

# 2018-2024年中国家装分享 网市场研究与未来前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国家装分享网市场研究与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/E171616F2S.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章 家装分享网行业的发展困局

#### 1.1.1 产业链困局

- (1) 产业链冗长
- (2) 运行效率低下

#### 1.1.2 需求困局

- (1) 需求个性化程度高
- (2) 厂商规模小且分散

#### 1.1.3 盈利困局

- (1) 地产和基建投资下行
- (2) 家装行业盈利缩小

### 1.2 家装分享网的用户痛点分析

#### 1.2.1 装修前的痛点

- (1) 选择难度大、成本高
- (2) 中间环节多，价格虚高

#### 1.2.2 装修中的痛点

- (1) 现场监督消耗大
- (2) 随意增项超预算
- (3) 工期长、易延期

#### 1.2.3 装修后的痛点

- (1) 维权难度大
- (2) 维权成本高

### 1.3 家装分享网发展的利好环境

#### 1.3.1 政策环境

- (1) “互联网+”行动计划
- (2) 房地产新政的出台

#### 1.3.2 经济环境

- (1) 城镇化步伐加快
- (2) 电子商务迅猛发展

#### 1.3.3 社会环境

(1) 整体家居环境要求提高

(2) 80、90后群体居家置业

#### 1.3.4 技术环境

(1) 智能终端的普及

(2) 移动互联网发展

#### 1.4 家装分享网的核心竞争要素

##### 1.4.1 定位

##### 1.4.2 价格

##### 1.4.3 速度

##### 1.4.4 线下

(1) 设计实现

(2) 供应链管理

(3) 施工质量

(4) 流程监控

(5) 用户体验

(6) 金融及售后服务

## 第二章 家装分享网行业发展现状分析

### 2.1 家装分享网相关产业链

#### 2.1.1 售后服务

#### 2.1.2 家电

#### 2.1.3 物流

#### 2.1.4 定制家具+软装配套

#### 2.1.5 智能家居2.2 家装分享网行业发展阶段2.2.1 探索期2.2.2 市场启动期2.2.3 高速发展期2.2.4 应用成熟期2.3 家装分享网行业市场规模2.3.1 中国建材家居产业市场规模2.3.2 家庭住宅装修新增市场需求2.3.3 家装分享网市场规模预测2.4 家装分享网行业融资情况2.4.1 家装分享网市场融资金额分布2.4.2 家装分享网市场融资轮次分布2.4.3 家装分享网创业公司数量统计2.5 家装分享网行业面临的挑战2.5.1 产业链优质资源的争夺2.5.2 供应链管控和施工监理难题2.5.3 传统装修“半进化”的搅局2.5.4 硬装入口后的盈利模式挑战第三章 家装分享网行业商业模式分析3.1 平台式家装企业3.1.1 平台定位3.1.2 产品和服务3.1.3 盈利来源 (1) 广告收入 (2) 服务费和佣金收入 (3) 产品/服务的销售收入 3.1.4 典型厂商 (1) 齐家网 (2) 土巴兔 (3) 美乐乐 (4) 土拨鼠 3.1.5 核心竞争力 (1) 流量资源 (2) 线下拓展能力 (3) 施工方的管理能力 3.2 自营式家装企业3.2.1 平台定位3.2.2 产品和服务3.2.3 盈利来源 (1) 产品/服务的销售收入 (2) 其它收入 3.2.4 典型厂商 (1) 家装e站 (2) 爱空间 (3) 美家帮 3.2.5 核心竞争力 (1) 产品研发能力 (2) 产业链管理能力 (3) 服务能力3.3 家装门户网站3.3.1 平台定位3.3.2 产品和服务3.3.3 盈利来源 (1) 广告收入 (2) 电商销售收入 (3) 服务收入 3.3.4 典型厂商 (1) 房天下 (2) 新浪家居 (3) 网易家居 3.3.5 核心竞争力 (1) 流量资源 (2) 资源管理能力 (3) 品牌影响力第四章 家装分享网向家装分享网产业升级的策略4.1 家装分享网企业实现互联网化转型的途径4.1.1 在第三方平台开店交易4.1.2 利用

