

2022-2028年中国家居定制 +互联网行业发展趋势与市场供需预测报告

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

《2022-2028年中国家居定制+互联网行业发展趋势与市场供需预测报告》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.cction.com/report/202110/242219.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

定制产品在功能、风格上的同质化，使得企业的品牌塑造、终端营销能力显得更为重要。而行业以经销为主的经营模式，使得经销商的“质”“量”以及经销商的主动营销的能力（社区店、家装合作等），成为重要的因素；此外，品牌营销亦是重要的因素，同质化的产品更需要对消费者心智的占领，而在客流碎片化情形下，除去高铁、机场、电视广告等传统广告的投放，还需要有多渠道精准营销的能力，如在新媒体渠道（抖音、自媒体公众号）上硬广和软广结合的品牌宣传等。而营销费用的投入，也是以企业规模为支撑的，大企业具备更多的费用投入。家居定制企业广告费用投入情况（亿元） 中企顾问网发布的《2022-2028年中国家居定制+互联网行业发展趋势与市场供需预测报告》共八章。首先介绍了中国家居定制+互联网行业市场发展环境、家居定制+互联网整体运行态势等，接着分析了中国家居定制+互联网行业市场运行的现状，然后介绍了家居定制+互联网市场竞争格局。随后，报告对家居定制+互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家居定制+互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对家居定制+互联网产业有个系统的了解或者想投资中国家居定制+互联网行业，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：

第一章电子商务与“互联网+”

第一节电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节“互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、"互联网+"的发展

四、"互联网+"的评价

五、"互联网+"的趋势

第二章互联网环境下家居定制行业的机会与挑战

第一节2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

3、交流沟通现状分析

4、网络娱乐应用分析

第二节互联网环境下家居定制行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节互联网家居定制行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节家居定制与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章家居定制所属行业发展现状分析

第一节家居定制行业发展现状分析

一、家居定制行业产业政策分析

二、家居定制行业发展现状分析

三、家居定制行业主要企业分析定制家居板块19Q1收入增速触底后回升

17Q1

17Q2

17Q3

17Q4

18Q1

18Q2

18Q3

18Q4

19Q1

19Q2

欧派家居

20.5%

44.9%

40.5%

33.5%

31.6%

21.1%

10.7%

18.0%

15.6%

12.5%

尚品宅配

27.6%

32.0%

32.6%

34.3%

38.8%

30.6%

22.7%

15.7%

15.7%

5.6%

索菲亚

48.3%

49.4%

35.5%

22.6%

30.3%

13.8%

20.1%

15.4%

-4.7%

12.2%

好莱客

35.2%

35.5%

25.6%

28.0%

30.9%

22.7%

15.4%

0.5%

5.2%

3.0%

志邦家居

37.6%

40.9%

30.7%

41.5%

38.3%

19.1%

5.5%

4.0%

5.2%

13.3%

金牌厨柜

42.8%

9.6%

34.9%

22.2%

26.2%

8.6%

19.2%

20.4%

6.2%

33.1%

皮阿诺

51.2%

47.8%

30.2%

15.9%

73.8%

24.2%

39.4%

22.4%

16.3%

31.5%

我乐家居

103.3%

27.9%

36.0%

24.3%

26.0%

26.7%

25.5%

4.0%

22.6%

23.1%

行业平均

32.9%

39.6%

35.5%

29.7%

33.7%

20.9%

16.3%

14.5%

9.5%

12.3%

四、家居定制所属行业市场规模分析

第二节家居定制所属行业市场前景分析

一、家居定制行业发展机遇分析

二、家居定制行业市场规模预测

三、家居定制行业发展前景分析

第四章家居定制所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节家居定制电商市场规模与渗透率

一、家居定制电商总体开展情况

二、家居定制电商交易规模分析

三、家居定制电商渠道渗透率分析

第二节家居定制电商所属行业盈利能力分析

一、家居定制电子商务发展有利因素

- 二、家居定制电子商务发展制约因素
 - 三、家居定制电商所属行业经营成本分析
 - 四、家居定制电商所属行业盈利模式分析
 - 五、家居定制电商所属行业盈利水平分析
- 第三节 电商行业未来前景及趋势预测
- 一、家居定制电商行业市场空间测算
 - 二、家居定制电商市场规模预测分析
 - 三、家居定制电商发展趋势预测分析

第五章 家居定制企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 家居定制企业转型电商构建分析

一、家居定制电子商务关键环节分析

- 1、产品采购与组织
- 2、电商网站建设
- 3、网站品牌建设及营销
- 4、服务及物流配送体系
- 5、网站增值服务

二、家居定制企业电子商务网站构建

- 1、网站域名申请
- 2、网站运行模式
- 3、网站开发规划
- 4、网站需求规划

第二节 家居定制企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节 家居定制企业转型电商平台选择分析

一、家居定制企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

- 1、自建商城概况分析
- 2、自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

1、电商平台的优劣势

2、电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

1、电商服务外包的优势

2、电商服务外包可行性

3、电商服务外包前景

五、家居定制企业电商平台选择策略

第六章家居定制行业电子商务运营模式分析

第一节家居定制电子商务B2B模式分析

一、家居定制电子商务B2B市场概况

二、家居定制电子商务B2B盈利模式

三、家居定制电子商务B2B运营模式

四、家居定制电子商务B2B的供应链

第二节家居定制电子商务B2C模式分析

一、家居定制电子商务B2C市场概况

二、家居定制电子商务B2C市场规模

三、家居定制电子商务B2C盈利模式

四、家居定制电子商务B2C物流模式

五、家居定制电商B2C物流模式选择

第三节家居定制电子商务C2C模式分析

一、家居定制电子商务C2C市场概况

二、家居定制电子商务C2C盈利模式

三、家居定制电子商务C2C信用体系

四、家居定制电子商务C2C物流特征

第四节家居定制电子商务O2O模式分析

一、家居定制电子商务O2O市场概况

二、家居定制电子商务O2O优势分析

三、家居定制电子商务O2O发展策略

四、家居定制电子商务O2O潜在风险

第七章家居定制主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 淘宝

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析

第二节 京东

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析

第三节 丽维家

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站服务流程分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站渠道改革发展

第四节 尚品宅配

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营模式分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站发展成果分析

第五节 美乐乐

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营情况分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站经营模式分析

第八章家居定制企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 家居定制企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定

- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析
- 第二节家居定制企业转型电商物流投资分析
 - 一、家居定制企业电商自建物流分析
 - 1、电商自建物流的优势分析
 - 2、电商自建物流的负面影响
 - 二、家居定制企业电商外包物流分析
- 第三节家居定制企业电商市场策略分析

图表目录：

图表：2015-2019年中国电子商务交易规模及增长分析

图表：2015-2019年中国网民规模和互联网普及率

图表：2015-2019年新网民互联网接入设备使用情况

图表：2019年我国非网民不使用互联网的原因

图表：2019年我国非网民未来上网意向

图表：2019年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2019年中国手机网民规模及网民比例

图表：2015-2019年网络游戏用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络文学用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络视频用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络音乐用户规模及使用率

图表：2015-2019年中国互联网基础资源对比情况

图表：2015-2019年中国IPV4地址资源变化情况

图表：2015-2019年家具定制重点企业财务情况

图表：2015-2019年中国定制家居行业市场规模及增长分析

图表：2022-2028年中国定制家居行业市场规模及增长预测

图表：2015-2019年中国家居定制电商交易规模及增长分析

图表：2015-2019年中国家居定制电商渠道渗透率走势分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242219.html>