2023-2029年中国互联网家装市场评估与市场需求预测报告

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

《2023-2029年中国互联网家装市场评估与市场需求预测报告》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/202302/338641.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《2023-2029年中国互联网家装市场评估与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了互联网家装相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网家装规模及消费需求，然后对中国互联网家装市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网家装面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网家装有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 互联网家装行业发展综述
第一节 互联网家装行业发展综述
一、互联网家装基本概述
二、互联网家装发展特点及功能
第二节 互联网家装相关产业链
一、售后服务
二、家电
三、物流
四、定制家具+软装配套
五、智能家居
第三节 互联网家装行业发展阶段
一、探索期
二、市场启动期
三、高速发展期
四、应用成熟期

第二章 互联网家装行业市场环境分析

第一节 政策环境
一、“互联网+”行动计划
二、房地产新政的出台
第二节 经济环境
一、中国经济增长速度放缓，家居消费受一定影响
二、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
三、居民收入持续增长，促进网络购物等新兴消费方式发展
四、电子商务迅猛发展
第三节 社会环境
一、城镇化步伐加快
二、居民对生活方式的追求不断提升，推动家居产业需求升级
三、80、90后群体居家置业
第四节 技术环境
一、智能终端的普及
二、移动互联网发展

第三章 2018-2022年中国互联网家装行业发展分析
第一节 互联网家装行业市场规模
一、中国建材家居产业市场规模
二、家庭住宅装修新增市场需求
三、互联网家装市场规模预测
第二节 互联网家装行业融资情况
一、互联网家装市场融资金额分布
二、互联网家装市场融资轮次分布
三、互联网家装市场融资次数分布
第三节 互联网家装行业面临的挑战
一、产业链优质资源的争夺
二、供应链管控和施工监理难题
三、传统装修“半进化”的搅局
四、硬装入口后的盈利模式挑战

第二部分 行业深度分析

第四章 我国互联网家装行业发展现状
第一节 我国互联网家装行业发展现状
一、我国互联网家装行业发展历程
二、我国互联网家装行业发展现状
三、我国互联网家装行业发展预测
第二节 2018-2022年全国互联网家装市场分析
一、互联网家装数量及增长分析
二、互联网家装覆盖率分析
四、互联网家装行业投资规模分析
五、互联网家装市场规模分析
第三节 2018-2022年互联网家装市场需求分析
一、2018-2022年互联网家装市场销量分析
二、2023-2029年互联网家装市场销量预测
第四节 对中国互联网家装市场的分析及思考
一、互联网家装市场分析
二、互联网家装市场变化的方向
三、中国互联网家装产业发展的新思路
四、对中国互联网家装产业发展的思考

第三部分 市场全景调研
第五章 互联网家装行业商业模式分析
第一节 平台式家装企业
一、平台定位
二、产品和服务
三、盈利来源
四、典型厂商
五、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
第二节 自营式家装企业
一、平台定位

二、产品和服务
三、盈利来源
四、典型厂商
五、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
第三节 家装门户网站
一、平台定位
二、产品和服务
三、盈利来源
四、典型厂商
1、搜房家居
2、新浪家居
3、网易家居
五、核心竞争力
1、流量资源
2、资源管理能力
3、品牌影响力

第六章 传统家装向互联网家装产业升级的策略
第一节 传统家装企业实现互联网化转型的途径
一、在第三方平台开店交易
二、利用专业装修平台只做线上引流
三、跨界深度合作，打通线上线下
第二节 互联网家装“套餐装修”产品分析
一、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

二、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
第三节 打造热销互联网家装产品竞争策略
一、流量的运用
1、初次流量导入方式
2、流量的重要性
二、打造O2O闭环
1、从线上到线下
2、从线下到线上
三、提供高质量客户体验
四、建立自由物流体系

第四部分 行业竞争格局
第七章 2018-2022互联网家装所属行业区域市场分析
第一节 2018-2022中国互联网家装区域市场分析
一、2018-2022年行业区域发展现状分析
二、2018-2022年区域市场格局情况分析
第二节 2018-2022华东地区互联网家装市场分析
一、2018-2022年行业发展现状分析
二、2018-2022年市场需求情况分析
第三节 2018-2022华北地区互联网家装市场分析
一、2018-2022年行业发展现状分析
二、2018-2022年市场需求情况分析
第四节 2018-2022华中地区互联网家装市场分析
一、2018-2022年行业发展现状分析
二、2018-2022年市场需求情况分析
第五节 2018-2022华南地区互联网家装市场分析
一、2018-2022年行业发展现状分析
二、2018-2022年市场需求情况分析
第六节 2018-2022东北地区互联网家装市场分析

一、2018-2022年行业发展现状分析
二、2018-2022年市场需求情况分析
第七节 2018-2022西南地区互联网家装市场分析
一、2018-2022年行业发展现状分析
二、2018-2022年市场需求情况分析
第八节 2018-2022西北地区互联网家装市场分析
一、2018-2022年行业发展现状分析
二、2018-2022年市场需求情况分析

