

# 2017-2022年中国装修电商产业竞争格局及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国装修电商产业竞争格局及投资前景分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201707/541203.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

报告目录：

第一章装修电商行业发展综述1

1.1 装修电商行业定义及分类1

1.1.1 行业定义 1

1.1.2 行业主要产品分类 1

1.1.3 行业主要商业模式 1

1.2 装修电商行业特征分析 2

1.2.1 产业链分析 2

1.2.2 装修电商行业在国民经济中的地位 3

1.2.3 装修电商行业生命周期分析 3

(1) 行业生命周期理论基础 3

(2) 装修电商行业生命周期 4

1.3 最近3-5年中国装修电商行业经济指标分析 5

1.3.1 赢利性 5

1.3.2 成长速度 6

1.3.3 附加值的提升空间 6

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制 6

1.3.5 风险性 8

1.3.6 行业周期 8

1.3.7 竞争激烈程度指标 9

第二章装修电商行业运行环境分析 10

2.1 装修电商行业政治法律环境分析 10

2.1.1 行业管理体制分析 10

2.1.2 行业主要法律法规 10

2.1.3 行业相关发展规划 11

2.2 装修电商行业经济环境分析 11

2.2.1 国际宏观经济形势分析 11

2.2.2 国内宏观经济形势分析 17

2.2.3 产业宏观经济环境分析 20

2.3 装修电商行业社会环境分析 21

2.3.1 装修电商产业社会环境 21

2.3.2 社会环境对行业的影响 25

2.4 装修电商行业技术环境分析 25

2.4.1	装修电商技术分析	25
2.4.2	装修电商技术发展水平	26
2.4.3	行业主要技术发展趋势	28
	第三章我国装修电商行业运行分析	29
3.1	我国装修电商行业发展状况分析	29
3.1.1	我国装修电商行业发展阶段	29
3.1.2	我国装修电商行业发展总体概况	29
3.1.3	我国装修电商行业发展特点分析	30
3.2	2016-2017年装修电商行业发展现状	31
3.2.1	2016-2017年我国装修电商行业市场规模	31
3.2.2	2016-2017年我国装修电商行业发展分析	32
3.2.3	2016-2017年中国装修电商企业发展分析	32
3.3	区域市场分析	33
	第四章我国装修电商行业整体运行指标分析	34
4.1	2016-2017年中国装修电商行业总体规模分析	34
4.1.1	企业数量结构分析	34
4.1.2	人员规模状况分析	35
4.1.3	行业资产规模分析	36
4.1.4	行业市场规模分析	37
4.2	2016-2017年中国装修电商行业产销情况分析	38
4.2.1	我国装修电商行业工业总产值	38
4.2.2	我国装修电商行业工业销售产值	39
4.2.3	我国装修电商行业产销率	40
4.3	2016-2017年中国装修电商行业财务指标总体分析	41
4.3.1	行业盈利能力分析	41
4.3.2	行业偿债能力分析	41
4.3.3	行业营运能力分析	42
4.3.4	行业发展能力分析	43
	第五章我国装修电商行业供需形势分析	44
5.1	装修电商行业供给分析	44
5.1.1	2016-2017年装修电商行业供给分析	44
5.1.2	2017-2022年装修电商行业供给变化趋势	45
5.1.3	装修电商行业区域供给分析	46
5.2	2016-2017年我国装修电商行业需求情况	46
5.2.1	装修电商行业需求市场	46

- 5.2.2 装修电商行业客户结构 47
- 5.2.3 装修电商行业需求的地区差异 47
- 5.3 装修电商市场应用及需求预测47
  - 5.3.1 装修电商应用市场总体需求分析 47
  - 5.3.2 2017-2022年装修电商行业领域需求量预测48
- 第六章装修电商行业产业结构分析 49
  - 6.1 装修电商产业结构分析 49
    - 6.1.1 市场细分充分程度分析 49
    - 6.1.2 各细分市场领先企业排名 49
    - 6.1.3 领先企业的结构分析（所有制结构） 50
  - 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析50
    - 6.2.1 产业价值链的构成 50
    - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析 51
  - 6.3 产业结构发展预测 51
    - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析 51
    - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素 51
    - 6.3.3 产业结构调整方向分析 52
- 第七章我国装修电商行业产业链分析 54
  - 7.1 装修电商行业产业链分析54
    - 7.1.1 产业链结构分析 54
    - 7.1.2 主要环节的增值空间 54
    - 7.1.3 与上下游行业之间的关联性 55
  - 7.2 装修电商上游行业分析 56
    - 7.2.1 装修电商产品成本构成 56
    - 7.2.2 2016-2017年上游行业发展现状 56
    - 7.2.3 2017-2022年上游行业发展趋势 57
  - 7.3 装修电商下游行业分析 59
    - 7.3.1 装修电商下游行业分布 59
    - 7.3.2 2016-2017年下游行业发展现状 60
    - 7.3.3 2017-2022年下游行业发展趋势 61
- 第八章我国装修电商行业渠道分析及策略 64
  - 8.1 装修电商行业渠道分析 64
    - 8.1.1 渠道形式及对比 64
    - 8.1.2 各类渠道对装修电商行业的影响 64
    - 8.1.3 主要装修电商企业渠道策略研究 64

