

2026-2031年中国软装行业竞争格局分析与投资风险预测报告

报告简介

近年来，随着我国经济繁荣发展，人民物质文化生活水平日益提高，百姓对生活品质、居住环境的舒适要求和审美水平大幅提升，人们开始追求居住、工作、消费、娱乐等环境的舒适和美化，对家居的要求也逐渐从功能性向舒适性和美观性方向转变，“重装饰、轻装修”的观念也渐入人心，这就注定了未来软装业必将迎来爆发式的增长期。

我国目前软装行业还处于起步阶段：整个行业缺乏理论指导和行业发展方向的引导；行业从业人员较少，尤其是软装设计师更为短缺；也未形成有实力的龙头企业带动整个行业的发展；由于软装行业没有全国性的行业协会或民间协会，致使行业内缺乏信息沟通，更无法实现资源共享；行业缺乏明确的设计、施工、材料等相关标准，这些问题都严重制约了软装行业的进一步发展。

从消费者的角度来看，对于软装方面的消费需求也日渐成熟。很多楼盘中，几乎所有的样板房都好卖，这首先基于年轻业主们拎包入住的欲望，更是因为他们对于板房硬、软装设计完美搭配的认同。相比单个软装产品消费，未来市场会发生变化，整体软装才是未来民用软装的发展趋势。因为消费者单个购买产品，最后解决不了色彩、风格的搭配问题，会出现每样东西都喜欢，但是放在一起格格不入的状况。如欧式的沙发、中式的灯不搭。而目前工装样板房的软装90%的产品都是定制的，大小尺寸、颜色、花纹、材质都可以量身定做，康真认为，未来民用软装也会朝着整体软装定制的方向发展。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、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纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国软装市场进行了分析研究。报告在总结中国软装行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国软装行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为软装企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 全球软装行业发展现状分析 1

