

# 2020-2026年中国家装电商 行业发展趋势与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国家装电商行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202001/150215.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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 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

图表11：建材家居行业上市公司细分行业分布图

图表12：建材家居细分行业平均资产和业绩一览表

图表13：家具类上市公司资产和业绩一览表

图表14：2015-2019年家具上市公司实现净利润

图表15：1950-2019年中国与世界城镇化率比较（单位：%）

图表16：中国城镇化水平变化情况

图表17：城市(镇)数量和规模变化情况

图表18：城市基础设施和服务设施变化情况

图表19：常住人口城镇化率与户籍人口城镇化率的差距

图表20：2011-2019年中国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）

图表21：2019年中国电子商务市场细分行业构成

图表22：中国电子商务细分市场未来发展预期

图表23：中国网民规模和互联网普及率

图表24：中国手机网民规模及其占网民比例

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150215.html>