

## 2025-2030年中国软装行业发展状况调研与市场前景预测分析报告

## 目 录

## CONTENTS

## 第1章：全球软装行业发展现状分析

## 1.1 全球软装行业市场发展现状

- 1.1.1 全球软装行业发展概况
- 1.1.2 全球软装行业市场特征
- 1.1.3 全球软装行业市场格局
  - (1) 区域格局
  - (2) 企业格局
- 1.1.4 全球软装行业前景预测

## 1.2 发达国家软装行业市场分析

- 1.2.1 美国软装行业市场分析
  - (1) 美国软装行业发展特点
  - (2) 美国软装市场需求分析
  - (3) 美国软装行业发展模式
  - (4) 美国软装设计风格分析
  - (5) 美国软装发展前景预测
- 1.2.2 欧洲软装行业市场分析
  - (1) 欧洲软装行业发展特点
  - (2) 欧洲软装市场需求分析
  - (3) 欧洲软装行业发展模式
  - (4) 欧洲软装设计风格分析
  - (5) 欧洲软装发展前景预测
- 1.2.3 日本软装行业市场分析
  - (1) 日本软装行业发展特点
  - (2) 日本软装市场需求分析
  - (3) 日本软装行业发展模式
  - (4) 日本软装设计风格分析
  - (5) 日本软装发展前景预测

## 1.3 发达国家领先软装企业分析

- 1.3.1 DECO
  - (1) 企业基本信息简介
  - (2) 企业设计风格分析
  - (3) 企业经营情况分析
  - (4) 企业主要客户分析
  - (5) 企业经典案例分析
  - (6) 企业发展战略分析
- 1.3.2 Houzz
  - (1) 企业基本信息简介
  - (2) 企业设计风格分析
  - (3) 企业经营情况分析
  - (4) 企业主要客户分析
  - (5) 企业经典案例分析
  - (6) 企业发展战略分析
- 1.3.3 GRAMCO
  - (1) 企业基本信息简介
  - (2) 企业设计风格分析
  - (3) 企业经营情况分析
  - (4) 企业主要客户分析
  - (5) 企业经典案例分析
  - (6) 企业发展战略分析

## 第2章：中国软装行业发展现状分析

## 2.1 中国软装行业发展必然性分析

- 2.1.1 生活水平提高促进人们居住环境改善
- 2.1.2 装修理念的改变和文化品位的提高
- 2.1.3 精装修房大力普及促使软装升温
- 2.2 中国软装行业市场现状分析**
  - 2.2.1 中国家居市场发展现状
  - 2.2.2 中国软装行业市场规模
  - 2.2.3 中国软装行业企业数量
  - 2.2.4 中国软装市场现存问题
  - 2.2.5 中国软装市场促进因素
- 2.3 中国软装行业经营情况分析**
  - 2.3.1 中国软装行业市场需求分析
  - 2.3.2 中国软装行业经营效益分析
- 第3章：中国软装行业O2O模式分析**
  - 3.1 自有品牌+成品代工模式**
    - 3.1.1 自有品牌+成品代工模式介绍
    - 3.1.2 自有品牌+成品代工模式业务结构分析
    - 3.1.3 自有品牌+C2B定制模式典型案例
  - 3.2 自有品牌+C2B定制模式**
    - 3.2.1 自有品牌+C2B定制模式介绍
    - 3.2.2 自有品牌+C2B定制模式业务系统结构
    - 3.2.3 自有品牌+C2B定制模式商业模式要素设计
    - 3.2.4 自有品牌+C2B定制模式商业模式典型案例
- 第4章：中国软装行业细分市场分析**
  - 4.1 家庭住宅软装市场发展潜力分析**
    - 4.1.1 家庭住宅软装市场发展现状
    - 4.1.2 家庭住宅软装市场发展特点
    - 4.1.3 家庭住宅软装市场设计风格
    - 4.1.4 家庭住宅软装市场典型案例
    - 4.1.5 家庭住宅软装市场主要企业
    - 4.1.6 家庭住宅软装市场发展潜力
  - 4.2 酒店软装市场发展潜力分析**
    - 4.2.1 酒店软装市场发展现状
    - 4.2.2 酒店软装市场发展特点
    - 4.2.3 酒店软装市场设计风格
    - 4.2.4 酒店软装市场典型案例
    - 4.2.5 酒店软装市场主要企业
    - 4.2.6 酒店软装市场发展潜力
  - 4.3 会所软装市场发展潜力分析**
    - 4.3.1 会所软装市场发展现状
    - 4.3.2 会所软装市场发展特点
    - 4.3.3 会所软装市场设计风格
    - 4.3.4 会所软装市场典型案例
    - 4.3.5 会所软装市场主要企业
    - 4.3.6 会所软装市场发展潜力
  - 4.4 餐厅软装市场发展潜力分析**
    - 4.4.1 餐厅软装市场发展现状
    - 4.4.2 餐厅软装市场发展特点
    - 4.4.3 餐厅软装市场设计风格
    - 4.4.4 餐厅软装市场典型案例
    - 4.4.5 餐厅软装市场主要企业
    - 4.4.6 餐厅软装市场发展潜力
  - 4.5 酒吧软装市场发展潜力分析**
    - 4.5.1 酒吧软装市场发展现状
    - 4.5.2 酒吧软装市场发展特点
    - 4.5.3 酒吧软装市场设计风格
    - 4.5.4 酒吧软装市场典型案例
    - 4.5.5 酒吧软装市场主要企业
    - 4.5.6 酒吧软装市场发展潜力
  - 4.6 办公空间软装市场发展潜力分析**

