2025-2031年中国互联网家 装市场深度分析与发展前景预测报告

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

《2025-2031年中国互联网家装市场深度分析与发展前景预测报告》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/202412/475675.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《2025-2031年中国互联网家装市场深度分析与发展前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈,以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型,并结合市场分析、行业分析和厂商分析,能够反映当前市场现状,趋势和规律,是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录:

第1章:互联网家装按行业综述及数据来源说明

- 1.1 家装行业界定
- 1.1.1 家装的界定
- 1.1.2 家装整体流程概况
- 1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中家装行业归属
- 1.2 互联网家装行业界定
- 1.2.1 互联网家装的界定
- 1.2.2 互联网家装存在模式
- 1.3 本报告研究范围界定说明
- 1.4 本报告数据来源及统计标准说明

第2章:中国互联网家装行业宏观环境分析(PEST)

- 2.1 中国互联网家装行业政策 (Policy) 环境分析
- 2.1.1 中国互联网家装行业监管体系及机构介绍
- (1)中国互联网家装行业主管部门
- (2)中国互联网家装行业自律组织
- 2.1.2 中国互联网家装行业标准体系建设现状
- 2.1.3 中国互联网家装行业发展相关政策规划汇总及解读
- (1)中国互联网家装行业发展相关政策汇总
- (2) 中国互联网家装行业发展相关规划汇总
- 2.1.4 国家"十四五"规划对互联网家装行业的影响分析
- 2.1.5 政策环境对互联网家装行业发展的影响总结
- 2.2 中国互联网家装行业经济(Economy)环境分析
- 2.2.1 中国宏观经济发展现状
- (1)国内GDP增长分析

- (2)固定资产投资分析
- (3)中国三次产业结构
- (4)中国居民消费价格指数(CPI)
- 2.2.2 中国宏观经济发展展望
- (1) 国际机构对中国GDP增速预测
- (2) 国内机构对中国宏观经济指标增速预测
- 2.2.3 中国互联网家装行业发展与宏观经济相关性分析
- 2.3 中国互联网家装行业社会(Society)环境分析
- 2.3.1 中国互联网家装行业社会环境分析
- (1)中国人口规模
- (2)中国人口结构
- (3)中国城镇化水平变化
- (4)中国居民人均可支配收入
- (5)中国居民人均消费支出及结构
- (6)中国居民互联网消费习惯变化
- 2.3.2 社会环境对互联网家装行业发展的影响总结
- 2.4 中国互联网家装行业技术(Technology)环境分析
- 2.4.1 中国互联网家装行业流程图解
- 2.4.2 中国互联网家装行业关键/新兴技术分析
- (1) 中国互联网家装行业关键技术分析
- (2)中国互联网家装新兴技术融合应用
- 2.4.3 技术环境对互联网家装行业发展的影响总结
- 第3章:中国家装行业市场发展现状及趋势前景分析
- 3.1 中国家装行业发展概况
- 3.1.1 中国家装行业发展历程分析
- 3.1.2 中国家装行业发展特点分析
- (1) 虽然受房地产市场大幅波动影响,但行业发展的基本面没有重大变化
- (2)企业创新发展水平有所提高
- (3) 行业仍处于转型升级过程之中
- (4)线上线下结合模式成行业发展新特点
- 3.1.3 中国家装行业发展热点分析
- (1)智能软装

