

## 2023-2028 年中国互联网家装行业深度调研及投资前景预测报告

### 内容概要：

传统家装行业是通过线下的建材市场、装修公司进行需求和资源的对接的，这种方式不但工期冗长、低效，还存在产品价格不透明、施工品质难以保障等问题。在“互联网+”的风潮下，传统家装行业通过互联网技术来实现用户与家装对接方式的转变，加强家装工程的透明性。

在互联网时代成长起来的 90 后也开始装饰自己的第一个家，国内家居家装市场开始进入全新的消费升级与服务升级的时代。在新的经济形态下，年轻一代用户更关心装修质量、装修价格和装修效果。

随着大数据、云计算、智能科技为代表的新技术不断涌现，互联网家装进入了一个全新的发展时代。互联网技术发展的最佳结果，是家装供应方式的多样化和产品形态的极大丰富。在 market 需求的不断拉动下，未来市场发展空间巨大。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对互联网家装行业的基本概况、宏观发展环境、行业发展状况、商业模式、用户行为、平台典型案例、家居装饰公司转型、互联网公司布局、其他公司布局、发展趋势、投资潜力及投资建议等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、住建部、工信部、发改委、中国互联网协会、中国建筑装饰协会、中国室内装饰协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为互联网家装行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解互联网家装行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 15800

英文版价格：USD 8600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中英文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

### ■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

# 2023-2028 年中国互联网家装行业深度调研及投资前景预测报告

## ■ 报告目录

### 第 1 章 互联网家装行业相关概述

#### 1.1 传统家装的用户痛点分析

##### 1.1.1 装修前的痛点分析

##### 1.1.2 装修中的痛点分析

##### 1.1.3 装修后的痛点分析

#### 1.2 互联网家装行业相关介绍

##### 1.2.1 互联网家装行业定义

##### 1.2.2 互联网家装与传统家装对比

##### 1.2.3 互联网家装行业发展阶段

### 第 2 章 中国互联网家装行业发展环境 PEST 分析

#### 2.1 中国互联网家装行业政策环境分析

##### 2.1.1 行业政策解读

##### 2.1.2 行业发展规划

#### 2.2 中国互联网家装行业经济环境分析

##### 2.2.1 中国 GDP 增长情况

##### 2.2.2 工业经济发展形势

##### 2.2.3 社会固定资产投资情况

##### 2.2.4 全社会消费品零售总额

##### 2.2.5 中国融资环境分析

#### 2.3 中国互联网家装行业社会环境分析

##### 2.3.1 人口结构环境分析

##### 2.3.2 居民人均可支配收入

##### 2.3.3 居民消费水平情况

2.3.4 中国城镇化率水平

## 2.4 中国互联网家装行业技术环境分析

2.4.1 关键技术发展分析

2.4.2 技术发展趋势分析

# 第 3 章 中国互联网行业发展状况分析

## 3.1 中国互联网网民发展情况分析

3.1.1 网民数量规模分析

3.1.2 分省市网民数量规模分析

3.1.3 手机网民数量规模分析

3.1.4 农村网民数量规模分析

## 3.2 中国网民互联网应用情况分析

3.2.1 信息获取情况分析

3.2.2 商务交易发展情况

3.2.3 网络金融应用分析

3.2.4 公共服务应用分析

# 第 4 章 中国互联网家装行业发展状况分析

## 4.1 中国互联网家装行业发展现状分析

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发展特点

4.1.3 中国互联网家装行业标准化进程

4.1.4 中国互联网家装市场规模分析

## 4.2 互联网家装行业的核心竞争要素

4.2.1 定位

4.2.2 价格

4.2.3 速度

4.2.4 线下

## 4.3 互联网家装行业企业市场竞争分析

4.3.1 企业市场地位

- 4.3.2 企业规模分析
- 4.3.3 企业市场格局
- 4.3.4 企业竞争力分析
- 4.3.5 竞争力对比结果

#### 4.4 互联网家装行业面临的挑战

- 4.4.1 产业链优质资源的争夺
- 4.4.2 供应链管控和施工监理难题
- 4.4.3 传统装修“半进化”的搅局
- 4.4.4 硬装入口后的盈利模式挑战

