

2018-2024年中国全屋定制家居行业市场运营现状 调查与未来发展趋势预测报告

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《2018-2024年中国全屋定制家居行业市场运营现状调查与未来发展趋势预测报告》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/310128310128.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

国内龙头家居企业开启“品类+系列”的大家居战略 龙头企业开启全屋性大家居战略。随着国内龙头家居企业核心产品品牌效应显现，龙头企业开始向家具家品多品类的全屋大家居战略发展。索菲亚将公司理念定位为“懂空间 会生活”，推出 799 促销方案，并推出 19800 全屋定制套餐方案，巩固定制衣柜的行业龙头地位，并将产品类别从定制扩展至成品系列家具家品。宜华生活收购国际软体家具华达利丰富产品线；好莱客进军橱柜领域，并与宁波柯乐芙合资成立木门公司；顾家家居围绕核心产品沙发横向扩张，持续搭建功能、软床、布艺沙发的软体家居产品矩阵。欧派家居启动“大家居”战略规划，实施 C2M 高端全屋定制生态平台战略，构建以木门+护墙板+门窗+定制柜类+成品家具+软装+电器的定制生态闭环。图：索菲亚全屋定制

图：顾家家居产品矩阵 多品牌和多系列策略实现全面覆盖。消费需求会因年龄层次的不同以及收入水平的不同而呈现多样化，产品矩阵则需要包含从奢侈到性价比、从中年到年轻化、从中式到欧美式的多样化选择。欧派家居在欧派橱柜品牌下拓展子品牌欧铂丽，专注布局年轻终端市场；2014 年顾家家居推出“米檬”品牌，清新自然的时尚风格定位于 80、90 后客户群；曲美家居成立以来为用户提供了维格尚品、波光生活、北阳光、古诺凡希、自在空间、如是中国家、万物等七大成品系列和 B8 定制系列等原创家具设计作品。

图：曲美家居产品系列 渠道由传统的家居建材城向直营品牌店和 O2O 延伸

渠道端来看，历史国内单品类家居品牌效应不足，流通主要依托家居大卖场。随着消费模式的升级和转变，以及部分家居品牌实力的提升，龙头企业开始尝试直营大店的模式来强化品牌影响力，并充分利用互联网开拓“线上+线下”的引流式零售路径。

历史单品类品牌效应不足，流通主要依托家居大卖场和经销商模式

从行业发展来看，规模的扩张带动家居的流通过程经历了从早期“前店后厂”的摊位制家居建材批发市场发展到大型家居卖场及经销加盟商模式。早期家居企业受规模和资金限制，需要缩短生产和资金回笼之间的周期，因此主要通过“前店后厂”的建材家居批发市场进行零售，利用批发市场集散消费者的特点，将产品在市场上快速铺开，迅速实现资金回笼。但随着家居企业区域性扩张步伐的开启，更契合企业跨区域市场开拓需求的连锁家居商场和经销商模式开始发展起来。

红星美凯龙的连锁家居商场模式。红星美凯龙为家居流通渠道发展过程中出现的代表性渠道模式，从公司数据显示，2015 年红星美凯龙平台实现的销售收入约占床垫品牌喜临门、厨房家具品牌志邦橱柜等多家品牌厂商总销售的 20%。红星美凯龙的连锁家居商场模式主要通过将摊位出租给档次较高的品牌厂商，通过品类集聚为进驻商场的家居品牌吸引客流，并且为租户品牌提供仓储和物流服务；但商场内部往往会设置明确的产品和功能分区。

经销商加盟模式。分区域选定和培养经销/加盟商体系，企业将产品卖给经销商，并由经销商通过终端加价后进行销售。这种销售模式下，企业能够利用经销商的分销、配送优势、实现产品的快速销售和市场覆盖，大部分情况下，企业无需

