

行業概覽

除另有指明外，本節所載資料來自各類政府官方刊物、其他刊物及我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。我們相信有關資料源適當，且摘錄及複製該等資料時已合理審慎行事。我們並無理由認為該等資料在任何重大方面失實或存在誤導成分，或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面失實或存在誤導成分。我們、聯席保薦人或我們或彼等各自的董事、高級職員或代表或參與[編纂]的任何其他人士並無獨立核實有關資料，亦不會對其準確性或完整性發表任何聲明。本節所載資料及統計數據可能與中國境內或境外編製的資料及統計數據不一致。

資料來源

我們已委託獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文分析中國網上室內設計及建築行業並編製該行業報告。在[編纂]中，弗若斯特沙利文為我們編製的報告稱為弗若斯特沙利文報告。向弗若斯特沙利文支付的報告費用總額為人民幣650,000元。我們認為該價格反映該類型報告的市場價格。

弗若斯特沙利文是一家於1961年在紐約成立的全球諮詢公司，在全球擁有40多個辦事處及2,000多名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟學者。

弗若斯特沙利文報告的編製採用數據收集方法，通過各種來源進行初級研究及次級研究。初級研究涉及與整個行業價值鏈中的若干領先行業參與者討論行業現狀，並與相關機構進行訪談，以取得客觀與事實數據及前瞻性預測。次級研究涉及審閱從公開來源所取得數據及刊物（包括政府部門的官方數據及公告）、公司報告、獨立研究報告及根據弗若斯特沙利文自有數據庫編製的數據。

於編撰及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已作出以下假設：(i)於預測期間中國的社會、經濟及政治環境很可能保持穩定；及(ii)行業的關鍵驅動因素很可能會於預測期間推動中國網上室內設計及建築行業增長。

在此基礎上，我們的董事信納本節所披露的預測及行業數據並無誤導成分。我們的董事經合理查詢後確認，自上述資料刊發日期以來，市場信息並無重大不利變動，致使可能就本節所載資料附保留意見或與有關資料出現衝突或造成不利影響。

行業概覽

中國宏觀經濟環境及房地產市場

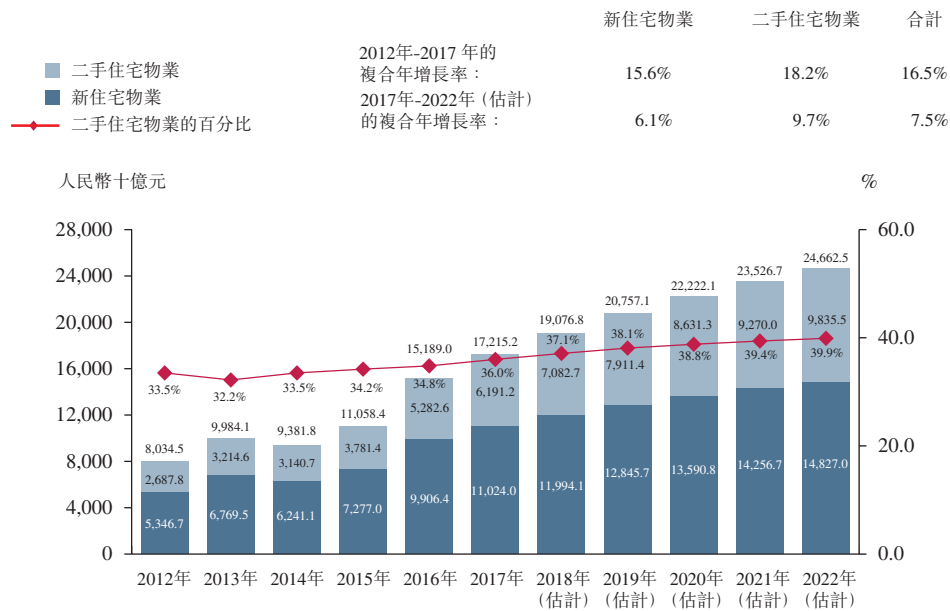
根據中國國家統計局的數據，2017年，中國名義國內生產總值為人民幣82.7萬億元，自2012年以來的複合年增長率為8.9%。展望將來，受惠於強勁的政府經濟刺激政策及措施，根據弗若斯特沙利文報告，中國名義國內生產總值預期於2022年達至人民幣117.8萬億元，2017年至2022年的複合年增長率預測為7.3%。穩健且不斷改善的經濟環境進一步刺激房地產行業及室內設計及建築行業的公私營投資，為網上室內設計及建築行業增長奠下良好基礎，提供可持續發展業務機遇。同時，於2017年，中國城市居民人均可支配收入達人民幣36,400元，預期於2022年達人民幣52,100元，2017年至2022年的複合年增長率預測為7.4%。財政上可支配收入上升令客戶在室內設計及建築方面的消費增加，提高生活質素，同時促進網上室內設計及建築行業的發展。

