

# 2021-2027年中国家装电商 行业深度分析与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国家装电商行业深度分析与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/883827B3DE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

家装，家庭住宅装修装饰的简称。狭义的家装：指室内装饰，是从美化的角度来考虑的，以使室内的空间更美观；广义的家装：包括室内空间的装修。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国家装电商行业深度分析与战略咨询报告》共七章。首先介绍了家装电商行业市场发展环境、家装电商整体运行态势等，接着分析了家装电商行业市场运行的现状，然后介绍了家装电商市场竞争格局。随后，报告对家装电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了家装电商行业发展趋势与投资预测。您若想对家装电商产业有个系统的了解或者想投资家装电商行业，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1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) 产业链冗长
- (2) 运行效率低下

##### 1.1.2需求困局

- (1) 需求个性化程度高
- (2) 厂商规模小且分散

##### 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) 维权成本高

#### 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) 城镇化步伐加快

(2) 电子商务迅猛发展

##### 1.3.3 社会环境

(1) 整体家居环境要求提高

(2) 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

(1) 设计实现

(2) 供应链管理

(3) 施工质量

(4) 流程监控

(5) 用户体验

(6) 金融及售后服务

## 第2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
- 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互联网家装创业公司数量统计
- 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3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

- (1) 广告收入
- (2) 服务费和佣金收入
- (3) 产品/服务的销售收入

### 3.1.4典型厂商

- (1) 齐家网
- (2) 土巴兔
- (3) 美乐乐
- (4) 土拨鼠

### 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

- (1) 产品/服务的销售收入
- (2) 其它收入

### 3.2.4典型厂商

- (1) 家装e站
- (2) 爱空间
- (3) 美家帮

### 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

- (1) 广告收入
- (2) 电商销售收入
- (3) 服务收入

### 3.3.4典型厂商

- (1) 房天下

(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4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互联网家装的“套餐装修”产品构成

4.2.1产品模式

4.2.2产品价格

4.2.3主材选择

4.2.4施工保障

4.2.5专业设计

4.2.6售后服务

### 4.3热销互联网家装产品的打造方法

#### 4.3.1用互联网思维做装修产品

(1) 专注

(2) 品质

(3) 口碑

(4) 高效

#### 4.3.2做用户真正需要的产品

(1) 调查用户需求

(2) 确认产品配置内容

(3) 联系供应链选定产品

(4) 持续升级更新产品

#### 4.3.3以喜闻乐见的方式与用户做“互动”

(1) 网站在线咨询

(2) 微信公众号沟通

(3) 提高线上官网用户体验度

4.3.4用技术手段让服务更高效

## 第5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) 发展历程

(2) 业务结构

(3) 经营情况

(4) 发展模式

(5) 融资分析

#### 5.1.2美乐乐

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 线上品牌

(4) 线下体验

(5) 营销模式

(6) 品牌实力

#### 5.1.3极客美家

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 经营情况

(4) 发展模式

(5) 融资分析

### 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) 发展模式

(5) 融资分析



## 5.2.2土巴兔

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 战略布局
- (4) 发展模式
- (5) 融资分析

## 5.3家装设计平台

### 5.3.1酷家乐

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资分析

### 5.3.2爱福窝

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资分析

## 5.4去中介化平台

### 5.4.1惠装网

- (1) 发展历程
- (2) 产品定位
- (3) 服务保障
- (4) 发展模式
- (5) 融资分析

### 5.4.2新浪抢工长

- (1) 发展历程
- (2) 产品定位
- (3) 服务保障
- (4) 发展模式
- (5) 平台优势

## 5.5综合电商平台

### 5.5.1淘宝极有家

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 平台定位
- (4) 发展模式
- (5) 入驻商家

#### 5.5.2 国美家

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 业务布局
- (4) 发展模式

### 5.6 极致互联网家装平台

#### 5.6.1 美家帮

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资情况

#### 5.6.2 爱空间

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资情况
- (5) 最新动态

#### 5.6.3 蘑菇装修

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资情况

## 第6章 上市公司互联网家装布局和转型案例分析

### 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) 公司互联网家装的优势

(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

#### 6.2.5 北京小米科技有限责任公司

(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

#### 6.2.6北京五八信息技术有限公司

(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

#### 6.3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7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

部分图表目录:

图表1：传统家装行业产业链

图表2：地方政府近五年财政收支及差额

图表3：基建投资累计同比(单位：%)

图表4：房地产开发投资完成额累计同比(单位：%)

图表5：建筑业和房地产业对外投资净额(单位：万美元)

图表6：2015-2019年建材家居业上市公司总体业绩对比

图表7：2015-2019年建材家居业上市公司净利润层次图

图表8：2015-2019年建材家居业上市公司资产负债分布

图表9：2015-2019年建材家居业上市公司资产报酬分布

图表10：2015-2019年建材家居业上市公司每股收益情况

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/883827B3DE.html>