

# 2023-2029年中国软装行业 前景展望与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国软装行业前景展望与发展前景报告》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/202307/381370.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国软装行业前景展望与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：全球软装行业发展现状分析

#### 1.1 全球软装行业市场发展现状

##### 1.1.1 全球软装行业发展概况

##### 1.1.2 全球软装行业市场特征

##### 1.1.3 全球软装行业市场格局

###### (1) 区域格局

###### (2) 企业格局

##### 1.1.4 全球软装行业前景预测

#### 1.2 发达国家软装行业市场分析

##### 1.2.1 美国软装行业市场分析

###### (1) 美国软装行业发展特点

###### (2) 美国软装市场需求分析

###### (3) 美国软装行业发展模式

###### (4) 美国软装设计风格分析

###### (5) 美国软装发展前景预测

##### 1.2.2 欧洲软装行业市场分析

###### (1) 欧洲软装行业发展特点

###### (2) 欧洲软装市场需求分析

###### (3) 欧洲软装行业发展模式

###### (4) 欧洲软装设计风格分析

###### (5) 欧洲软装发展前景预测

##### 1.2.3 日本软装行业市场分析

###### (1) 日本软装行业发展特点

- (2) 日本软装市场需求分析
- (3) 日本软装行业发展模式
- (4) 日本软装设计风格分析
- (5) 日本软装发展前景预测

### 1.3 发达国家领先软装企业分析

#### 1.3.1 DECO

- (1) 企业基本信息简介
- (2) 企业设计风格分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业主要客户分析
- (5) 企业经典案例分析
- (6) 企业发展战略分析

#### 1.3.2 Houzz

- (1) 企业基本信息简介
- (2) 企业设计风格分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业主要客户分析
- (5) 企业经典案例分析
- (6) 企业发展战略分析

#### 1.3.3 GRAMCO

- (1) 企业基本信息简介
- (2) 企业设计风格分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业主要客户分析
- (5) 企业经典案例分析
- (6) 企业发展战略分析

