

2024-2030年中国互联网家装产业发展现状与投资战略研究报告

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

《2024-2030年中国互联网家装产业发展现状与投资战略研究报告》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/202406/462471.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《2024-2030年中国互联网家装产业发展现状与投资战略研究报告》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8：2016-2022年中国互联网家装行业相关政策
图表9：2016-2022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11：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表12：2010-2022年中国固定资产投资额（不含农户）及增速（单位：万亿元，%）

图表13：2010-2022年中国三次产业结构（单位：%）

图表14：2019-2023年中国CPI变化情况（单位：%）

图表15：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表16：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表17：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

图表18：2010-2021年中国人口年龄结构（单位：%）

图表19：2010-2021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21：2010-2021年中国居民人均可支配收入（单位：元）

图表22：2010-2021年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表23：2013-2021年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表24：2021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/202406/462471.html>