2016-2021年中国互联网家装行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：传统家装行业的困局与互联网家装的兴起
1.1 传统家装行业的发展困局
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 传统家装的用户痛点分析
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 互联网家装发展的利好环境
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 互联网家装的核心竞争要素
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2章：互联网家装行业发展现状分析
2.1 互联网家装相关产业链
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 互联网家装行业发展阶段
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 互联网家装行业市场规模
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 互联网家装市场规模预测
2.4 互联网家装行业融资情况
2.4.1 互联网家装市场融资金额分布
2.4.2 互联网家装市场融资轮次分布
2.4.3 互联网家装创业公司数量统计
2.5 互联网家装行业面临的挑战
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3章：互联网家装行业商业模式分析
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4章：传统家装向互联网家装产业升级的策略
4.1 传统家装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 互联网家装的“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 热销互联网家装产品的打造方法
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5章：互联网家装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 土拔鼠
（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 极致互联网家装平台
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6章：上市公司互联网家装布局和转型案例分析
6.1 家居装饰上市公司互联网家装转型案例分析
6.1.1 深圳广田装饰集团股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的思路
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装转型的举措
6.1.2 浙江亚厦装饰股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的思路
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装平台的打造
6.1.3 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的思路
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装转型的举措
6.1.4 美克国际家居用品股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的战略
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装业务的布局
6.1.5 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的思路
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装业务的布局
6.1.6 东易日盛家居装饰集团股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的思路
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装业务的布局
6.1.7 深圳市洪涛装饰股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的战略
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装业务的布局
6.1.8 实创家居装饰集团有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的战略
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装业务的布局
6.1.9 深圳市宝鹰建设集团股份有限公司
（1）互联网家装转型的背景
（2）互联网家装转型的战略
（3）公司互联网家装的优势
（4）互联网家装业务的布局
6.2 互联网巨头的家装O2O布局案例分析
6.2.1 阿里巴巴集团
（1）互联网家装布局的背景
（2）布局互联网家装的优势
（3）互联网家装业务的进展
（4）互联网家装领域投资情况
6.2.2 腾讯控股有限公司
（1）互联网家装布局的背景

（2）布局互联网家装的优势
（3）互联网家装领域投资分析
6.2.3 百度（中国）有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）布局互联网家装的优势
（3）互联网家装领域投资分析
6.2.4 北京京东科技有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）布局互联网家装的优势
（3）互联网家装业务的进展
6.2.5 北京小米科技有限责任公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）布局互联网家装的优势
（3）互联网家装领域投资分析
6.2.6 北京五八信息技术有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）布局互联网家装的优势
（3）互联网家装领域投资分析
6.3 其他上市公司互联网家装布局案例分析
6.3.1 万科企业股份有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）进军互联网家装的优势
（3）互联网家装业务的布局
6.3.2 恒大地产集团有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）进军互联网家装的优势
（3）互联网家装业务的布局
6.3.3 北京搜房科技发展有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）进军互联网家装的优势
（3）互联网家装业务的布局
6.3.4 青岛海尔股份有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）进军互联网家装的优势
（3）互联网家装业务的布局
6.3.5 苏宁云商集团股份有限公司
（1）互联网家装布局的背景
（2）进军互联网家装的优势
（3）互联网家装业务的布局
第7章：互联网家装行业发展趋势与投资建议
7.1 中国互联网家装行业发展趋势预测
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 中国互联网家装行业投资现状分析
7.2.1 中国互联网家装行业投资主体分析
7.2.2 中国互联网家装行业投资切入方式
7.2.3 中国互联网家装行业投资规模分析
7.2.4 中国互联网家装行业成功投资案例
7.3 前瞻关于互联网家装行业的投资建议
7.3.1 关于互联网家装行业的投资方向建议
7.3.2 关于互联网家装行业的投资方式建议