2012年至2017年，中國人口從13.54億人增長至13.901億人，中國仍然是世界上人口最多的國家，預期人口將於2022年增至14.236億人。同時，中國城鎮化率由2012年的52.6%上升至2017年的58.5%，預期於2022年將達到63.1%。人口及城鎮化率的增長大幅擴大住房需求，尤其是一二線城市的住房需求。因此，住宅物業銷售價值從2012年的人民幣80,345億元增加至2017年的人民幣172,152億元，複合年增長率為16.5%。2017年，在整體住宅物業行業中，二手住宅物業銷售價值佔比達到36.0%，呈上升趨勢。於預測期間，在持續性住房需求的推動下，住宅物業銷售價值很可能維持增長趨勢，並將於2022年前達至人民幣246,625億元，當中二手住宅物業界別佔住宅物業銷售價值的39.9%。

數年來，中國房地產行業由於投資不斷增長而飛速發展。房地產開發投資總額從2012年的人民幣71,804億元增加至2017年的人民幣109,799億元，複合年增長率為8.9%，預期於2022年進一步增至人民幣151,852億元，2017年至2022年的複合年增長率預測為6.7%。作為中國房地產市場的最大界別，住宅物業市場投資預期於2022年前達人民幣108,176億元，佔中國房地產市場投資總額的71.2%。住宅物業市場投資增加衍生大量住房興建及裝修項目，對網上室內設計及建築行業的發展至關重要。