- (2) 地产、电商向家装不断渗透
- (3) 家装迭代升级,定制向整装发力
- 3.1.4 中国传统家装行业发展痛点分析
- (1) 家装流程长, 步骤多, 难以实现标准化
- (2)施工交付能力与水平提升缓慢
- (3) 家装行业设计服务进步不明显
- (4)行业缺乏凝聚力
- 3.2 中国家装行业发展现状分析
- 3.2.1 全国家装行业企业数量规模
- 3.2.2 全国家装行业市场规模分析
- 3.3 中国家装行业竞争格局分析
- 3.3.1 全国家装行业竞争现状
- 3.3.2 一站式家装领先企业布局概况
- 3.4 中国家装行业趋势及前景预测
- 3.4.1 中国家装行业趋势分析
- (1)新生代消费群体更注重家装质量和追求生活品质
- (2)一站式配齐的整装模式逐渐受到新生代消费者的青睐
- (3) 家装市场供应链面临整合,集中度将加快提升
- (4)竞争格局日趋复杂
- (5)随着更多的家装企业成功完成数字化转型,未来家装新零售将成为最重要的家装消费新通道
- (6)数字化转型将引领家装行业未来发展
- (7) 家装行业营销获客模式正在发生变化
- 3.4.2 中国家装行业前景预测

第4章:中国互联网家装行业市场供需状况及发展痛点分析

- 4.1 中国互联网家装行业兴起与发展历程
- 4.1.1 中国互联网家装行业发展历程
- 4.1.2 中国互联网家装行业特点
- 4.2 互联网对家装行业的影响分析
- 4.2.1 互联网家装对家装行业的促进情况
- (1) 家装行业较为分散,产业链较长,供需两端诸多问题亟待解决
- (2) 互联网家装平台汇集行业资源,解决了家装服务中存在的相关问题

- 4.2.2 互联网家装与传统家装的竞争情况
- (1) 互联网家装的认可度逐渐提升
- (2)传统家装企业纷纷转型发展
- 4.2.3 传统家装企业互联网化转型路径分析
- (1) 广田股份打造"过家家"电商平台
- (2)洪涛股份优装美家
- (3) 东易日盛"速美超级家"
- (4)其他公司
- 4.3 中国互联网家装行业市场主体类型及入场方式
- 4.4 中国互联网家装行业市场主体规模及特征
- 4.4.1 中国互联网家装行业市场主体规模
- 4.4.2 中国互联网家装行业重点企业特征
- (1) 红星美凯龙
- (2) 居然之家
- (3) 贝壳
- 4.5 中国互联网家装行业市场需求状况
- 4.5.1 中国互联网家装行业需求特征分析
- 4.5.2 中国互联网家装行业需求现状分析
- (1) 中国互联网家装行业渗透率分析
- (2)中国互联网家装平台活跃用户规模状况
- (3)用户群体互联网家装平台需求分析
- 1) 平台搜索内容需求分析
- 2) 平台家装模式需求分析
- 4.6 中国互联网家装行业市场规模体量测算
- 4.7 中国互联网家装行业市场痛点分析
- 4.7.1 缺乏对中小装企的监管,难以保障家装服务品质
- 4.7.2 难以突破家装行业原有格局
- 4.7.3 传统装修"半进化"的搅局

