

2021-2027年中国家居O2O市场深度评估与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国家居O2O市场深度评估与投资前景分析报告》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/202011/193088.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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国家居O2O市场深度评估与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了家居O2O行业市场发展环境、家居O2O整体运行态势等，接着分析了家居O2O行业市场运行的现状，然后介绍了家居O2O市场竞争格局。随后，报告对家居O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了家居O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对家居O2O产业有个系统的了解或者想投资家居O2O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：

第一部分 产业环境透视

第一章 中国家居行业发展概况

第一节 中国家居行业现状

一、家居行业定义

二、家居行业特征

三、家居行业市场规模

第二节 传统家居行业的现状

一、我国家居行业发展分析

二、2019年我国家居行业规模分析

三、传统家居行业面临的挑战

四、传统家居行业的发展趋势

第三节 电子商务的发展

一、我国互联网电子商务的发展起源

二、我国互联网电子商务的发展现状

三、我国互联网电子商务的规模分析

第四节 O2O模式发展

一、O2O定义

二、O2O面临的商机

三、O2O需求市场

四、O2O模式发展面临的风险

第二章中国传统家居行业概况

第一节2016-2019年传统家居行业态发展现状

一、家具行业发展现状

二、装修行业发展现状

第二节2019年传统家居行业经营情况分析

一、传统家居行业市场规模

二、传统家居行业营业利润

三、传统家居行业利润率水平

第三节当前实体家居行业遭遇的发展困境

一、传统家居行业发展客户局限

二、经营成本高涨

三、新业态兴起竞争升级

第三章中国电子商务的发展概况

第一节互联网的发展

一、中国互联网的普及程度

二、网民基本情况分析

1、PC网民规模分析

2、手机网民规模分析

3、网民属性结构分析

第二节电子商务的崛起

一、电子商务发展阶段

二、电子商务基本特征

三、电子商务支撑环境

四、电子商务基本模式

五、电子商务规模分析

第二部分行业深度分析

第四章互联网形式下的家居行业发展

第一节互联网给家居行业带来了什么

- 一、摆脱了时间空间的挑战
- 二、改变了消费者的行为习惯
- 三、打破了信息的不对称格局
- 四、更有效的大数据分析方法

第二节我国网络家居行业市场的高速增长

- 一、2016-2019年网络家居行业的交易规模
- 二、2016-2019年网络家居行业的发展现状
- 三、2016-2019年网络家居行业的发展潜力

第三节互联网对传统家居行业的影响

- 一、互联网补充传统家居行业的经营模式
- 二、传统家居行业面临的转型
- 三、传统家居行业如何适应互联网的发展
- 四、传统家居行业抓住互联网的发展机遇

第五章家居行业O2O市场概况

第一节家居行业O2O发展分析

- 一、O2O模式分析
- 二、O2O的发展现状
- 三、O2O模式应用成功案例
- 四、O2O发展前景

第二节O2O助力传统家居行业

- 一、O2O解决传统家居行业的瓶颈
- 二、如何正确运用O2O
- 三、O2O未来发展前景

第三节O2O对电子商务的影响

- 一、O2O结合电子商务与传统家居行业
- 二、电子商务如何正确运用O2O

第六章国外家居行业O2O发展分析

第一节美国O2O行业发展分析

- 一、O2O发展现状
- 二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第二节日本O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第三节欧洲O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第四节国际典型企业O2O转型分析

一、wayfair

二、TheContainerStore

三、Pepperfry

四、UrbanLadder

第三部分竞争格局分析

第七章家居行业移动端及主流电商平台合作分析

第一节家居行业O2O平台接入分析

一、家居行业接入微信O2O的切入点

二、家居行业接入团购网的切入点

三、家居行业接入专业平台的切入点

第二节家居行业独立APP发展分析

一、家居行业APP发展分析

二、家居行业APP发展分析

第八章国内家居行业O2O平台发展分析

第一节极客美家

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第二节土巴兔装修网

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第三节X团装修网

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第四节土拨鼠网

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第五节丽维家

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第六节尚品宅配

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第七节美乐乐

- 一、企业发展基本情况

- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第八节漫生活

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第九节酷漫居

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第四部分行业前景展望

第九章2021-2027年家居行业O2O发展趋势预测与前影预测

第一节家居行业发展环境分析

- 一、国内经济发展环境分析
 - 1、2019年国内经济发展形势
 - 2、国内经济发展展望
- 二、家居行业消费环境分析
- 三、家居行业机会与挑战总结
 - 1、机遇
 - 2、挑战

第二节2021-2027年O2O家居行业前景分析

- 一、2021-2027年传统家居行业规模预测
- 二、2021-2027年电子商务家居行业规模预测
- 三、2021-2027年O2O家居行业规模预测

第三节家居行业O2O发展趋势分析

一、家具O2O发展趋势

二、装修O2O发展趋势

第十章互联网环境下家居行业的整合与变革

第一节家居行业的“用户思维”

一、家居行业如何与用户连接

二、家居行业提升用户参与感

第二节家居行业如何运用好粉丝经济

一、让用户成为粉丝

二、增强互动

三、提高重复购买力

第三节家居行业如何实现数据化运营和管理

一、大数据对家居行业的商业价值

二、全渠道家居行业大数据分析

三、家居行业与大数据对接的方式

四、家居行业大数据应用及效果

五、家居行业如何建立大数据运营体系

第十一章家居行业O2O发展战略分析

第一节家居行业市场消费分析

一、消费者收入分析

二、消费者可支配收入分析

三、消费者购物习惯分析

四、消费需求分析

第二节家居行业O2O营销战略分析

一、市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新产品差异化策略

五、4P/4C营销组合策略

第三节行业发展战略研究

一、战略综合规划

- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十二章行业发展建议对策()

- 第一节把握国家投资契机
- 第二节竞争性联盟的战略实施
- 第三节企业自身应对策略

图表目录：

- 图表：2019年中国家居行业规模统计
- 图表：我国互联网电子商务行业发展历史
- 图表：2019年中国电子商务行业交易规模
- 图表：2019年中国电子商务市场结构
- 图表：2019年中国中小企业B2B运营商平台收入规模
- 图表：2019年中国中小企业B2B运营商平台收入结构
- 图表：2019年中国网络购物交易规模
- 图表：2019年中国跨境进口商交易规模
- 图表：2019年中国生鲜电商交易规模
- 图表：2019年中国品牌电商服务商市场交易规模
- 图表：2019年中国网络购物市场中B2C市场交易占比
- 图表：2019年中国网络购物市场交易中移动端占比
- 图表：2019年中国移动购物市场交易规模
- 图表：2019年中国B2C购物网站交易规模市场份额
- 图表：2019年中国移动购物网站交易规模市场份额
- 图表：2019年网络购物市场重点企业交易规模同比增速
- 图表：2019年中国家装行业市场规模
- 图表：2019年中国传统家居行业市场规模统计
- 图表：2019年我国网民规模

图表：2019年中国互联网络介入设备使用情况

图表：2019年中国手机网民规模

图表：2019年中国网民性别结构

图表：2019年中国网民年龄结构

图表：2019年中国网民学历结构

图表：2019年中国网民职业结构

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/193088.html>