行業概覽

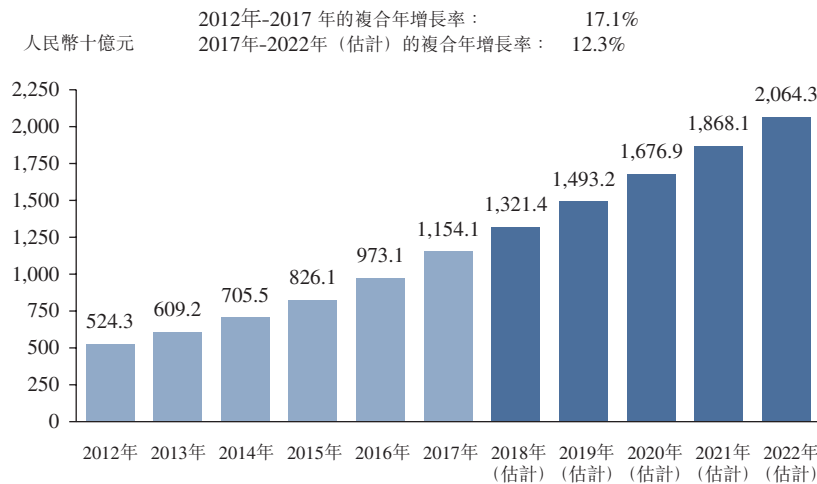
2012-2022年（估計）（中國）住宅物業銷售價值



數據來源：弗若斯特沙利文報告

2017年中國房屋租賃市場規模達到人民幣11,541億元，自2012年起的複合年增長率為17.1%。中國流動人口（流動人口指因各種原因在一定時間內處於特定群體中但通常不計入官方人口普查的人群）龐大，促進房屋租賃市場增長。根據弗若斯特沙利文報告，2017年底中國流動人口達到2.44億人，約佔中國總人口的17.6%。此外，高房價、貸款及限購政策（尤其是北京、上海等一線城市的貸款及限購政策）迫使人們租借住宅物業，而非購買住宅物業。根據弗若斯特沙利文報告，中國房屋租賃市場規模預期將於2022年增長至人民幣20,643億元，2017年至2022年的複合年增長率將為12.3%。中國房屋租賃市場持續增長推高室內設計及建築市場的需求，此乃由於住宅物業擁有人希望對住房進行翻新，藉以取得更高租金，最終為中國網上室內設計及建築平台帶來龐大商機。

2012-2022年（估計）（中國）房屋租賃市場



數據來源：弗若斯特沙利文報告

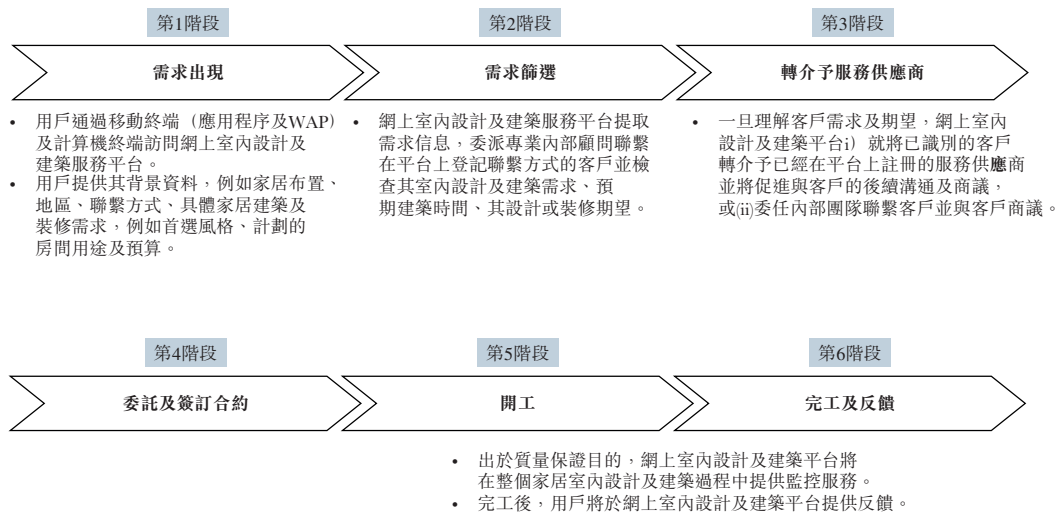
行業概覽

中國網上室內設計及建築服務行業概覽

釋義及介紹

網上室內設計及建築服務指與住宅物業室內建築或裝修有關的綜合設計、諮詢及裝修服務，且該服務由從網上室內設計及建築服務平台獲得訂單的服務供應商提供。

網上室內設計及建築服務平台作為中介及接口，通過向室內設計及建築服務供應商提供接觸業主用戶的渠道及機會，連接服務供應商及消費者，亦監控整個裝修過程及促進整個服務流程的質量控制。購買室內設計及建築服務的商業意向較強的客戶可獲得平台提供的其他增值服務，例如項目融資。因此，網上室內設計及建築平台採用的新業務模式能有效地處理傳統業務模式的許多問題，例如服務流程不透明、與客戶的溝通效率低以及收費機制未標準化。此外，具有室內建築能力的若干領先網上室內設計及建築服務平台自身從事工程執行。下表載列中國網上室內設計及建築服務行業的整個服務流程：



