

2022-2027年中国家具电商市场竞争态势及行业投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国家具电商市场竞争态势及行业投资前景预测报告》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/furniture/774605.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

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 家具电商相关概述

1.1家具电商概念

1.1.1家具行业定义

1.1.2家具产品特性

1.1.3家具电商概念

1.2家具电商发展影响因素

1.2.1内部因素

1.2.2外部因素

1.3家具行业电商渠道发展优势

1.3.1消费体验方式

1.3.2客流量及进店量

1.3.3销售服务形式

1.3.4促销效果突出

第二章 中国家具电商行业发展环境

2.1政策环境

2.2经济环境

2.2.1国民经济运行

2.2.2工业经济发展

2.2.3消费品市场规模

2.2.4房地产市场规模

2.2.5中国经济发展趋势

2.3社会环境

2.3.1互联网普及率

2.3.2人口规模结构

2.3.3网购市场兴起

2.3.4智能家居发展

2.4技术环境

2.4.1大数据

2.4.2网络技术

2.4.3安全技术

2.4.4数据库技术

2.4.5电子支付技术

2.4.6 Web浏览技术

第三章 2017-2021年中国家具电商行业发展分析

3.1 2017-2021年中国家具电商行业综述

3.1.1行业发展历程

3.1.2市场发展现状

3.1.3行业合作深化

3.1.5企业发展路径

3.1.4电商应用模式

3.1.6电商售后服务

3.1.7包装设计需求

3.2 2017-2021年中国家具电商市场竞争格局

3.2.1独立团

3.2.2先行部队

3.2.3散兵游击队

3.2.4专业作战部队

3.2.5市场突围困境

3.3基于电子商务平台的家具企业采购模式

3.3.1电商采购发展

3.3.2家具电商采购模式

3.3.3采购的问题及对策

3.4中国家具电商行业发展问题

3.4.1发展面临挑战

3.4.2转型发展障碍

3.4.3网络营销存在问题

3.4.4家具电商市场思考

3.5中国家具电商行业应对策略

3.5.1多方协调发展

3.5.2转型发展方向

3.5.3电商发展方向

3.5.4产品设计策略

第四章 2017-2021年中国红木家具电商市场分析

4.1 2017-2021年中国红木家具电子商务的发展

4.1.1 行业发展形势

4.1.2 电商模式开启

4.1.3 红木电商现状

4.1.4 发展问题及对策

4.2 中国红木家具电商平台运行分析

4.2.1 天猫商城

4.2.2 红木易购

4.2.3 红木之家

4.2.4 品牌红木商城

4.2.5 电商平台动态

4.3 中国红木家具电商市场消费分析

4.3.1 消费群体

4.3.2 主要品牌

4.3.3 产品品类

4.3.4 主要地区

4.3.5 消费行为

4.4 中国红木家具电商市场推广建议

4.4.1 电商人才培养

4.4.2 建立电商平台

4.4.3 品牌与营销推广

4.5 中国红木家具电商发展趋势分析

4.5.1 加强引导性投资

4.5.2 物流平台的崛起

4.5.3 完善的售后服务

4.5.4 O2O成主流模式

4.5.5 支付方式多样化

第五章 2017-2021年中国家具电商运营模式分析

5.1 B2B模式

5.1.1 B2B市场规模

5.1.2 市场竞争情况

5.1.3 运营模式分析

5.1.4 交易平台上线

5.1.5 模式发展建议

5.2 B2C模式

5.2.1家具B2C模式

5.2.2 B2C平台规模

5.2.3市场竞争情况

5.2.4家具设计探析

5.2.5模式发展瓶颈

5.2.6发展突破对策

5.3 O2O模式

5.3.1 O2O模式优势

5.3.2 O2O市场规模

5.3.3 O2O模式可行性

5.3.4家具O2O运营模式

5.3.5家具O2O发展建议

5.4家具电商云加盟模式

5.4.1解决触电痛点

5.4.2解决运营痛点

5.4.3解决供应链痛点

第六章 2017-2021年中国家具电商营销策略分析

6.1家具电商网络营销策略

6.1.1电商模式选择

6.1.2线下体验馆建设

6.1.3完善售后服务体系

6.1.4线上线下产品差异化

6.2家具电商双十一营销策略

6.2.1推出预售抢先机

6.2.2重点推荐单组产品

6.2.3折上折以及买又赠

6.3 O2O营销模式

6.3.1销售终端作用

6.3.2企业营销策略

6.3.3视觉营销模式

第七章 2017-2021年国外家具电商典型模式分析

7.1美国

7.1.1行业发展规模

7.1.2市场竞争情况

7.1.3特征匹配需求

7.1.4 木家具发展前景

7.2 印度

7.2.1 主要家具电商

7.2.2 市场发展规模

7.2.3 市场收购动态

7.2.4 市场发展前景

7.3 其他国家模式分析

7.3.1 德国

7.3.2 意大利

7.3.3 澳大利亚

第八章 2017-2021年中国家具电商典型模式分析

8.1 极有家模式

8.1.1 平台运作模式

8.1.2 平台运营理念

8.1.3 商家进驻流程

8.1.4 平台发展优势

8.2 居然在线模式

8.2.1 实体店面模式

8.2.2 平台O2O模式

8.2.3 一体化体验店

8.2.4 互联网式产品

