

2025-2031年中国互联网家装行业竞争格局分析及 投资发展研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国互联网家装行业竞争格局分析及投资发展研究报告》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/202110/978632.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解互联网家装行业现状与前景，智研咨询特推出《2025-2031年中国互联网家装行业竞争格局分析及投资发展研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国互联网家装市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保互联网家装行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年互联网家装行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能互联网家装从业者抢跑转型赛道。

互联网家装是指利用互联网技术和在线平台，为消费者提供全方位的家居装修服务。它通过数字化、网络化的方式，为装修业务的各个环节提供解决方案，包括设计、选材、施工、监理、家居产品采购等。互联网家装的目标是提高家居装修的效率、透明度和用户体验，降低成本，使装修过程更加便捷和可控。与互联网家装相比，传统家装价格透明度低、工期冗长等缺点日益突显。根据其业务模式和提供的服务分类，互联网家装平台主要有设计类、材料采购类、全包类、监理类、社交类互联网家装平台。

互联网家装行业产业链上游主要包括建材供应商、家具制造商、装饰品供应商以及家装设计公司。产业链中游互联网家装平台提供在线设计、材料选购、全包装修等服务，充当家装项目的项目经理，协调各个环节，并提供用户和设计师、施工队之间的沟通渠道。产业链下游主要是家庭业主或租户。

从下游渠道来看，平台式家装企业整合传统家装产业链上的各环节，为家装用户提供标准化、透明化的一站式家装产品/服务，而垂直电商助网络渠道，凭借强大的资源整合能力，以更高的质量，更低的价格，更好的服务为消费者提供一切和家装相关的商品及服务。近年来垂直型电商平台市场占比持续增长，2022年互联网家装垂直型电商平台市场份额占比约为42.6%。

近年来，传统家装行业纷纷“触网”，一时间，万紫千红，齐家网、土巴兔、爱空间等纷纷进入了消费者的视野，中国互联网家装市场规模从2012年的598.2亿元提升至2021年的4325.5亿元，2022年受疫情反复、地产业新开楼盘及交付房减少等影响，市场规模小幅下降约为4217.3亿元，降幅为2.5%。市场渗透率方面，随着数字经济及互联网普及率提升，国内互联网家装渗透率持续提升，2022年国内互联网家装行业渗透率约为10.25%。

从市场整体竞争来看，我国网上设计及建筑业企业数量超过1000家，市场竞争激烈。不过

由于龙头互联网家装公司在发展早期抢占流量入口，聚拢流量之后形成品牌效应，市场地位逐渐稳固。目前我国互联网家装CR5达到92%，行业集中度高，呈现寡头垄断格局，互联网家装平台土巴兔与建材家居团购网站齐家网以将近70%的市场份额领跑行业。其中，土巴兔以40%的占比稳居首位，齐家网以27%的份额位列第二，值得注意的是，凭借在3D云设计领域的优势，酷家乐成为互联网家装市场黑马，超越爱空间夺得第三的席位。

《2025-2031年中国互联网家装行业竞争格局分析及投资发展研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是互联网家装领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 互联网家装行业发展综述

第一节 互联网家装行业发展综述

一、互联网家装基本概念

二、互联网家装发展特点及功能

第二节 互联网家装相关产业链

一、售后服务

二、家电

三、物流

四、定制家具+软装配套

五、智能家居

第三节 互联网家装行业发展阶段

一、探索期

二、市场启动期

三、高速发展期

四、应用成熟期

第二章 互联网家装行业市场环境分析

第一节 政策环境

一、“互联网+”行动计划

二、房地产新政的出台

第二节 经济环境

- 一、中国经济增长速度放缓，家居消费受一定影响
- 二、社会消费品零售总额保持增长态势，网络零售增速高于零售总额增速
- 三、居民收入持续增长，促进网络购物等新兴消费方式发展
- 四、电子商务迅猛发展

