

# 2023-2029年中国互联网家装市场前景研究与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国互联网家装市场前景研究与投资潜力分析报告》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/R0403/202309/14-561191.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](mailto: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

互联网家装相对传统家装来说，是一次商业模式的全新进化，可以让家装行业提供更好的用户体验和生产效率。对用户而言，互联网打破了业主和施工方之间的信息不对称，通过报价信息透明、设计“所见即所得”、施工进度实时在线同步等多种方式，帮助用户省时、省力、省心。互联网家装对于企业效率的提升主要体现在获客方式、行业标准、技术服务三个方面。

数据显示，中国互联网家装行业快速发展，市场规模迅速增长，2017年行业整体市场规模达2461.2亿，同比增长25.7%，保持了近几年来25%以上的高增长态势。但与整个家装行业的产值相比较，互联网家装的渗透率仍处于较低水平，发展前景广阔。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国互联网家装市场前景研究与投资潜力分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

### 第一章 传统家装行业的困局与互联网家装的兴起

#### 1.1 传统家装行业的发展困局

##### 1.1.1 产业链困局

##### 1.1.2 需求困局

##### 1.1.3 盈利困局

（1）地产和基建投资下行

（2）家装行业盈利缩小

#### 1.2 传统家装的用户痛点分析

##### 1.2.1 装修前的痛点

（1）选择难度大、成本高

（2）中间环节多，价格虚高

##### 1.2.2 装修中的痛点

（1）现场监督消耗大

（2）随意增项超预算

（3）工期长、易延期

##### 1.2.3 装修后的痛点

（1）维权难度大

(2) 质量无法保障

(3) 缺乏验收标准

### 1.3 互联网家装发展的利好环境

#### 1.3.1 政策环境

(1) “互联网+”行动计划

(2) 房地产新政的出台

#### 1.3.2 经济环境

(1) 中国经济增长速度放缓，家居消费受一定影响

(2) 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

(3) 居民收入持续增长，促进网络购物等新兴消费方式发展

(4) 电子商务迅猛发展

#### 1.3.3 社会环境

(1) 城镇化步伐加快

(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) 80、90后群体居家置业

#### 1.3.4 技术环境

(1) 智能终端的普及

(2) 移动互联网发展

### 1.4 互联网家装的核心竞争要素

#### 1.4.1 定位

#### 1.4.2 价格

#### 1.4.3 速度

#### 1.4.4 线下

## 第二章 互联网家装行业发展现状分析

### 2.1 互联网家装相关产业链

#### 2.1.1 售后服务

#### 2.1.2 家电

#### 2.1.3 物流

#### 2.1.4 定制家具+软装配套

(1) 定制家居

(2) 互联网软装

- 2.1.5 智能家居
- 2.2 互联网家装行业发展阶段
  - 2.2.1 探索期
  - 2.2.2 市场启动期
  - 2.2.3 高速发展期
  - 2.2.4 应用成熟期
- 2.3 互联网家装行业市场规模
  - 2.3.1 中国建材家居产业市场规模
  - 2.3.2 家庭住宅装修新增市场需求
  - 2.3.3 互联网家装市场规模预测
- 2.4 互联网家装行业融资情况
  - 2.4.1 互联网家装市场融资金额分布
  - 2.4.2 互联网家装市场融资轮次分布
  - 2.4.3 互联网家装市场融资次数分布
- 2.5 互联网家装行业面临的挑战
  - 2.5.1 产业链优质资源的争夺
  - 2.5.2 供应链管控和施工监理难题
  - 2.5.3 传统装修“半进化”的搅局
  - 2.5.4 硬装入口后的盈利模式挑战

### 第三章 互联网家装行业商业模式分析

- 3.1 平台式家装企业
  - 3.1.1 平台定位
  - 3.1.2 产品和服务
  - 3.1.3 盈利来源
  - 3.1.4 典型厂商
  - 3.1.5 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
- 3.2 自营式家装企业
  - 3.2.1 平台定位

