

2021年中国家装行业分析报告- 市场现状调查与前景评估预测

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《2021年中国家装行业分析报告-市场现状调查与前景评估预测》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/fangwuzhuangshi/535517535517.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

家装，是家庭住宅装修装饰的简称。狭义上，家装是指室内装饰，是从美化的角度来考虑的，使室内的空间更美观；广义上，家装还包括室内空间的装修。现流行的家装风格可分为八大类：现代前卫风格、现代简约风格、雅致主义风格、现代中式风格、新古典风格、欧式古典风格、美式乡村主义以及地中海风格。

现流行家装风格分类

资料来源：公开资料整理

我国家装行业起步较晚，始于20世纪90年代初期，但发展却是非常快速的，我国家装行业大致经历了四大阶段，随着网络时代的到来，互联网家装兴起，我国家装行业不断进行转型升级。

我国家装行业发展历程

资料来源：公开资料整理

随着房地产市场逐步进入成熟期以及新一轮消费升级的到来，近年来我国家装行业保持稳健发展，2020年叠加疫情影响，我国家装行业总产值在五年内首度下滑，达2万亿元，同比下降10.7%，但整体仍维持高位。

2015-2020年我国家装行业总产值

数据来源：中国建筑装饰协会

其中，得益于网络时代的到来，近年来我国互联网家装行业兴起，发展迅速，逐渐成为家装行业增长的新动力。数据显示，截至2019年我国互联网家装行业市场规模增为3861.7亿元，同比增长12.2%，渗透率已达16.9%；预计2020年市场规模有望达4216.6亿元，同比增长9.2%，渗透率也将提升至19.2%。

2016-2020年我国互联网家装行业市场规模变化

数据来源：公开资料整理

2016-2020年我国互联网家装渗透率变化

数据来源：公开资料整理

而在行业保持稳定增长下，我国家装行业进入者也不断增多，按行业主要参与者划分，目前我国家装行业相关企业主要可分为四大类：装修队、传统家装企业、互联网家装企业、整体家装服务商。