- 8.1.4 各区域主要代理商情况 64
- 8.2 装修电商行业用户分析 66
  - 8.2.1 用户认知程度分析 66
  - 8.2.2 用户需求特点分析 67
  - 8.2.3 用户购买途径分析 67
- 第九章我国装修电商行业竞争形势及策略 68
  - 9.1 行业总体市场竞争状况分析 68
    - 9.1.1 装修电商行业竞争结构分析 68
      - (1) 现有企业间竞争68
      - (2) 潜在进入者分析69
      - (3) 替代品威胁分析69
      - (4) 供应商议价能力70
      - (5) 客户议价能力 70
    - 9.1.2 装修电商行业企业间竞争格局分析 70
    - 9.1.3 装修电商行业集中度分析 71
    - 9.1.4 装修电商行业SWOT分析 72
  - 9.2 中国装修电商行业竞争格局综述 73
    - 9.2.1 装修电商行业竞争概况 73
    - 9.2.2 中国装修电商行业竞争力分析 78
- 第十章装修电商行业领先企业经营形势分析79
  - 10.1 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司 79
    - 10.1.1 企业概况 79
    - 10.1.2 企业优势分析 80
    - 10.1.3 产品/服务特色81
    - 10.1.4 2016-2017年经营状况 82
    - 10.1.5 2017-2022年发展规划 84
  - 10.2 深圳广田装饰集团股份有限公司86
    - 10.2.1 企业概况 86
    - 10.2.2 企业优势分析 87
    - 10.2.3 产品/服务特色89
    - 10.2.4 2016-2017年经营状况 89
    - 10.2.5 2017-2022年发展规划 91
  - 10.3 深圳市洪涛装饰股份有限公司 91
    - 10.3.1 企业概况 91
    - 10.3.2 企业优势分析 92

10.3.3	产品/服务特色	94
10.3.4	2016-2017年经营状况	94
10.3.5	2017-2022年发展规划	97
10.4	齐家网	97
10.4.1	企业概况	97
10.4.2	企业优势分析	98
10.4.3	产品/服务特色	98
10.4.4	2016-2017年经营状况	99
10.4.5	2017-2022年发展规划	99
10.5	土巴兔	100
10.5.1	企业概况	100
10.5.2	企业优势分析	101
10.5.3	产品/服务特色	103
10.5.4	2016-2017年经营状况	104
10.5.5	2017-2022年发展规划	104
10.6	尚品宅配	105
10.6.1	企业概况	105
10.6.2	企业优势分析	105
10.6.3	产品/服务特色	105
10.6.4	2016-2017年经营情况分析	105
10.6.5	2017-2022年发展规划	106
10.7	美乐乐	106
10.7.1	企业概况	106
10.7.2	企业优势分析	106
10.7.3	产品/服务特色	107
10.7.4	2016-2017年经营情况分析	108
10.7.5	2017-2022年发展规划	108
10.8	林氏木业	108
10.8.1	企业介绍	108
10.8.2	企业优势分析	109
10.8.3	产品/服务介绍	109
10.8.4	2016-2017年经营情况	109
10.8.5	2017-2022年发展规划	110
第十一章	2017-2022年装修电商行业投资前景	111
11.1	2017-2022年装修电商市场发展前景	111

- 11.1.1 2017-2022年装修电商市场发展潜力111
- 11.1.2 2017-2022年装修电商市场发展前景展望111
- 11.2 2017-2022年装修电商市场发展趋势预测112
  - 11.2.1 2017-2022年装修电商行业发展趋势112
  - 11.2.2 2017-2022年装修电商市场规模预测113
  - 11.2.3 2017-2022年装修电商行业应用趋势预测113
  - 11.2.4 家装电商前景分析 114
  - 11.2.5 工装电商前景 115
- 11.3 影响企业生产与经营的关键趋势116
  - 11.3.1 市场整合成长趋势 116
  - 11.3.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测 116
  - 11.3.3 企业区域市场拓展的趋势 116
- 第十二章 2017-2022年装修电商行业投资机会与风险118
  - 12.1 装修电商行业投融资情况 118
    - 12.1.1 行业资金渠道分析 118
    - 12.1.2 固定资产投资分析 118
    - 12.1.3 兼并重组情况分析 120
  - 12.2 2017-2022年装修电商行业投资机会 121
    - 12.2.1 产业链投资机会 121
    - 12.2.2 细分市场投资机会 121
    - 12.2.3 重点区域投资机会 121
  - 12.3 2017-2022年装修电商行业投资风险及防范 121
    - 12.3.1 政策风险及防范 122
    - 12.3.2 技术风险及防范 123
    - 12.3.3 供求风险及防范 124
    - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范 125
    - 12.3.5 产品结构风险及防范 126
    - 12.3.6 其他风险及防范 127
- 第十三章装修电商行业投资战略研究 128
  - 13.1 装修电商行业发展战略研究128
    - 13.1.1 战略综合规划 128
    - 13.1.2 技术开发战略 128
    - 13.1.3 业务组合战略 132
    - 13.1.4 区域战略规划 134
    - 13.1.5 产业战略规划 142



