

# 2021-2027年中国互联网家装行业供需态势分析及 竞争格局预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国互联网家装行业供需态势分析及竞争格局预测报告》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/202010/899436.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

智研咨询发布的《2021-2027年中国互联网家装行业供需态势分析及竞争格局预测报告》共八章。首先介绍了互联网家装行业市场发展环境、互联网家装整体运行态势等，接着分析了互联网家装行业市场运行的现状，然后介绍了互联网家装市场竞争格局。随后，报告对互联网家装做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网家装行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网家装产业有个系统的了解或者想投资互联网家装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 中国家装市场发展现状分析

第一节 中国家装市场发展状况分析

一、建筑装饰行业发展历程分析

二、中国家装行业技术现状分析

三、居民消费升级刺激家装需求

四、中国住宅装饰市场需求分析

（一）住宅投资状况

（二）住宅施工竣工面积

（三）住宅销售面积分析

五、中国家装行业竞争格局分析

（一）竞争格局特点

（二）竞争格局

六、住宅装饰家装散装市场特点

七、中国城市住宅精装修比例分析

（一）一线城市精装修比例

（二）二三线城市精装修比例

第二节 中国家装市场发展因素分析

一、中国家装业发展有利因素分析

二、中国家装业发展不利因素分析

第三节 中国家装市场未来发展趋势分析

一、中国家装业未来发展趋势

## 二、家居装饰四大流行的趋势

## 三、中国家装业未来发展方向

# 第二章 传统家装行业的困局与互联网家装的兴起

## 第一节 传统家装行业的发展困局

### 一、产业链困局

(一) 产业链冗长

(二) 运行效率低下

### 二、需求困局

(一) 需求个性化程度高

(二) 厂商规模小且分散

### 三、盈利困局

## 第二节 传统家装的用户痛点分析

### 一、装修前的痛点

(一) 选择难度大、成本高

(二) 中间环节多，价格虚高

### 二、装修中的痛点

(一) 现场监督消耗大

(二) 随意增项超预算

(三) 工期长、易延期

### 三、装修后的痛点

(一) 维权难度大

(二) 维权成本高

## 第三节 传统家装行业商业模式

### 一、传统家装行业商业模式介绍

### 二、传统家装行业商业模式问题

## 第四节 互联网家装行业发展环境分析

### 一、政策环境

(一) “互联网+”行动计划

(二) 国家政策支持住宅精装修业务发展

(三) 房地产调控政策对住宅精装修化的影响

(四) 房地产税收新政策

### 二、经济环境

(一) 中国GDP增长情况分析

(二) 工业经济发展形势分析

(三) 社会固定资产投资分析

(四) 全社会消费品零售总额

(五) 全国居民收入增长分析

(六) 对外贸易发展形势分析

三、社会环境

四、技术环境

第五节 互联网家装相关行业发展

一、电子商务迅猛发展

二、互联网行业发展态势

(一) 网民基本情况分析

1、手机网民规模分析

2、网民属性结构分析

3、移动电话普及率分析

(二) 网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

3、交流沟通现状分析

4、网络娱乐应用分析

(三) 移动互联网发展状况

1、移动互联网市场规模

2、移动互联网流量情况

3、移动智能设备情况分析

4、移动互联网主要特点

三、房屋建筑行业

(一) 房屋建筑总量

(二) 人口-住宅-建筑逻辑链条

(三) 地产去库存周期开始

四、建筑装饰行业

(一) 建筑装饰行业总产值

(二) 建筑装饰行业子行业产值

1、公共建筑装饰行业产值

2、住宅装饰装修行业产值

3、建筑幕墙行业产值

(三) 建筑装饰行业发展前景

第三章 互联网家装行业发展现状分析

第一节 互联网家装行业发展现状

## 第二节 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

## 第三节 互联网家装行业竞争格局

## 第四节 互联网家装行业市场规模

- 一、互联网家装市场规模分析
- 二、互联网家装市场占比情况
- 三、互联网家装APP用户规模
- 四、互联网家装市场规模预测

## 第五节 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、互联网家装融资公司数量统计

## 第六节 互联网家装行业面临的挑战

## 第四章 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

### 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

### 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
- 五、核心竞争力

#### 第四节 互联网家装模式对比分析

### 第五章 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 传统家装企业实现互联网化转型的建议及策略

- 一、提升家装工程质量和水平
- 二、互联网家装搅局传统家装行业
- 三、坚持标准化、去中间化重要突破口
- 四、提高传统家装企业产品和服务质量
- 五、线上线下满足消费者的需求才是根本

