灵绍直流、吉泉直流特高压输电网络源源不断地输送至杭州亚运场馆。

中国大唐统筹部署国内资源,有效保供亚运会用电。来自新疆地区的5000万千瓦时绿电正输送至杭州亚运会现场;嘉兴平湖风电场、象山长大涂光伏电站、富阳光伏电站等绿电企业,自3月份开始陆续点亮各个比赛场馆;杭州市首个集中式大规模光伏电站——中国大唐富阳一期50兆瓦农业林业光伏电站项目已并网,该项目是距离杭州亚运主场馆最近的光伏电站,是护航绿色亚运的重点项目。

中国华电浙江公司全力做好亚运会后方的“充电宝”,为赛前、赛中、赛后各阶段提供安全可靠的绿色电力供应。在距离亚运主场馆6公里处,中国华电浙江公司打造了新能源集控中心,现已接入4个在运的风电项目,共73台风机。智慧运维系统给新能源生产管理安上了“千里眼”“智慧脑”,让千里之外的设备运行情况尽收眼底,精准把脉设备治理,提升保电供电能力。

储能系统保障了电力系统的稳定输出。8月3日,位于浙江的中国华电江山上余光伏配套储能系统并网,增强了电力系统的可靠性和灵活性,确保绿电“应发尽发、稳发满发”。

华能共和七期50兆瓦平价光伏电站副站长王有福介绍,作为杭州亚运会在青海省的“绿电”电源之一,借助特高压外送通道,华能共和七期50兆瓦平价光伏电站在6月至8月期间,已向杭州输送370万千瓦时“绿电”。

保障“绿电”稳定输送,优质电力服务必须做在前,国网青海省电力公司深入贯彻落实“双碳”目标和新型电力系统建设,着力在服务新能源消纳上下功夫,通过加快电网建设、开辟并网绿色通道、实行“一对一”并网服务等措施,积极服务新能源并网,提升新能源消纳水平。

“亚运会期间,青海将为杭州输送超过7000万千瓦时绿电,相当于减少二氧化碳排放近6万吨。”青海电力交易中心有限公司交易部副主任梁超介绍说。

总装机容量世界第二的中国三峡集团白鹤滩水电站正源源不断将奔流的金沙江水转化为澎湃绿电。今年6月,我国“西电东送”重点工程——白鹤滩—浙江±800千伏特高压直流工程正式全容量投产,可为亚运会现场提供100%绿电。

白鹤滩建设部副主任康永林介绍,白鹤滩水电站单机机组高达50米,重达8000多吨。每台机组额定功率可以给六台“辽宁舰”提供动力,它运转一个小时发出100万度电,可以满足一家人400年的用电。

中广核所属新能源有限公司向亚组委提供国际碳信用核证减排量(CER)4万吨,通过跨省绿电交易、省内海风绿电交易等方式保障绿电供应。赛事期间,新疆哈密东沟风电一场将为各类场馆提供清洁电量4592.9万千瓦时。

此外,备受瞩目的杭州西站是本届亚运会的重点交通配套设施,承载着迎送“四海来客”的重要使命。该站由中国中铁所属中铁建工承建,建设团队充分采用新工艺、新方法、新材料,向科技要效率,用材料添动能。杭州西站的房顶可大有学问!该站在设计建筑过程中,充分利用站房建筑的屋顶资源,铺设7540块400Wp单晶硅光伏组件,铺设面积达1.5万平方米,采用“自发自用、余电上网”的并网模式,预计年均可发电量可达231万度,可供车站广告、商业、空调等使用,预计每年可节约标准煤830余吨,减少二氧化碳排放2300余吨,有效降低车站用电成本。(宗和)