承担产品流通中产生的销售费用，并且能够实现快速的资金回笼。

龙头企业尝试直营大店模式提升品牌影响力 更进一步，企业区域扩张深化的过程中，家居品牌间的竞争也持续加剧，单纯的渠道扩张已经无法更为有效地帮助企业快速提升市场份额；而直营大店能够通过场景式营销提升产品的认知度，并通过空间和生活等概念的赋能来提升家居品牌的内在价值。目前国内已有多家家企逐渐开始直营大店尝试，其中包括曲美家居“你+生活馆”、宜华生活“新零售体验中心”、尚品宅配直营旗舰店、欧派家居的全屋定制 Mall 等等。

曲美家居“你+生活馆”+“居+生活馆”提升客单价 曲美家居于 2016 年 8 月在北京三元桥开设了第一家“你+生活馆”，面积 1400 多平米，打造“空间由你而定”理念。随后，公司先后在沈阳、西安、常州、重庆、成都、长沙和湘潭等城市落地“你+生活馆”。“你+生活馆”涵盖公司八大系列产品、家居饰品，以家装户型为样板，搭配软装和生活饰品；同时还设有咖啡馆、VR 体验区和休闲阅读空间。“你+生活馆”的场景式消费有效提升了渠道客单价，调研信息显示，三元桥生活馆平均客单价 3~4 万，全国平均为 2 万多；从单店销售额来看，三元桥生活馆单月销售约 350~400 万，而普通经销商门店销售额约为 200 多万。

据调研信息，截至 2017 年三季度，公司已经开设 45 家“你+生活馆”，预计 2017 年全年开设 70 家左右，2018 年将保持今年的开店数量。为全面覆盖四五线城市需求，公司推出“居+生活馆”（面积在 1000-2000 平米），截至 2017 年三季度，公司已经开设 4 家“居+生活馆”，预计全年开店数量在 20 家左右，后续每年将新增 100 家门店以完成四五线城市的渠道下沉。

表：曲美家居“你+生活馆”和“居+生活馆”门店数量及客单价情况

尚品宅配：直营店为主，核心城市仍将加密布局

跟同行业定制家居公司相比，尚品宅配主要以直营店为主，2017H1 直营店收入 9.8 亿（占比 45.6%），加盟店收入 10.6 亿（占比 49.5%）。截止 2017 年 6 月底，尚品宅配共有直营店 79 家，加盟店 1281 家，加盟店较 2016 年底增加 200 家，预计 2017 年全年净增加 300+ 家。2017 年上半年，公司 79 家直营店（相比 2016 年底净增加 3 家）实现营业收入 9.8 亿元，同比增长近 27.0%，单店收入 1237 万元。我们预计，公司仍将针对核心一线城市加密直营店布局，以上海为例，覆盖率至少将提升到 20 家 SM 店。

表：尚品宅配直营店和加盟店数量 “线上+线下” 开拓引流式零售 大型家居综合性 O2O 购物平台拓展家居网购营销。美乐乐是国内大型家居综合性 O2O 模式购物平台，汇聚品牌家具、建材、家居家饰，全国近 300 家实体店。具体服务内容涵盖从“在线选款、到店体验”到物流、送货、安装的一站式服务。美乐乐家居网线上销售的家居品牌由美乐乐自主品牌、国内知名第三方品牌及进口品牌组成。目前美乐乐平台上有数百个第三方家居品牌入驻，其中包括大量国内知名家居品牌，如宜华木业、华谊家具、顾家家居、曲美家具、喜临门、斯可馨、利豪、大自然家居、酷漫居、喜梦宝、梦百合 MLILY、罗莱家纺、韩丽家居、欧普照明、TATA 木门等。美乐乐通过搜索引擎、社交平台、移动互联网建立流量入口，将潜在家居网络消费者吸引到站内，进而邀约消费者到旗下实体店进行体验购物。

兔宝宝收购多赢网络，开启 O2O 营销模式。多赢网络主要业务是提供并协助传统品牌企业（商家）转型电商及向传统品牌企业提供产品线上营销推广的电子商务全网营销服务，所覆盖的第三方电子商务平台包括淘宝、天猫、京东、唯品会等全网电商平台。通过收购多赢网络，兔宝宝将全面打通线上导流交易、线下体验配送的 O2O 模式，并相应建立线上销售及线下体验的服务体系。用户既可以通过第三方平台下单，也可以直接通过公司的兔宝宝独立商城下单。所有的线上用户需求、资料等信息数据将统一归集到兔宝宝一体化信息平台。