第5章:中国互联网家装行业市场竞争状况及融资并购分析

- 5.1 中国互联网家装行业市场竞争布局状况
- 5.1.1 中国互联网家装行业竞争者入场进程
- 5.1.2 中国互联网家装行业竞争者区域分布热力图

- 5.1.3 中国互联网家装行业竞争者发展战略布局状况
- 5.2 中国互联网家装行业市场竞争格局
- 5.2.1 中国互联网家装行业企业战略集群状况
- 5.2.2 中国互联网家装行业企业竞争格局分析
- 5.2.3 互联网家装与传统家装的竞争情况
- (1) 互联网家装的认可度逐渐提升
- (2)传统家装企业纷纷转型发展
- 5.3 中国互联网家装行业市场集中度分析
- 5.4 中国互联网家装行业波特五力模型分析
- 5.4.1 中国互联网家装行业供应商的议价能力
- 5.4.2 中国互联网家装行业消费者的议价能力
- 5.4.3 中国互联网家装行业新进入者威胁
- 5.4.4 中国互联网家装行业替代品威胁
- 5.4.5 中国互联网家装行业现有企业竞争
- 5.4.6 中国互联网家装行业竞争状态总结
- 5.5 中国互联网家装行业投融资状况
- 5.5.1 中国互联网家装行业投融资主体
- 5.5.2 中国互联网家装行业投融资概况
- 5.5.3 中国互联网家装行业投融资事件汇总
- 5.5.4 中国互联网家装行业投融资趋势预测
- 第6章:中国互联网家装产业链结构及全产业链布局状况研究
- 6.1 中国互联网家装产业结构属性(产业链)分析
- 6.2 中国互联网家装产业链生态图谱
- 6.3 中国互联网家装产业价值属性(价值链)分析
- 6.4 中国互联网家装行业商业模式分析
- 6.5 中国互联网家装行业中游细分市场分析
- 6.5.1 中国互联网家装行业细分市场分布
- 6.5.2 中国互联网家装行业细分市场分析
- (1) 互联网家装建材市场分析
- (2) 互联网家装非建材市场分析(家装设计、施工等)
- 6.6 中国互联网家装行业用户画像及需求趋势分析
- 6.6.1 中国互联网家装行业消费者分析

- (1)消费者性别分布情况
- (2)消费者年龄分布情况
- 6.6.2 中国互联网家装行业消费者家装信息获取渠道分析
- 6.6.3 中国互联网家装行业消费新趋势分析
- (1) 家装需求多元化
- (2)智能家居需求提高
- (3)环保理念加强

第7章:中国互联网家装行业重点企业布局案例研究

- 7.1 中国互联网家装重点企业布局梳理及对比
- 7.2 中国互联网家装重点企业布局案例分析
- 7.2.1 上海齐家网信息科技股份有限公司
- (1)企业发展简况
- (2)企业发展历程
- (3)企业主营业务分析
- (4)企业经营情况分析
- (5)企业经营模式分析
- (6)企业销售渠道分析
- (7)企业发展优劣势分析
- 7.2.2 杭州群核信息技术有限公司-酷家乐
- (1)发展历程
- (2)产品服务
- (3)发展模式
- (4) 优势特点
- 7.2.3 土巴兔集团股份有限公司
- (1)企业发展简况分析
- (2)企业发展历程
- (3)企业主营业务分析
- (4)企业经营情况分析
- (5)企业经营模式分析
- (6)企业销售渠道分析
- (7) 企业发展优劣势分析
- 7.2.4 爱空间科技(北京)有限公司-爱空间

- (1)企业发展历程及基本信息
- (2)企业业务架构及经营情况
- (3)企业互联网家装业务布局及发展状况
- (4)企业互联网家装业务发展优劣势分析
- 7.2.5 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司
- (1)企业发展简况
- (2)企业资质分析
- (3)企业主营业务分析
- (4)企业经营情况分析
- (5)企业经营模式分析
- (6)企业销售渠道分析
- (7)企业发展优劣势分析
- 7.2.6 北京一起网科技股份有限公司
- (1)企业发展简况
- (2)企业发展历程
- (3)企业主营业务分析
- (4)企业经营情况分析
- (5)企业经营模式分析
- (6)企业销售渠道分析
- (7) 企业发展优劣势分析
- 7.2.7 北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司-京东家装
- (1)企业发展历程及基本信息
- (2)企业业务架构及经营情况
- (3)企业互联网家装业务布局及发展状况
- (4)企业互联网家装业务发展优劣势分析
- 7.2.8 青岛有住信息技术有限公司-有住网
- (1)企业发展历程及基本信息
- (2)企业业务架构及经营情况
- (3)企业互联网家装业务布局及发展状况
- (4)企业互联网家装业务发展优劣势分析
- 7.2.9 厦门美家帮科技股份有限公司
- (1)企业发展简况分析

- (2)企业主营业务分析
- (3)企业经营情况分析
- (4)企业经营模式分析
- (5)企业销售渠道分析
- (6)企业发展优劣势分析
- 7.2.10 浙江土拨鼠网络科技有限公司-土拨鼠网
- (1)发展历程
- (2)产品服务
- (3) 经营情况
- (4)创新服务
- (5)企业优劣势分析

