

## 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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！