### 3.2.2 产品和服务

### 3.2.3 盈利来源

### 3.2.4 典型厂商

### 3.2.5 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

### 3.3 家装门户网站

#### 3.3.1 平台定位

#### 3.3.2 产品和服务

#### 3.3.3 盈利来源

#### 3.3.4 典型厂商

(1) 搜房家居

(2) 新浪家居

(3) 网易家居

#### 3.3.5 核心竞争力

(1) 流量资源

(2) 资源管理能力

(3) 品牌影响力

## 第四章 传统家装向互联网家装产业升级的策略

### 4.1 传统家装企业实现互联网化转型的途径

#### 4.1.1 在第三方平台开店交易

#### 4.1.2 利用专业装修平台只做线上引流

#### 4.1.3 跨界深度合作，打通线上线下

### 4.2 互联网家装“套餐装修”产品分析

#### 4.2.1 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

#### 4.2.2 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

#### 4.3 打造热销互联网家装产品竞争策略

##### 4.3.1 流量的运用

(1) 初次流量导入方式

(2) 流量的重要性

##### 4.3.2 打造O2O闭环

##### 4.3.3 提供高质量客户体验

##### 4.3.4 建立自由物流体系

### 第五章 互联网家装平台典型案例分类解析

#### 5.1 垂直电商平台

##### 5.1.1 齐家网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优势分析

##### 5.1.2 美乐乐

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优势分析

#### 5.2 家装信息平台

##### 5.2.1 土拨鼠

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 经营情况

(4) 创新服务

(5) 融资分析

##### 5.2.2 土巴兔

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优势分析

### 5.3 家装设计平台

#### 5.3.1 酷家乐

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展策略分析

#### 5.3.2 爱福窝

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展策略分析

### 5.4 去中介化平台

#### 5.4.1 惠装网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展策略分析

#### 5.4.2 新浪抢工长

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展策略分析

### 5.5 综合电商平台

#### 5.5.1 淘宝极有家

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展策略分析

#### 5.5.2 国美家

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展策略分析

### 5.6 极致互联网家装平台

#### 5.6.1 美家帮

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析



### (3) 企业经营优势分析

#### 5.6.2 爱空间

##### (1) 企业发展简况分析

##### (2) 企业经营情况分析

##### (3) 企业经营优势分析

#### 5.6.3 积木家

##### (1) 企业发展简况分析

##### (2) 企业经营情况分析

##### (3) 企业经营优势分析

## 第六章 上市公司互联网家装布局 and 转型案例分析

### 6.1 家居装饰上市公司互联网家装转型案例分析

#### 6.1.1 深圳广田装饰集团股份有限公司

##### (1) 互联网家装转型的背景

##### (2) 互联网家装转型的思路

##### (3) 公司互联网家装的优势

##### (4) 互联网家装转型的举措

#### 6.1.2 浙江亚厦装饰股份有限公司

##### (1) 互联网家装转型的背景

##### (2) 互联网家装转型的思路

##### (3) 公司互联网家装的优势

##### (4) 互联网家装平台的打造

#### 6.1.3 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

##### (1) 互联网家装转型的背景

##### (2) 互联网家装转型的思路

##### (3) 公司互联网家装的优势

##### (4) 互联网家装转型的举措

#### 6.1.4 美克国际家居用品股份有限公司

##### (1) 互联网家装转型的背景

##### (2) 互联网家装转型的战略

##### (3) 公司互联网家装的设计

##### (4) 互联网家装业务的布局

#### 6.1.5 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司

- (1) 互联网家装转型的背景
- (2) 互联网家装转型的思路
- (3) 公司互联网家装的优势
- (4) 互联网家装业务的布局

#### 6.1.6 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

- (1) 互联网家装转型的背景
- (2) 互联网家装转型的思路
- (3) 公司互联网家装的优势
- (4) 互联网家装业务的布局

#### 6.1.7 深圳市洪涛装饰股份有限公司

- (1) 互联网家装转型的背景
- (2) 互联网家装转型的战略
- (3) 公司互联网家装的优势
- (4) 互联网家装业务的布局

#### 6.1.8 实创家居装饰集团有限公司

- (1) 互联网家装转型的背景
- (2) 互联网家装转型的战略
- (3) 公司互联网家装的优势
- (4) 互联网家装业务的布局

#### 6.1.9 深圳市宝鹰建设集团股份有限公司

- (1) 互联网家装转型的背景
- (2) 互联网家装转型的战略
- (3) 公司互联网家装的优势
- (4) 互联网家装业务的布局

### 6.2 互联网巨头的家装O2O布局案例分析

#### 6.2.1 阿里巴巴集团

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 布局互联网家装的优势
- (3) 互联网家装业务的进展
- (4) 互联网家装领域投资情况

#### 6.2.2 腾讯控股有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 布局互联网家装的优势
- (3) 互联网家装领域投资分析

#### 6.2.3 百度（中国）有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 布局互联网家装的优势
- (3) 互联网家装领域投资分析

#### 6.2.4 北京京东科技有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 布局互联网家装的优势
- (3) 互联网家装业务的进展

### 6.3 其他上市公司互联网家装布局案例分析

#### 6.3.1 万科企业股份有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 进军互联网家装的优势
- (3) 互联网家装业务的布局

#### 6.3.2 恒大地产集团有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 进军互联网家装的优势
- (3) 互联网家装业务的布局

#### 6.3.3 北京搜房科技发展有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 进军互联网家装的优势
- (3) 互联网家装业务的布局

#### 6.3.4 青岛海尔股份有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 进军互联网家装的优势
- (3) 互联网家装业务的布局

#### 6.3.5 苏宁云商集团股份有限公司

- (1) 互联网家装布局的背景
- (2) 进军互联网家装的优势
- (3) 互联网家装业务的布局

## 第七章 互联网家装行业发展趋势与投资建议

### 7.1 中国互联网家装行业发展趋势预测

#### 7.1.1 产品趋势

#### 7.1.2 研发趋势

#### 7.1.3 细分趋势

#### 7.1.4 个性化趋势

#### 7.1.5 设计成本趋势

#### 7.1.6 设计一体化趋势

#### 7.1.7 合作趋势

#### 7.1.8 工人趋势

#### 7.1.9 智能家居趋势

#### 7.1.10 效率趋势

### 7.2 中国互联网家装行业投资现状分析

#### 7.2.1 中国互联网家装行业投资主体分析

#### 7.2.2 中国互联网家装行业投资切入方式

#### 7.2.3 中国互联网家装行业投资规模分析

#### 7.2.4 中国互联网家装行业成功投资案例

### 7.3 关于互联网家装行业的投资建议

#### 7.3.1 关于互联网家装行业的投资方向建议

#### 7.3.2 关于互联网家装行业的投资方式建议

#### 7.3.3 关于互联网家装行业的产品创新建议

#### 7.3.4 关于互联网家装行业的技术研发建议

#### 7.3.5 关于互联网家装行业的营销模式建议

##### (1) 互联网时代的大家居战略

##### (2) 互联网时代的品牌联盟

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/202309/14-561191.html>