

2018年我国互联网家装行业析报告- 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年我国互联网家装行业析报告-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/fangwuzhuangshi/369862369862.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

我国互联网家装行业集中在2014年爆发，行业公司获得多项融资并迅速增长。截止2017年我国互联网家装行业收入增长到1267亿元，其渗透率为5.5%，预计在2021年渗透率增长到38.1%。现阶段互联网家装行业市场格局呈现寡头垄断的局面。平台类、垂直类和特性类为目前互联网家装的主要构成。

（一）互联网家装市场自2014年集中爆发，渗透率不断提升

2008年家装行业开始接触互联网，2008-2014年行业仍然以线下实体服务为主，到2014年互联网家装才开始集中爆发。2012-2017年互联网家装行业不断增长，数据显示到2017年我国互联网室内设计及建筑服务行业收入增长到1267亿元，CAGR达到8.7%；2017年互联网家装渗透率5.5%。主要是因为2014年之后，互联网家装概念火爆，许多的联网家装平台获得融资并增长，由此家装行业受到线上流量支持得到快速增长。到2020年，预计我国互联网家装渗透率将达38.1%。

我国室内设计及建筑服务行业市场规模及同比

数据来源：公开数据整理

我国网上室内设计及建筑服务行业市场规模及同比

数据来源：公开数据整理

（二）互联网家装集中度高，呈现寡头格局

根据资料显示，我国互联网家装行业集中度比极高，CR5达到62.1%，其中行业第一齐家网市占率达到了25.7%，行业呈现寡头垄断局面。由于发展早期抢占流量入口，聚集流量之后形成品牌效应，互联网家装公司龙头逐渐巩固市场地位。

互联网家装公司市占率

数据来源：公开数据整理

（三）平台类、垂直类、特性类三类并存，赋能类新兴

互联网家装大致可以分为平台类、垂直类、特性类三类。其中平台类互联网家装企业是以土巴兔、齐家1.0、天猫家装为代表，垂直类互联网家装企业主要包括齐家2.0、我爱我家、有住，家装设计软件厂商有酷家乐、爱福窝。

平台类互联网家装企业是不直接参与线下装修过程，一般聚集有大量供应商资源。比如土巴兔作为第三方平台，在装修公司方面给其提供流量入口，消费者方面提供资金托管、专业质检与工程管理等服务。消费者按照需求选择合适的装修公司在平台后，装修公司直接

与消费者联系，具体流程与传统实大体一致。但是大多数的平台类的互联网家装企业对于家装公司掌控能力比较弱。

互联网家装公司主要分类

资料来源：互联网

垂直类互联网家装企业直接负责线下装修过程，其一般对产品的掌控力较强。比如垂直类互联网家装企业我爱我家，与平台合作的品牌丰富，包括卫浴、地板、家具等，还在平台上推出入住套餐、硬装全包套餐等服务。

特性类互联网家装公司主要是提供满足某一特性的家装支持。比如家装设计软件厂商以“所想即所见”为基准，为个人和企业提供的装修设计公司。与此同时，传统家装公司通过线上渠道引流到线下门店与开设相应的电商品牌来做到大范围复制家装获取流量开始拓线上业务。

现阶段随着互联网家装的发展，赋能类成为新兴形式。比如土巴兔千亿万家计划、尚品宅配整装云。其平台使用了S2B2C的新模式，为中小型家装企业提供充足的后台支持，通过信息化系统控制，让中小型家装企业精力主要集中在设计和施工两方面。（ww）

观研天下发布的《2018年我国互联网家装行业析报告-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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国互联网家装行业发展概述

第一节 互联网家装行业发展情况概述

一、互联网家装行业相关定义

二、互联网家装行业基本情况介绍

三、互联网家装行业发展特点分析

第二节 中国互联网家装行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、互联网家装行业产业链条分析

三、中国互联网家装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国互联网家装行业生命周期分析

一、互联网家装行业生命周期理论概述

二、互联网家装行业所属的生命周期分析

第四节 互联网家装行业经济指标分析

一、互联网家装行业的赢利性分析

二、互联网家装行业的经济周期分析

三、互联网家装行业附加值的提升空间分析

第五节 国内互联网家装行业进入壁垒分析

一、互联网家装行业资金壁垒分析

二、互联网家装行业技术壁垒分析

三、互联网家装行业人才壁垒分析

四、互联网家装行业品牌壁垒分析

五、互联网家装行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网家装行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网家装行业发展历程回顾