- 4.6.1 办公空间软装市场发展现状
- 4.6.2 办公空间软装市场发展特点
- 4.6.3 办公空间软装市场设计风格
- 4.6.4 办公空间软装市场典型案例
- 4.6.5 办公空间软装市场主要企业
- 4.6.6 办公空间软装市场发展潜力

## 第5章：中国软装行业重点区域分析

### 5.1 北京软装行业发展潜力分析

- 5.1.1 北京软装行业发展现状
- 5.1.2 北京软装行业市场规模
- 5.1.3 北京软装行业企业规模
- 5.1.4 北京软装行业市场需求
- 5.1.5 北京软装行业促进因素
- 5.1.6 北京软装行业市场竞争
- 5.1.7 北京软装行业发展潜力

### 5.2 上海软装行业发展潜力分析

- 5.2.1 上海软装行业发展现状
- 5.2.2 上海软装行业市场规模
- 5.2.3 上海软装行业企业规模
- 5.2.4 上海软装行业市场需求
- 5.2.5 上海软装行业促进因素
- 5.2.6 上海软装行业市场竞争
- 5.2.7 上海软装行业发展潜力

### 5.3 深圳软装行业发展潜力分析

- 5.3.1 深圳软装行业发展现状
- 5.3.2 深圳软装行业市场规模
- 5.3.3 深圳软装行业企业规模
- 5.3.4 深圳软装行业市场需求
- 5.3.5 深圳软装行业促进因素
- 5.3.6 深圳软装行业市场竞争
- 5.3.7 深圳软装行业发展潜力

### 5.4 广州软装行业发展潜力分析

- 5.4.1 广州软装行业发展现状
- 5.4.2 广州软装行业市场规模
- 5.4.3 广州软装行业企业规模
- 5.4.4 广州软装行业市场需求
- 5.4.5 广州软装行业促进因素
- 5.4.6 广州软装行业市场竞争
- 5.4.7 广州软装行业发展潜力

## 第6章：中国软装行业重点企业分析

### 6.1 中国软装行业传统企业经营分析

#### 6.1.1 深圳市华贝软装饰设计有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

#### 6.1.2 广州欧申纳斯软装饰设计有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

### 6.1.3 深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

### 6.1.4 武汉嘉禾装饰集团有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

### 6.1.5 上海世尊家具有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

## 6.2 软装类家居O2O重点企业分析

### 6.2.1 美乐乐经营分析

- (1) 企业情况介绍
  - 1) 企业基础信息
  - 2) 企业发展阶段
  - 3) 企业经营资质
  - 4) 企业CEO分析
  - 5) 企业股权结构
  - 6) 企业估值分析
  - 7) 企业供应链特色
- (2) 企业经营模式
  - 1) 企业经营状况
  - 2) 业务系统结构
  - 3) 关键资源能力
- (3) 企业盈利模式
  - 1) 企业收入来源
  - 2) 企业成本构成
  - 3) 盈利模式总结
- (4) 企业运营模式
  - 1) 企业流量入口
  - 2) 企业推广方式
  - 3) 线上运营情况
  - 4) 线下运营情况
  - 5) 服务体系建设
  - 6) O2O运营评价