第8章:中国互联网家装行业市场及投资战略规划策略建议

- 8.1 中国互联网家装行业SWOT分析
- 8.2 中国互联网家装行业发展潜力评估
- 8.2.1 互联网技术水平与互联网消费意识不断提升
- 8.2.2 互联网家装渗透率将不断提升
- 8.2.3 整合化互联网家装平台服务需求增长
- 8.3 中国互联网家装行业发展前景预测
- 8.4 中国互联网家装行业发展趋势预判
- 8.4.1 互联网家装服务的渗透率提升
- 8.4.2 商业模式演进和技术水平升级带动互联网家装平台认可度提升
- 8.4.3 以多种方式为家居装修服务供应商提供全方位业务赋能
- 8.4.4 有望出现过百亿、甚至千亿规模的家装行业巨头
- 8.5 中国互联网家装行业进入与退出壁垒
- 8.6 中国互联网家装行业投资风险预警
- 8.6.1 一手房精装修比例提升,新房家装市场面临冲击
- 8.6.2 缺乏对中小装企的监管,难以保障家装服务品质
- 8.6.3 难以突破家装行业原有格局
- 8.7 中国互联网家装行业投资价值评估
- 8.8 中国互联网家装行业投资机会分析
- 8.8.1 互联网家装行业产业链薄弱环节
- (1)量房率

- (2)签约率
- (3)延期率
- (4)用户体验方面
- 8.8.2 互联网家装行业细分领域投资机会
- (1) 平台功能设计
- (2)施工过程线上管理投资
- 8.8.3 互联网家装行业区域市场投资机会
- 8.8.4 互联网家装产业空白点投资机会
- (1)图片相似度对比技术投资
- (2) 虚拟现实技术投资
- 8.9 中国互联网家装行业投资策略与建议
- 8.10 中国互联网家装行业可持续发展建议

图表目录

图表1:典型家装工作流程

图表2:家装行业的定义和分类

图表3:本报告研究范围界定

图表4:报告的研究方法及数据来源说明

图表5:中国互联网家装行业主管部门

图表6:中国互联网家装行业自律组织

图表7:中国互联网家装行业主要标准汇总

图表8:2020-2024年中国互联网家装行业相关政策

图表9:2020-2024年中国互联网家装行业相关规划

图表10:《建筑装饰行业"十四五"发展规划》主要任务和措施

图表11:2020-2024年中国GDP增长走势图(单位:万亿元,%)

图表12:2020-2024年中国固定资产投资额(不含农户)及增速(单位:万亿元,%)

图表13:2020-2024年中国三次产业结构(单位:%)

图表14:2020-2024年中国CPI变化情况(单位:%)

图表15:部分国际机构对2024年中国GDP增速的预测(单位:%)

图表16:2024年中国宏观经济核心指标预测(单位:%)

图表17:2020-2024年中国人口规模及自然增长率(单位:万人,‰)

图表18:2020-2024年中国人口年龄结构(单位:%)

图表19:2020-2024年中国城镇人口规模及城镇化率(单位:万人,%)

图表20:中国城市化进程发展阶段

图表21:2020-2024年中国居民人均可支配收入(单位:元)

图表22:2020-2024年中国居民人均消费支出(单位:元)

图表23:2020-2024年中国居民人均消费支出结构(单位:%)

图表24:2024年中国消费者通过不同方式购物频率情况(单位:%)

图表25: 互联网家装平台量房流程

图表26:中国云计算产业产品和服务发展趋势简析

图表27:中国云计算产业链企业潜在发展方向

图表28:中国物联网行业的发展趋势分析

图表29:5G三大应用场景图解

图表30:中国家装行业发展历程

详细请访问:http://www.cction.com/report/202412/475675.html