

2024-2030年中国家装电商行业发展监测及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国家装电商行业发展监测及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/internet/971456.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

《2024-2030年中国家装电商行业发展监测及发展趋势预测报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对家装电商行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合家装电商行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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分析数据，企业数据主要来自于国家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

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

5.1.2 美乐乐

5.1.3 极客美家

5.2 家装信息平台

5.2.1 土拨鼠

5.2.2 土巴兔

5.3 家装设计平台

5.3.1 酷家乐

5.3.2 爱福窝

5.4 去中介化平台

5.4.1 惠装网

5.4.2 新浪抢工长

5.5 综合电商平台

5.5.1 淘宝极有家

5.5.2 国美家

5.6 极致互联网家装平台

5.6.1 美家帮

5.6.2 爱空间

5.6.3 蘑菇装修

(4) 融资情况

第6章 上市公司互联网家装布局和转型案例分析

6.1 家居装饰上市公司互联网家装转型案例分析

6.1.1 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

6.1.2 南京鸿麟家装电子商务有限公司

6.1.3 江苏柚趣家装电子商务有限公司

6.1.4 海城市升跃家装电子商务有限公司

6.1.5 沐阳蕙琪家装电子商务有限公司

6.1.6 张家界金钻装饰工程有限公司

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

7.2 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

图表目录：

图表：传统家装行业产业链

图表：地方政府近五年财政收支及差额

图表：基建投资累计同比(单位：%)

图表：房地产开发投资完成额累计同比(单位：%)

图表：建筑业和房地产业对外投资净额(单位：万美元)

图表：2019-2023年建材家居业上市公司总体业绩对比

图表：2019-2023年建材家居业上市公司净利润层次图

图表：2019-2023年建材家居业上市公司资产负债分布

图表：2019-2023年建材家居业上市公司资产报酬分布

图表：2019-2023年建材家居业上市公司每股收益情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/internet/971456.html>