

2024-2030年中国互联网家装行业前景展望与市场供需预测报告

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

《2024-2030年中国互联网家装行业前景展望与市场供需预测报告》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/202310/415604.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

互联网家装是利用互联网技术，通过O2O模式将复杂的家装流程标准化、集约化，为家装用户提供包含设计、建材、施工、家具、家电、软装配饰等在内的一站式家装服务。

互联网家装市场发展迅速，借助互联网+思维改造传统家装行业，将家装与互联网相融合，打造家装一站式服务，将是未来一段时间内传统家装行业发展转型的必然趋势。近年来互联网家装市场规模总体呈上升趋势，从2015年的1533.5亿元到2019年的3861.7亿元，中国互联网家装市场规模逐年增长，2020年中国互联网家装市场规模继续增长至4050.7亿元。

随着互联网不断发展，各行业都与互联网相融合。2020年，互联网巨头之间的硝烟弥漫到了家居行业，各巨头纷纷将家装搬到线上，开辟自己的家装板块，家装数字化一度成为行业热词。2020年互联网家装行业共发生融资事件共6起，涉及的平台包括巧燕筑家、帘盟、一品家居网、全屋优品、考拉小匠、工汇有活，融资金额总计超2.1亿元。

随着住房租赁业的发展，家装行业未来将有很大的市场空间。而在共享经济之下，未来工长模式成互联网家装标配；智能家居市场逐步打开，跟随装修进入家庭；家居电商未来潜力巨大，一站式家装平台成主流，互联网家装行业将迎来新的发展机会。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网家装行业前景展望与市场供需预测报告》共十二章。首先介绍了互联网家装概念；紧接着分析了互联网家装行业的发展环境和互联网家装行业的发展情况；随后对互联网家装的运营模式、用户行为、互联网家装后市场、互联网家装相关行业、互联网家装典型企业、行业投资情况进行了详细的分析；最后对互联网家装的发展前景进行分析，并作出科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、住建部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对互联网家装市场有个系统的了解、或者想投资互联网家装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 互联网家装概述

1.1 传统家装简介

1.1.1 家装概念

1.1.2 传统家装概念

1.1.3 基本装修流程

1.2 互联网家装简介

- 1.2.1 互联网家装概念
- 1.2.2 互联网家装与传统家装对比

第二章 2021-2023年互联网家装行业发展环境分析

- 2.1 宏观经济环境
 - 2.1.1 国际宏观经济
 - 2.1.2 中国宏观经济
 - 2.1.3 工业运行情况
 - 2.1.4 固定资产投资
- 2.2 中国社会环境
 - 2.2.1 人口规模及结构
 - 2.2.2 行业的用户基础
 - 2.2.3 推进城镇化建设
- 2.3 行业发展背景
 - 2.3.1 技术应用分析
 - 2.3.2 互联网发展情况
 - 2.3.3 互联网+的改造
 - 2.3.4 行业服务标准

第三章 2021-2023年中国互联网家装行业发展情况分析

- 3.1 家装行业发展情况分析
 - 3.1.1 行业发展历程
 - 3.1.2 行业发展特点
 - 3.1.3 产业链的分析
 - 3.1.4 行业发展现状
 - 3.1.5 行业痛点分析
- 3.2 互联网家装行业发展综述
 - 3.2.1 国外行业发展概述
 - 3.2.2 中国行业发展历程
 - 3.2.3 中国行业产生原因
 - 3.2.4 中国产业发展地图
 - 3.2.5 行业发展特点分析

- 3.2.6 行业的标准化进程
- 3.3 互联网家装市场运行情况分析
 - 3.3.1 市场运行规模
 - 3.3.2 市场发展要素
 - 3.3.3 市场商业模式
 - 3.3.4 行业营销渠道
 - 3.3.5 市场发展动态
- 3.4 互联网家装企业市场竞争分析
 - 3.4.1 企业市场地位
 - 3.4.2 企业规模分析
 - 3.4.3 企业市场格局
 - 3.4.4 企业竞争力分析
 - 3.4.5 竞争力对比结果
- 3.5 互联网家装行业发展问题及建议
 - 3.5.1 行业发展问题
 - 3.5.2 行业发展困境
 - 3.5.3 行业发展措施
 - 3.5.4 行业发展建议

第四章 2021-2023年互联网家装运营模式分析

- 4.1 平台式家装模式分析
 - 4.1.1 商业模式概述
 - 4.1.2 商业运营模式
 - 4.1.3 核心竞争力分析
- 4.2 自营式家装企业模式分析
 - 4.2.1 商业模式概述
 - 4.2.2 商业运营模式
 - 4.2.3 核心竞争力分析
- 4.3 垂直门户模式分析
 - 4.3.1 商业模式概述
 - 4.3.2 商业运营模式
 - 4.3.3 核心竞争力分析