尚品宅配线上 O2O 良性发展，引流效果显著。新居网为尚品宅配官方销售网站，主要为消费者提供在线咨询、预约量尺、与设计师互动并享受免费产品方案设计。新居网引流平台将线上客户引流给就近门店实现销售，一旦实现销售，公司将对加盟店收取导流服务。据公司财报信息，2017 年上半年 O2O 引流服务费收入 4315 万元，同比增长 60.2%；2016 年公司由 O2O 引流的终端交易额为 22 亿元，其中直营交易额 14 亿元左右，加盟商交易额 8 亿元左右。

图：兔宝宝 O2O 服务模式

图：尚品宅配“设计+产品+渠道”业务模式图

观研天下发布的《2018-2024年中国全屋定制家居行业市场运营现状调查与未来发展趋势预测报告》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。

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。

【报告目录】

第一章 全屋定制家居行业发展概述

第一节 全屋定制家居定义及分类

一、全屋定制家居行业的定义

二、全屋定制家居行业的种类

三、全屋定制家居行业的特性

第二节 全屋定制家居产业链分析

- 一、全屋定制家居行业经济特性
- 二、全屋定制家居主要细分行业
- 三、全屋定制家居产业链结构分析
- 第三节 全屋定制家居行业地位分析
- 一、全屋定制家居行业对经济增长的影响
- 二、全屋定制家居行业对人民生活的影响
- 三、全屋定制家居行业关联度情况

第二章 2016-2017年国际全屋定制家居行业现状及预测分析

第一节 国际全屋定制家居发展现状分析

- 一、国际全屋定制家居行业现状分析
- 二、国际全屋定制家居产业分布情况
- 三、国际全屋定制家居产能及产量分析
- 四、国际全屋定制家居市场价格监测分析
- 五、国际全屋定制家居市场份额及销售分析
- 六、国际全屋定制家居市场竞争状况分析
- 七、国际全屋定制家居行业趋势预测及预测分析

第二节 国际全屋定制家居重点区域研究分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧洲

第三节 外资企业入华市场发展状况分析

- 一、外资企业入华市场的策略分析
- 二、外资企业全屋定制家居入华市场发展现状分析
- 三、外资企业全屋定制家居中国市场最新动态分析
- 四、外资企业入华市场带来的利弊分析

第三章 2016-2017年中国全屋定制家居行业发展环境分析

第一节 2016-2017年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 中国全屋定制家居行业政策环境分析

