



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国装修电商行业 市场运营状况分析及投资规划建 议咨询报告

一、调研说明

《2018-2024年中国装修电商行业市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/289935.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年发展规划	110
第十一章 2018-2024年装修电商行业投资前景	111
11.1 2018-2024年装修电商市场发展前景	111
11.1.1 2018-2024年装修电商市场发展潜力	111
11.1.2 2018-2024年装修电商市场发展前景展望	111
11.2 2018-2024年装修电商市场发展趋势预测	112
11.2.1 2018-2024年装修电商行业发展趋势	112
11.2.2 2018-2024年装修电商市场规模预测	113
11.2.3 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024年装修电商行业投资战略	158
13.4.2 2018-2024年细分行业投资战略	159

第十四章 研究结论及投资建议 161 (AKLT)

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

部分图表目录：

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：2013-2017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：2017年七国集团GDP增长率	12
图表：2017年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率	12
图表：2017年全球及主要经济体制造业和服务业PMI	14

图表：2017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：2009-2017年国内生产总值及其增长速度 17

图表：2014-2017年国内生产总值季度增速分析 18

图表：2007-2017年中国人口及其自然增长率变化情况 21

图表：2009-2017年学校招生人数分析 22

图表：2009-2017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：2017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：2018-2024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：2018-2024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：2017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：2017年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司经营分析 82
图表：2016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：2017年深圳广田装饰集团股份有限公司经营分析 89
图表：2016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：2017年深圳市洪涛装饰股份有限公司经营分析 95
图表：2016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
更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/289935.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。