數據來源：弗若斯特沙利文報告

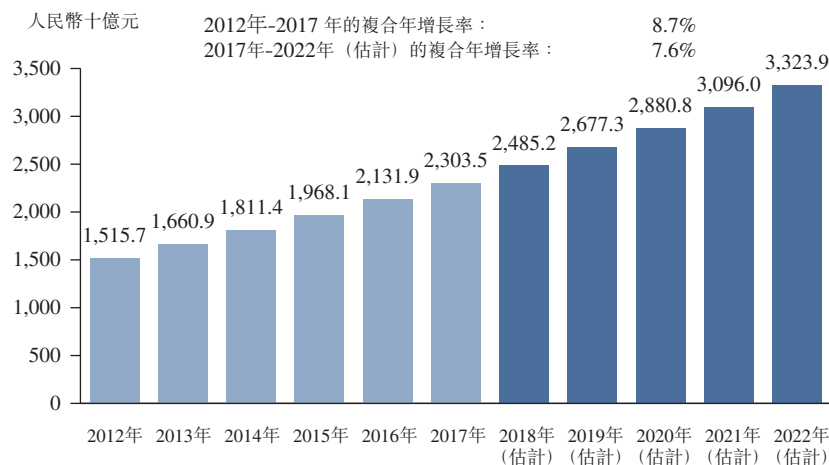
行業概覽

中國室內設計及建築服務行業的市場規模

數年來，隨着中國經濟增長及人們生活水平提高，住宅房地產行業穩定發展，住宅物業銷售總價值從2012年的人民幣80,345億元增加至2017年的人民幣172,152億元，持續擴大對室內設計及建築服務的需求。根據弗若斯特沙利文報告，2012年至2017年期間，中國室內設計及建築服務行業的市場規模（按收入計算）從人民幣15,157億元增長至人民幣23,035億元，複合年增長率為8.7%。

在未來，住宅物業（包括二手房及新房）銷售價值估計進一步上升，二手房市場增長率很可能超過新房市場增長率。根據弗若斯特沙利文報告，在整個住宅產業中，二手住宅物業佔比（按銷售價值計算）估計從2017年的36.0%增加至2022年的39.9%。同時，城鎮化率增加，人口遷移，房屋租賃市場前景向好，這亦將推動中國室內設計及建築服務行業增長。根據弗若斯特沙利文報告，在該有利環境中，室內設計及建築服務行業預期迎來更多機會，其市場規模（按收入計算）預期於2022年達到人民幣33,239億元，自2017年至2022年的複合年增長率為7.6%。

2012-2022年（估計）（中國）室內設計及建築服務行業市場規模（按收入計算）



數據來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

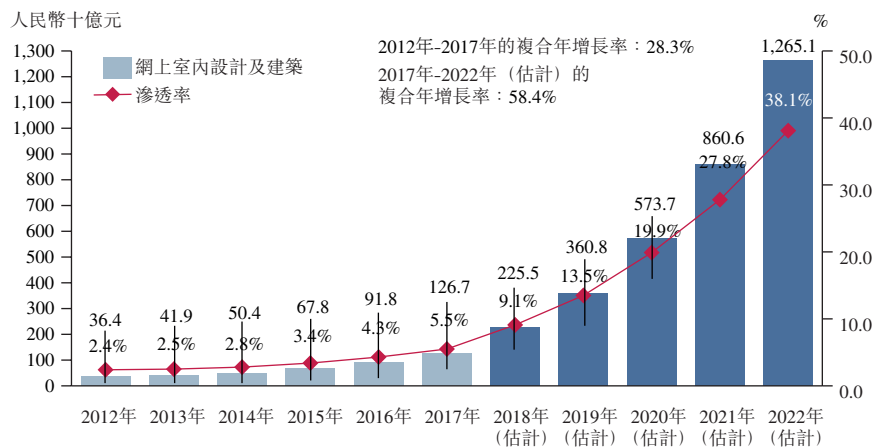
中國網上室內設計及建築服務行業市場規模

網上室內設計及建築服務行業的總商品交易額指從網上室內設計及建築平台獲得訂單的服務供應商所產生的、與住宅室內建築或裝修有關的總價值。

根據弗若斯特沙利文報告，中國互聯網普及率於2017年達到55.5%，預期於2022年達到72.7%。得益於互聯網普及率增加及客戶越來越喜歡在網上搜索室內建築或裝修解決方案，中國網上室內設計及建築服務行業在過去幾年快速發展。中國網上室內設計及建築服務行業的市場規模（按總商品交易額計算）從2012年的人民幣364億元增加至2017年的人民幣1,267億元，複合年增長率為28.3%。鑑於2017年的滲透率僅為5.5%，市場呈現出明顯的高增長潛力。