第三节 社会环境

- 一、城镇化步伐加快
- 二、居民对生活方式的追求不断提升，推动家居产业需求升级
- 三、80、90后群体居家置业

第四节 技术环境

- 一、智能终端的普及
- 二、移动互联网发展

第三章 2020-2024年中国互联网家装行业发展分析

第一节 互联网家装行业市场规模

- 一、中国建材家居产业市场规模
- 二、家庭住宅装修新增市场需求
- 三、互联网家装市场规模预测

第二节 互联网家装行业融资情况

- 一、互联网家装市场融资金额分布
- 二、互联网家装市场融资轮次分布
- 三、互联网家装市场融资次数分布

第三节 互联网家装行业面临的挑战

- 一、产业链优质资源的争夺
- 二、供应链管控和施工监理难题
- 三、传统装修“半进化”的搅局
- 四、硬装入口后的盈利模式挑战

第二部分 行业深度分析

第四章 我国互联网家装行业发展现状

第一节 我国互联网家装行业发展现状

- 一、我国互联网家装行业发展历程
- 二、我国互联网家装行业发展现状
- 三、我国互联网家装行业发展预测

第二节 2020-2024年全国互联网家装市场分析

- 一、互联网家装数量及增长分析

二、互联网家装覆盖率分析

四、互联网家装行业投资规模分析

五、互联网家装市场规模分析

第三节 2020-2024年互联网家装市场需求分析

一、2020-2024年互联网家装市场销量分析

二、2025-2031年互联网家装市场销量预测

第四节 对中国互联网家装市场的分析及思考

一、互联网家装市场分析

二、互联网家装市场变化的方向

三、中国互联网家装产业发展的新思路

四、对中国互联网家装产业发展的思考

第三部分 市场全景调研

第五章 互联网家装行业商业模式分析

第一节 平台式家装企业

一、平台定位

二、产品和服务

三、盈利来源

四、典型厂商

五、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

第二节 自营式家装企业

一、平台定位

二、产品和服务

三、盈利来源

四、典型厂商

五、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

第三节 家装门户网站

一、平台定位

二、产品和服务

三、盈利来源

四、典型厂商

1、搜房家居

2、新浪家居

3、网易家居

五、核心竞争力

1、流量资源

2、资源管理能力

3、品牌影响力

第六章 传统家装向互联网家装产业升级的策略

第一节 传统家装企业实现互联网化转型的途径

一、在第三方平台开店交易

二、利用专业装修平台只做线上引流

三、跨界深度合作，打通线上线下

第二节 互联网家装“套餐装修”产品分析

一、互联网家装“套餐装修”产品构成

1、产品模式

2、产品价格

3、主材选择

4、施工保障

5、专业设计

二、主要“套餐装修”产品对比分析

1、搜房666套餐

2、实创688套餐

3、爱空间699套餐

第三节 打造热销互联网家装产品竞争策略

一、流量的运用

1、初次流量导入方式

2、流量的重要性

二、打造O2O闭环

1、从线上到线下

2、从线下到线上

三、提供高质量客户体验

四、建立自由物流体系

第四部分 行业竞争格局

第七章 2020-2024互联网家装所属行业区域市场分析

第一节 2020-2024中国互联网家装区域市场分析

一、2020-2024年行业区域发展现状分析

二、2020-2024年区域市场格局情况分析

第二节 2020-2024华东地区互联网家装市场分析

一、2020-2024年行业发展现状分析

二、2020-2024年市场需求情况分析

第三节 2020-2024华北地区互联网家装市场分析

一、2020-2024年行业发展现状分析

二、2020-2024年市场需求情况分析

第四节 2020-2024华中地区互联网家装市场分析

一、2020-2024年行业发展现状分析

二、2020-2024年市场需求情况分析

第五节 2020-2024华南地区互联网家装市场分析

一、2020-2024年行业发展现状分析

二、2020-2024年市场需求情况分析

第六节 2020-2024东北地区互联网家装市场分析

一、2020-2024年行业发展现状分析

二、2020-2024年市场需求情况分析

第七节 2020-2024西南地区互联网家装市场分析

一、2020-2024年行业发展现状分析

二、2020-2024年市场需求情况分析

第八节 2020-2024西北地区互联网家装市场分析

一、2020-2024年行业发展现状分析

二、2020-2024年市场需求情况分析

第八章 互联网家装行业竞争格局分析

第一节 互联网家装行业竞争结构分析

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 互联网家装行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国互联网家装行业竞争格局综述

