

2020-2026年中国家居O2O 行业分析与投资前景评估报告

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

《2020-2026年中国家居O2O行业分析与投资前景评估报告》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/202001/150457.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

互联网家居的O2O服务模式正在兴起。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。2016年，中国家居O2O行业交易规模达992亿元。 2015-2016年中国家居O2O行业的交易规模走势

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国家居O2O行业分析与投资前景评估报告》共十二章。首先介绍了家居O2O行业市场发展环境、家居O2O整体运行态势等，接着分析了家居O2O行业市场运行的现状，然后介绍了家居O2O市场竞争格局。随后，报告对家居O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了家居O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对家居O2O产业有个系统的了解或者想投资家居O2O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，一部分产业环境透视

第，一章中国家居行业发展概况

第，一节中国家居行业现状

一、家居行业定义

二、家居行业特征

三、家居行业市场规模

第二节传统家居行业的现状

一、我国家居行业发展分析

二、2019年我国家居行业规模分析

三、传统家居行业面临的挑战

四、传统家居行业的发展趋势

第三节电子商务的发展

一、我国互联网电子商务的发展起源

二、我国互联网电子商务的发展现状

三、我国互联网电子商务的规模分析第四节O2O模式发展 家居业的O2O模式 齐家网模式

齐家网模式也就是所谓的网络团购模式，其模式核心在于“线上召集+线下体验和购买”。这种模式由第三方平台运作，属于线上团购，线下体验消费的模式。此模式较为成熟，对家居企业而言，通过借力第三方平台来实现低价销售。这种模式由于区域消费特性不同，消费层次也不尽相同，其发展更多地依赖区域网络团购负责人的能力，所以复制性较差。 曲美模式

曲美结合当地经销商实现从线上引流到线下的模式，被一些较有规模的企业采用，因为其全国渠道基本成熟，经销商掌控了绝大部分渠道资源。 美乐乐模式

线上开设商城，再通过线下直接开设体验店来打造O2O模式的企业并不多，不仅在于其直营所带来的风险，而且对后期的管理要求也非常严格，成本也将居高不下。不过，这种模式将破解曲美模式所带来的渠道冲突问题，有利于线上线下活动的统一规划和销售转化。这种模式的代表是美乐乐。 日日顺模式

线上商城实现销售，然后借力第三方物流来进行配送，以避免传统渠道不配合的模式正在引起多家企业重视。 美凯龙模式

在线卖场狂飙的交易额也深深触动着传统线下卖场的神经：2012年7月，红星美凯龙电商平台“红美商城”上线，并在阵痛后更名“星易家”；2013年“双11”，经过两年多的思考和一年多的筹备，居然之家电商平台“居然在线”也正式上线。

一、O2O定义

二、O2O面临的商机

三、O2O需求市场

四、O2O模式发展面临的风险

第二章中国传统家居行业概况

第一节2014-2019年传统家居行业态发展现状

一、家具行业发展现状2019年12月全国家具制造业工业生产者出厂价格指数 指标 家具制造业工业生产者出厂价格指数(上年同月=100) 2019年12月 101.3 2019年11月 101.6 2019年10月 101.7 2019年9月 101.6 2019年8月 101.7 2019年7月 101.7 2019年6月 101.9 2019年5月 102 2019年4月 101.9 2019年3月 101.6 2019年2月 101.5 2019年1月 101.5 2016年12月 101.5

二、装修行业发展现状

第二节2019年传统家居行业经营情况分析

一、传统家居行业市场规模

二、传统家居行业营业利润

三、传统家居行业利润率水平

第三节当前实体家居行业遭遇的发展困境

一、传统家居行业发展客户局限

二、经营成本高涨

三、新业态兴起竞争升级

第三章中国电子商务的发展概况

第一节互联网的发展

一、中国互联网的普及程度

二、网民基本情况分析

1、PC网民规模分析

2、手机网民规模分析

3、网民属性结构分析

第二节电子商务的崛起

一、电子商务发展阶段

二、电子商务基本特征

三、电子商务支撑环境

四、电子商务基本模式

五、电子商务规模分析

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

第一节互联网给家居行业带来了什么

一、摆脱了时间空间的挑战

二、改变了消费者的行为习惯

三、打破了信息的不对称格局

四、更有效的大数据分析方法

第二节我国网络家居行业市场的高速增长

一、2015-2019年网络家居行业的交易规模

二、2015-2019年网络家居行业的发展现状

三、2015-2019年网络家居行业的发展潜力

第三节互联网对传统家居行业的影响

一、互联网补充传统家居行业的经营模式

二、传统家居行业面临的转型

三、传统家居行业如何适应互联网的发展

四、传统家居行业抓住互联网的发展机遇

第五章家居行业O2O市场概况

第一节家居行业O2O发展分析

一、O2O模式分析

二、O2O的发展现状

三、O2O模式应用成功案例

四、O2O发展前景

第二节O2O助力传统家居行业

一、O2O解决传统家居行业的瓶颈

二、如何正确运用O2O

三、O2O未来发展前景

第三节O2O对电子商务的影响

一、O2O结合电子商务与传统家居行业

二、电子商务如何正确运用O2O

第六章国外家居行业O2O发展分析

第一节美国O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第二节日本O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第三节欧洲O2O行业发展分析

