

2017-2022年中国互联网家装市场深度调查与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网家装市场深度调查与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/201709/19-238772.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

互联网家装作为一项专业化程度较高的传统行业转型，在2015年爆发融资潮。互联网家装的兴起，跨越式的开始解决用户痛点，从信息不称到被过长的服务链条拉高的客户端价格，互联网开始让行业变得更加透明、产业链更加优化。

从2010年开始的家装市场逐渐互联网化，2014年互联网家装概念正式推出，至2015年初的资本热捧，2015年下半年，一度有超过200家线上家装平台及企业。由于模式雷同，缺乏核心竞争力。进入2016年，大批无硬实力企业在短期内消亡，目前骤减至120家左右，未来行业还将进一步洗牌。互联网家装企业将更多的精力专注于线下施工服务和供应链整合能力的提升。目前互联网家装厂商正在朝着相对较重的模式发展，越来越多的互联网装修企业，特别是垂直型互联网家装企业开始向线下渗透，在线下建立专体验店，在在线支付装修款、装修贷款等金融服务的基础上提供一站式、体验式家装服务。2016年来，越来越多的平台型企业通过业务模式的转型，已从单纯的流量中介向自营业务过度，整个互联网家装行业越来越重的趋势愈发明显，平台与垂直的界限也日趋模糊。

中国产业研究报告网发布的《2017-2022年中国互联网家装市场深度调查与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了互联网家装相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网家装规模及消费需求，然后对中国互联网家装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网家装面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网家装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 互联网家装行业相关概述

1.1 互联网家装行业定义及特点

1.1.1 互联网家装行业的定义

1.1.2 互联网家装行业的特点

1.2 传统家装与互联网家装对比

1.2.1 传统家装行业的发展困局

1.2.2 互联网家装的核心竞争要素

第二章 互联网家装行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国互联网家装行业发展环境分析

3.1 互联网家装行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.2 互联网家装行业经济环境分析（E）

3.2.1 国际宏观经济形势分析

3.2.2 中国宏观经济形势分析

3.3 互联网家装行业社会环境分析（S）

3.3.1 城镇化步伐加快

3.3.2 居民对生活方式的追求不断提升，推动家居产业需求升级

3.3.3 80、90后群体居家置业

3.4 互联网家装行业技术环境分析（T）

3.4.1 智能终端的普及

3.4.2 移动互联网发展

第四章 全球互联网家装行业发展概述

4.1 2014-2016年全球互联网家装行业发展情况概述

4.1.1 全球互联网家装行业发展现状

4.1.2 全球互联网家装行业发展特征

4.1.3 全球互联网家装行业市场规模

4.2 2014-2016年全球主要地区互联网家装行业发展状况

4.2.1 欧洲互联网家装行业发展情况概述

4.2.2 美国互联网家装行业发展情况概述

4.2.3 日韩互联网家装行业发展情况概述

4.3 2017-2022年全球互联网家装行业发展前景预测

4.3.1 全球互联网家装行业市场规模预测

4.3.2 全球互联网家装行业发展前景分析

4.3.3 全球互联网家装行业发展趋势分析

4.4 全球互联网家装行业重点企业发展动态分析

第五章 中国互联网家装行业发展概述

5.1 中国互联网家装行业发展状况分析

5.1.1 中国互联网家装行业发展阶段

5.1.2 中国互联网家装行业发展总体概况

5.1.3 中国互联网家装行业发展特点分析

5.2 2014-2016年互联网家装行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国互联网家装行业市场规模

5.2.2 2014-2016年中国互联网家装行业发展分析

5.2.3 2014-2016年中国互联网家装企业发展分析

5.3 2017-2022年中国互联网家装行业面临的困境及对策

5.3.1 中国互联网家装行业面临的困境及对策

1、中国互联网家装行业面临困境

(1) 信息流程透明度不一

(2) 附加网络服务尚需验证

2、中国互联网家装行业对策探讨

5.3.2 中国互联网家装企业发展困境及策略分析

1、中国互联网家装企业面临的困境

2、中国互联网家装企业的对策探讨

第六章 中国互联网家装行业市场运行分析

6.1 2014-2016年中国互联网家装行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2016年中国互联网家装行业市场供需分析

6.2.1 中国互联网家装行业供给分析

6.2.2 中国互联网家装行业需求分析

6.2.3 中国互联网家装行业供需平衡

6.3 2014-2016年中国互联网家装行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

第七章 中国互联网家装行业细分市场分析

7.1 互联网家装行业细分市场概况

7.1.1 市场细分充分程度

7.1.2 市场细分发展趋势

7.1.3 市场细分战略研究

7.1.4 细分市场结构分析

7.2 平台型家装市场

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场规模分析

7.2.3 行业市场需求分析

7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 垂直型家装市场

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 综合型电商平台市场

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场规模分析

7.4.3 行业市场需求分析

7.4.4 产品市场潜力分析

第八章 中国互联网家装行业上、下游产业链分析

8.1 互联网家装行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 互联网家装行业产业链

8.2 互联网家装行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 互联网家装行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国互联网家装行业市场竞争格局分析