### 第5章 中国互联网家装行业商业模式分析

#### 5.1 平台式家装模式分析

- 5.1.1 商业模式概述
- 5.1.2 商业运营模式
- 5.1.3 核心竞争力分析

#### 5.2 自营式家装企业模式分析

- 5.2.1 商业模式概述
- 5.2.2 商业运营模式
- 5.2.3 核心竞争力分析

#### 5.3 垂直门户模式分析

- 5.3.1 商业模式概述
- 5.3.2 商业运营模式
- 5.3.3 核心竞争力分析

### 第6章 互联网家装行业用户行为分析

#### 6.1 用户对互联网家装的认知情况

- 6.1.1 认知情况分布
- 6.1.2 信息获取途径
- 6.1.3 品牌认知情况
- 6.1.4 厂商意向分析

## 6.2 互联网家装用户分布及行为分析

6.2.1 用户年龄分布情况

6.2.2 用户使用期待分析

6.2.3 用户选择使用依据

## 6.3 互联网用户对家装的消费偏好分析

6.3.1 用户消费渠道分布

6.3.2 主要使用服务分析

6.3.3 用户消费额度分布

6.3.4 用户消费原因分析

# 第7章 互联网家装平台分类典型案例分析

## 7.1 垂直电商平台典型案例分析

### 7.1.1 齐家网

(1) 发展历程

(2) 业务结构

(3) 经营情况

(4) 运营模式

(5) 盈利模式

(6) 融资分析

### 7.1.2 美乐乐

(1) 发展历程

(2) 线上品牌

(3) 经营现状

(4) 经营模式

(5) 运营模式

(6) 品牌实力

### 7.1.3 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

## 7.2 家装信息平台典型案例分析

### 7.2.1 土拔鼠

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 经营情况

(4) 创新服务

(5) 融资分析

### 7.2.2 土巴兔

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 经营情况

(4) 经营模式

(5) 盈利模式

(6) 融资分析

## 7.3 家装设计平台

### 7.3.1 酷家乐

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 发展模式

(4) 优势特点

(5) 融资分析

### 7.3.2 爱福窝

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 发展模式

(4) 融资分析

## 7.4 去中介化平台

### 7.4.1 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

### 7.4.2 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

## 7.5 综合电商平台

### 7.5.1 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

### 7.5.2 国美家

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 业务布局

(4) 发展模式

## 7.6 极致互联网家装平台

### 7.6.1 美家帮

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 发展模式

(4) 融资情况

#### 7.6.2 爱空间

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 发展模式

(4) 融资情况

#### 7.6.3 蘑菇装修

(1) 发展历程

(2) 产品服务

(3) 发展模式

## 第 8 章 家居装饰上市公司互联网家装转型案例分析

### 8.1 深圳广田装饰集团股份有限公司

8.1.1 互联网家装转型的背景

8.1.2 互联网家装转型的思路

8.1.3 公司互联网家装的优势

8.1.4 互联网家装转型的举措

### 8.2 浙江亚厦装饰股份有限公司

8.2.1 互联网家装转型的背景

8.2.2 互联网家装转型的思路

8.2.3 公司互联网家装的优势

8.2.4 互联网家装平台的打造

### 8.3 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

8.3.1 互联网家装转型的背景

8.3.2 互联网家装转型的思路

8.3.3 公司互联网家装的优势



8.3.4 互联网家装转型的举措

#### 8.4 美克国际家居用品股份有限公司

8.4.1 互联网家装转型的背景

8.4.2 互联网家装转型的战略