### 6.2.2 尚品宅配经营分析

- (1) 企业情况介绍
  - 1) 企业基本信息
  - 2) 企业发展阶段
  - 3) 企业经营资质
  - 4) 企业CEO分析
  - 5) 企业股权结构

- 6) 企业估值分析
- 7) 企业供应链特色
- (2) 企业经营模式
  - 1) 企业经营状况
  - 2) 业务系统结构
  - 3) 关键资源能力
- (3) 企业盈利模式
  - 1) 企业收入来源
  - 2) 企业成本构成
  - 3) 企业相关费用
  - 4) 盈利模式总结
- (4) 企业运营模式
  - 1) 企业流量入口
  - 2) 企业推广方式
  - 3) 线上运营情况
  - 4) 线下运营情况
  - 5) 服务体系建设
  - 6) O2O运营评价
- 6.2.3 索菲亚经营分析
  - (1) 企业情况介绍
    - 1) 企业基础信息
    - 2) 企业发展阶段
    - 3) 企业经营资质
    - 4) 企业CEO分析
    - 5) 企业股权结构
    - 6) 企业估值分析
    - 7) 企业供应链特色
  - (2) 企业经营模式
    - 1) 企业经营状况
    - 2) 业务系统结构
    - 3) 关键资源能力
  - (3) 企业盈利模式
    - 1) 企业收入来源
    - 2) 企业成本构成
    - 3) 企业费用分析
    - 4) 盈利模式总结
  - (4) 企业运营模式
    - 1) 企业流量入口
    - 2) 企业推广方式
    - 3) 线上运营情况
    - 4) 线下运营情况
    - 5) 服务体系建设
    - 6) O2O运营评价
- 6.2.4 欧工国际经营分析
  - (1) 企业情况介绍
    - 1) 企业基础信息
    - 2) 企业经营资质
    - 3) 企业CEO分析
    - 4) 企业股权结构
    - 5) 企业估值分析
    - 6) 企业供应链特色
  - (2) 企业经营模式
    - 1) 企业经营状况
    - 2) 企业系统结构
    - 3) 关键资源能力
  - (3) 企业盈利模式
    - 1) 企业收入来源
    - 2) 企业成本构成
    - 3) 盈利模式总结

- (4) 企业运营模式
  - 1) 企业流量入口
  - 2) 企业推广方式
  - 3) 线上运营情况
  - 4) 线下运营情况
  - 5) 服务体系建设
  - 6) O2O运营评价
- 6.2.5 美空间经营分析
  - (1) 企业情况介绍
    - 1) 企业基础信息
    - 2) 企业经营资质
    - 3) 企业CEO分析
    - 4) 企业股权结构
    - 5) 企业估值分析
    - 6) 企业供应链特色
  - (2) 企业经营模式
    - 1) 企业经营状况
    - 2) 企业系统结构
    - 3) 关键资源能力
  - (3) 企业盈利模式
    - 1) 企业收入来源
    - 2) 企业成本构成
    - 3) 盈利模式总结
  - (4) 企业运营模式
    - 1) 企业流量入口
    - 2) 企业推广方式
    - 3) 线上运营情况
    - 4) 线下运营情况
    - 5) 服务体系建设
    - 6) O2O运营评价