9.1 中国互联网家装行业竞争格局分析

- 9.1.1 互联网家装行业区域分布格局
- 9.1.2 互联网家装行业企业规模格局
- 9.1.3 互联网家装行业企业性质格局
- 9.2 中国互联网家装行业竞争五力分析
 - 9.2.1 互联网家装行业上游议价能力
 - 9.2.2 互联网家装行业下游议价能力
 - 9.2.3 互联网家装行业新进入者威胁
 - 9.2.4 互联网家装行业替代产品威胁
 - 9.2.5 互联网家装行业现有企业竞争
- 9.3 中国互联网家装行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 互联网家装行业优势分析（S）
 - 9.3.2 互联网家装行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 互联网家装行业机会分析（O）
 - 9.3.4 互联网家装行业威胁分析（T）
- 9.4 中国互联网家装行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国互联网家装行业领先企业竞争力分析

- 10.1 上海齐家网信息科技股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 深圳市彬讯科技有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 海尔集团公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 爱蜂巢(苏州)电子商务有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 爱空间科技(北京)有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 上海鸿洋电子商务股份有限公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 北京一起网科技股份有限公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

- 10.7.3 企业竞争优势分析
- 10.7.4 企业经营状况分析
- 10.7.5 企业最新发展动态
- 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 杭州群核信息技术有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 北京优装网信息科技有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 厦门美家帮科技股份有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析
 - 10.10.5 企业最新发展动态
 - 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2017-2022年中国互联网家装行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2022年中国互联网家装市场发展前景
 - 11.1.1 2017-2022年互联网家装市场发展潜力
 - 11.1.2 2017-2022年互联网家装市场发展前景展望
- 1、套餐时代将被淘汰，全屋定制或成为新宠
- 2、渠道加速下沉，行业进入寡头高速成长期

3、建材厂商渠道多元化，厂商、经销商、家装平台形成命运共同体

11.1.3 2017-2022年互联网家装细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国互联网家装市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年互联网家装行业发展趋势

1、自建仓储、自建物流，可能将成为家装行业业绩新爆发点

2、家居智能化成为行业风向标

3、生态布局，成为互联网家装巨头的必经之路

11.2.2 2017-2022年互联网家装市场规模预测

11.2.3 2017-2022年互联网家装行业应用趋势预测

11.3 2017-2022年中国互联网家装行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国互联网家装行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国互联网家装行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国互联网家装供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

第十二章 2017-2022年中国互联网家装行业投资前景

12.1 互联网家装行业投资现状分析

12.1.1 互联网家装行业投资规模分析

12.1.2 互联网家装行业投资资金来源构成

12.1.3 互联网家装行业投资资金用途分析

12.2 互联网家装行业投资特性分析

12.2.1 互联网家装行业进入壁垒分析

12.2.2 互联网家装行业盈利模式分析

12.2.3 互联网家装行业盈利因素分析

12.3 互联网家装行业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.3.4 产业发展的空白点分析

12.4 互联网家装行业投资风险分析

12.4.1 互联网家装行业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资风险

12.5 互联网家装行业投资潜力与建议

12.5.1 互联网家装行业投资潜力分析

12.5.2 互联网家装行业最新投资动态

12.5.3 互联网家装行业投资机会与建议

第十三章 2017-2022年中国互联网家装企业投资战略与客户策略分析

13.1 互联网家装企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 互联网家装企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 互联网家装企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 互联网家装中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

13.5 市场的重点客户战略实施

13.5.1 实施重点客户战略的必要性

13.5.2 合理确立重点客户

13.5.3 重点客户战略管理

13.5.4 重点客户管理功能

第十四章 研究结论及建议 (ZY ZM)

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：互联网家装行业特点

图表：互联网家装行业生命周期

图表：互联网家装行业产业链分析

图表：2014-2016年互联网家装行业市场规模分析

图表：2017-2022年互联网家装行业市场规模预测

图表：中国互联网家装行业盈利能力分析
图表：中国互联网家装行业运营能力分析
图表：中国互联网家装行业偿债能力分析
图表：中国互联网家装行业发展能力分析
图表：中国互联网家装行业经营效益分析
图表：2014-2016年互联网家装重要数据指标比较
图表：2014-2016年中国互联网家装行业销售情况分析
图表：2014-2016年中国互联网家装行业利润情况分析
图表：2014-2016年中国互联网家装行业资产情况分析
图表：2014-2016年中国互联网家装竞争力分析
图表：2017-2022年中国互联网家装市场前景预测
图表：2017-2022年中国互联网家装市场价格走势预测
图表：2017-2022年中国互联网家装发展趋势预测
图表：投资建议
图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0402/201709/19-238772.html>