第二节 全球互联网家装行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网家装行业地区市场分析

- 一、亚洲互联网家装行业市场现状分析
- 二、亚洲互联网家装行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲互联网家装行业市场前景分析
- 第四节 北美互联网家装行业地区市场分析
 - 一、北美互联网家装行业市场现状分析
 - 二、北美互联网家装行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美互联网家装行业市场前景分析
- 第五节 欧盟互联网家装行业地区市场分析
 - 一、欧盟互联网家装行业市场现状分析
 - 二、欧盟互联网家装行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟互联网家装行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界互联网家装行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球互联网家装行业市场规模预测

第三章 中国互联网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、全社会消费品互联网家装总额
- 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 中国互联网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 中国互联网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 中国互联网家装行业运行情况

第一节 中国互联网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 中国互联网家装行业市场规模分析

第三节 中国互联网家装行业供应情况分析

第四节 中国互联网家装行业需求情况分析

第五节 中国互联网家装行业供需平衡分析

第六节 中国互联网家装行业发展趋势分析

第五章 中国互联网家装所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网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 中国互联网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 中国互联网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 2016-2018年中国互联网家装市场格局分析

第一节 中国互联网家装行业竞争现状分析

一、中国互联网家装行业竞争情况分析

二、中国互联网家装行业主要品牌分析

第二节 中国互联网家装行业集中度分析

一、中国互联网家装行业市场集中度分析

二、中国互联网家装行业企业集中度分析

第三节 中国互联网家装行业存在的问题

第四节 中国互联网家装行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网家装行业竞争力分析

- 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 2016-2018年中国互联网家装行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网家装行业消费特点

第二节 中国互联网家装行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 互联网家装行业成本分析

第四节 互联网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 中国互联网家装行业价格现状分析

第六节 中国互联网家装行业平均价格走势预测

- 一、中国互联网家装行业价格影响因素
- 二、中国互联网家装行业平均价格走势预测
- 三、中国互联网家装行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网家装行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网家装行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网家装市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区互联网家装市场规模分析
- 四、华东地区互联网家装市场规模预测

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、华中地区互联网家装市场规模分析

四、华中地区互联网家装市场规模预测

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、华南地区互联网家装市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网家装行业竞争情况

第一节 中国互联网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 中国互联网家装行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国互联网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 互联网家装行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国互联网家装行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网家装行业未来发展前景分析

- 一、互联网家装行业国内投资环境分析
- 二、中国互联网家装行业市场机会分析
- 三、中国互联网家装行业投资增速预测

第二节 中国互联网家装行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网家装行业市场发展预测

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

第四节 中国互联网家装行业盈利走势预测

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

第十二章 2018-2024年中国互联网家装行业投资风险与营销分析

第一节 互联网家装行业投资风险分析

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

第二节 互联网家装行业企业经营发展分析及建议

- 一、互联网家装行业经营模式
- 二、互联网家装行业销售模式
- 三、互联网家装行业创新方向

第三节 互联网家装行业应对策略

- 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 2018-2024年中国互联网家装行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网家装行业品牌战略分析

一、互联网家装企业品牌的重要性

二、互联网家装企业实施品牌战略的意义

三、互联网家装企业品牌的现状分析

四、互联网家装企业的品牌战略

五、互联网家装品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网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 中国互联网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

第十四章 2018-2024年中国互联网家装行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网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 中国互联网家装行业定价策略分析

第三节 中国互联网家装行业营销渠道策略

一、互联网家装行业渠道选择策略

二、互联网家装行业营销策略

第四节 中国互联网家装行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国互联网家装行业重点投资区域分析
- 二、中国互联网家装行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/369862369862.html>