2024-2029年中国家居O2O市场竞争格局与投资风险预测报告

报告简介

在互联网时代背景下，互联网是一个工具，在做好产品的同时，充分利用好互联网这一工具，将能实现更好的发展。作为传统家居产业，“互联网+”这一概念对企业来讲将有利于实现客户在线上对产品的了解，最终完成产品的实物体验和产品的最终环节。传统家居企业们应抓紧这次机遇，贯彻结合互联网技术的应用，为企业带来更大的发展，为消费者提供更优质的服务。

随着消费主体的转变，营销模式也开始进行之前单一的实体店转变。越来越多的传统家具企业尝试向O2O模式转变，顺应互联网发展趋势，能够更好的满足客户的需求。相对于传统企业的经营模式有着更强的竞争力，相信在不久的将来，它们会在整体经济中的占比将逐步上升，并将成为家居销售的主流。

互联网家居的O2O服务模式正在兴起。家居产品具有非标准化特性，尤其是家具、建材等风格多样、单价较高且规格维度较多的大件商品，以及个性化、差异化消费需求高的定制类商品和装修服务等细分品类，重体验的消费特点十分明显。O2O模式将线上产品信息展示与线下产品体验相结合，为用户选购商品提供了便利，越来越得到用户肯定，销量也得到大幅提升。

单一的线上销售和单一的线下传统代理模式在未来都不会是主流，注重线上线下相结合，线上体验+线上交易模式，F2C+O2O模式以客户定制化需求为导向的家居品牌在零售市场才具有更强的竞争力。除了家居大企业在不断向互联网靠拢外，还有不少中小家装企业与互联网公司合作，往互联网发展。在当前经济环境复杂多变的大环境下，家居行业应分析当下市场发展趋势，结合自身情况与实际，利用互联网抢占潜在市场。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国家居行业O2O及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国家居行业O2O发展状况和特点，以及中国家居行业O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对家居行业O2O发展态势作了详细分析，并对家居行业O2O进行了趋向研判，是家居行业O2O经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前家居行业O2O发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国家居行业发展概况 1