一、O2O发展现状

二、O2O规模分析

三、O2O发展方向

第四节国际典型企业O2O转型分析

一、wayfair

二、TheContainerStore

三、Pepperfry

四、UrbanLadder

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

第一节家居行业O2O平台接入分析

一、家居行业接入微信O2O的切入点

二、家居行业接入团购网的切入点

三、家居行业接入专业平台的切入点

第二节家居行业独立APP发展分析

一、家居行业APP发展分析

二、家居行业APP发展分析

第八章国内家居行业O2O平台发展分析

第一节极客美家

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第二节土巴兔装修网

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第三节X团装修网

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第四节土拨鼠网

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第五节丽维家

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第六节尚品宅配

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第七节美乐乐

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

第八节漫生活

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第九节酷漫居

一、企业发展基本情况

二、运用O2O发展情况

三、O2O发展模式分析

四、O2O发展规模分析

五、未来发展战略分析

第四部分行业前景展望

第九章2020-2026年家居行业O2O发展趋势预测与前影预测

第，一节家居行业发展环境分析

一、国内经济发展环境分析

1、2019年国内经济发展形势

2、国内经济发展展望

二、家居行业消费环境分析

三、家居行业机会与挑战总结

1、机遇

2、挑战

第二节2020-2026年O2O家居行业前景分析

一、2020-2026年传统家居行业规模预测

二、2020-2026年电子商务家居行业规模预测

三、2020-2026年O2O家居行业规模预测

第三节家居行业O2O发展趋势分析

一、家具O2O发展趋势

二、装修O2O发展趋势

第十章互联网环境下家居行业的整合与变革

第，一节家居行业的“用户思维”

一、家居行业如何与用户连接

二、家居行业提升用户参与感

第二节家居行业如何运用好粉丝经济

一、让用户成为粉丝

二、增强互动

三、提高重复购买力

第三节家居行业如何实现数据化运营和管理

一、大数据对家居行业的商业价值

二、全渠道家居行业大数据分析

三、家居行业与大数据对接的方式

四、家居行业大数据应用及效果

五、家居行业如何建立大数据运营体系

第十一章家居行业O2O发展战略分析

第一节家居行业市场消费分析

一、消费者收入分析

二、消费者可支配收入分析

三、消费者购物习惯分析

四、消费需求分析

第二节家居行业O2O营销战略分析

一、市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新产品差异化策略

五、4P/4C营销组合策略

第三节行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十二章行业发展建议对策

第一节把握国家投资契机

第二节竞争性联盟的战略实施

第三节企业自身应对策略

图表目录：

图表：2019年中国家居行业规模统计

图表：我国互联网电子商务行业发展历史

图表：2019年中国电子商务行业交易规模

图表：2019年中国电子商务市场结构

图表：2019年中国中小企业B2B运营商平台收入规模

图表：2019年中国中小企业B2B运营商平台收入结构

图表：2019年中国网络购物交易规模

图表：2019年中国跨境进口商交易规模

图表：2019年中国生鲜电商交易规模

图表：2019年中国品牌电商服务商市场交易规模

图表：2019年中国网络购物市场中B2C市场交易占比

图表：2019年中国网络购物市场交易中移动端占比

图表：2019年中国移动购物市场交易规模

图表：2019年中国B2C购物网站交易规模市场份额

图表：2019年中国移动购物网站交易规模市场份额

图表：2019年网络购物市场重点企业交易规模同比增速

图表：2019年中国家装行业市场规模

图表：2019年中国传统家居行业市场规模统计

图表：2019年我国网民规模

图表：2019年中国互联网络介入设备使用情况

图表：2019年中国手机网民规模

图表：2019年中国网民性别结构

图表：2019年中国网民年龄结构

图表：2019年中国网民学历结构

图表：2019年中国网民职业结构

图表：2019年中国网民月收入结构

图表：2015-2019年网络家居行业的交易规模

图表：2015-2019年中国家居O2O行业的交易规模

图表：2019年美国家居O2O行业规模统计

图表：2019年日本家居O2O行业规模统计

图表：2019年欧洲家居O2O行业规模统计

图表：2019年中国家居APPTOP10

图表：丽维家定制家具闭环

图表：漫生活O2O发展模式

图表：2006-2019年Q3中国GDP增长情况

图表：2019年中国规模以上工业增加值增速（累计同比）

图表：2019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

图表：2019年中国固定资产（不含农户）增速（累计同比）

图表：2019年中国全国固定资产投资到位资金同比增速

图表：2019年中国民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表：2019年中国房地产开发投资增速（累计同比）

图表：2019年中国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2019年全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2019年中国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2019年中国社会零售总额名义增速（累计同比）

图表：2019年中国社会消费品零售总额主要数据

图表：2019年中国居民消费价格上涨情况增速（累计同比）

图表：2019年中国居民消费价格主要数据

图表：2019年中国工业生产者出厂价格涨跌情况（累计同比）

图表：2019年中国货物进出口月度统计

图表：2019年中国国民经济主要指标

图表：2016-2020年我国GDP增长预测

图表：我国“十三五”社会固定资产投资预测

图表：我国“十三五”社会消费品零售额预测

图表：2020-2026年传统家居行业规模预测

图表：2020-2026年电子商务家居行业规模预测

图表：2020-2026年家居O2O行业规模预测

图表：家居行业大数据运营体系

图表：2019年互联网家居消费者收入调查

图表：2019年互联网家居消费者可支配收入调查

图表：2019年消费者购物客户端使用比例调查

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/150457.html>