

2021-2027年中国装修电商 市场深度调查与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国装修电商市场深度调查与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202109/236687.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

综合考察装修板块2016-2019年年报以及2019年一季报，金螳螂、东易日盛、瑞和股份、中装建设四个股各项财务数据表现比较稳健。其中金螳螂在营业规模和项目利润率控制上竞争力较高。东易日盛在资金周转和项目利润率控制方面做得比较好。瑞和股份业绩增速较高，现金流控制也较好；中装建设与瑞和股份类似。从机构持股情况来看，机构关注个股趋于多元化，主要集中于广田集团、金螳螂、亚厦股份、洪涛股份、江河集团、宝鹰股份、全筑股份、名家汇8个股，持股集中度40%-90%，波动范围较大，2019年一季度，上述个股持股集中度为71.96%，处于历史较低水平，机构持股相对较为分散。2019年部分公司现金周转比较

互联网家装行业依靠价格优势获客的模式弊端明显，在新形势下，品质成为更重要的竞争核心，互联网家装将进入品质装修时代。品质家装对于设计能力、施工能力、服务能力及保障能力都有较高的要求，互联网家装平台应在新要求下提升自身竞争力。2019年中国互联网家装用户性别分布 中企顾问网发布的《2021-2027年中国装修电商市场深度调查与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国装修电商行业市场发展环境、装修电商整体运行态势等，接着分析了中国装修电商行业市场运行的现状，然后介绍了装修电商市场竞争格局。随后，报告对装修电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国装修电商行业发展趋势与投资预测。您若想对装修电商产业有个系统的了解或者想投资中国装修电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 装修电商所属行业运行环境分析

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 我国装修电商所属行业运行分析

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 2013-2019年装修电商行业发展现状

3.2.1 2013-2019年我国装修电商行业市场规模 2019年中国互联网家装市场规模已经达到3441.9亿元，预计2019年将达到4338.2亿元，将保持比较高的速度继续增长，在2020年将超过5000亿元。2016-2020中国互联网家装市场规模及预测

3.2.2 2013-2019年我国装修电商行业发展分析

3.2.3 2013-2019年中国装修电商企业发展分析

3.3 区域市场分析

第四章 我国装修电商所属行业整体运行指标分析

4.1 2013-2019年中国装修电商所属行业总体规模分析

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 2013-2019年中国装修电商所属行业产销情况分析

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 2013-2019年中国装修电商所属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 2013-2019年装修电商行业供给分析

5.1.2 2021-2027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 2013-2019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 2021-2027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 2013-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027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 2013-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027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 经营状况

10.1.5 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 经营状况

10.2.5 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 经营状况

10.3.5 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 经营状况

10.4.5 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 经营状况

10.5.5 发展规划

10.6 尚品宅配

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 经营情况分析

10.6.5 发展规划

10.7 美乐乐

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 产品/服务特色

10.7.4 经营情况分析

10.7.5 发展规划

10.8 林氏木业

10.8.1 企业介绍

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 产品/服务介绍

10.8.4 2013-2019年经营情况

10.8.5 发展规划

第十一章 2021-2027年装修电商行业投资前景

11.1 2021-2027年装修电商市场发展前景

11.1.1 2021-2027年装修电商市场发展潜力

11.1.2 2021-2027年装修电商市场发展前景展望

11.2 2021-2027年装修电商市场发展趋势预测

11.2.1 2021-2027年装修电商行业发展趋势

11.2.2 2021-2027年装修电商市场规模预测

11.2.3 2021-2027年装修电商行业应用趋势预测

11.2.4 家装电商前景分析

11.2.5 工装电商前景

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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027年装修电商行业投资战略

13.4.2 2021-2027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 装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 2015-2019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 2019年七国集团GDP增长率

图表 2019年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表 2019年全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表 2019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 2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 2015-2019年国内生产总值季度增速分析

图表 2015-2019年中国人口及其自然增长率变化情况

图表 202-2016年学校招生人数分析

图表 2015-2019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 2013-2019年我国装修电商市场规模

图表 2019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 2013-2019年我国装修电商企业数量

图表 2013-2019年我国装修电商从业人员

图表 2013-2019年我国装修电商行业资产规模

图表 2013-2019年我国装修电商市场规模

图表 2013-2019年我国装修电商行业工业总产值

图表 2013-2019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 2013-2019年我国装修电商市场供给

图表 2021-2027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 2021-2027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 装饰行业分类

图表 2019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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/236687.html>