

# 2024-2030年中国互联网家装行业竞争格局分析及 投资发展研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国互联网家装行业竞争格局分析及投资发展研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/978632.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解互联网家装行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国互联网家装行业竞争格局分析及投资发展研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国互联网家装市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保互联网家装行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年互联网家装行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能互联网家装从业者抢跑转型赛道。

互联网家装是指利用互联网技术和在线平台，为消费者提供全方位的家居装修服务。它通过数字化、网络化的方式，为装修业务的各个环节提供解决方案，包括设计、选材、施工、监理、家居产品采购等。互联网家装的目标是提高家居装修的效率、透明度和用户体验，降低成本，使装修过程更加便捷和可控。与互联网家装相比，传统家装价格透明度低、工期冗长等缺点日益突显。根据其业务模式和提供的服务分类，互联网家装平台主要有设计类、材料采购类、全包类、监理类、社交类互联网家装平台。

互联网家装行业产业链上游主要包括建材供应商、家具制造商、装饰品供应商以及家装设计公司。产业链中游互联网家装平台提供在线设计、材料选购、全包装修等服务，充当家装项目的项目经理，协调各个环节，并提供用户和设计师、施工队之间的沟通渠道。产业链下游主要是家庭业主或租户。

从下游渠道来看，平台式家装企业整合传统家装产业链上的各环节，为家装用户提供标准化、透明化的一站式家装产品/服务，而垂直电商助网络渠道，凭借强大的资源整合能力，以更高的质量，更低的价格，更好的服务为消费者提供一切和家装相关的商品及服务。近年来垂直型电商平台市场占比持续增长，2022年互联网家装垂直型电商平台市场份额占比约为42.6%。

近年来，传统家装行业纷纷“触网”，一时间，万紫千红，齐家网、土巴兔、爱空间等纷纷进入了消费者的视野，中国互联网家装市场规模从2012年的598.2亿元提升至2021年的4325.5亿元，2022年受疫情反复、地产业新开楼盘及交付房减少等影响，市场规模小幅下降约为4217.3亿元，降幅为2.5%。市场渗透率方面，随着数字经济及互联网普及率提升，国内互联网家装渗透率持续提升，2022年国内互联网家装行业渗透率约为10.25%。

从市场整体竞争来看，我国网上设计及建筑业企业数量超过1000家，市场竞争激烈。不过

由于龙头互联网家装公司在发展早期抢占流量入口，聚拢流量之后形成品牌效应，市场地位逐渐稳固。目前我国互联网家装CR5达到92%，行业集中度高，呈现寡头垄断格局，互联网家装平台土巴兔与建材家居团购网站齐家网以将近70%的市场份额领跑行业。其中，土巴兔以40%的占比稳居首位，齐家网以27%的份额位列第二，值得注意的是，凭借在3D云设计领域的优势，酷家乐成为互联网家装市场黑马，超越爱空间夺得第三的席位。

《2024-2030年中国互联网家装行业竞争格局分析及投资发展研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是互联网家装领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

## 第一部分 产业环境透视

### 第一章 互联网家装行业发展综述

#### 第一节 互联网家装行业发展综述

##### 一、互联网家装基本概念

##### 二、互联网家装发展特点及功能

#### 第二节 互联网家装相关产业链

##### 一、售后服务

##### 二、家电

##### 三、物流

##### 四、定制家具+软装配套

##### 五、智能家居

#### 第三节 互联网家装行业发展阶段

##### 一、探索期

##### 二、市场启动期

##### 三、高速发展期

##### 四、应用成熟期

## 第二章 互联网家装行业市场环境分析

### 第一节 政策环境

#### 一、“互联网+”行动计划

#### 二、房地产新政的出台

### 第二节 经济环境

- 一、中国经济增长速度放缓，家居消费受一定影响
- 二、社会消费品零售总额保持增长态势，网络零售增速高于零售总额增速
- 三、居民收入持续增长，促进网络购物等新兴消费方式发展
- 四、电子商务迅猛发展