一、互联网家装行业集中度

二、互联网家装行业竞争程度

三、互联网家装企业与品牌数量

第四节 中国互联网家装行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第五节 互联网家装企业竞争策略分析

一、提高企业核心竞争力的对策

二、影响企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高企业竞争力的策略

第九章 2025-2031年互联网家装行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳广田装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第二节 浙江亚厦装饰股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第三节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第四节 美克国际家居用品股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第五节 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第六节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、发展战略分析

第五部分 发展战略研究

第十章 2025-2031年互联网家装行业面临的困境及对策

第一节 2023年互联网家装行业面临的困境

第二节 互联网家装企业面临的困境及对策

一、重点互联网家装企业面临的困境及对策

二、中小互联网家装企业发展困境及策略分析

三、国内互联网家装企业的出路分析

第二节 中国互联网家装的核心竞争要素

一、定位

二、价格

三、速度

四、线下

第十一章 2025-2031年互联网家装行业发展战略研究

第一节 互联网家装行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

第二节 对我国互联网家装品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析

第三节 互联网家装企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略

第四节 互联网家装行业投资战略研究

- 一、2025-2031年互联网家装行业投资战略
- 二、2025-2031年互联网家装行业投资战略
- 三、2025-2031年互联网家装行业投资战略
- 四、2025-2031年细分行业投资战略

第六部分 投资前景预测

第十二章 2025-2031年互联网家装行业发展趋势预测分析

第一节 我国互联网家装行业前景与机遇分析

- 一、我国互联网家装行业发展前景
- 二、我国互联网家装行业发展机遇分析
- 三、2025-2031年互联网家装行业的发展机遇分析

第二节 2025-2031年中国互联网家装市场趋势分析

- 一、2023年互联网家装行业市场趋势总结
- 二、2025-2031年互联网家装行业发展趋势分析
- 三、2025-2031年互联网家装市场发展空间
- 四、2025-2031年互联网家装产业政策趋向
- 五、2025-2031年互联网家装行业技术革新趋势

第十三章 2025-2031年互联网家装行业投资机会与风险防范

第一节 影响互联网家装行业发展的主要因素

- 一、有利因素分析
- 三、不利因素分析

第二节 互联网家装行业投资机会分析

- 一、互联网家装行业投资项目分析

二、可以投资的互联网家装模式

三、2023年互联网家装行业投资机会

第三节 2025-2031年互联网家装行业发展预测分析

一、未来互联网家装行业发展分析

二、未来互联网家装行业技术开发方向

三、总体行业“十四五”整体规划及预测

第四节 行业投资收益率比较及分析

一、2023年相关产业投资收益率比较

二、2025-2031年行业投资收益率分析

第五节 互联网家装行业投资风险及控制策略分析

一、2025-2031年互联网家装行业市场风险及控制策略

二、2025-2031年互联网家装行业政策风险及控制策略

三、2025-2031年互联网家装行业经营风险及控制策略

四、2025-2031年互联网家装行业技术风险及控制策略

五、2025-2031年互联网家装行业同业竞争风险及控制策略

第六节 中国互联网家装行业投资建议

一、互联网家装行业未来发展方向

二、互联网家装行业主要投资建议

三、中国互联网家装企业融资分析

1、中国互联网家装企业IPO融资分析

2、中国互联网家装企业再融资分析

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 互联网家装行业研究结论及建议

第二节 互联网家装子行业研究结论及建议

第三节 互联网家装行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：部分

图表1：互联网家装用户关于平台服务改善期待调查

图表2：我国互联网家装发展历程

图表3：行业适用的主要产业政策

图表4：家居建材流通行业产业链

图表5：2020-2024年我国家居建材市场规模统计

图表6：2020-2024年中国互联网家装数量情况

图表7：2020-2024年中国互联网家装渗透率情况

图表8：2020-2024年中国互联网家装行业市场规模情况

图表9：2020-2024年中国互联网家装行业细分市场规模

图表10：平台式家装企业商业模式

图表11：2020-2024年我国各区域互联网家装市场规模走势

图表12：互联网家装行业重点企业市场份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978632.html>