8.2.5 将用户引到线下

8.2.6 发展战略方向

8.3 齐家网模式

8.3.1 垂直电商平台

8.3.2 平台O2O模式

8.3.3 双十二营销模式

第九章 2017-2021年家具电商产业链上游——家具行业分析

9.1 2017-2021年中国家具制造业发展态势

9.1.1 行业发展现状

9.1.2 行业销售规模

9.1.3 经济效益分析

9.1.4 市场竞争格局

9.1.5 企业运营态势

9.2 2017-2021年中国家具行业利润分析

9.2.1行业利润总体概况

9.2.2利润景气指数分析

9.2.3行业整体利润分析

9.2.4子行业利润分析

9.2.5地区利润分析

9.3 2017-2021年细分市场发展情况

9.3.1木制家具

9.3.2金属家具

9.3.3塑料家具

9.4 2019-2021年全国家具产量分析

9.4.1 2019年全国家具产量情况

9.4.2 2020年全国家具产量情况

9.4.3 2021年全国家具产量情况

9.5中国三四级家具市场开拓相关分析

9.5.1市场需求状况

9.5.2企业竞争态势

9.5.3市场开发潜力

9.5.4市场发展空间

9.5.5市场开拓战略

9.5.6市场营销策略

9.6中国家具行业投资潜力分析

9.6.1行业投资动态

9.6.2产业投资机遇

9.6.3投资风险预警

9.6.4风险防范措施

第十章 2017-2021年家具电商产业链下游——电商物流分析

10.1 2017-2021年电商物流行业发展现状

10.1.1电商物流影响

10.1.2行业发展特点

10.1.3市场发展规模

10.1.4行业重点事件

10.1.5行业发展动向

10.2 2017-2021年电商物流市场竞争格局

10.2.1全球市场格局

10.2.2国内市场格局

10.2.3行业并购动态

10.3电商物流行业配送模式分析

10.3.1自营物流模式

10.3.2物流联盟模式

10.3.3物流一体化模式

10.3.4第三方物流模式

10.3.5第四方物流模式

10.4中国电商物流行业存在的问题

10.4.1行业发展难题

10.4.2企业经营困境

10.4.3转型升级挑战

10.4.4物流装备问题

10.5中国电商物流行业发展策略

10.5.1行业发展建议

10.5.2依法壮大物流业

10.5.3物流装备突破方向

第十一章 2017-2021年国外重点家具电商平台分析

11.1 Wayfair

11.2 World Stores

11.3 Made.Com

11.4 Pepperfry

11.5 IKEA

第十二章 2017-2021年中国重点家具企业电商业务分析

12.1曲美家具

12.2顾家家居

12.3林氏木业

12.4尚品宅配

12.5酷漫居

第十三章 中国重点垂直类家具电商平台分析

13.1美乐乐

13.2欧浦家具网

13.3红星美凯龙

13.4月星家居

第十四章 中国重点综合类家具电商平台分析

14.1天猫商城

14.1.1平台发展概况

14.1.2平台营销特性

14.1.3家具竞争格局

14.1.4平台合作动向

14.2苏宁易购

14.2.1平台发展概况

14.2.2家电竞争形势

14.2.3布局智能家居

14.2.4平台合作动态

14.3国美商城

14.3.1平台发展概况

14.3.2智能家居布局

14.3.3平台发展战略

14.3.4平台O2M模式

14.4其他家具电商平台

14.4.1 1号店

14.4.2京东商城

14.4.3亚马逊中国

第十五章 中国家具电商行业投融资分析

15.1行业投资机遇

15.1.1发展机会分析

15.1.2市场发展潜力

15.1.3行业规模扩大

15.2电子商务融资渠道

15.2.1银行贷款

15.2.2小贷公司

15.2.3民间借贷

15.2.4网贷平台

15.2.5电商贷款

15.3融资动态

15.3.1造作

15.3.2美乐乐

15.3.3酷漫居

15.3.4 Hipvan

15.4投资策略建议

15.4.1产品统一编码

15.4.2与传统渠道并行

15.4.3加快人才队伍建设

第十六章 中国家具电商行业发展前景预测

16.1中国家具市场发展趋势分析（HJ LT）

16.1.1市场消费发展趋向

16.1.2市场消费行为趋势

16.1.3家具企业发展方向

16.1.4智能家具规划方向

16.2家具电商发展前景

16.2.1行业发展方向

16.2.2未来发展模式

16.2.3酒店家具电商前景

16.3家具电商发展趋势

16.3.1服务到家

16.3.2主题营销

16.3.3品牌年轻化

16.3.4电商品牌化

16.3.5原创设计崛起

16.3.6线上线下融合

图表目录：

图表1 2017-2021年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表2 2017-2021年工业增加值月度同比增长率（%）

图表3 2017-2021年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表4 2021年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表5网民规模和互联网普及率

图表6中国分类域名数

图表7手机网民规模

图表8城乡互联网普及率

图表9 2021年末人口数及其构成

图表10 2017-2021年我国家具制造行业利润总额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/furniture/774605.html>