

2018年中国家居服务市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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《2018年中国家居服务市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/jiajujiancai/346759346759.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

随着工业化的发展，在工业产品的附加值构成中，纯粹的制造环节所占的比重越来越低，而服务业特别是生产性服务业中维护保养、物流与营销等服务所占比重越来越高，使得在价值链中，利润发生了从中间加工制造环节向上下游服务环节转移的趋势。这一趋势在家电后市场越来越明显，近年来，家居后市场业务不断完善，家居服务行业正处于全面发展的上升时期。

家居后市场是指家电、家具、建材销售以后，用户所需要的各种服务所产生的一系列交易活动总和。这些交易活动主要包括：购买家居以后的初始化安装、调试、设置；使用过程中的保养、维护、软硬件故障的维修与升级、耗材更换、拆装移机等；产品淘汰后的回收或置换。

传统家居售后模式存在着信息不透明、品控难、体验差、环节多、成本高、效率低等诸多问题。首先，是保修权益不明，在保不给修，这是一个很普遍的状况，消费者对自己保修权益不清，即使在保修范围内，针对一些小品牌的家居，寻找官方维修是件麻烦事情；其次，销售与售后脱节，销售与售后分属两个部门，管卖的不管修，推诿众多；第三，欺诈成为普遍行为，随意报价、小毛病大维修、偷换零部件等现象较多；第四，服务及时性差；第五，很多维修业务被品牌外包，服务质量无法监控；第六，服务参差不齐，没有统一的标准。

随着移动互联网的发展，人群对服务的需求逐步从纯线下模式，逐步迁移到O2O模式。互联网覆盖率广，只需要精准的营销模式，即可达到大的广告覆盖面，从而增加知名度甚至迅速获得客户，家居后市场领域中上门维修O2O公司逐渐崛起，O2O模式开展家居后市场业务中，用户可以通过手机App、官方网站、微信等直接查找并预约维修师傅进行上门维修，师傅也可以通过手机APP、网站在线接单。用户可以通过线上预约的方式找到就近的、资质好的师傅，向维修师傅描述故障问题，并与师傅约定时间上门维修。此应用通过搭建用户与维修商家、师傅之间的一个沟通桥梁，让用户快速找到自己需要的师傅，让师傅通过此应用能够获得更多的收益，也让顾客的问题能够更快更好的得到解决。此外，维修与回收相结合的O2O模式也逐渐发展起来，家居后市场O2O模式相对于传统家居维修行业有“快”、“好”、“划算”等优势。

家居后市场的互联网化开始深入发展，家居行业的发展已由产能过剩的上游资源型市场向服务型市场转变，O2O模式开展家居后市场业务仅仅是实现突破的方式和渠道，向未来的智能家居管家服务型平台转型才是最终目的。

未来智能家居情形展示 资料来源：观研天下数据中心整理

目前国内家居服务业存在较多问题，主要有：

（1）行业散、小、乱、差，市场秩序混乱

中国家居售后服务企业总体规模小，私企、个体户比例较高，连锁程度低，初具业态雏形的连锁维修商在依附或独立于生产企业之间游离，产业规模化程度不高，此外，还有更多的无证、无固定经营场所的维修者。

（2）技工的技术水平低、从业人员素质不高

技工的技术水平低，甚至不具备上岗资格。据中国家电维修协会的《家电维修维修行业从业人员基本状况抽样调查报告》显示，售后服务从业人员文化水平较低，高中以下学历者高达80.00%以上。随着产品的自动化、智能化，设备故障的查找、定位和排除也变得越来越复杂，亟需维修人员提高维修技术水平。

（3）存在欺诈行为

由于家居专业性较强，一般消费者缺乏家居方面的知识，许多服务人员在提供服务时存在恶意欺骗消费者行为，包括偷换原装元件再卖钱、虚列部件索取维修费、虚假宣传等多种方式。

（4）产品售后难保障

产品售后难保障的情况表现为：一是企业倒闭后维修商难找到；二是售后服务网点难找到；三是地址变更通知难。

观研天下发布的《2018年中国家居服务市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、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。

第一章 2013-2017年全球家居服务行业发展分析

第一节 2013-2017年全球家居服务行业发展现状

第二节 2013-2017年全球家居服务行业主要品牌

一、全球家居服务行业主要品牌

二、全球家居服务行业主要品牌市场占有率格局

第二章 2013-2017年中国家居服务行业发展分析

第一节 2013-2017年中国家居服务行业发展现状

第二节 2013-2017年中国家居服务行业主要品牌

一、中国家居服务行业主要品牌

二、中国家居服务行业主要品牌市场占有率格局

第三章 2013-2017年中国家居服务行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、2013-2017年宏观经济运行情况

二、2013-2017年中国居民(消费者)收入情况

三、2013-2017年中国城市化率

第二节 2017年中国家居服务行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 家居服务行业相关政策

一、国家“十三五”产业政策

二、其他相关政策 (标准、技术)

