

2026-2031年中国装修电商行业发展评估与投资前景预测分析报告

报告简介

装修电商本质就是通过互联网向消费者提供各种装修电商消费信息，来打破家装消费中的信息不对称机制，引导装修消费者避免种种装修消费的陷阱。装修电商是根据装修消费者的需求，来排除传统装修消费中存在的诸多猫腻和价格泡沫，从而彻底改变传统装修行业的经营结构及消费流程。

对于互联网来说，装修电商却应该是一个空间巨大的行业：第一，消费者的ARPU值很高，而且属于必须消费，空间很大；第二，信息非常不透明，中间环节多，体验差。是典型可以被互联网所改造的行业。此外，装修是一个非常重要的入口，可以带动家具的销售。装修行业作为典型的传统行业，本行业自身关系到民生问题，具有重大的责任。同时，电子商务也成为家装行业拓宽市场的新方法。电子商务与装修行业的有机结合，给商家带去的是可观的润源，给消费者带来的是方便和实惠。

当电子商务已是大势所趋，而装修行业作为电子商务的第三波，挺进大跃进的活动也展开的如火如荼中。众多的家居家装品牌也清晰的认识到，并充分做好在电子商务上一战的准备。要在市场上有立足之地，它的发展需要经过抗战一样的艰辛。但装修行业网站的增多也始终给装修行业带来了新希望。

未来电商将颠覆目前家装行业现状。装修涉及到千家万户，是刚性需求，虽然2014年房地产行业降温，但是由于保障房建设、

新农村建设以及城镇化建设等政策，装修总量需求不会有太大影响。伴随电商的发展，装修环节中“中间化”渠道现象将明显，以前是以装修公司为主，即从设计、买材料、施工等，基本都是装饰公司说了算，未来将进入“消费者主权”时代。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

随着装修电商行业竞争的不断加剧，国内优秀的行业企业愈来愈重视对市场研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的行业企业迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚！

本报告利用中道泰和长期对装修电商行业市场跟踪搜集的一手市场数据，应用先进的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告结合装修电商行业的背景，深入而客观地剖析了中国装修电商行业的发展现状、发展规模和竞争格局；分析了行业当前的市场环境、行业竞争格局、产品的市场需求特征、行业领先企业的经营情况、行业未来的发展趋势与前景；同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个行业的市场走向和发展趋势。

本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告根据装修电商行业的发展轨迹及多年的实践经验，对行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测，是装修电商行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品，也是业内第一份对行业上下游产业链以及行业重点企业进行全面系统分析的重量级报告。

本报告将帮助装修电商行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……，前瞻性的把握行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

报告目录

第一章 装修电商行业发展综述

1.1 装修电商行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 装修电商行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 装修电商行业在国民经济中的地位

1.2.3 装修电商行业生命周期分析

(1)行业生命周期理论基础

(2)装修电商行业生命周期

1.3 最近3-5年中国装修电商行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒/退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

第二章 装修电商行业运行环境分析

2.1 装修电商行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 装修电商行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 装修电商行业社会环境分析

2.3.1 装修电商产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 装修电商行业技术环境分析

2.4.1 装修电商技术分析

2.4.2 装修电商技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国装修电商行业运行分析

3.1 我国装修电商行业发展状况分析

3.1.1 我国装修电商行业发展阶段

3.1.2 我国装修电商行业发展总体概况

3.1.3 我国装修电商行业发展特点分析

3.2 2021-2026年装修电商行业发展现状

3.2.1 2021-2026年我国装修电商行业市场规模

3.2.2 2021-2026年我国装修电商行业发展分析

3.2.3 2021-2026年中国装修电商企业发展分析

3.3 区域市场分析

第四章 我国装修电商行业整体运行指标分析

4.1 2021-2026年中国装修电商行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2021-2026年中国装修电商行业产销情况分析

4.2.1 我国装修电商行业工业总产值

4.2.2 我国装修电商行业工业销售产值

4.2.3 我国装修电商行业产销率

4.3 2021-2026年中国装修电商行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国装修电商行业供需形势分析

5.1 装修电商行业供给分析

5.1.1 2021-2026年装修电商行业供给分析

5.1.2 2026-2031年装修电商行业供给变化趋势

5.1.3 装修电商行业区域供给分析

5.2 2021-2026年我国装修电商行业需求情况

5.2.1 装修电商行业需求市场

5.2.2 装修电商行业客户结构

5.2.3 装修电商行业需求的地区差异

5.3 装修电商市场应用及需求预测

5.3.1 装修电商应用市场总体需求分析

5.3.2 2026-2031年装修电商行业领域需求量预测

第六章 装修电商行业产业结构分析

6.1 装修电商产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 领先企业的结构分析(所有制结构)

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

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 产业结构调整方向分析

第七章 我国装修电商行业产业链分析

7.1 装修电商行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 装修电商上游行业分析

7.2.1 装修电商产品成本构成

7.2.2 2021-2026年上游行业发展现状

7.2.3 2026-2031年上游行业发展趋势

7.3 装修电商下游行业分析

7.3.1 装修电商下游行业分布

7.3.2 2021-2026年下游行业发展现状

7.3.3 2026-2031年下游行业发展趋势

第八章 我国装修电商行业渠道分析及策略

8.1 装修电商行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对装修电商行业的影响

8.1.3 主要装修电商企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 装修电商行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