第一节 全球软装行业市场发展现状 1

一、全球软装行业发展概况 1

二、全球软装行业市场特征 4

三、全球软装行业市场格局 4

1、区域格局 4

2、企业格局 5

四、全球软装行业前景预测 7

第二节 发达国家软装行业市场分析 8

一、美国软装行业市场分析 8

1、美国软装行业发展特点 8

2、美国软装市场需求分析 8

3、美国软装设计风格分析 9

4、美国软装发展前景预测 10

二、欧洲软装行业市场分析 10

1、欧洲软装行业发展特点 10

2、欧洲软装市场需求分析 10

3、欧洲软装设计风格分析 11

4、欧洲软装发展前景预测 12

三、日本软装行业市场分析 13

1、日本软装行业发展特点 13

2、日本软装市场需求分析 14

3、日本软装设计风格分析 15

4、日本软装发展前景预测 16

第三节 发达国家领先软装企业分析 17

一、汉诺森设计机构 17

1、企业基本信息简介 17

2、企业经营情况分析 17

3、企业主要客户分析 18

4、企业经典案例分析 18

二、美国威尔逊室内建筑设计公司 19

1、企业基本信息简介 19

2、企业设计风格分析 19

3、企业经营情况分析 19

4、企业经典案例分析 20

三、温州罗曼蒂克家居饰品有限公司 20

1、企业基本信息简介 20

2、企业设计风格分析 20

3、企业经营情况分析 21

4、企业发展战略分析 21

第二章 中国软装行业发展现状分析 22

第一节 中国软装行业发展必然性分析 22

一、生活水平提高促进人们居住环境改善 22

二、装修理念的改变和文化品位的提高 22

三、精装修房大力普及促使软装升温 23

第二节 中国软装行业市场现状分析 26

一、中国家居市场发展现状 26

二、中国软装行业市场规模 26

三、中国软装行业企业数量 27

四、中国软装市场现存问题 27

五、中国软装市场促进因素 29

第三节 中国软装行业经营情况分析 30

一、中国软装行业市场需求分析 30

二、中国软装行业经营效益分析 31

第二部分 行业深度分析

第三章 中国软装行业O2O模式分析 32

第一节 自有品牌+成品代工模式 32

一、自有品牌+成品代工模式介绍 32

二、自有品牌+成品代工模式业务结构分析 32

三、自有品牌+成品代工模式典型案例 33

第二节 自有品牌+C2B定制模式 34

一、自有品牌+C2B定制模式介绍 34

二、自有品牌+C2B定制模式业务系统结构 34

三、自有品牌+C2B定制模式商业模式要素设计 34

四、自有品牌+C2B定制模式商业模式典型案例 34

第四章 中国软装行业细分市场分析 36

第一节 家庭住宅软装市场发展潜力分析 36

一、家庭住宅软装市场发展现状 36

二、家庭住宅软装市场发展特点 36

三、家庭住宅软装市场设计风格 37

四、家庭住宅软装市场典型案例 38

五、家庭住宅软装市场主要企业 38

六、家庭住宅软装市场发展潜力 40

第二节 酒店软装市场发展潜力分析 40

一、酒店软装市场发展现状 40

二、酒店软装市场发展特点 41

三、酒店软装市场设计风格 41

四、酒店软装市场典型案例 41

五、酒店软装市场主要企业 42

六、酒店软装市场发展潜力 42

第三节 会所软装市场发展潜力分析 42

一、会所软装市场发展现状 42

二、会所软装市场发展特点 43

三、会所软装市场设计风格 43

四、会所软装市场典型案例 44

五、会所软装市场主要企业 44

六、会所软装市场发展潜力 45

第四节 餐厅软装市场发展潜力分析 46

一、餐厅软装市场发展现状 46

二、餐厅软装市场发展特点 46

三、餐厅软装市场设计风格 46

四、餐厅软装市场典型案例 46

五、餐厅软装市场主要企业 47

六、餐厅软装市场发展潜力 47

第五节 酒吧软装市场发展潜力分析 47

一、酒吧软装市场发展现状 47

二、酒吧软装市场发展特点 47

三、酒吧软装市场设计风格 48

四、酒吧软装市场典型案例 48

五、酒吧软装市场主要企业 48

六、酒吧软装市场发展潜力 49

第六节 办公空间软装市场发展潜力分析 49

一、办公空间软装市场发展现状 49

二、办公空间软装市场发展特点 49

三、办公空间软装市场设计风格 49

四、办公空间软装市场典型案例 50

五、办公空间软装市场主要企业 50

六、办公空间软装市场发展潜力 51

第三部分 竞争格局分析

第五章 中国软装行业重点区域分析 52

第一节 北京软装行业发展潜力分析 52

一、北京软装行业发展现状 52

二、北京软装行业市场规模 53

三、北京软装行业企业规模 53

四、北京软装行业市场需求 54

五、北京软装行业促进因素 55

六、北京软装行业市场竞争 56

七、北京软装行业发展潜力 57

第二节 上海软装行业发展潜力分析 57

一、上海软装行业发展现状 57

二、上海软装行业市场规模 58

三、上海软装行业企业规模 59

四、上海软装行业市场需求 60

五、上海软装行业促进因素 61

六、上海软装行业市场竞争 62

七、上海软装行业发展潜力 62

第三节 深圳软装行业发展潜力分析 64

一、深圳软装行业发展现状 64

二、深圳软装行业市场规模 65

三、深圳软装行业企业规模 65

四、深圳软装行业市场需求 66

五、深圳软装行业促进因素 67

六、深圳软装行业市场竞争 68

七、深圳软装行业发展潜力 68

第四节 广州软装行业发展潜力分析 69

一、广州软装行业发展现状 69

二、广州软装行业市场规模 69

三、广州软装行业企业规模 70

四、广州软装行业市场需求 71

五、广州软装行业促进因素 72

六、广州软装行业市场竞争 74