### 第三节 社会环境

- 一、城镇化步伐加快
- 二、居民对生活方式的追求不断提升，推动家居产业需求升级
- 三、80、90后群体居家置业

### 第四节 技术环境

- 一、智能终端的普及
- 二、移动互联网发展

## 第三章 2019-2023年中国互联网家装行业发展分析

### 第一节 互联网家装行业市场规模

- 一、中国建材家居产业市场规模
- 二、家庭住宅装修新增市场需求
- 三、互联网家装市场规模预测

### 第二节 互联网家装行业融资情况

- 一、互联网家装市场融资金额分布
- 二、互联网家装市场融资轮次分布
- 三、互联网家装市场融资次数分布

### 第三节 互联网家装行业面临的挑战

- 一、产业链优质资源的争夺
- 二、供应链管控和施工监理难题
- 三、传统装修“半进化”的搅局
- 四、硬装入口后的盈利模式挑战

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 我国互联网家装行业发展现状

#### 第一节 我国互联网家装行业发展现状

- 一、我国互联网家装行业发展历程
- 二、我国互联网家装行业发展现状
- 三、我国互联网家装行业发展预测

#### 第二节 2019-2023年全国互联网家装市场分析

- 一、互联网家装数量及增长分析

## 二、互联网家装覆盖率分析

## 四、互联网家装行业投资规模分析

## 五、互联网家装市场规模分析

### 第三节 2019-2023年互联网家装市场需求分析

#### 一、2019-2023年互联网家装市场销量分析

#### 二、2024-2030年互联网家装市场销量预测

### 第四节 对中国互联网家装市场的分析及思考

#### 一、互联网家装市场分析

#### 二、互联网家装市场变化的方向

#### 三、中国互联网家装产业发展的新思路

#### 四、对中国互联网家装产业发展的思考

## 第三部分 市场全景调研

### 第五章 互联网家装行业商业模式分析

#### 第一节 平台式家装企业

##### 一、平台定位

##### 二、产品和服务

##### 三、盈利来源

##### 四、典型厂商

##### 五、核心竞争力

###### 1、流量资源

###### 2、线下拓展能力

###### 3、施工方的管理能力

#### 第二节 自营式家装企业

##### 一、平台定位

##### 二、产品和服务

##### 三、盈利来源

##### 四、典型厂商

##### 五、核心竞争力

###### 1、产品研发能力

###### 2、产业链管理能力

###### 3、服务能力

#### 第三节 家装门户网站

##### 一、平台定位

##### 二、产品和服务

### 三、盈利来源

### 四、典型厂商

#### 1、搜房家居

#### 2、新浪家居

#### 3、网易家居

### 五、核心竞争力

#### 1、流量资源

#### 2、资源管理能力

#### 3、品牌影响力

## 第六章 传统家装向互联网家装产业升级的策略

### 第一节 传统家装企业实现互联网化转型的途径

#### 一、在第三方平台开店交易

#### 二、利用专业装修平台只做线上引流

#### 三、跨界深度合作，打通线上线下

### 第二节 互联网家装“套餐装修”产品分析

#### 一、互联网家装“套餐装修”产品构成

##### 1、产品模式

##### 2、产品价格

##### 3、主材选择

##### 4、施工保障

##### 5、专业设计

#### 二、主要“套餐装修”产品对比分析

##### 1、搜房666套餐

##### 2、实创688套餐

##### 3、爱空间699套餐

### 第三节 打造热销互联网家装产品竞争策略

#### 一、流量的运用

##### 1、初次流量导入方式

##### 2、流量的重要性

#### 二、打造O2O闭环

##### 1、从线上到线下

##### 2、从线下到线上

#### 三、提供高质量客户体验

#### 四、建立自由物流体系

#### 第四部分 行业竞争格局

##### 第七章 2019-2023互联网家装所属行业区域市场分析

###### 第一节 2019-2023中国互联网家装区域市场分析

一、2019-2023年行业区域发展现状分析

二、2019-2023年区域市场格局情况分析

###### 第二节 2019-2023华东地区互联网家装市场分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

###### 第三节 2019-2023华北地区互联网家装市场分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

###### 第四节 2019-2023华中地区互联网家装市场分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

###### 第五节 2019-2023华南地区互联网家装市场分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

###### 第六节 2019-2023东北地区互联网家装市场分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

###### 第七节 2019-2023西南地区互联网家装市场分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

###### 第八节 2019-2023西北地区互联网家装市场分析

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