专业装修平台只做线上引流4.1.3 跨界深度合作，打通线上线下4.2 家装分享网的“套餐装修”产品构成4.2.1 产品模式4.2.2 产品价格4.2.3 主材选择4.2.4 施工保障4.2.5 专业设计4.2.6 售后服务4.3 热销家装分享网产品的打造方法4.3.1 用互联网思维做装修产品（1）专注（2）品质（3）口碑（4）高效4.3.2 做用户真正需要的产品（1）调查用户需求（2）确认产品配置内容（3）联系供应链选定产品（4）持续升级更新产品4.3.3 以喜闻乐见的方式与用户做“互动”（1）网站在线咨询（2）微信公众号沟通（3）提高线上官网用户体验度4.3.4 用技术手段让服务更高效第五章 家装分享网平台典型案例分类解析5.1 垂直电商平台5.1.1 齐家网（1）发展历程（2）业务结构（3）经营情况（4）发展模式（5）融资分析5.1.2 美乐乐（1）发展历程（2）产品服务（3）线上品牌（4）线下体验（5）营销模式（6）品牌实力5.1.3 极客美家（1）发展历程（2）产品服务（3）经营情况（4）发展模式（5）融资分析5.2 家装信息平台5.2.1 齐装网（1）发展历程（2）产品服务（3）经营情况（4）发展模式（5）融资分析5.2.2 土巴兔（1）发展历程（2）产品服务（3）战略布局（4）发展模式（5）融资分析5.3 家装设计平台5.3.1 酷家乐（1）发展历程（2）产品服务（3）发展模式（4）融资分析5.3.2 爱福窝（1）发展历程（2）产品服务（3）发展模式（4）融资分析5.4 去中介化平台5.4.1 惠装网（1）发展历程（2）产品定位（3）服务保障（4）发展模式（5）融资分析5.4.2 新浪抢工长（1）发展历程（2）产品定位（3）服务保障（4）发展模式（5）平台优势5.5 综合电商平台5.5.1 淘宝极有家（1）发展历程（2）产品服务（3）平台定位（4）发展模式（5）入驻商家5.5.2 国美家（1）发展历程（2）产品服务（3）业务布局（4）发展模式5.6 极致家装分享网平台5.6.1 美家帮（1）发展历程（2）产品服务（3）发展模式（4）融资情况5.6.2 爱空间（1）发展历程（2）产品服务（3）发展模式（4）融资情况（5）最新动态5.6.3 蘑菇装修（1）发展历程（2）产品服务（3）发展模式（4）融资情况第六章 中国家装分享网行业运行指标分析及预测6.1 中国家装分享网行业企业数量分析6.1.1 2014-2017年中国家装分享网行业企业数量情况6.1.2 2014-2017年中国家装分享网行业企业竞争结构6.2 2014-2017年中国家装分享网行业财务指标总体分析6.2.1 行业盈利能力分析6.2.2 行业偿债能力分析6.2.3 行业营运能力分析6.2.4 行业发展能力分析6.3 中国家装分享网行业市场规模分析及预测6.3.1 2014-2017年中国家装分享网行业市场规模分析6.3.2 2018-2024年中国家装分享网行业市场规模预测6.4 中国家装分享网行业市场供需分析及预测6.4.1 中国家装分享网行业市场供给分析1、2014-2017年中国家装分享网行业市场供给规模分析2、2018-2024年中国家装分享网行业市场供给规模预测6.4.2 中国家装分享网行业市场需求分析1、2014-2017年中国家装分享网行业需求规模分析2、2018-2024年中国家装分享网行业需求规模预测第七章（ZY ZF）家装分享网行业发展趋势与投资建议7.1 中国家装分享网行业发展趋势预测7.1.1 产品趋势7.1.2 研发趋势7.1.3 细分趋势7.1.4 个性化趋势7.1.5 设计成本趋势7.1.6 设计一体化趋势7.1.7 合作趋势7.1.8 工人趋势7.1.9 智能家居趋势7.1.10 效率趋

势7.2 中国家装分享网行业投资现状分析7.2.1 中国家装分享网行业投资主体分析7.2.2 中国家装分享网行业投资切入方式7.2.3 中国家装分享网行业投资规模分析7.2.4 中国家装分享网行业成功投资案例7.3 关于家装分享网行业的投资建议7.3.1 关于家装分享网行业的投资方向建议7.3.2 关于家装分享网行业的投资方式建议7.3.3 关于家装分享网行业的产品创新建议7.3.4 关于家装分享网行业的技术研发建议7.3.5 关于家装分享网行业的营销模式建议

图表目录：图表1：家装分享网行业产业链图  
表2：地方政府近五年财政收支及差额图  
表3：基建投资累计同比(单位：%)  
表4：房地产开发投资完成额累计同比(单位：%)  
表5：建筑业和房地产业对外投资净额(单位：万美元)  
表6：2014-2017年建材家居业上市公司总体业绩对比图  
表7：2014-2017年建材家居业上市公司净利润层次图  
表8：2014-2017年建材家居业上市公司资产负债分布图  
表9：2014-2017年建材家居业上市公司资产报酬分布图  
表10：2014-2017年建材家居业上市公司每股收益情况图  
表11：建材家居行业上市公司细分行业分布图  
表12：建材家居细分行业平均资产和业绩一览表  
表13：家具类上市公司资产和业绩一览表  
表14：2014-2017年家具上市公司实现净利润图  
表15：2014-2017年中国与世界城镇化率比较(单位：%)  
表16：中国城镇化水平变化情况图  
表17：城市(镇)数量和规模变化情况图  
表18：城市基础设施和服务设施变化情况图  
表19：常住人口城镇化率与户籍人口城镇化率的差距图  
表20：2014-2017年中国电子商务市场交易规模(单位：万亿元)  
表21：2015年中国电子商务市场细分行业构成图  
表22：中国电子商务细分市场未来发展预期图  
表23：中国网民规模和互联网普及率图  
表24：中国手机网民规模及其占网民比例图  
表25：2014-2017年中国智能手机出货量图  
表26：2014-2017年中国智能手机保有量图  
表27：2014-2017年中国移动互联网市场规模及预测(单位：亿元，%)  
表28：中国移动互联网细分行业结构占比图  
表29：中国家装分享网相关产业链图  
表30：中国家装分享网行业发展阶段图  
表31：家居建材流通产业链示意图  
表32：2014-2017年中国建材工业销售收入增长趋势图  
表33：2014-2017年中国主要建材产品产量情况图  
表34：2014-2017年中国家具制造行业经济指标统计图  
表35：2014-2017年中国家具制造行业销售收入变化趋势图  
表36：2014-2017年中国家具产品产量情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/E171616F2S.html>