## 第7章：中国软装行业发展前景预测

### 7.1 中国软装行业发展趋势及前景

- 7.1.1 中国软装行业发展趋势分析
- 7.1.2 中国软装行业发展前景预测

### 7.2 中国软装行业发展投融资分析

- 7.2.1 中国软装行业投融资案例
- 7.2.2 中国软装行业投融资方式
- 7.2.3 中国软装行业投融资主体
- 7.2.4 中国软装行业投融资规模

### 7.3 中国软装行业发展投资机会分析

## 图表目录

- 图表1：2024年全球软装行业市场区域结构（单位：%）
- 图表2：2024年全球软装行业企业市场占有率（单位：%）
- 图表3：DECO企业基本信息
- 图表4：2014-2024年DECO企业销售收入变化
- 图表5：Houzz企业基本信息
- 图表6：2014-2024年Houzz企业销售收入变化
- 图表7：GRAMCO企业基本信息
- 图表8：2014-2024年GRAMCO企业销售收入变化
- 图表9：2014-2024年中国软装行业市场规模变化
- 图表10：2014-2024年中国软装行业经营效益变化
- 图表11：自有品牌+成品代工业务系统结构图
- 图表12：自有品牌+成品代工商业模式要素设计
- 图表13：自有品牌+C2B定制模式业务系统结构示意图

- 图表14: 自有品牌+C2B定制模式商业模式要素设计
- 图表15: 家庭住宅软装市场经典案例汇总
- 图表16: 酒店软装市场经典案例汇总
- 图表17: 会所软装市场经典案例汇总
- 图表18: 餐厅软装市场经典案例汇总
- 图表19: 酒吧软装市场经典案例汇总
- 图表20: 办公空间软装市场经典案例汇总
- 图表21: 深圳市华贝软装饰设计有限公司基本信息简况表
- 图表22: 深圳市华贝软装饰设计有限公司优劣势分析
- 图表23: 广州欧申纳斯软装饰设计有限公司基本信息简况表
- 图表24: 广州欧申纳斯软装饰设计有限公司优劣势分析
- 图表25: 深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司基本信息简况表
- 图表26: 深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司优劣势分析
- 图表27: 武汉嘉禾装饰集团有限公司基本信息简况表
- 图表28: 武汉嘉禾装饰集团有限公司优劣势分析
- 图表29: 上海世尊家具有限公司基本信息简况表
- 图表30: 上海世尊家具有限公司优劣势分析
- 图表31: 美乐乐基本信息简况表
- 图表32: 美乐乐发展阶段分析
- 图表33: 美乐乐CEO——高扬情况分析
- 图表34: 截至2024年美乐乐(Meilele Inc)股权结构
- 图表35: 美乐乐重要投融资事件
- 图表36: 美乐乐产品线结构示意图
- 图表37: 美乐乐自有品牌供应链建设特色
- 图表38: 2020-2024年美乐乐销售额发展趋势图(单位:万元)
- 图表39: 2016-2024年美乐乐主要财务数据(单位:万元)
- 图表40: 美乐乐业务模块总体分析
- 图表41: 美乐乐自有品牌家具经营模式示意图
- 图表42: 美乐乐与林氏木业对比分析(单位:亿元)
- 图表43: 美乐乐收入来源说明
- 图表44: 美乐乐收入结构图
- 图表45: 美乐乐成本构成分析
- 图表46: 美乐乐体验店与传统卖场的比较
- 图表47: 美乐乐流量入口分布
- 图表48: 美乐乐线上运营情况
- 图表49: 截至2024年美乐乐商城自有品牌及第三方品牌产品品类占比情况(单位:%)
- 图表50: 美乐乐商城促销方法
- 图表51: 美乐乐线下运营特色
- 图表52: 美乐乐线下体验馆区域分布特点
- 图表53: 美乐乐各省市线下体验馆分布情况
- 图表54: 美乐乐物流及售后服务分析
- 图表55: 美乐乐支付服务分析
- 图表56: 美乐乐O2O运营评价
- 图表57: 尚品宅配企业基本信息
- 图表58: 尚品宅配企业股权结构图
- 图表59: 尚品宅配企业控股及参股公司基本情况
- 图表60: 尚品宅配各阶段发展战略分析
- 图表61: 尚品宅配董事长——李连柱情况分析
- 图表62: 截至2024年尚品宅配发行人及其实际控制人的股权结构图(单位:%)
- 图表63: 尚品宅配重要融资事件
- 图表64: 2014-2024年尚品宅配估值变化趋势图(单位:%)
- 图表65: 2024年尚品宅配产品原材料主要供应商采购金额及占比(单位:万元,%)
- 图表66: 2024年尚品宅配产品主要原材料采购金额及占比情况(单位:万元,%)
- 图表67: 2024年尚品宅配定制家具产品产能、产量及销量情况分析(单位:件,%)
- 图表68: 2014-2024年尚品宅配经营情况发展趋势图(单位:万元,%)
- 图表69: 2014-2024年尚品宅配现金流结构发展趋势图
- 图表70: 2014-2024年尚品宅配经营活动产生的现金流量分析
- 图表71: 2014-2024年尚品宅配经营活动产生的现金流量净额与净利润的分析
- 图表72: 2014-2024年尚品宅配投资活动产生的现金流量分析