隨着可支配收入增加，人們對提高生活水平的需求日益增長，室內設計及建築消費預期在未來數年進一步增加。此外，客戶對高效服務流程的需求增加，服務供應商亦越來越依賴網上平台招徠客戶，加上科技進步，使室內設計及建築服務行業的互聯網普及率提升。因此，根據弗若斯特沙利文報告，中國網上室內設計及建築服務行業的市場規模（按總商品交易額計算）預期將於2022年達至人民幣12,651億元，複合年增長率為58.4%。同時，網上室內設計及建築服務行業的滲透率很可能於2022年達到38.1%。

2012-2022年（估計）（中國）網上室內設計及建築服務行業市場規模 （按總商品交易額計算）



附註：滲透率指網上室內設計及建築行業在整個室內設計及建築行業中的佔比（按總商品交易額計算）

數據來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

此外，根據弗若斯特沙利文報告，按GMV計，北京及上海的網上室內設計及建築行業在2017年達到人民幣557億元，預計2018年將達到人民幣789億元，2019年將達到1,065億元，2022年將達到1,771億元；因此2017年至2018年及2018年至2019年的增長率預計將達到41.7%和35.0%，2018年至2022年的複合年增長率預計將達到22.4%。按GMV計，甲級城市的網上室內設計及建築行業在2017年達到人民幣380億元，預計2018年將達到人民幣682億元，2019年將達到1,023億元，2022年將達到3,542億元；因此2017年至2018年及2018年至2019年的增長率預計將達到79.5%和50.0%，2018年至2022年的複合年增長率預計將達到51.0%。按GMV計，乙級城市的網上室內設計及建築行業在2017年達到人民幣190億元，預計2018年將達到人民幣485億元，2019年將達到922億元，2022年將達到3,504億元；因此2017年至2018年及2018年至2019年的增長率預計將達到155.0%和90.0%，2018年至2022年的複合年增長率預計將達到63.9%。按GMV計，丙級城市的網上室內設計及建築行業在2017年達到人民幣63億元，預計2018年將達到人民幣202億元，2019年將達到566億元，2022年將達到3,669億元；因此2017年至2018年及2018年至2019年的增長率預計將達到220.0%和180.2%，2018年至2022年的複合年增長率預計將達到106.4%。

根據弗若斯特沙利文報告，典型的室內設計及建築交易的平均GMV通常超過人民幣100,000元，而來自網上平台推薦用戶的平均收入可能低於人民幣1,000元，尤其是較次級的城市。因此，根據弗若斯特沙利文報告，來自中國網上室內設計及建築平台的平台收入不足總平台GMV的1.0%並不罕見。

市場驅動因素及發展趨勢

對室內設計及建築服務的持續需求

過去數年，室內設計及建築服務市場持續增長，預期未來數年將繼續增長，於2022年前按收入計算的市場規模達人民幣33,239億元。名義國內生產總值增長，加上城鎮化率及住宅投資不斷攀升，為室內設計及建築行業奠下基石。客戶可支配收入不斷上升，對二手住宅物業的需求亦不斷增加，推動室內設計及建築行業的增長。因此，對室內設計及建築服務的持續需求為網上平台帶來無數商機以及龐大潛在客戶群，藉以進一步針對其互聯網業務模式。