##### 第八章 互联网家装行业竞争格局分析

###### 第一节 互联网家装行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力



## 第二节 互联网家装行业集中度分析

### 一、市场集中度分析

### 二、企业集中度分析

### 三、区域集中度分析

## 第三节 中国互联网家装行业竞争格局综述

### 一、互联网家装行业集中度

### 二、互联网家装行业竞争程度

### 三、互联网家装企业与品牌数量

## 第四节 中国互联网家装行业国际竞争力比较

### 一、生产要素

### 二、需求条件

### 三、相关和支持性产业

### 四、企业战略、结构与竞争状态

## 第五节 互联网家装企业竞争策略分析

### 一、提高企业核心竞争力的对策

### 二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径

### 三、提高企业竞争力的策略

## 第九章 2024-2030年互联网家装行业领先企业经营形势分析

### 第一节 深圳广田装饰集团股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

#### 四、发展战略分析

### 第二节 浙江亚厦装饰股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

#### 四、发展战略分析

### 第三节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

#### 四、发展战略分析

### 第四节 美克国际家居用品股份有限公司

## 一、企业发展概况

## 二、经营状况分析

## 三、竞争优势分析

## 四、发展战略分析

### 第五节 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

#### 四、发展战略分析

### 第六节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、经营状况分析

#### 三、竞争优势分析

#### 四、发展战略分析

## 第五部分 发展战略研究

### 第十章 2024-2030年互联网家装行业面临的困境及对策

#### 第一节 2023年互联网家装行业面临的困境

#### 第二节 互联网家装企业面临的困境及对策

##### 一、重点互联网家装企业面临的困境及对策

##### 二、中小互联网家装企业发展困境及策略分析

##### 三、国内互联网家装企业的出路分析

#### 第二节 中国互联网家装的核心竞争要素

##### 一、定位

##### 二、价格

##### 三、速度

##### 四、线下

### 第十一章 2024-2030年互联网家装行业发展战略研究

#### 第一节 互联网家装行业发展战略研究

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略

##### 三、业务组合战略

##### 四、产业战略规划

##### 五、营销品牌战略

## 第二节 对我国互联网家装品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析

## 第三节 互联网家装企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略

## 第四节 互联网家装行业投资战略研究

- 一、2024-2030年互联网家装行业投资战略
- 二、2024-2030年互联网家装行业投资战略
- 三、2024-2030年互联网家装行业投资战略
- 四、2024-2030年细分行业投资战略

## 第六部分 投资前景预测

### 第十二章 2024-2030年互联网家装行业发展趋势预测分析

#### 第一节 我国互联网家装行业前景与机遇分析

- 一、我国互联网家装行业发展前景
- 二、我国互联网家装行业发展机遇分析
- 三、2024-2030年互联网家装行业的发展机遇分析

#### 第二节 2024-2030年中国互联网家装市场趋势分析

- 一、2023年互联网家装行业市场趋势总结
- 二、2024-2030年互联网家装行业发展趋势分析
- 三、2024-2030年互联网家装市场发展空间
- 四、2024-2030年互联网家装产业政策趋向
- 五、2024-2030年互联网家装行业技术革新趋势

### 第十三章 2024-2030年互联网家装行业投资机会与风险防范

#### 第一节 影响互联网家装行业发展的主要因素

- 一、有利因素分析
- 三、不利因素分析

#### 第二节 互联网家装行业投资机会分析

- 一、互联网家装行业投资项目分析

二、可以投资的互联网家装模式

三、2023年互联网家装行业投资机会

第三节 2024-2030年互联网家装行业发展预测分析

一、未来互联网家装行业发展分析

二、未来互联网家装行业技术开发方向

三、总体行业“十四五”整体规划及预测

第四节 行业投资收益率比较及分析

一、2023年相关产业投资收益率比较

二、2024-2030年行业投资收益率分析

第五节 互联网家装行业投资风险及控制策略分析

一、2024-2030年互联网家装行业市场风险及控制策略

二、2024-2030年互联网家装行业政策风险及控制策略

三、2024-2030年互联网家装行业经营风险及控制策略

四、2024-2030年互联网家装行业技术风险及控制策略

五、2024-2030年互联网家装行业同业竞争风险及控制策略

第六节 中国互联网家装行业投资建议

一、互联网家装行业未来发展方向

二、互联网家装行业主要投资建议

三、中国互联网家装企业融资分析

1、中国互联网家装企业IPO融资分析

2、中国互联网家装企业再融资分析

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 互联网家装行业研究结论及建议

第二节 互联网家装子行业研究结论及建议

第三节 互联网家装行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：部分

图表1：互联网家装用户关于平台服务改善期待调查

图表2：我国互联网家装发展历程

图表3：行业适用的主要产业政策

图表4：家居建材流通行业产业链

图表5：2019-2023年我国家居建材市场规模统计

图表6：2019-2023年中国互联网家装数量情况

图表7：2019-2023年中国互联网家装渗透率情况

图表8：2019-2023年中国互联网家装行业市场规模情况

图表9：2019-2023年中国互联网家装行业细分市场规模

图表10：平台式家装企业商业模式

图表11：2019-2023年我国各区域互联网家装市场规模走势

图表12：互联网家装行业重点企业市场份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978632.html>