第八章 互联网家装行业竞争格局分析
第一节 互联网家装行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 互联网家装行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业集中度分析
三、区域集中度分析
第三节 中国互联网家装行业竞争格局综述
一、互联网家装行业集中度
二、互联网家装行业竞争程度
三、互联网家装企业与品牌数量
第四节 中国互联网家装行业国际竞争力比较
一、生产要素
二、需求条件
三、相关和支持性产业
四、企业战略、结构与竞争状态
第五节 互联网家装企业竞争策略分析
一、提高企业核心竞争力的对策
二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高企业竞争力的策略

第九章 2023-2029年互联网家装行业领先企业经营形势分析
第一节 深圳广田装饰集团股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、竞争优势分析
四、发展战略分析
第二节 浙江亚厦装饰股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、竞争优势分析
四、发展战略分析
第三节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、竞争优势分析
四、发展战略分析
第四节 美克国际家居用品股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、竞争优势分析
四、发展战略分析
第五节 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、竞争优势分析
四、发展战略分析
第六节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营状况分析
三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第五部分 发展战略研究
第十章 2023-2029年互联网家装行业面临的困境及对策
第一节 2022年互联网家装行业面临的困境
第二节 互联网家装企业面临的困境及对策
一、重点互联网家装企业面临的困境及对策
二、中小互联网家装企业发展困境及策略分析
三、国内互联网家装企业的出路分析
第二节 中国互联网家装的核心竞争要素
一、定位
二、价格
三、速度
四、线下

第十一章 2023-2029年互联网家装行业发展战略研究
第一节 互联网家装行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、产业战略规划
五、营销品牌战略
第二节 对我国互联网家装品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、实施品牌战略的意义
三、企业品牌的现状分析
第三节 互联网家装企业经营管理策略
一、成本控制策略
二、定价策略
三、竞争策略
四、并购重组策略
五、营销策略

第四节 互联网家装行业投资战略研究
一、2023-2029年互联网家装行业投资战略
二、2023-2029年互联网家装行业投资战略
三、2023-2029年互联网家装行业投资战略
四、2023-2029年细分行业投资战略

第六部分 投资前景预测
第十二章 2023-2029年互联网家装行业发展趋势预测分析
第一节 我国互联网家装行业前景与机遇分析
一、我国互联网家装行业发展前景
二、我国互联网家装行业发展机遇分析
三、2023-2029年互联网家装行业的发展机遇分析
第二节 2023-2029年中国互联网家装市场趋势分析
一、2022年互联网家装行业市场趋势总结
二、2023-2029年互联网家装行业发展趋势分析
三、2023-2029年互联网家装市场发展空间
四、2023-2029年互联网家装产业政策趋向
五、2023-2029年互联网家装行业技术革新趋势

第十三章 2023-2029年互联网家装行业投资机会与风险防范
第一节 影响互联网家装行业发展的主要因素
一、有利因素分析
三、不利因素分析
第二节 互联网家装行业投资机会分析
一、互联网家装行业投资项目分析
二、可以投资的互联网家装模式
三、2022年互联网家装行业投资机会
第三节 2023-2029年互联网家装行业发展预测分析
一、未来互联网家装行业发展分析
二、未来互联网家装行业技术开发方向
三、总体行业“十四五”整体规划及预测
第四节 行业投资收益率比较及分析

一、2022年相关产业投资收益率比较
二、2023-2029年行业投资收益率分析
第五节 互联网家装行业投资风险及控制策略分析
一、2023-2029年互联网家装行业市场风险及控制策略
二、2023-2029年互联网家装行业政策风险及控制策略
三、2023-2029年互联网家装行业经营风险及控制策略
四、2023-2029年互联网家装行业技术风险及控制策略
五、2023-2029年互联网家装行业同业竞争风险及控制策略
第六节 中国互联网家装行业投资建议
一、互联网家装行业未来发展方向
二、互联网家装行业主要投资建议
三、中国互联网家装企业融资分析
1、中国互联网家装企业IPO融资分析
2、中国互联网家装企业再融资分析

第十四章 研究结论及投资建议
第一节 互联网家装行业研究结论及建议
第二节 互联网家装子行业研究结论及建议
第三节互联网家装行业投资建议
一、行业发展策略建议
二、行业投资方向建议
三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2018-2022年全球互联网家装行业市场规模
图表：2018-2022年中国互联网家装行业市场规模
图表：2018-2022年互联网家装行业重要数据指标比较
图表：2018-2022年中国互联网家装市场占全球份额比较
图表：2018-2022年互联网家装所属行业工业总产值
图表：2018-2022年互联网家装所属行业销售收入
图表：2018-2022年互联网家装所属行业利润总额
图表：2018-2022年互联网家装所属行业资产总计

图表：2018-2022年互联网家装所属行业负债总计
图表：2018-2022年互联网家装市场价格走势
图表：2018-2022年互联网家装所属行业主营业务收入
图表：2018-2022年互联网家装所属行业主营业务成本
图表：2018-2022年互联网家装所属行业销售费用分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业管理费用分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业财务费用分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业销售毛利率分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业销售利润率分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业成本费用利润率分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业总资产利润率分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业产能分析
图表：2018-2022年互联网家装行业产量分析
图表：2018-2022年互联网家装行业需求分析
图表：2018-2022年互联网家装所属行业进口数据
图表：2018-2022年互联网家装所属行业出口数据
图表：2018-2022年互联网家装行业集中度
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.cction.com/report/202302/338641.html