行業概覽

客戶對更高效的服務過程的需求日益增長

就客戶溝通（例如狀態更新）而言，與中國室內設計及建築行業的傳統業務模式相比，網上平台業務模式更高效。通過利用網上室內設計及建築平台提供的資料，客戶擁有更多選擇並能夠選擇符合其特定需要的服務供應商。此外，傳統業務模式存在很多缺點，例如定價制度不透明、客戶索賠解決過程效率低，而網上平台業務模式向客戶提供從建築材料到人工成本的透明定價及收費詳情，亦使客戶能夠參與整個過程。在中國，越來越多的客戶在需要室內設計及建築時注重互聯網上的資源支持，網上室內設計及建築平台更加高效、更加便利，這將進一步推動行業增長，促進更深入地培養客戶需求。

服務供應商的聯網化意向

中國室內設計及建築服務供應商已經逐漸認可與網上平台合作的意義及重要性。隨著越來越多的客戶開始在網上尋找室內設計及建築服務，網上平台已成為室內設計及建築服務供應商接觸潛在客戶的有效及高效渠道。與傳統業務模式相比，網上平台可為室內設計及建築服務供應商提供穩定增長的商業機會，並降低客戶收購成本。同時，網上平台為室內設計及建築服務供應商提供更大的客戶覆蓋範圍，而傳統服務供應商通常專注於其實體店周圍的一個小區域。此外，通過利用其技術能力，網上平台可以將用戶與符合用戶特定需求的室內設計及建築服務供應商匹配，並有效提高服務供應商的轉換率。此外，中國全國人大常務委員會於2016年11月7日通過《中華人民共和國網絡安全法》。此法例對個人信息作出保障，並加強對網絡信息的管理。因此，室內設計及建築服務供應商不能再收集及披露未經授權的信息。然而，網上平台在收集客戶信息方面有自己的規則，故能提供一個受監管的环境，並僅在獲得客戶同意的情況下使用信息。現時，越來越多室內設計及建築服務供應商與網上平台合作，以更好地遵守法規及法律。除獲取裝修訂單之外，室內設計及建築服務供應商亦能夠通過與網上平台合作提升其品牌形象及行業認可。平台將幫助服務供應商在未來接觸更多客戶。根據弗若斯特沙利文報告，由於室內設計及建築服務供應商越來越依賴網上平台，他們願意就轉介的訂單向網上平台支付更高價格。因此，室內設計及建築服務供應商有意將其業務互聯網化，以便與網上平台合作，並越來越依賴該等平台，這將擴大該行業的市場規模。

行業概覽

融合新興技術

網上室內設計及建築服務平台作為服務供應商與需要裝飾或裝修的物業使用者之間的中介，這使其能夠收集大量用戶數據並促進進一步的行為分析。通過利用大數據、雲計算等先進技術，可創建更加精確的用戶數據並進行有效標識，幫助平台更加準確地為網上室內設計及建築服務供應商物色客戶。此外，融合虛擬、增強現實技術及三維技術，可立即向客戶提供與室內設計有關的構思，以便做出更優選擇和及時調整。因此，隨着互聯網技術的發展，更深度地整合新興技術方法成為一種趨勢，將幫助網上室內設計及建築平台更有針對性地向客戶提供更優質的服務。

進入壁壘

牢固的業務網絡

網上室內設計及建築平台最關鍵的成功因素之一是其能整合不同地區的多個服務供應商。在建立該等網絡的前期，平台需要大量投資及工作。此外，平台需要善於為客戶與室內設計及建築服務供應商提供長遠價值，並因應客戶不斷轉變的需求為客戶提供引人注目的內容，方能從室內設計及建築服務供應商網絡中獲利。新的市場進入者通常業務規模較小，且其服務所覆蓋的地區有限，加上缺乏為大量客戶及室內設計及建築服務供應商提供服務的經驗，故無法與現有平台競爭。

品牌認知

潛在客戶在選擇網上室內設計及建築平台時極其注重平台的良好聲譽及知名品牌。根據弗若斯特沙利文報告，就選擇網上室內設計及建築平台而言，中國客戶對品牌極其敏感。由於新進入者的品牌認受性較低，他們無法與Jia.com等領先品牌競爭。根據弗若斯特沙利文報告，Jia.com在網上室內設計及建築服務行業擁有最高品牌認受性，是擁有相關需求的中國客戶的首選。