8.4.3 公司互联网家装的设计

8.4.4 互联网家装业务的布局

#### 8.5 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司

8.5.1 互联网家装转型的背景

8.5.2 互联网家装转型的思路

8.5.3 公司互联网家装的优势

8.5.4 互联网家装业务的布局

### 第9章 互联网巨头的家装 O2O 布局案例分析

#### 9.1 阿里巴巴集团

9.1.1 互联网家装布局的背景

9.1.2 布局互联网家装的优势

9.1.3 互联网家装业务的进展

9.1.4 互联网家装领域投资情况

#### 9.2 腾讯控股有限公司

9.2.1 互联网家装布局的背景

9.2.2 布局互联网家装的优势

9.2.3 互联网家装领域投资分析

#### 9.3 百度（中国）有限公司

9.3.1 互联网家装布局的背景

9.3.2 布局互联网家装的优势

9.3.3 互联网家装领域投资分析

#### 9.4 北京京东世纪贸易有限公司

9.4.1 互联网家装布局的背景

9.4.2 布局互联网家装的优势

9.4.3 互联网家装业务的进展

## 9.5 北京五八信息技术有限公司

9.5.1 互联网家装布局的背景

9.5.2 布局互联网家装的优势

9.5.3 互联网家装领域投资分析

# 第 10 章 其他上市公司互联网家装布局案例分析

## 10.1 万科企业股份有限公司

10.1.1 互联网家装布局的背景

10.1.2 进军互联网家装的优势

10.1.3 互联网家装业务的布局

## 10.2 恒大地产集团有限公司

10.2.1 互联网家装布局的背景

10.2.2 进军互联网家装的优势

10.2.3 互联网家装业务的布局

## 10.3 北京搜房科技发展有限公司

10.3.1 互联网家装布局的背景

10.3.2 进军互联网家装的优势

10.3.3 互联网家装业务的布局

## 10.4 青岛海尔股份有限公司

10.4.1 互联网家装布局的背景

10.4.2 进军互联网家装的优势

10.4.3 互联网家装业务的布局

## 10.5 苏宁云商集团股份有限公司

10.5.1 互联网家装布局的背景

10.5.2 进军互联网家装的优势

10.5.3 互联网家装业务的布局

# 第 11 章 中国互联网家装行业发展趋势及前景展望

## 11.1 中国互联网家装行业发展趋势分析

11.1.1 政策发展趋势

11.1.2 资本介入趋势

## 11.2 中国互联网家装行业发展前景展望

11.2.1 中国互联网家装前景展望

11.2.2 中国互联网家装发展方向

## 第 12 章 中国互联网家装行业投资潜力分析

### 12.1 中国互联网家装行业市场投资机会分析

12.1.1 产业链投资机会分析

12.1.2 细分市场投资机会分析

### 12.2 中国互联网家装行业市场投资潜力分析

12.2.1 行业发展影响因素分析

12.2.2 行业市场投资潜力分析

### 12.3 中国互联网家装行业投资风险预警

12.3.1 行业政策风险

12.3.2 创意设计风险

12.3.3 市场竞争风险

12.3.4 经营管理风险

### 12.4 中国互联网家装行业投资策略建议

12.4.1 行业投资价值分析

12.4.2 行业投资策略建议

## ■ 图表目录

图表 1：中国国内生产总值

图表 2：中国工业增加值及同比增速

图表 3：中国农村居民人均纯收入情况

图表 4：中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 5：中国社会消费量零售总额

- 图表 6：中国城镇化率水平
- 图表 7：中国网民规模数量和互联网普及率
- 图表 8：中国互联网普及率
- 图表 9：中国手机网民规模及占比情况
- 图表 10：中国网民性别结构
- 图表 11：平台式家装商业模式
- 图表 12：自营式家装企业商业模式
- 图表 13：家装门户网站商业模式
- 图表 14：中国网民对互联网家装认知度分布
- 图表 15：中国网民对互联网家装接受度分布
- 图表 16：中国网民认识互联网家装的主要途径
- 图表 17：家装 e 站优势
- 图表 18：搜房网商城企业入驻门槛
- 图表 19：搜房网商城企业入驻流程
- 图表 20：齐家网发展阶段分析
- ... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：400-6630-998 0755-32919669

QQ 在线咨询：3119207588

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

**【版权声明】** 本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。