

2019年中国家具电商行业分析报告- 行业运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国家具电商行业分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/401009401009.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章家具电商相关概述

1.1家具电商概念

1.1.1家具行业定义

1.1.2家具产品特性

1.1.3家具电商概念

1.2家具电商发展影响因素

1.2.1内部因素

1.2.2外部因素

1.3家具行业电商渠道发展优势

1.3.1消费体验方式

1.3.2客流量及进店量

1.3.3销售服务形式

1.3.4促销效果突出

第二章中国家具电商行业发展环境

2.1政策环境

2.1.1中国制造

2.1.2“互联网+”政策

2.1.3加快发展电商政策

2.1.4电子商务政策导向

2.2经济环境

2.2.1国民经济运行

2.2.2工业经济发展

2.2.3消费品市场规模

2.2.4房地产市场规模

2.2.5中国经济发展趋势

2.3社会环境

2.3.1互联网普及率

2.3.2人口规模结构

2.3.3网购市场兴起

2.3.4智能家居发展

2.4技术环境

2.4.1大数据

2.4.2网络技术

2.4.3安全技术

2.4.4数据库技术

2.4.5电子支付技术

2.4.6Web浏览技术

第三章2015-2018年中国家具电商行业发展分析

3.1 2015-2018年中国家具电商行业综述

3.1.1行业发展历程

3.1.2市场发展现状

3.1.3行业合作深化

3.1.4电商应用模式

3.1.5企业发展路径

3.1.6电商售后服务

3.1.7包装设计需求

3.2 2015-2018年中国家具电商市场竞争格局

3.2.1独立团

3.2.2先行部队

3.2.3散兵游击队

3.2.4专业作战部队

3.2.5市场突围困境

3.3基于电子商务平台的家具企业采购模式

3.3.1电商采购发展

3.3.2家具电商采购模式

3.3.3采购的问题及对策

3.4中国家具电商行业发展问题

3.4.1发展面临挑战

3.4.2转型发展障碍

3.4.3网络营销存在问题

3.4.4家具电商市场思考

3.5中国家具电商行业应对策略

3.5.1多方协调发展

3.5.2转型发展方向

3.5.3 电商发展方向

3.5.4 产品设计策略

第四章 2015-2018年中国红木家具电商市场调研

4.1 2015-2018年中国红木家具电子商务的发展

4.1.1 行业发展形势

4.1.2 电商模式开启

4.1.3 红木电商现状

4.1.4 发展问题及对策

4.2 中国红木家具电商平台运行分析

4.2.1 天猫商城

4.2.2 红木易购

4.2.3 红木之家

4.2.4 品牌红木商城

4.2.5 电商平台动态

4.3 中国红木家具电商市场消费分析

4.3.1 消费群体

4.3.2 主要品牌

4.3.3 产品品类

4.3.4 主要地区

4.3.5 消费行为

4.4 中国红木家具电商市场推广建议

4.4.1 电商人才培养

4.4.2 建立电商平台

4.4.3 品牌与营销推广

4.5 中国红木家具电商发展趋势分析

4.5.1 加强引导性投资

4.5.2 物流平台的崛起

4.5.3 完善的售后服务

4.5.4 O2O成主流模式

4.5.5 支付方式多样化

第五章 2015-2018年中国家具电商运营模式分析

5.1 B2B模式

5.1.1 B2B市场规模

5.1.2市场竞争情况

5.1.3运营模式分析

5.1.4交易平台上线

5.1.5模式发展建议

5.2B2C模式

5.2.1家具B2C模式

5.2.2B2C平台规模

5.2.3市场竞争情况

5.2.4家具设计探析

5.2.5模式发展瓶颈

5.2.6发展突破对策

5.3O2O模式

5.3.1O2O模式优势

5.3.2O2O市场规模

5.3.3O2O模式可行性

5.3.4家具O2O运营模式

5.3.5家具O2O发展建议

5.4家具电商云加盟模式

5.4.1解决触电痛点

5.4.2解决运营痛点

5.4.3解决供应链痛点

第六章2015-2018年中国家具电商营销策略分析

6.1家具电商网络营销策略

6.1.1电商模式选择

6.1.2线下体验馆建设

6.1.3完善售后服务体系

6.1.4线上线下产品差异化