- 图表73: 2024年尚品宅配员工专业构成情况 (单位: %)
- 图表74: 尚品宅配产品后台运营流程分析
- 图表75: 尚品宅配经营模式
- 图表76: 2024年尚品宅配收入来源 (单位: %)
- 图表77: 2024年尚品宅配成本结构 (单位: %)
- 图表78: 2024年同行业公司尚品宅配销售费用占营业收入比重 (单位: %)
- 图表79: 2024年同行业公司尚品宅配管理费用占营业收入比重 (单位: %)
- 图表80: 尚品宅配流量入口分析
- 图表81: 尚品宅配VS索菲亚百度来路流量情况
- 图表82: 尚品宅配推广方式布局情况
- 图表83: 尚品宅配线上运营情况分析
- 图表84: 尚品宅配消费者评价反馈机制
- 图表85: 2024年尚品宅配线下店面数量分布及销售情况 (单位: 家, 万元, %)
- 图表86: 尚品宅配线下运营情况分析
- 图表87: 2024年尚品宅配线下直营店区位分布情况 (单位: %)
- 图表88: 2024年尚品宅配线下加盟店区位分布情况 (单位: %)
- 图表89: 尚品宅配物流及售后服务特色
- 图表90: 尚品宅配金融服务特色
- 图表91: 尚品宅配VS索菲亚O2O运营情况对比
- 图表92: 尚品宅配O2O运营评价
- 图表93: 索菲亚企业基本信息
- 图表94: 索菲亚企业股权结构图
- 图表95: 索菲亚企业控股及参股公司基本情况
- 图表96: 索菲亚各阶段发展战略分析
- 图表97: 索菲亚董事长——江淦钧情况分析
- 图表98: 索菲亚董事、总经理——柯建生情况分析
- 图表99: 截至2024年索菲亚前十名股东持股比例情况 (单位: %)
- 图表100: 2016-2024年索菲亚重要投资事件
- 图表101: 2014-2024年索菲亚估值发展趋势图 (单位: 亿元, %)
- 图表102: 2024年索菲亚定制家具产品产能、产量及销量情况分析 (单位: 万平方米, %)
- 图表103: 2020-2024年索菲亚营业收入及净利润发展趋势图 (单位: 万元, %)
- 图表104: 2014-2024年索菲亚现金流结构发展趋势图 (万元)
- 图表105: 索菲亚业务模式示意图
- 图表106: 2024年索菲亚收入来源 (单位: %)
- 图表107: 2024年索菲亚成本结构 (单位: %)
- 图表108: 2024年同行业公司索菲亚销售费用占营业收入比重 (单位: %)
- 图表109: 2024年同行业公司索菲亚管理费用占营业收入比重 (单位: %)
- 图表110: 索菲亚推广方式布局情况
- 图表111: 索菲亚线上运营情况分析
- 图表112: 索菲亚线下运营情况分析
- 图表113: 索菲亚物流及售后服务特色
- 图表114: 索菲亚金融服务特色
- 图表115: 索菲亚O2O运营评价
- 图表116: 欧工国际基本信息情况
- 图表117: 欧工国际O2O运营评价
- 图表118: 美空间基本信息情况
- 图表119: 美空间O2O运营评价
- 图表120: 2019-2024年中国软装行业市场容量预测

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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！