三、出口关税及相关税收政策

第四章 2013-2017年中国家居服务产业市场竞争现状分析

第一节 2013-2017年中国家居服务产业竞争现状分析

一、家居服务市场竞争情况分析

二、家居服务行业SWOT分析

第二节 2013-2017年中国家居服务行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业区域分布集中度

三、行业市场消费区域集中度

第三节 我国家居服务行业外资进入情况

第四节 我国家居服务行业合作和并购情况

第五章 2013-2017年中国家居服务行业市场供需现状分析

第一节 2013-2017年中国家居服务行业市场规模

第二节 2013-2017年中国家居服务行业供求情况

一、2013-2017年中国家居服务行业产量情况

二、2013-2017年中国家居服务行业需求情况

三、2013-2017年中国家居服务行业市场规模

第三节 2018-2022年中国家居服务行业供求预测

第四节 2018-2022年中国家居服务行业市场规模预测

第六章 中国家居服务行业渠道分析

第一节 2013-2017年中国家居服务行业需求地域分布结构

第二节 2017年中国家居服务区域市场规模分析

一、2017年东北地区市场规模分析

二、2017年华北地区市场规模分析

三、2017年华东地区市场规模分析

四、2017年华中地区市场规模分析

五、2017年华南地区市场规模分析

六、2017年西部地区市场规模分析

第三节 2013-2017年中国家居服务行业经销模式

第四节 2013-2017年中国家居服务行业渠道形式

第五节 2013-2017年中国家居服务行业渠道格局

第六节 2013-2017年中国家居服务行业渠道要素对比

第七章 家居服务行业进出口分析

第一节 出口分析

一、2015-2017年家居服务出口总况分析

二、2015-2017年家居服务出口量及增长情况

三、2015-2017年家居服务细分行业出口情况

四、出口价格特征分析

五、出口流向结构

六、2018-2022年中国家居服务产业出口预测

第二节 进口分析

一、2015-2017年家居服务进口总况分析

二、2015-2017年家居服务进口量及增长情况

三、2015-2017年家居服务细分行业进口情况

四、国家进口结构

五、进口产品结构

六、2018-2022年中国家居服务产业进口预测

第八章 中国家居服务行业技术分析

第一节 国内外家居服务行业技术发展现状

第二节 家居服务产业技术竞争分析

第三节 家居服务产业最新动态分析

第四节 家居服务行业市场项目情况

第五节 家居服务行业技术发展趋势

第九章 2013-2017年中国家居服务行业重点企业分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、企业主营业务及产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销渠道和销售网络

五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

.....

第十章 家居服务行业产业链分析

第一节 2013-2017年主要上游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、市场规模情况

2、行业价格分析

3、行业生产情况

二、B行业发展分析

1、市场规模情况

2、行业价格分析

3、行业生产情况

.....

第二节 2013-2017年主要下游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

二、B行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

.....

第三节 2013-2017年中国家居服务行业上下游关系分析

第十一章 2013-2017年中国家居服务行业竞争情况分析

第一节 中国家居服务行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒/退出机制

四、行业周期

第二节 中国家居服务行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 2018-2022年中国家居服务行业市场竞争策略展望分析

一、2018-2022年中国家居服务行业市场竞争趋势分析

二、2018-2022年中国家居服务行业市场竞争格局展望分析

三、2018-2022年中国家居服务行业市场竞争策略分析

第十二章 2018-2022年中国家居服务行业发展预测分析

第一节 2018-2022年中国家居服务行业未来发展预测分析

一、2013-2017年中国家居服务行业发展规模分析

二、2018-2022年中国家居服务行业发展趋势分析

第二节 2018-2022年中国家居服务产业产需预测

一、家居服务行业市场产量预测

二、家居服务行业市场需求预测

第十三章 2018-2022年家居服务行业投资机会分析

第一节 2018-2022年家居服务行业主要区域投资机会

第二节 2018-2022年家居服务行业企业的多元化投资机会

第三节 中国家居服务产品原材料投资机会分析

一、我国家居服务产品主要原材料价格情况

二、我国家居服务产品主要原材料价格走势预测

第十四章 2018-2022年中国家居服务行业投资风险与策略分析

第一节 2018-2022年中国家居服务行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第二节 产品定位策略

一、市场细分策略

二、目标市场的选择

第三节 产品开发策略

一、销售模式分类

二、市场投资建议

第四节 品牌经营策略

一、不同品牌经营模式

二、如何切入开拓品牌

第五节 服务策略

第十五章 2018-2022年中国家居服务行业发展战略分析

第一节 家居服务行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 家居服务行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第十六章 2018-2022年中国家居服务行业投资建议

第一节 盈利模式建议

第二节 资金投入规模建议（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/346759346759.html>