第三节 中国全屋定制家居行业技术环境分析

第四节 中国全屋定制家居市场发展环境分析

第四章 2016-2017年中国全屋定制家居行业发展现状分析

第一节 中国全屋定制家居行业发展现状分析

一、中国全屋定制家居行业现状分析

二、中国全屋定制家居产业分布情况

三、中国全屋定制家居市场发展现状分析

四、中国全屋定制家居行业发展模式分析

五、中国全屋定制家居行业趋势预测及预测分析

第二节 中国全屋定制家居行业技术发展分析

一、中国全屋定制家居行业技术现状分析

二、中国全屋定制家居技术研究方向及前景分析

第三节 中国全屋定制家居行业发展优势及存在的问题分析

一、中国全屋定制家居发展优势分析

二、中国全屋定制家居行业发展存在的问题分析

第五章 2016-2017年中国全屋定制家居市场运行现状分析

第一节 中国全屋定制家居市场运行现状分析

一、中国全屋定制家居市场规模分析

二、中国全屋定制家居区域市场占比分析

三、中国全屋定制家居市场价格走势分析

四、中国全屋定制家居市场销量及增速分析

五、中国全屋定制家居市场战略及趋势分析

第二节 中国全屋定制家居市场容量情况分析

一、中国全屋定制家居市场容量分析

二、中国全屋定制家居市场容量预测分析

第四节 中国全屋定制家居行业进出口现状分析

一、中国全屋定制家居出口情况分析

二、中国全屋定制家居进口情况分析

三、中国全屋定制家居进出口分布情况分析

第六章 2016-2017年中国全屋定制家居主要细分产品运行分析

第一节 定制橱柜市场运行分析

一、定制橱柜应用领域分析

二、定制橱柜市场规模分析

三、定制橱柜市场份额分析

四、定制橱柜市场前景及预测分析

第二节 定制衣柜市场运行分析

一、定制衣柜应用领域分析

二、定制衣柜市场规模分析

三、定制衣柜市场份额分析

四、定制衣柜市场前景及预测分析

第三节 书柜市场运行分析

一、书柜应用领域分析

二、书柜市场规模分析

三、书柜市场份额分析

四、书柜市场前景及预测分析

第四节 酒柜市场运行分析

一、酒柜应用领域分析

二、酒柜市场规模分析

三、酒柜市场份额分析

四、酒柜市场前景及预测分析

第五节 鞋柜市场运行分析

一、鞋柜应用领域分析

二、鞋柜市场规模分析

三、鞋柜市场份额分析

四、鞋柜市场前景及预测分析

第六节 电视柜市场运行分析

一、电视柜应用领域分析

二、电视柜市场规模分析

三、电视柜市场份额分析

四、电视柜市场前景及预测分析

第七节 沙发市场运行分析

一、沙发应用领域分析

二、沙发市场规模分析

三、沙发市场份额分析

四、沙发市场前景及预测分析

第八节 木床市场运行分析

- 一、木床应用领域分析
- 二、木床市场规模分析
- 三、木床市场份额分析
- 四、木床市场前景及预测分析

第九节 床垫市场运行分析

- 一、床垫应用领域分析
- 二、床垫市场规模分析
- 三、床垫市场份额分析
- 四、床垫市场前景及预测分析

第七章 2016-2017年中国全屋定制家居区域运行情况分析

第一节 全屋定制家居“东北地区”分析

- 一、东北区域全屋定制家居规模现状分析
- 二、东北区域全屋定制家居占比情况分析
- 三、东北地区全屋定制家居趋势分析分析

第二节 全屋定制家居“华北地区”销售分析

- 一、华北区域全屋定制家居规模现状分析
- 二、华北区域全屋定制家居占比情况分析
- 三、华北地区全屋定制家居趋势分析分析

第三节 全屋定制家居“中南地区”销售分析

- 一、中南区域全屋定制家居规模现状分析
- 二、中南区域全屋定制家居占比情况分析
- 三、中南地区全屋定制家居趋势分析分析

第四节 全屋定制家居“华东地区”销售分析

- 一、华东区域全屋定制家居规模现状分析
- 二、华东区域全屋定制家居占比情况分析
- 三、华东地区全屋定制家居趋势分析分析

第五节 全屋定制家居“西北地区”销售分析

- 一、西北区域全屋定制家居规模现状分析
- 二、西北区域全屋定制家居占比情况分析
- 三、西北地区全屋定制家居趋势分析分析

第六节 全屋定制家居“西南地区”销售分析

- 一、西南区域全屋定制家居规模现状分析
- 二、西南区域全屋定制家居占比情况分析
- 三、西南地区全屋定制家居趋势分析分析

第八章 2016-2017年中国全屋定制家居产业链行业市场现状情况分析

第一节 中国全屋定制家居产业链结构分析

第二节 中国全屋定制家居上游原材料运行现状分析

- 一、中国全屋定制家居上游行业发展现状分析
- 二、中国全屋定制家居上游供应能力及价格分析
- 三、中国全屋定制家居上游供应能力趋势分析分析

第三节 中国全屋定制家居供应情况分析

- 一、中国全屋定制家居供应能力现状分析
- 二、中国全屋定制家居供应能力预测分析

第四节 中国全屋定制家居下游需求情况分析

- 一、中国全屋定制家居下游市场需求现状分析
- 二、中国全屋定制家居下游市场需求趋势分析分析

第九章 2016-2017年中国全屋定制家居产能及产量分析

第一节 中国全屋定制家居产能情况分析

- 一、中国全屋定制家居产能现状分析
- 二、中国全屋定制家居产能趋势分析分析
- 三、中国全屋定制家居区域产能分布情况
- 四、中国全屋定制家居产能配置与产能利用率调查