6.2家具电商双十一营销策略

6.2.1推出预售抢先机

6.2.2重点推荐单组产品

6.2.3折上折以及买又赠

6.3O2O营销模式

6.3.1销售终端作用

6.3.2企业营销策略

6.3.3视觉营销模式

第七章2015-2018年国外家具电商典型模式分析

7.1美国

7.1.1行业发展规模

7.1.2市场竞争情况

7.1.3特征匹配需求

7.1.4木家具趋势预测

7.2印度

7.2.1主要家具电商

7.2.2市场发展规模

7.2.3市场收购动态

7.2.4市场趋势预测

7.3其他国家模式分析

7.3.1德国

7.3.2意大利

7.3.3澳大利亚

第八章2015-2018年中国家具电商典型模式分析

8.1极有家模式

8.1.1平台运作模式

8.1.2平台运营理念

8.1.3商家进驻流程

8.1.4平台发展优势

8.2居然在线模式

8.2.1实体店面模式

8.2.2平台O2O模式

8.2.3一体化体验店

8.2.4互联网式产品

8.2.5将用户引到线下

8.2.6投资前景方向

8.3齐家网模式

8.3.1垂直电商平台

8.3.2平台O2O模式

8.3.3双十二营销模式

第九章2015-2018年家具电商产业链上游——家具行业调研

9.1 2015-2018年中国家具制造业发展态势

9.1.1 行业发展现状

9.1.2 行业销售规模

9.1.3 经济效益分析

9.1.4 市场竞争格局

9.1.5 企业现状分析

9.2 2015-2018年中国家具行业利润分析

9.2.1 行业利润总体概况

9.2.2 利润景气指数分析

9.2.3 行业整体利润分析

9.2.4 子行业利润分析

9.2.5 地区利润分析

9.3 2015-2018年细分市场发展情况

9.3.1 木制家具

9.3.2 金属家具

9.3.3 塑料家具

9.4 2015-2018年全国家具产量分析

9.4.1 2015-2018年全国家具产量趋势

9.4.2 2018年全国家具产量情况

9.4.3 2018年全国家具产量情况

9.4.4 2018年全国家具产量情况

9.4.5 2018年家具产量分布情况

9.5 中国三四级家具市场开拓相关分析

9.5.1 市场需求状况

9.5.2 企业竞争力分析

9.5.3 市场开发潜力

9.5.4 市场发展空间

9.5.5 市场开拓战略

9.5.6 市场营销策略

9.6 中国家具行业投资潜力分析

9.6.1 行业投资动态

9.6.2 产业投资机遇

9.6.3 投资前景预警

9.6.4风险防范措施

第十章2015-2018年家具电商产业链下游——电商物流分析

10.1 2015-2018年电商物流行业发展现状

10.1.1电商物流影响

10.1.2行业发展特点

10.1.3市场发展规模

10.1.4行业重点事件

10.1.5行业发展动向

10.2 2015-2018年电商物流市场竞争格局

10.2.1全球市场格局

10.2.2国内市场格局

10.2.3行业并购动态

10.3电商物流行业配送模式分析

10.3.1自营物流模式

10.3.2物流联盟模式

10.3.3物流一体化模式

10.3.4第三方物流模式

10.3.5第四方物流模式

10.4中国电商物流行业存在的问题

10.4.1行业发展难题

10.4.2企业经营困境

10.4.3转型升级挑战

10.4.4物流装备问题

10.5中国电商物流行业投资策略

10.5.1行业发展建议

10.5.2依法壮大物流业

10.5.3物流装备突破方向

第十一章国外重点家具电商平台分析

11.1Wayfair

11.1.1企业发展概况

11.1.2经营效益分析

11.1.3企业销售分析

11.1.4企业融资上市

11.1.5企业发展动态

11.1.6服务模式创新

11.2WorldStores

11.2.1企业发展概况

11.2.2企业发展历程

11.2.3企业发展优势

11.2.4企业盈利模式

11.2.5市场竞争分析

11.2.6企业融资规模

11.2.7物流模式创新

11.3Made.Com

11.3.1企业发展概况

11.3.2经营效益分析

11.3.3企业商业模式

11.3.4O2O运营模式

11.3.5企业融资动态

11.3.6企业上市规划

11.4Pepperfry

11.4.1企业发展概况

11.4.2企业业务布局

11.4.3企业融资规模

11.4.4商业模式分析

11.4.5服务模式创新

11.5IKEA

11.5.1企业发展概况