第五章 2021-2023年互联网家装用户行为分析

5.1 用户对互联网家装的认知情况

5.1.1 认知情况分布

5.1.2 信息获取途径

5.1.3 品牌认知情况

5.1.4 厂商意向分析

5.2 互联网家装用户分布及行为分析

5.2.1 用户年龄分布情况

5.2.2 用户使用期待分析

5.2.3 用户选择使用依据

5.3 互联网用户对家装的消费偏好分析

5.3.1 用户消费渠道分布

5.3.2 主要使用服务分析

5.3.3 用户消费额度分布

5.3.4 用户消费原因分析

第六章 2021-2023年互联网家装后市场

6.1 互联网家装后市场综述

6.1.1 互联网家装后市场概述

6.1.2 互联网家装后市场痛点

6.1.3 购房需求激活家装后市场

6.2 互联网家装后市场模式借鉴

6.2.1 互联网+供应链+服务+社区

6.2.2 互联网+供应链+定位+口碑

6.3 互联网家装后市场发展展望

6.3.1 市场发展空间

6.3.2 市场发展潜力

6.3.3 市场投资热度

第七章 2021-2023年互联网家装市场相关行业发展情况

7.1 房地产行业发展情况分析

- 7.1.1 行业投资开发情况
- 7.1.2 商品房的销售规模
- 7.1.3 行业开发资金情况
- 7.1.4 行业开发景气指数
- 7.1.5 房产与互联网家装
- 7.2 住房租赁行业发展情况分析
 - 7.2.1 住房租赁行业发展概述
 - 7.2.2 住房租赁市场需求分析
 - 7.2.3 长租公寓或为主流模式
 - 7.2.4 住房租赁与互联网家装
- 7.3 建筑装饰行业发展情况分析
 - 7.3.1 行业发展概述
 - 7.3.2 市场发展规模
 - 7.3.3 企业发展规模
 - 7.3.4 从业人员规模
 - 7.3.5 行业发展趋势

第八章 2021-2023年互联网家装典型企业分析——平台型企业

- 8.1 齐家网
 - 8.1.1 企业发展概述
 - 8.1.2 企业SWOT分析
 - 8.1.3 企业业务分析
 - 8.1.4 企业核心竞争力
- 8.2 土巴兔
 - 8.2.1 企业发展概述
 - 8.2.2 企业规模分析
 - 8.2.3 企业模式分析
 - 8.2.4 企业运营策略
 - 8.2.5 企业平台体系
- 8.3 优装美家
 - 8.3.1 企业发展概述
 - 8.3.2 企业SWOT分析

8.3.3 企业发展定位

8.3.4 企业业务分析

8.4 其他企业

8.4.1 美乐乐

8.4.2 土拨鼠

第九章 2021-2023年互联网家装典型企业分析——自营型企业

9.1 爱空间

9.1.1 企业发展概述

9.1.2 市场定位及布局

9.1.3 企业产品理念

9.1.4 企业模式分析

9.2 家装e站

9.2.1 发展概述

9.2.2 运营流程

9.2.3 SWOT分析

9.3 其他

9.3.1 新居网

9.3.2 美家帮

第十章 2021-2023年互联网家装其他企业分析

10.1 积木家

10.1.1 发展概述

10.1.2 运营流程

10.1.3 SWOT分析

10.1.4 共享机制

10.2 我爱我家

10.2.1 发展概述

10.2.2 运营流程

10.2.3 SWOT分析

10.3 宜和宜美

10.3.1 发展概述

- 10.3.2 组织架构
- 10.3.3 运营流程
- 10.3.4 SWOT分析

第十一章 2021-2023年互联网家装行业投资分析

- 11.1 国际互联网家装平台融资情况——以美国为例
 - 11.1.1 互联网家装平台概述
 - 11.1.2 撮合用户与工人的平台——Porch
 - 11.1.3 撮合用户与设计师的平台——Houzz
 - 11.1.4 分析用户需求的O2O平台——Sweeten
 - 11.1.5 房地产垂直资讯门户切入装修领域——Zillow Digs
 - 11.1.6 居家平台网购模式——Wayfair
- 11.2 中国互联网家装行业投融资情况
 - 11.2.1 行业投融资规模
 - 11.2.2 行业细分投融资规模
 - 11.2.3 投融资轮次分布
 - 11.2.4 投融资金额分布
- 11.3 中国互联网家装后市场投融资情况
 - 11.3.1 投融资情况汇总
 - 11.3.2 市场投融资规模
- 11.4 中国互联网家装投资机会分析
 - 11.4.1 房产交易带来机遇
 - 11.4.2 城镇化发展带来机会
 - 11.4.3 长租公寓带来投资风口

第十二章 2024-2030年互联网家装行业发展趋势及前景预测

- 12.1 互联网家装行业未来发展前景
 - 12.1.1 行业发展前景
 - 12.1.2 行业发展趋向
 - 12.1.3 行业发展方向
 - 12.1.4 场景入口变化
 - 12.1.5 内部运营趋势

12.2 2024-2030年中国互联网家装行业发展预测

12.2.1 市场变化趋势

12.2.2 影响因素分析

12.2.3 市场规模预测

图表目录

图表 传统家装基本装修流程

图表 传统家装和互联网家装的对比

图表 2020年全球主要经济体GDP占比

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2017-2021年货物进出口总额

图表 2021年货物进出口总额及其增长速度

图表 2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2021年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表 2021年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度

图表 2021年对外非金融类直接投资额及其增长速度

图表 2017-2021年全部工业增加值及其增长速度

图表 2021年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2021-2022年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2022年规模以上工业生产主要数据

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 全球主要地区互联网普及情况

图表 2017-2021年中国互联网网民规模及普及率

图表 2019-2021年中国移动互联网市场规模

图表 2011-2021年移动互联网用户规模

图表 中国传统家装市场产业链

图表 中国互联网家装市场发展历程

图表 中国互联网家装产业地图

图表 2016-2020年中国互联网家装市场规模

图表 互联网家装市场发展要素

图表 互联网家装商业模式

图表 互联网家装全渠道营销方式

图表 2020年中国互联网家装企业排名

图表 2016-2020年互联网家装企业规模

图表 2020年中国互联网家装平台市场格局

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/415604.html>