13.1.6	营销品牌战略	143
13.1.7	竞争战略规划	144
13.2	对我国装修电商品牌的战略思考	145
13.2.1	装修电商品牌的重要性	145
13.2.2	装修电商实施品牌战略的意义	146
13.2.3	装修电商企业品牌的现状分析	147
13.2.4	我国装修电商企业的品牌战略	148
13.2.5	装修电商品牌战略管理的策略	151
13.3	装修电商经营策略分析	154
13.3.1	装修电商市场细分策略	154
13.3.2	装修电商市场创新策略	155
13.3.3	品牌定位与品类规划	155
13.3.4	装修电商新产品差异化战略	157
13.4	装修电商行业投资战略研究	158
13.4.1	2017-2022年装修电商行业投资战略	158
13.4.2	2017-2022年细分行业投资战略	159
第十四章研究结论及投资建议161 (ZY LH)		
14.1	装修电商行业研究结论	161
14.2	装修电商行业投资价值评估	161
14.3	装修电商行业投资建议	162
14.3.1	行业发展策略建议	162
14.3.2	行业投资方向建议	164
14.3.3	行业投资方式建议	164
图表目录：		
图表：我国装修电商产业链分析 2		
图表：行业生命周期曲线4		
图表：2013-2016年我国装修电商产值分析 6		
图表：我国装修电商行业渗透率 9		
图表：2015年七国集团GDP增长率 12		
图表：2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率 12		
图表：2015年全球及主要经济体制造业和服务业PMI 14		
图表：2016年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数14		
图表：2012-2016年国内生产总值及其增长速度 17		
图表：2014-2016年国内生产总值季度增速分析 18		
图表：2012-2016年中国人口及其自然增长率变化情况21		

- 图表：202-2016年学校招生人数分析 22
- 图表：2012-2016年研究与试验发展（R&D）经费支出 23
- 图表：各类商品进入网络销售时间29
- 图表：我国装修电商模式30
- 图表：2016-2017年我国装修电商市场规模 31
- 图表：2016年装修电商企业品牌市场认可度 32
- 图表：装修电商区域市场分布33
- 图表：2016-2017年我国装修电商企业数量 34
- 图表：2016-2017年我国装修电商从业人员 35
- 图表：2016-2017年我国装修电商行业资产规模 36
- 图表：2016-2017年我国装修电商市场规模 37
- 图表：2016-2017年我国装修电商行业工业总产值38
- 图表：2016-2017年我国装修电商行业工业销售产值 39
- 图表：我国装修电商行业产销率 40
- 图表：中国装修电商行业盈利能力分析41
- 图表：中国装修电商行业偿债能力分析41
- 图表：中国装修电商行业营运能力分析42
- 图表：中国装修电商行业发展能力分析43
- 图表：2016-2017年我国装修电商市场供给 44
- 图表：2017-2022年我国装修电商市场供给变化趋势 45
- 图表：装修电商行业区域供给分析46
- 图表：2017-2022年我国装修电商市场总体需求 48
- 图表：市场领先企业排名49
- 图表：装修电商企业所有制结构 50
- 图表：我国装修电商产业链分析 54
- 图表：装修电商成本结构56
- 图表：装饰行业分类60
- 图表：2016年各区域主要代理商情况64
- 图表：用户认知程度分析66
- 图表：用户需求特点分析67
- 图表：用户购买途径分析67
- 图表：住建部两个通知对中装协的职能规定77
- 图表：广田围绕大装饰格局做的努力 78
- 图表：2016年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司经营分析 82
- 图表：2015年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司经营分析 83

图表：2016-2017年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司成长能力分析83

图表：2016-2017年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司盈利能力分析83

图表：2016-2017年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司运营能力分析84

图表：2016-2017年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司财务能力分析84

图表：2016年深圳广田装饰集团股份有限公司经营分析89

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司经营分析90

图表：2016-2017年深圳广田装饰集团股份有限公司成长能力分析 90

图表：2016-2017年深圳广田装饰集团股份有限公司盈利能力分析 90

图表：2016-2017年深圳广田装饰集团股份有限公司运营能力分析 91

图表：2016-2017年深圳广田装饰集团股份有限公司偿债能力分析 91

图表：2016年深圳市洪涛装饰股份有限公司经营分析 95

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司经营分析 95

图表：2016-2017年深圳市洪涛装饰股份有限公司成长能力分析96

图表：2016-2017年深圳市洪涛装饰股份有限公司盈利能力分析96

图表：2016-2017年深圳市洪涛装饰股份有限公司运营能力分析96

图表：2016-2017年深圳市洪涛装饰股份有限公司偿债能力分析96

图表：上海齐家信息科技有限公司经营状况99

图表：土巴兔装修优势一览 102

图表：土巴兔可以为商家带来大量客户资源102

图表：土巴兔提供装修一体化服务103

图表：2017-2022年装修电商市场规模预测 108

图表：区域SWOT分析135

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201707/541203.html>