第一节 中国家居行业现状 1

一、家居行业定义 1

二、家居行业特征 1

三、家居行业市场规模 3

第二节 传统家居行业的现状 4

一、我国家居行业发展分析 4

二、2019-2023年我国家居行业规模分析 5

三、传统家居行业面临的挑战 6

四、传统家居行业的发展趋势 7

第三节 电子商务的发展 8

一、我国互联网电子商务的发展起源 8

二、我国互联网电子商务的发展现状 9

三、我国互联网电子商务的规模分析 15

第四节 O2O模式发展 24

一、O2O定义 24

二、O2O面临的商机 25

三、O2O需求市场 26

四、O2O模式发展面临的风险 27

第二章 中国传统家居行业概况 30

第一节 2019-2023年传统家居行业态发展现状 30

一、家具行业发展现状 30

二、装修行业发展现状 33

第二节 2019-2023年传统家居行业经营情况分析 38

一、传统家居行业市场规模 38

二、传统家居行业营业利润 38

三、传统家居行业利润率水平 38

第三节 当前实体家居行业遭遇的发展困境 39

一、传统家居行业发展客户局限 39

二、经营成本高涨 39

三、新业态兴起竞争升级 39

第三章 中国电子商务的发展概况 41

第一节 互联网的发展 41

一、中国互联网的普及程度 41

二、网民基本情况分析 41

1、PC网民规模分析 41

2、手机网民规模分析 42

3、网民属性结构分析 43

第二节 电子商务的崛起 46

一、电子商务发展阶段 46

二、电子商务基本特征 50

三、电子商务支撑环境 51

四、电子商务基本模式 52

五、电子商务规模分析 55

第二部分 行业深度分析

第四章 互联网形式下的家居行业发展 57

第一节 互联网给家居行业带来了什么 57

一、摆脱了时间空间的挑战 57

二、改变了消费者的行为习惯 57

三、打破了信息的不对称格局 57

四、更有效的大数据分析方法 58

第二节 我国网络家居行业市场的高速增长 59

一、2019-2023年网络家居行业的交易规模 59

二、2019-2023年网络家居行业的发展现状 59

三、2019-2023年网络家居行业的发展潜力 60

第三节 互联网对传统家居行业的影响 61

一、互联网补充传统家居行业的经营模式 61

二、传统家居行业面临的转型 62

三、传统家居行业如何适应互联网的发展 62

四、传统家居行业抓住互联网的发展机遇 65

第五章 家居行业O2O市场概况 66

第一节 家居行业O2O发展分析 66

一、O2O模式分析 66

二、O2O的发展现状 69

三、O2O模式应用成功案例 69

四、O2O发展前景 70

第二节 O2O助力传统家居行业 71

一、O2O解决传统家居行业的瓶颈 71

二、如何正确运用O2O 71

三、O2O未来发展前景 73

第三节 O2O对电子商务的影响 76

一、O2O结合电子商务与传统家居行业 76

二、电子商务如何正确运用O2O 77

第六章 国外家居行业O2O发展分析 79

第一节 美国O2O行业发展分析 79

一、O2O发展现状 79

二、O2O规模分析 79

三、O2O发展方向 80

第二节 日本O2O行业发展分析 81

一、O2O发展现状 81

二、O2O规模分析 81

三、O2O发展方向 82

第三节 欧洲O2O行业发展分析 83

一、O2O发展现状 83

二、O2O规模分析 83

三、O2O发展方向 84

第四节 国际典型企业O2O转型分析 84

一、wayfair 84

二、TheContainerStore 86

三、Pepperfry 87

四、UrbanLadder 88

第三部分 竞争格局分析

第七章 家居行业移动端及主流电商平台合作分析 89

第一节 家居行业O2O平台接入分析 89

一、家居行业接入微信O2O的切入点 89

二、家居行业接入团购网的切入点 90

三、家居行业接入专业平台的切入点 91

第二节 家居行业独立APP发展分析 93

一、家居行业APP发展分析 93

二、家居行业APP发展分析 96

第八章 国内家居行业O2O平台发展分析 97

第一节 极客美家 97

一、企业发展基本情况 97

二、运用O2O发展情况 97

三、O2O发展模式分析 97

四、O2O发展规模分析 98

五、未来发展战略分析 98

第二节 土巴兔装修网 98

一、企业发展基本情况 98

二、运用O2O发展情况 99

三、O2O发展模式分析 99

四、O2O发展规模分析 100

五、未来发展战略分析 100

第三节 X团装修网 100

一、企业发展基本情况 100

二、运用O2O发展情况 101

三、O2O发展模式分析 101

四、O2O发展规模分析 102

五、未来发展战略分析 102

第四节 土拨鼠网 103

一、企业发展基本情况 103

二、运用O2O发展情况 103

三、O2O发展模式分析 104

四、O2O发展规模分析 105

五、未来发展战略分析 105

第五节 丽维家 105

一、企业发展基本情况 105

二、运用O2O发展情况 105

三、O2O发展模式分析 106

四、O2O发展规模分析 107

五、未来发展战略分析 108

第六节 尚品宅配 108

一、企业发展基本情况 108

二、运用O2O发展情况 109

三、O2O发展模式分析 114

四、O2O发展规模分析 114

五、未来发展战略分析 114

第七节 美乐乐 115

一、企业发展基本情况 115

二、运用O2O发展情况 116

三、O2O发展模式分析 116

四、O2O发展规模分析 117

五、未来发展战略分析 117

第八节 漫生活 117

一、企业发展基本情况 117

二、运用O2O发展情况 117

三、O2O发展模式分析 118

四、O2O发展规模分析 118

五、未来发展战略分析 118

第九节 酷漫居 118

一、企业发展基本情况 118

二、运用O2O发展情况 119

三、O2O发展模式分析 120

四、O2O发展规模分析 120

五、未来发展战略分析 120

第四部分 行业前景展望

第九章 2024-2029年家居行业O2O发展趋势前瞻与前影预测 121

第一节 家居行业发展环境分析 121

一、国内经济发展环境分析 121

1、2019-2023年国内经济发展形势 121

2、国内经济发展展望 139

二、家居行业消费环境分析 153

三、家居行业机会与挑战总结 155

1、机遇 155