七、广州软装行业发展潜力 75

第六章 中国软装行业领先企业分析 76

第一节 中国软装行业传统企业经营分析 76

一、深圳市华贝软装饰设计有限公司 76

1、企业情况介绍 76

2、企业经营模式 76

3、企业软装范围 76

4、企业经营情况 77

5、企业人员资质 77

6、企业采购渠道 77

7、企业营销渠道 77

8、企业优劣势分析 77

二、广州欧申纳斯软装饰设计有限公司 78

1、企业情况介绍 78

2、企业经营模式 78

3、企业软装范围 78

4、企业经营情况 78

5、企业人员资质 79

6、企业采购渠道 79

7、企业营销渠道 79

8、企业优劣势分析 79

三、深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司 80

1、企业情况介绍 80

2、企业经营模式 80

3、企业软装范围 80

4、企业经营情况 80

5、企业人员资质 81

6、企业采购渠道 81

7、企业营销渠道 81

8、企业优劣势分析 81

四、武汉嘉禾装饰集团有限公司 81

1、企业情况介绍 81

2、企业经营模式 82

3、企业软装范围 82

4、企业经营情况 82

5、企业人员资质 82

6、企业采购渠道 82

7、企业营销渠道 83

8、企业优劣势分析 83

五、上海世尊家具有限公司 83

1、企业情况介绍 83

2、企业经营模式 83

3、企业软装范围 84

4、企业经营情况 84

5、企业人员资质 84

6、企业采购渠道 84

7、企业营销渠道 84

8、企业优劣势分析 84

第二节 软装类家居O2O领先企业分析 85

一、美乐乐经营分析 85

1、企业情况介绍 85

2、企业经营模式 86

3、企业盈利模式 87

4、企业运营模式 88

二、索菲亚经营分析 92

- 1、企业情况介绍 92
- 2、企业经营情况 98
- 3、企业营收状况 98
- 4、企业运营模式 99
- 三、尚品宅配经营分析 100
 - 1、企业情况介绍 100
 - 2、企业经营情况 103
 - 3、企业盈利模式 103
 - 4、企业运营模式 105
- 四、欧工国际经营分析 107
 - 1、企业情况介绍 107
 - 2、企业经营模式 108
 - 3、企业盈利模式 109
 - 4、企业运营模式 109
- 五、美空间经营分析 109
 - 1、企业情况介绍 109
 - 2、企业经营模式 110
 - 3、企业盈利模式 110
 - 4、企业运营模式 111

第四部分 发展前景展望

第七章 中国软装行业发展前景预测 113

第一节 中国软装行业发展趋势及前景 113

一、中国软装行业发展趋势分析 113

二、中国软装行业发展前景预测 114

第二节 中国软装行业发展投融资分析 114

一、中国软装行业投融资案例 114

二、中国软装行业投融资方式 116

三、中国软装行业投融资主体 116

四、中国软装行业投融资规模 117

第三节 中国软装行业发展投资机会分析 117

第八章 中国软装行业发展战略分析 119

第一节 中国软装行业品牌战略 119

一、品牌的重要性 119

二、实施品牌战略的意义 120

三、企业品牌的现状分析 121

四、企业的品牌战略 122

五、品牌战略管理的策略 124

第二节 中国软装行业重点客户战略 128

一、实施重点客户战略的必要性 128

二、合理确立重点客户 129

三、实施重点客户战略要重点解决的问题 129

四、重点客户管理功能 130

五、对重点客户的营销策略 132

第三节 中国软装行业发展战略研究 138

一、战略综合规划 138

二、技术开发战略 139

三、业务组合战略 143

四、区域战略规划 145

五、产业战略规划 155

六、营销品牌战略 156

七、竞争战略规划 159

图表目录

图表：2021-2026年欧洲建筑装饰装修行业需求规模：亿美元 11

图表：2021-2026年中国软装行业市场规模分析 26

图表：2021-2026年房地产开发和销售主要指标及其增长速度 30

图表：2021-2026年北京软装行业市场规模 53

图表：2021-2026年北京软装行业企业数量 54

图表：2021-2026年北京软装行业市场需求 55

图表：2021-2026年上海软装行业市场规模 59

图表：2021-2026年上海软装行业企业数量 60

图表：2021-2026年上海软装行业市场需求 61

图表：2021-2026年深圳软装行业市场规模 65

图表：2021-2026年深圳软装行业企业规模 66

图表：2021-2026年深圳软装行业市场需求 67

图表：2021-2026年广州软装行业市场规模 70

图表：2021-2026年广州软装行业企业数量 71

图表：2021-2026年广州软装行业市场需求 72

图表：索菲亚股东情况 97

图表：2021-2026年索菲亚估值情况 97

图表：2021-2026年索菲亚经营情况 98

图表：尚品宅配的股本结构 102

图表：爱美空间科技(北京)有限公司股东及出资信息 110

图表：2021-2026年我国软装行业投融资规模情况 117

图表：四种基本的品牌战略 127

图表：区域发展战略咨询流程图 152

图表：区域SWOT战略分析图 153

把握投资 决策经营！

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

报告编号：67119

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170411/67119.shtml>

在线订购：[点击这里](#)