11.5.2电商业务拓展

11.5.3电商渠道规划

11.5.4电商事业前景

第十二章中国重点家具企业电商业务分析

12.1曲美家具

12.1.1企业发展概况

12.1.2经营效益分析

12.1.3线上线下协同

12.1.4“曲亿团”效应

12.1.5未来发展规划

12.2顾家家居

12.2.1企业发展概况

12.2.2电商平台现状

12.2.3借力电商转型

12.2.4O2O业务发展

12.3林氏木业

12.3.1企业发展概况

12.3.2家具电商产业园

12.3.3加快家具送货速度

12.3.4企业O2O模式发展

12.3.5企业电商投资策略

12.4尚品宅配

12.4.1企业发展概况

12.4.2平台核心优势

12.4.3企业定制模式

12.4.4O2O模式分析

12.4.5C2B模式分析

12.5酷漫居

12.5.1企业发展概况

12.5.2平台营销规模

12.5.3O2O营销模式

12.5.4家居体验馆升级

第十三章中国重点垂直类家具电商平台分析

13.1美乐乐

13.1.1企业发展概况

13.1.2企业电商物流

13.1.3电商布局逻辑

13.1.4企业融资规模

13.1.5企业困境突围

13.2欧浦家具网

13.2.1平台发展概况

13.2.2平台成交规模

13.2.3整合行业资源

13.2.4家具电商规划

13.3红星美凯龙

13.3.1企业发展概况

13.3.2经营效益分析

13.3.3企业发展动态

13.3.4电商渠道布局

13.3.5家居投资前景

13.4月星家居

13.4.1企业发展概况

13.4.2平台发展模式

13.4.3O2O运营模式

13.4.43D全景交互服务

第十四章中国重点综合类家具电商平台分析

14.1天猫商城

14.1.1平台发展概况

14.1.2平台营销特性

14.1.3家具竞争格局

14.1.4平台合作动向

14.2苏宁易购

14.2.1平台发展概况

14.2.2家电竞争形势

14.2.3布局智能家居

14.2.4平台合作动态

14.3国美商城

14.3.1平台发展概况

14.3.2智能家居布局

14.3.3平台投资前景

14.3.4平台O2M模式

14.4其他家具电商平台

14.4.11号店

14.4.2京东商城

14.4.3亚马逊中国

第十五章中国家具电商行业投融资分析

15.1行业投资机遇

15.1.1发展机会分析

15.1.2市场发展潜力

15.1.3行业规模扩大

15.2电子商务融资渠道

15.2.1银行贷款

15.2.2小贷公司

15.2.3民间借贷

15.2.4网贷平台

15.2.5电商贷款

15.3融资动态

15.3.1造作

15.3.2美乐乐

15.3.3酷漫居

15.3.4Hipvan

15.4投资前景研究建议

15.4.1产品统一编码

15.4.2与传统渠道并行

15.4.3加快人才队伍建设

第十六章中国家具电商行业趋势预测分析

16.1中国家具市场发展趋势分析

16.1.1市场消费发展趋向

16.1.2市场消费行为趋势

16.1.3家具企业发展方向

16.1.4智能家具规划方向

16.2家具电商趋势预测

16.2.1行业发展方向

16.2.2未来发展模式

16.2.3酒店家具电商前景

16.3家具电商发展趋势

16.3.1服务到家

16.3.2主题营销

16.3.3品牌年轻化

16.3.4电商品牌化

16.3.5原创设计崛起

16.3.6线上线下融合

图表目录

图表：家具产业运转图

图表：家具行业分类图

图表：家具三种定位商业模式

图表：利用定位法成功定位商业模式的案例

图表：家具企业开展电商的条件

图表：2018年人口数及其构成

图表：2015-2018年国内生产总值及其增速

图表：2015-2018年城镇新增就业人数

图表：2015-2018年全国一般公共预算支出

图表：2015-2018年国家外汇储备

图表：2015-2018年网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表：2018年网络购物市场品牌渗透率

图表详见报告正文 (GYYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国家具电商行业分析报告-行业运营态势与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/401009401009.html>