我国家装行业相关企业类型

特点/模式

装修队

传统家装企业

互联网家装企业

整体家装服务商

服务内容

提供基础施工

提供简单设计、基础施工，主材定制及软装搭配较少

以基础装修工程为主，附加值较低，缺乏全产业链盈利的能力

提供方案设计、专业施工、材料定制、软装搭配及精装后家居选购的无界服务方案

服务布局

无固定店面

门店数量有限、规模较小

主要依托互联网进行线上布局，部分开设线下店面。

以线下精选店面体验式服务为基础，以线上多渠道推广为辅助的创新服务布局；

线下店面设置样板间和建材馆，对设计风格、配套建材进行展示，并配备专业导购；线上平台借助智能化、便捷化、科学

化的云系统，提供高效、便捷服务

项目管理

现场施工缺乏系统性监管

以施工现场管理为主，信息化管理能力有限

主要依靠合作的装修公司进行管理

搭建贯穿项目关键节点的智能管理系统，客户、供应商、施工及管理人员登录系统即可实时监控

售后服务

通常无法提供售后服务

企业规模较小，可能存在售后拖沓的情形

多数企业没有专门的家装业务售后服务团队，主要依靠合作的装修公司进行售后维修

提供售前、售中、售后的无界服务，客户报修便捷，响应及时

潜在风险

客源不稳定

以基础装修工程为主，附加值较低，缺乏全产业链盈利的能力

广告投入较大，客户转化率较低；口碑依赖于合作的装修公司和建材商的服务能力

对综合配套能力、研发创新能力要求较高，边际扩张的资本投入需求大资料来源：公开资料整理

目前我国家装行业市场竞争较为激烈，行业相关代表企业有上海齐家网信息科技股份有限公司、深圳市彬讯科技有限公司、爱空间科技(北京)有限公司等。

我国家装行业相关代表企业

企业名称

品牌

简介

上海齐家网信息科技股份有限公司

齐家网

深度打造融合线上线下的家装新模式，专注于装修、建材、家居垂直领域的电子商务平台，建材家居一站式解决方案服务提供商

深圳市彬讯科技有限公司

土巴兔

国内知名互联网家装平台，为用户提供供应商匹配、先装修后支付、装修分期、装修质检及家居电商等一站式服务

爱空间科技(北京)有限公司

爱空间lkongjian

知名标准化互联网家装品牌，专注于通过互联网+思维实现家装行业的标准化/产业化，集线上交易/全程监控和线下体验为一体的新型家装企业

苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

金螳螂·家

金螳螂旗下家装品牌，以家为核心的深度垂直服务闭环一站式家居服务平台，从事设计/装修/家具/软装/家电/智能/舒适系统等领域

青岛有住信息技术有限公司

有住

青岛有住信息技术有限公司，国内知名垂直型互联网装修平台，专业从事互联网装修产品研发的一站式互联网在线装修平台

爱蜂巢(苏州)电子商务有限公司

家装e站

创建于2010年，标准家装服务的互联网品牌，标准设计/标准主材/标准施工的线上购物与线下家装服务交易平台

北京一起网科技股份有限公司

一起装修17house

专注于整体家装服务和建材家具团购服务，集建材/家装/家具垂直领域为一体的一站式装修服务平台，颇具实力的装修家居行业大型服务网站

杭州群核信息技术有限公司

酷家乐

国内知名的室内装修效果图在线设计平台，以分布式并行计算和多媒体数据挖掘为技术核心，推出的智能VR室内设计平台

万科链家(北京)装饰有限公司

万链Vanlian

由于2015年万科、链家合力打造，致力于解决家庭装修烦恼，提供家装解决方案

广东橙家科技有限公司

橙家OHOME

国内新兴互联网家装品牌，碧桂园核心联盟企业，专业提供高品质环保美学整体家装服务的一站式装修企业资料来源：公开资料整理

综上所述，我国家装行业整体保持向好发展趋势，市场竞争较为激烈，行业集中度较低，呈现出“大行业,小企业”的特点。展望未来，随着房地产市场逐渐进入存量时代，我国家装行业发展将有所趋缓，企业经营模式将有所改变，网络家装成为行业发展重要方向。（sh z）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国家装行业分析报告-市场现状调查与前景评估预测》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。

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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国家装行业发展概述

第一节 家装行业发展情况概述

- 一、家装行业相关定义
- 二、家装行业基本情况介绍
- 三、家装行业发展特点分析
- 四、家装行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、家装行业需求主体分析

第二节 中国家装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家装行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国家装行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国家装行业生命周期分析

- 一、家装行业生命周期理论概述
- 二、家装行业所属的生命周期分析

第四节 家装行业经济指标分析

- 一、家装行业的赢利性分析
- 二、家装行业的经济周期分析
- 三、家装行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家装行业进入壁垒分析

- 一、家装行业资金壁垒分析
- 二、家装行业技术壁垒分析
- 三、家装行业人才壁垒分析
- 四、家装行业品牌壁垒分析
- 五、家装行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球家装行业市场发展现状分析

第一节 全球家装行业发展历程回顾

第二节 全球家装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家装行业地区市场分析

一、亚洲家装行业市场现状分析

二、亚洲家装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲家装行业市场前景分析

第四节 北美家装行业地区市场分析

一、北美家装行业市场现状分析

二、北美家装行业市场规模与市场需求分析

三、北美家装行业市场前景分析

第五节 欧洲家装行业地区市场分析

一、欧洲家装行业市场现状分析

二、欧洲家装行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲家装行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界家装行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球家装行业市场规模预测

第三章 中国家装产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品家装总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国家装行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国家装产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国家装行业运行情况

第一节 中国家装行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国家装行业市场规模分析

第三节 中国家装行业供应情况分析

第四节 中国家装行业需求情况分析

第五节 我国家装行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国家装行业供需平衡分析

第七节 中国家装行业发展趋势分析

第五章 中国家装所属行业运行数据监测

第一节 中国家装所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国家装所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国家装所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国家装市场格局分析

第一节 中国家装行业竞争现状分析

一、中国家装行业竞争情况分析

二、中国家装行业主要品牌分析

第二节 中国家装行业集中度分析

一、中国家装行业市场集中度影响因素分析

二、中国家装行业市场集中度分析

第三节 中国家装行业存在的问题

第四节 中国家装行业解决问题的策略分析

第五节 中国家装行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国家装行业需求特点与动态分析

第一节 中国家装行业消费市场动态情况

第二节 中国家装行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 家装行业成本结构分析

第四节 家装行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国家装行业价格现状分析

第六节 中国家装行业平均价格走势预测

一、中国家装行业价格影响因素

二、中国家装行业平均价格走势预测

三、中国家装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国家装行业区域市场现状分析

第一节 中国家装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家装市场规模分析

四、华东地区家装市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家装市场规模分析

四、华中地区家装市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家装市场规模分析

四、华南地区家装市场规模预测

第九章 2017-2020年中国家装行业竞争情况

第一节 中国家装行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国家装行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国家装行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家装行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国家装行业发展前景分析与预测

第一节 中国家装行业未来发展前景分析

一、家装行业国内投资环境分析

二、中国家装行业市场机会分析

三、中国家装行业投资增速预测

第二节 中国家装行业未来发展趋势预测

第三节 中国家装行业市场发展预测

- 一、中国家装行业市场规模预测
- 二、中国家装行业市场规模增速预测
- 三、中国家装行业产值规模预测
- 四、中国家装行业产值增速预测
- 五、中国家装行业供需情况预测

第四节 中国家装行业盈利走势预测

- 一、中国家装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国家装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家装行业投资风险与营销分析

第一节 家装行业投资风险分析

- 一、家装行业政策风险分析
- 二、家装行业技术风险分析
- 三、家装行业竞争风险分析
- 四、家装行业其他风险分析

第二节 家装行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国家装行业发展战略及规划建议

第一节 中国家装行业品牌战略分析

- 一、家装企业品牌的重要性
- 二、家装企业实施品牌战略的意义
- 三、家装企业品牌的现状分析
- 四、家装企业的品牌战略
- 五、家装品牌战略管理的策略

第二节 中国家装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

第三节 中国家装行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 家装行业竞争力提升策略

一、家装行业产品差异性策略

二、家装行业个性化服务策略

三、家装行业的促销宣传策略

四、家装行业信息智能化策略

五、家装行业品牌化建设策略

六、家装行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国家装行业发展策略及投资建议

第一节 中国家装行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国家装行业营销渠道策略

一、家装行业渠道选择策略

二、家装行业营销策略

第三节 中国家装行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家装行业重点投资区域分析

二、中国家装行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/535517535517.html>