2、挑战 157

第二节 2024-2029年O2O家居行业前景分析 157

一、2024-2029年传统家居行业规模预测 157

二、2024-2029年电子商务家居行业规模预测 159

三、2024-2029年O2O家居行业规模预测 160

第三节 家居行业O2O发展趋势分析 161

一、家具O2O发展趋势 161

二、装修O2O发展趋势 162

第十章 互联网环境下家居行业的整合与变革 164

第一节 家居行业的“用户思维” 164

一、家居行业如何与用户连接 164

二、家居行业提升用户参与感 165

第二节 家居行业如何运用好粉丝经济 166

一、让用户成为粉丝 166

二、增强互动 166

三、提高重复购买力 166

第三节 家居行业如何实现数据化运营和管理 167

一、大数据对家居行业的商业价值 167

二、全渠道家居行业大数据分析 168

三、家居行业与大数据对接的方式 169

四、家居行业大数据应用及效果 170

五、家居行业如何建立大数据运营体系 174

第十一章 家居行业O2O发展战略分析 179

第一节 家居行业市场消费分析 179

一、消费者收入分析 179

二、消费者可支配收入分析 179

三、消费者购物习惯分析 180

四、消费需求分析 181

第二节 家居行业O2O营销战略分析 182

一、市场细分策略 182

二、市场创新策略 184

三、品牌定位与品类规划 184

四、新产品差异化策略 185

五、4P/4C营销组合策略 186

第三节 行业发展战略研究 187

一、战略综合规划 187

二、技术开发战略 188

三、业务组合战略 191

四、区域战略规划 193

五、产业战略规划 196

六、营销品牌战略 198

七、竞争战略规划 203

第十二章 行业发展建议对策 208

第一节 把握国家投资契机 208

第二节 竞争性联盟的战略实施 209

第三节 企业自身应对策略 210

图表目录

图表：2019-2023年中国家居行业规模统计 4

图表：我国互联网电子商务行业发展历史 8

图表：2019-2023年中国电子商务行业交易规模 15

图表：2019-2023年中国电子商务市场结构 15

图表：2019-2023年中国中小企业B2B运营商平台收入规模 16

图表：2019-2023年中国中小企业B2B运营商平台收入结构 17

图表：2019-2023年中国网络购物交易规模 18

图表：2019-2023年中国跨境进口商交易规模 19

图表：2019-2023年中国生鲜电商交易规模 19

图表：2019-2023年中国品牌电商服务商市场交易规模 20

图表：2019-2023年中国网络购物市场中B2C市场交易占比 20

图表：2019-2023年中国网络购物市场交易中移动端占比 21

图表：2019-2023年中国移动购物市场交易规模 22

图表：2019-2023年中国B2C购物网站交易规模市场份额 22

图表：2019-2023年中国移动购物网站交易规模市场份额 23

图表：2019-2023年网络购物市场重点企业交易规模同比增速 24

图表：2019-2023年中国家装行业市场规模 33

图表：2019-2023年中国传统家居行业市场规模统计 37

图表：2019-2023年H1我国网民规模 41

图表：2019-2023年6月中国互联网络介入设备使用情况 42

图表：2019-2023年6月中国手机网民规模 42

图表：2019-2023年H1中国网民性别结构 43

图表：2019-2023年H1中国网民年龄结构 43

图表：2019-2023年H1中国网民学历结构 44

图表：2019-2023年H1中国网民职业结构 44

图表：2019-2023年H1中国网民个月收入结构 45

图表：2019-2023年网络家居行业的交易规模 58

图表：2019-2023年中国家居O2O行业的交易规模 68

图表：2019-2023年美国家居O2O行业规模统计 79

图表：2019-2023年日本家居O2O行业规模统计 81

图表：2019-2023年欧洲家居O2O行业规模统计 83

图表：2019-2023年中国家居APPTOP10 97

图表：丽维家定制家具闭环 108

图表：漫生活O2O发展模式 119

图表：2019-2023年中国GDP增长情况 122

图表：2019-2023年中国规模以上工业增加值增速(累计同比) 123

图表：2019-2023年中国规模以上工业企业累计利润率与每百元主营业务收入中的成本 123

图表：2019-2023年中国固定资产(不含农户)增速(累计同比) 124

图表：2019-2023年中国全国固定资产投资到位资金同比增速 125

图表：2019-2023年中国民间固定资产投资和全国固定资产投资增速 126

图表：2019-2023年中国房地产开发投资增速(累计同比) 127

图表：2019-2023年中国房地产开发企业土地购置面积增速 128

图表：2019-2023年全国商品房销售面积及销售额增速 128

图表：2019-2023年中国房地产开发企业本年到位资金增速 129

图表：2019-2023年中国社会零售总额名义增速(累计同比) 130

图表：2019-2023年中国社会消费品零售总额主要数据 131

图表：2019-2023年中国居民消费价格上涨情况增速(累计同比) 131

图表：2019-2023年中国居民消费价格主要数据 132

图表：2019-2023年中国工业生产者出厂价格涨跌情况(累计同比) 133

图表：2019-2023年中国货物进出口月度统计 134

图表：2019-2023年中国国民经济主要指标 136

图表：2024-2029年我国GDP增长预测 141

图表：我国“十四五”社会固定资产投资预测 152

图表：我国“十四五”社会消费品零售额预测 153

图表：2024-2029年传统家居行业规模预测 159

图表：2024-2029年电子商务家居行业规模预测 161

图表：2024-2029年家居O2O行业规模预测 162

图表：家居行业大数据运营体系 175

图表：2019-2023年互联网家居消费者收入调查 180

图表：2019-2023年互联网家居消费者可支配收入调查 180

图表：2019-2023年消费者购物客户端使用比例调查 181

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170307/52798.shtml

在线订购：点击这里