

2024-2030年中国家装分享 网市场评估与投资分析报告

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年中国家装分享网市场评估与投资分析报告》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/202408/467315.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

分享家装网是针对全国地区中高端客户设立的，致力于人性化和个性化整体家居服务机构。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家装分享网市场评估与投资分析报告》共七章。首先介绍了家装分享网相关概念及发展环境，接着分析了中国家装分享网规模及消费需求，然后对中国家装分享网市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家装分享网面临的机遇及发展前景。您若想对中国家装分享网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：

第一章家装分享网行业的发展困局

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 家装分享网的用户痛点分析

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 家装分享网发展的利好环境

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 家装分享网的核心竞争要素

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

第二章 家装分享网行业发展现状分析

2.1 家装分享网相关产业链

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 家装分享网行业发展阶段
 - 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 家装分享网行业市场规模
 - 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 家装分享网市场规模预测
- 2.4 家装分享网行业融资情况
 - 2.4.1 家装分享网市场融资金额分布
 - 2.4.2 家装分享网市场融资轮次分布
 - 2.4.3 家装分享网创业公司数量统计
- 2.5 家装分享网行业面临的挑战
 - 2.5.1 产业链优质资源的争夺
 - 2.5.2 供应链管控和施工监理难题
 - 2.5.3 传统装修“半进化”的搅局
 - 2.5.4 硬装入口后的盈利模式挑战

第三章 家装分享网行业商业模式分析

- 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

第四章 家装分享网向家装分享网产业升级的策略

4.1 家装分享网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 家装分享网的“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 热销家装分享网产品的打造方法

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

第五章 家装分享网平台典型案例分类解析

5.1 垂直电商平台

5.1.1 齐家网

- (1) 发展历程
- (2) 业务结构
- (3) 经营情况
- (4) 发展模式
- (5) 融资分析

5.1.2 美乐乐

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 线上品牌
- (4) 线下体验
- (5) 营销模式
- (6) 品牌实力

5.1.3 极客美家

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 经营情况
- (4) 发展模式
- (5) 融资分析

5.2 家装信息平台

5.2.1 齐装网

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 经营情况
- (4) 发展模式
- (5) 融资分析

5.2.2 土巴兔

- (1) 发展历程

- (2) 产品服务
- (3) 战略布局
- (4) 发展模式
- (5) 融资分析

5.3 家装设计平台

5.3.1 酷家乐

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资分析

5.3.2 爱福窝

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资分析

5.4 去中介化平台

5.4.1 惠装网

- (1) 发展历程
- (2) 产品定位
- (3) 服务保障
- (4) 发展模式
- (5) 融资分析

5.4.2 新浪抢工长

- (1) 发展历程
- (2) 产品定位
- (3) 服务保障
- (4) 发展模式
- (5) 平台优势

5.5 综合电商平台

5.5.1 淘宝极有家

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务

- (3) 平台定位
- (4) 发展模式
- (5) 入驻商家

5.5.2 国美家

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 业务布局
- (4) 发展模式

5.6 极致家装分享网平台

5.6.1 美家帮

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资情况

5.6.2 爱空间

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资情况
- (5) 最新动态

5.6.3 蘑菇装修

- (1) 发展历程
- (2) 产品服务
- (3) 发展模式
- (4) 融资情况

第六章 中国家装分享网行业运行指标分析及预测

6.1 中国家装分享网行业企业数量分析

6.1.1 2024-2030年中国家装分享网行业企业数量情况

6.1.2 2024-2030年中国家装分享网行业企业竞争结构

6.2 2024-2030年中国家装分享网行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

- 6.2.2 行业偿债能力分析
- 6.2.3 行业营运能力分析
- 6.2.4 行业发展能力分析
- 6.3 中国家装分享网行业市场规模分析及预测
 - 6.3.1 2024-2030年中国家装分享网行业市场规模分析
 - 6.3.2 2024-2030年中国家装分享网行业市场规模预测
- 6.4 中国家装分享网行业市场供需分析及预测
 - 6.4.1 中国家装分享网行业市场供给分析
 - 1、2024-2030年中国家装分享网行业供给规模分析
 - 2、2024-2030年中国家装分享网行业供给规模预测
 - 6.4.2 中国家装分享网行业市场需求分析
 - 1、2024-2030年中国家装分享网行业需求规模分析
 - 2、2024-2030年中国家装分享网行业需求规模预测

第七章家装分享网行业发展趋势与投资建议

- 7.1 中国家装分享网行业发展趋势预测
 - 7.1.1 产品趋势
 - 7.1.2 研发趋势
 - 7.1.3 细分趋势
 - 7.1.4 个性化趋势
 - 7.1.5 设计成本趋势
 - 7.1.6 设计一体化趋势
 - 7.1.7 合作趋势
 - 7.1.8 工人趋势
 - 7.1.9 智能家居趋势
 - 7.1.10 效率趋势
- 7.2 中国家装分享网行业投资现状分析
 - 7.2.1 中国家装分享网行业投资主体分析
 - 7.2.2 中国家装分享网行业投资切入方式
 - 7.2.3 中国家装分享网行业投资规模分析
 - 7.2.4 中国家装分享网行业成功投资案例
- 7.3 关于家装分享网行业的投资建议

- 7.3.1 关于家装分享网行业的投资方向建议
- 7.3.2 关于家装分享网行业的投资方式建议
- 7.3.3 关于家装分享网行业的产品创新建议
- 7.3.4 关于家装分享网行业的技术研发建议
- 7.3.5 关于家装分享网行业的营销模式建议

图表目录：

- 图表1：家装分享网行业产业链
- 图表2：地方政府近五年财政收支及差额
- 图表3：基建投资累计同比(单位：%)
- 图表4：房地产开发投资完成额累计同比(单位：%)
- 图表5：建筑业和房地产业对外投资净额(单位：万美元)
- 图表6：2024-2030年建材家居业上市公司总体业绩对比
- 图表7：2024-2030年建材家居业上市公司净利润层次图
- 图表8：2024-2030年建材家居业上市公司资产负债分布
- 图表9：2024-2030年建材家居业上市公司资产报酬分布
- 图表10：2024-2030年建材家居业上市公司每股收益情况
- 图表11：建材家居行业上市公司细分行业分布图
- 图表12：建材家居细分行业平均资产和业绩一览表
- 图表13：家具类上市公司资产和业绩一览表
- 图表14：2024-2030年家具上市公司实现净利润
- 图表15：2024-2030年中国与城镇化率比较（单位：%）
- 图表16：中国城镇化水平变化情况
- 图表17：城市(镇)数量和规模变化情况
- 图表18：城市基础设施和服务设施变化情况
- 图表19：常住人口城镇化率与户籍人口城镇化率的差距
- 图表20：2024-2030年中国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）
- 图表21：2022年中国电子商务市场细分行业构成
- 图表22：中国电子商务细分市场未来发展预期
- 图表23：中国网民规模和互联网普及率
- 图表24：中国手机网民规模及其占网民比例
- 图表25：2024-2030年中国智能手机出货量

图表26：2024-2030年中国智能手机保有量

图表27：2024-2030年中国移动互联网市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表28：中国移动互联网细分行业结构占比

图表29：中国家装分享网相关产业链

图表30：中国家装分享网行业发展阶段

图表31：家居建材流通产业链示意图

图表32：2024-2030年中国建材工业销售收入增长趋势图

图表33：2024-2030年中国主要建材产品产量情况

图表34：2024-2030年中国家具制造行业经济指标统计

图表35：2024-2030年中国家具制造行业销售收入变化趋势图

图表36：2024-2030年中国家具产品产量情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202408/467315.html>