第二节 中国全屋定制家居产量分析

- 一、中国全屋定制家居产量分析
- 二、中国全屋定制家居产量趋势分析分析

第十章 2016-2017年中国互联网+全屋定制家居营销策略分析

第一节 2016-2017中国全屋定制家居行业营销策略分析

- 一、中国全屋定制家居行业的互联网主要宣传优势
- 二、中国全屋定制家居企业互联网+营销的关键点分析
- 三、中国全屋定制家居行业互联网+营销战略研究分析

第二节 2016-2017中国互联网+全屋定制家居品牌营销思路分析

- 一、中国全屋定制家居品牌快速成长的策略探讨
- 二、全屋定制家居品牌有效营销需建立互联网营销模式
- 三、互联网+全屋定制家居品牌有效营销要注重服务的优势
- 四、互联网+全屋定制家居新品牌的市场培育路径分析

第十一章 2016-2017年中国全屋定制家居行业竞争格局的分析

第一节 中国全屋定制家居市场竞争情况分析

- 一、中国全屋定制家居行业竞争力分析
 - 二、外资全屋定制家居企业带来的竞争威胁
 - 三、中国全屋定制家居行业集中度分析
 - 四、中国全屋定制家居行业区域分布特点分析
- ### 第二节 中国全屋定制家居行业波特五力模型分析
- 一、中国全屋定制家居现有竞争者之间的竞争
 - 二、中国全屋定制家居供应商议价能力分析
 - 三、中国全屋定制家居购买者议价能力分析
 - 四、中国全屋定制家居行业潜在进入者分析
 - 五、中国全屋定制家居 替代品风险分析

第十二章 2017年中国全屋定制家居行业竞争对手分析

第一节 索菲亚家居股份有限公司

第二节 广州好莱客创意家居股份有限公司

第三节 欧派家居集团股份有限公司

第四节 广州尚品宅配家居股份有限公司

第五节 博洛尼家居用品（北京）股份有限公司

第六节 志邦橱柜股份有限公司

第七节 厦门金牌厨柜股份有限公司

第八节 广东顶固集创家居股份有限公司

第九节 佛山唐明汉家居实业有限公司

第十节 略

第十三章 2018-2024年中国全屋定制家居行业前景调研及趋势预测分析

第一节 中国全屋定制家居市场行业前景调研及风险分析

- 一、中国全屋定制家居市场投资机会及潜力分析
- 二、中国全屋定制家居市场投资前景及防范研究
- 三、中国全屋定制家居制造行业市场投资建议

第二节 中国全屋定制家居市场行业前景调研及风险分析

- 一、中国全屋定制家居“十三五”发展趋势预测分析
- 二、中国全屋定制家居行业盈利能力预测分析
- 三、中国全屋定制家居行业进出口趋势分析分析

图表目录

图表 全屋定制家居行业生命周期

图表 全屋定制家居行业产业链结构

图表 2016-2017年全球全屋定制家居行业市场规模

图表 2016-2017年中国全屋定制家居行业市场规模

图表 2016-2017年全屋定制家居行业重要数据指标比较

图表 2016-2017年中国全屋定制家居市场占全球份额比较

图表 2016-2017年全屋定制家居行业销售收入

图表 2016-2017年全屋定制家居行业利润总额

图表 2016-2017年全屋定制家居行业资产总计

图表 2016-2017年全屋定制家居行业负债总计

图表 2016-2017年全屋定制家居行业竞争力分析

图表 2016-2017年全屋定制家居行业主营业务收

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/310128310128.html>