第九章 我国装修电商行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 装修电商行业竞争结构分析

(1)现有企业间竞争

(2)潜在进入者分析

(3)替代品威胁分析

(4)供应商议价能力

(5)客户议价能力

9.1.2 装修电商行业企业间竞争格局分析

9.1.3 装修电商行业集中度分析

9.1.4 装修电商行业swot分析

9.2 中国装修电商行业竞争格局综述

9.2.1 装修电商行业竞争概况

9.2.2 中国装修电商行业竞争力分析

第十章 装修电商行业领先企业经营形势分析

10.1 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 2021-2026年经营状况

10.1.5 2026-2031年发展规划

10.2 深圳广田装饰集团股份有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 2021-2026年经营状况

10.2.5 2026-2031年发展规划

10.3 深圳市洪涛装饰股份有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 2021-2026年经营状况

10.3.5 2026-2031年发展规划

10.4 齐家网

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 2021-2026年经营状况

10.4.5 2026-2031年发展规划

10.5 土巴兔

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 2021-2026年经营状况

10.5.5 2026-2031年发展规划

第十一章 2026-2031年装修电商行业投资前景

11.1 2026-2031年装修电商市场发展前景

11.1.1 2026-2031年装修电商市场发展潜力

11.1.2 2026-2031年装修电商市场发展前景展望

11.2 2026-2031年装修电商市场发展趋势预测

11.2.1 2026-2031年装修电商行业发展趋势

11.2.2 2026-2031年装修电商市场规模预测

11.2.3 2026-2031年装修电商行业应用趋势预测

11.3 影响企业生产与经营的关键趋势

11.3.1 市场整合成长趋势

11.3.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.3.3 企业区域市场拓展的趋势

第十二章 2026-2031年装修电商行业投资机会与风险

12.1 装修电商行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2026-2031年装修电商行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2026-2031年装修电商行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 产品结构风险及防范

12.3.6 其他风险及防范

第十三章 装修电商行业投资战略研究

13.1 装修电商行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国装修电商品牌的战略思考

13.2.1 装修电商品牌的重要性

13.2.2 装修电商实施品牌战略的意义

13.2.3 装修电商企业品牌的现状分析

13.2.4 我国装修电商企业的品牌战略

13.2.5 装修电商品牌战略管理的策略

13.3 装修电商经营策略分析

13.3.1 装修电商市场细分策略

13.3.2 装修电商市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 装修电商新产品差异化战略

13.4 装修电商行业投资战略研究

13.4.1 2026-2031年装修电商行业投资战略

13.4.2 2026-2031年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 装修电商行业研究结论

14.2 装修电商行业投资价值评估

14.3 修电商行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：我国装修电商产业链分析

图表：行业生命周期曲线

图表：2021-2026年我国装修电商产值分析

图表：我国装修电商行业渗透率

图表：2021-2026年七国集团gdp增长率

图表：2021-2026年金砖国家及部分亚洲经济体gdp同比增长率

图表：2021-2026年全球及主要经济体制造业和服务业pmi

图表：2021-2026年全球及主要经济体制造业pmi新订单和出口新订单指数

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度

图表：2021-2026年国内生产总值季度增速分析

图表：2021-2026年中国人口及其自然增长率变化情况

图表：2021-2026年学校招生人数分析

图表：2021-2026年研究与试验发展(r&d)经费支出

图表：各类商品进入网络销售时间

图表：我国装修电商模式

图表：2021-2026年我国装修电商市场规模

图表：2021-2026年装修电商企业品牌市场认可度

图表：装修电商区域市场分布

图表：2021-2026年我国装修电商企业数量

图表：2021-2026年我国装修电商从业人员

图表：2021-2026年我国装修电商行业资产规模

图表：2021-2026年我国装修电商市场规模

图表：2021-2026年我国装修电商行业工业总产值

图表：2021-2026年我国装修电商行业工业销售产值

图表：我国装修电商行业产销率

图表：中国装修电商行业盈利能力分析

图表：中国装修电商行业偿债能力分析

图表：中国装修电商行业营运能力分析

图表：中国装修电商行业发展能力分析

图表：2021-2026年我国装修电商市场供给

图表：2026-2031年我国装修电商市场供给变化趋势

图表：装修电商行业区域供给分析

图表：2026-2031年我国装修电商市场总体需求

图表：市场领先企业排名

图表：装修电商企业所有制结构

图表：我国装修电商产业链分析

图表：装修电商成本结构

图表：2021-2026年各区域主要代理商情况

图表：用户认知程度分析

图表：用户需求特点分析

图表：用户购买途径分析

图表：住建部两个通知对中装协的职能规定

图表：广田围绕大装饰格局做的努力

图表：上海齐家信息科技有限公司经营状况

图表：土巴兔装修优势一览

图表：土巴兔可以为商家带来大量客户资源

图表：土巴兔提供装修一体化服务

图表：2026-2031年装修电商市场规模预测

图表：区域swot分析

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：116638

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190419/116638.shtml>

在线订购：[点击这里](#)