7.3.3 关于互联网家装行业的产品创新建议
7.3.4 关于互联网家装行业的技术研发建议
7.3.5 关于互联网家装行业的营销模式建议

图表目录

图表1：传统家装行业产业链
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6：2013年以来建材家居业上市公司总体业绩对比
图表7：2013年以来建材家居业上市公司净利润层次图
图表8：2013年以来建材家居业上市公司资产负债分布
图表9：2013年以来建材家居业上市公司资产报酬分布
图表10：2013年以来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14：2013年以来家具上市公司实现净利润
图表15：1950—2025年中国与世界城镇化率比较（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20：2011-2018年中国电子商务市场交易规模（单位：万亿元）
图表21：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25：2010年以来中国智能手机出货量
图表26：2010年以来中国智能手机保有量
图表27：2008年以来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：中国互联网家装相关产业链
图表30：中国互联网家装行业发展阶段
图表31：家居建材流通产业链示意图
图表32：2009年以来中国建材工业销售收入增长趋势图
图表33：2010年以来中国主要建材产品产量情况
图表34：2012年以来中国家具制造行业经济指标统计
图表35：2010年以来中国家具制造行业销售收入变化趋势图
图表36：2007年以来中国家具产品产量情况
图表37：中国互联网家装市场规模预测
图表38：中国互联网家装市场融资金额
图表39：中国互联网家装市场融资轮次
图表40：中国互联网家装创业公司数量
图表41：平台式家装企业盈利来源分析
图表42：平台式家装企业核心竞争力
图表43：自营式家装企业盈利来源
图表44：自营式家装企业核心竞争力
图表45：家装门户网站盈利来源
图表46：家装门户网站核心竞争力
图表47：齐家网发展历程
图表48：齐家网业务结构
图表49：齐家网经营情况
图表50：齐家网发展模式

图表51：齐家网融资分析
图表52：土拨鼠发展历程
图表53：土拨鼠经营情况
图表54：土拨鼠发展模式
图表55：土拨鼠融资分析
图表56：土拨鼠最新动态
图表57：土巴兔发展历程
图表58：土巴兔经营情况
图表59：土巴兔发展模式
图表60：土巴兔融资分析
图表61：土巴兔最新动态
图表62：酷家乐发展历程
图表63：酷家乐发展模式
图表64：酷家乐融资分析
图表65：爱福窝发展历程
图表66：爱福窝发展模式
图表67：爱福窝融资分析
图表68：惠装网发展历程
图表69：惠装网发展模式
图表70：惠装网融资分析
图表71：新浪抢工长发展历程
图表72：新浪抢工长发展模式
图表73：新浪抢工长融资分析
图表74：淘宝极有家发展历程
图表75：淘宝极有家发展模式
图表76：淘宝极有家入驻商家
图表77：国美家发展历程
图表78：国美家发展模式
图表79：国美家业务布局
图表80：国美家最新动态
图表81：美家帮发展历程
图表82：美家帮发展模式
图表83：美家帮业务布局
图表84：爱空间发展历程
图表85：爱空间发展模式
图表86：爱空间融资情况
图表87：蘑菇装修发展历程
图表88：蘑菇装修发展模式
图表89：蘑菇装修融资情况
图表90：深圳广田装饰集团股份有限公司互联网家装转型的思路
图表91：浙江亚厦装饰股份有限公司互联网家装转型的背景
图表92：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司互联网家装转型的优势
图表93：美克国际家居用品股份有限公司互联网家装转型的战略
图表94：深圳瑞和建筑装饰股份有限公司互联网家装业务布局
图表95：东易日盛家居装饰集团股份有限公司互联网家装业务的布局
图表96：深圳市洪涛装饰股份有限公司互联网家装业务的布局
图表97：实创家居装饰集团有限公司互联网家装转型的背景
图表98：深圳市宝鹰建设集团股份有限公司互联网家装转型的战略
图表99：阿里互联网家装领域投资情况
图表100：腾讯控股有限公司互联网家装领域投资分析
图表101：百度（中国）有限公司互联网家装领域投资分析
图表102：北京京东科技有限公司互联网家装业务的进展
图表103：北京小米科技有限责任公司互联网家装业务的进展
图表104：北京五八信息技术有限公司互联网家装领域投资分析
图表105：中国互联网家装行业投资主体分析
图表106：中国互联网家装行业投资规模分析

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！