#### 第三节 热销互联网家装产品的打造方法

##### 一、用互联网思维做装修产品

- (一) 专注
- (二) 品质
- (三) 口碑
- (四) 高效

##### 二、做用户真正需要的产品

- (一) 调查用户需求
- (二) 确认产品配置内容
- (三) 联系供应链选定产品
- (四) 持续升级更新产品

##### 三、以喜闻乐见的方式与用户做“互动”

- (一) 网站在线咨询
- (二) 微信公众号沟通
- (三) 提高线上官网用户体验度

##### 四、用技术手段让服务更高效

### 第六章 互联网家装平台典型案例分类解析

#### 第一节 垂直电商平台

##### 一、齐家网

- (一) 发展情况
- (二) 业务结构
- (三) 经营情况
- (四) 发展模式

(五) 入驻情况

## 二、美乐乐

(一) 发展情况

(二) 业务结构

(三) 经营情况

(四) 发展模式

(五) 入驻情况

## 第二节 家装信息平台

### 一、土拨鼠

(一) 发展情况

(二) 业务结构

(三) 经营情况

(四) 发展模式

(五) 入驻情况

### 二、土巴兔

(一) 发展情况

(二) 业务结构

(三) 经营情况

(四) 发展模式

(五) 入驻情况

## 第三节 家装设计平台

### 一、酷家乐

(一) 发展情况

(二) 业务结构

(三) 经营情况

(四) 发展模式

(五) 入驻情况

### 二、爱福窝

(一) 发展情况

(二) 业务结构

(三) 经营情况

(四) 发展模式

(五) 入驻情况

## 第四节 去中介化平台

### 一、惠装网

- (一) 发展历程
- (二) 企业资质
- (三) 产品定位
- (四) 经营情况
- (五) 服务保障

## 二、新浪抢工长

- (一) 发展情况
- (二) 产品定位
- (三) 服务保障
- (四) 发展模式
- (五) 合作伙伴

## 第五节 极致互联网家装平台

### 一、爱空间

- (一) 发展情况
- (二) 产品服务
- (三) 经营情况
- (四) 服务理念
- (五) 融资情况

### 二、积木家

- (一) 发展情况
- (二) 产品服务
- (三) 经营情况
- (四) 服务理念
- (五) 融资情况

## 第七章 上市公司互联网家装布局和转型案例分析

### 第一节 家居装饰上市公司互联网家装转型案例分析

#### 一、深圳广田装饰集团股份有限公司

- (一) 互联网家装转型的背景
- (二) 互联网家装转型的思路
- (三) 互联网家装转型的成效
- (四) 公司互联网家装的优势
- (五) 互联网家装的业务进程

#### 二、浙江亚厦装饰股份有限公司

- (一) 互联网家装转型的背景
- (二) 互联网家装转型的思路

(三) 互联网家装转型的成效

(四) 公司互联网家装的优势

(五) 互联网家装的业务进程

### 三、苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

(一) 互联网家装转型的背景

(二) 互联网家装转型的思路

(三) 互联网家装转型的成效

(四) 公司互联网家装的优势

(五) 互联网家装的业务进程

### 四、美克国际家居用品股份有限公司

(一) 互联网家装转型的背景

(二) 互联网家装转型的思路

(三) 互联网家装转型的成效

(四) 公司互联网家装的优势

(五) 互联网家装的业务进程

### 五、东易日盛家居装饰集团股份有限公司

(一) 互联网家装转型的背景

(二) 互联网家装转型的思路

(三) 互联网家装转型的成效

(四) 公司互联网家装的优势

(五) 互联网家装的业务进程

## 第二节 互联网巨头的家装O2O布局案例分析

### 一、阿里巴巴集团

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 布局互联网家装的战略

(三) 互联网家装业务的进展

### 二、腾讯控股有限公司

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 布局互联网家装的战略

(三) 互联网家装业务的进展

### 三、北京京东科技有限公司

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 布局互联网家装的战略

(三) 互联网家装业务的进展

### 四、北京小米科技有限责任公司

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 布局互联网家装的战略

(三) 互联网家装业务的进展

## 五、北京五八信息技术有限公司

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 布局互联网家装的战略

(三) 互联网家装业务的进展

## 第三节 其他上市公司互联网家装布局案例分析

### 一、万科企业股份有限公司

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 进军互联网家装的优势

(三) 进军互联网家装的不足

(四) 互联网家装业务的布局

### 二、恒大地产集团有限公司

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 进军互联网家装的优势

(三) 进军互联网家装的不足

(四) 进军互联网家装的战略

### 三、北京搜房科技发展有限公司

(一) 互联网家装布局的背景

(二) 进军互联网家装的优势

(三) 进军互联网家装的不足

(四) 进军互联网家装的战略

## 第八章 互联网家装行业发展趋势与投资建议

### 第一节 中国互联网家装行业发展趋势 (ZY ZS)

#### 第二节 中国互联网家装行业发展方向分析

一、O2O模式探索不断深化，线上线下衔接更顺畅

二、服务体系更为完善和健全，服务水平不断提升

#### 第三节 家装企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

#### 第四节 中国互联网家装行业的投资建议

一、互联网家装行业的投资方向建议

二、互联网家装行业的投资重点建议

三、互联网家装行业的发展重点建议

四、互联网家装行业的营销模式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/899436.html>