行業概覽

系統性垂直管理能力

為保持於業內的強大競爭優勢，將業務網絡及資源產生的利潤增至最大，網上室內設計及建築平台具備系統性垂直管理能力尤為重要，從有效管理及監控客戶資料與相關內容以至全面標準化第三方服務供應商提供的服務。倘若無法有效、系統性地管理內部及外部業務資源，網上室內設計及建築平台的持續業務增長將會受到重大不利影響。因此，由於新進入者缺乏行業經驗、綜合技術及管理專門知識，加上資源整合議價能力較低，故形成一種進入壁壘。

發展問題

綜合質量控制

儘管網上室內設計及建築平台將幫助監控第三方服務供應商的裝修工作，以確保服務質素及客戶滿意度，但是網上平台仍然難以對整個流程落實綜合質量控制。在室內設計及建築工程的流程中，從初步設計到最終檢測的過程涉及許多步驟。如果某一個環節失控，客戶可能提出申索，品牌形象可能受到損害。

全網獲利

網上室內設計及建築平台可被所有網絡用戶接觸及訪問。對於在平台註冊的服務供應商數量極少或為零的若干地區，平台難以通過轉介訂單以利用需求獲利。Jia.com等領先網上室內設計及建築品牌正設法通過將更優質的服務供應商整合到平台，擴大其地域覆蓋範圍，這需要一定的時間及投資。此外，如果客戶已經在平台上註冊並列明其需求但却仍未獲得滿足，則網上室內設計及建築平台將難以維持高度的客戶忠誠度。

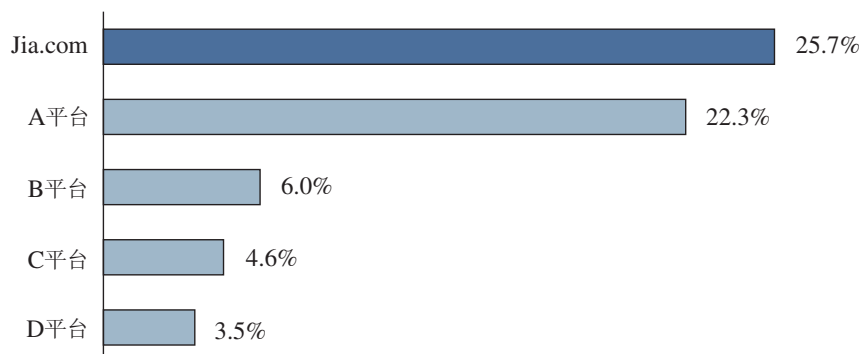
競爭格局分析

中國網上室內設計及建築行業競爭極其激烈。競爭對手數量約從500個增加至2017年的800個。前兩名參與者Jia.com及A平台約佔一半市場份額（按總商品交易額計算）。

根據弗若斯特沙利文報告，2017年，中國網上室內設計及建築行業的市場規模（按總商品交易額計算）達到人民幣1,267億元。前5名參與者的市場份額為62.1%。Jia.com市場份額為25.7%，位居第一。A平台市場份額為22.3%，位居第二。B平台、C平台及D平台市場份額分別為6.0%、4.6%及3.5%，分別位居第三、第四及第五。

行業概覽

2017年（中國）前5名網上室內設計及建築平台（按總商品交易額計算）



數據來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，Jia.com主要在以下方面與同業有所區別：(i)頂尖客戶認受性。作為中國最大的網上室內設計及建築平台，Jia.com擁有業界頂尖的客戶認受性及最佳的口碑聲譽，並且憑藉在提供優質服務及管理服務方面的強大實力，被視為首選平台供應商；(ii)廣泛的網上影響力。根據弗若斯特沙利文報告，Jia.com在室內設計及建築相關內容方面的搜索結果數量最多，可顯著提升其品牌認受性並獲得更多用戶；(iii)關注用戶體驗。例如，Jia.com是首家引入支付託管服務的網上室內設計及建築服務行業參與者。