## 第2章：中国软装行业发展现状分析

### 2.1 中国软装行业发展必然性分析

#### 2.1.1 生活水平提高促进人们居住环境改善

#### 2.1.2 装修理念的改变和文化品位的提高

#### 2.1.3 精装修房大力普及促使软装升温

## 2.2 中国软装行业市场现状分析

### 2.2.1 中国家居市场发展现状

### 2.2.2 中国软装行业市场规模

### 2.2.3 中国软装行业企业数量

### 2.2.4 中国软装市场现存问题

### 2.2.5 中国软装市场促进因素

## 2.3 中国软装行业经营情况分析

### 2.3.1 中国软装行业市场需求分析

### 2.3.2 中国软装行业经营效益分析

## 第3章：中国软装行业O2O模式分析

### 3.1 自有品牌+成品代工模式

#### 3.1.1 自有品牌+成品代工模式介绍

#### 3.1.2 自有品牌+成品代工模式业务结构分析

#### 3.1.3 自有品牌+C2B定制模式典型案例

### 3.2 自有品牌+C2B定制模式

#### 3.2.1 自有品牌+C2B定制模式介绍

#### 3.2.2 自有品牌+C2B定制模式业务系统结构

#### 3.2.3 自有品牌+C2B定制模式商业模式要素设计

#### 3.2.4 自有品牌+C2B定制模式商业模式典型案例

## 第4章：中国软装行业细分市场分析

### 4.1 家庭住宅软装市场发展潜力分析

#### 4.1.1 家庭住宅软装市场发展现状

#### 4.1.2 家庭住宅软装市场发展特点

#### 4.1.3 家庭住宅软装市场设计风格

#### 4.1.4 家庭住宅软装市场典型案例

#### 4.1.5 家庭住宅软装市场主要企业

#### 4.1.6 家庭住宅软装市场发展潜力

### 4.2 酒店软装市场发展潜力分析

#### 4.2.1 酒店软装市场发展现状

#### 4.2.2 酒店软装市场发展特点

- 4.2.3 酒店软装市场设计风格
- 4.2.4 酒店软装市场典型案例
- 4.2.5 酒店软装市场主要企业
- 4.2.6 酒店软装市场发展潜力
- 4.3 会所软装市场发展潜力分析
  - 4.3.1 会所软装市场发展现状
  - 4.3.2 会所软装市场发展特点
  - 4.3.3 会所软装市场设计风格
  - 4.3.4 会所软装市场典型案例
  - 4.3.5 会所软装市场主要企业
  - 4.3.6 会所软装市场发展潜力
- 4.4 餐厅软装市场发展潜力分析
  - 4.4.1 餐厅软装市场发展现状
  - 4.4.2 餐厅软装市场发展特点
  - 4.4.3 餐厅软装市场设计风格
  - 4.4.4 餐厅软装市场典型案例
  - 4.4.5 餐厅软装市场主要企业
  - 4.4.6 餐厅软装市场发展潜力
- 4.5 酒吧软装市场发展潜力分析
  - 4.5.1 酒吧软装市场发展现状
  - 4.5.2 酒吧软装市场发展特点
  - 4.5.3 酒吧软装市场设计风格
  - 4.5.4 酒吧软装市场典型案例
  - 4.5.5 酒吧软装市场主要企业
  - 4.5.6 酒吧软装市场发展潜力
- 4.6 办公空间软装市场发展潜力分析
  - 4.6.1 办公空间软装市场发展现状
  - 4.6.2 办公空间软装市场发展特点
  - 4.6.3 办公空间软装市场设计风格
  - 4.6.4 办公空间软装市场典型案例
  - 4.6.5 办公空间软装市场主要企业
  - 4.6.6 办公空间软装市场发展潜力

## 第5章：中国软装行业重点区域分析

### 5.1 北京软装行业发展潜力分析

#### 5.1.1 北京软装行业发展现状

#### 5.1.2 北京软装行业市场规模

#### 5.1.3 北京软装行业企业规模

#### 5.1.4 北京软装行业市场需求

#### 5.1.5 北京软装行业促进因素

#### 5.1.6 北京软装行业市场竞争

#### 5.1.7 北京软装行业发展潜力

### 5.2 上海软装行业发展潜力分析

#### 5.2.1 上海软装行业发展现状

#### 5.2.2 上海软装行业市场规模

#### 5.2.3 上海软装行业企业规模

#### 5.2.4 上海软装行业市场需求

#### 5.2.5 上海软装行业促进因素

#### 5.2.6 上海软装行业市场竞争

#### 5.2.7 上海软装行业发展潜力

### 5.3 深圳软装行业发展潜力分析

#### 5.3.1 深圳软装行业发展现状

#### 5.3.2 深圳软装行业市场规模

#### 5.3.3 深圳软装行业企业规模

#### 5.3.4 深圳软装行业市场需求

#### 5.3.5 深圳软装行业促进因素

#### 5.3.6 深圳软装行业市场竞争

#### 5.3.7 深圳软装行业发展潜力

### 5.4 广州软装行业发展潜力分析

#### 5.4.1 广州软装行业发展现状

#### 5.4.2 广州软装行业市场规模

#### 5.4.3 广州软装行业企业规模

#### 5.4.4 广州软装行业市场需求

#### 5.4.5 广州软装行业促进因素

5.4.6 广州软装行业市场竞争

5.4.7 广州软装行业发展潜力

## 第6章：中国软装行业重点企业分析

### 6.1 中国软装行业传统企业经营分析

#### 6.1.1 深圳市华贝软装饰设计有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

#### 6.1.2 广州欧申纳斯软装饰设计有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

#### 6.1.3 深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

#### 6.1.4 武汉嘉禾装饰集团有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

#### 6.1.5 上海世尊家具有限公司

- (1) 企业情况介绍
- (2) 企业经营模式
- (3) 企业软装范围
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业人员资质
- (6) 企业采购渠道
- (7) 企业营销渠道
- (8) 企业优劣势分析

### 6.2 软装类家居O2O重点企业分析

#### 6.2.1 美乐乐经营分析

- (1) 企业情况介绍
  - 1) 企业基础信息
  - 2) 企业发展阶段
  - 3) 企业经营资质
  - 4) 企业CEO分析
  - 5) 企业股权结构
  - 6) 企业估值分析
  - 7) 企业供应链特色
- (2) 企业经营模式
  - 1) 企业经营状况
  - 2) 业务系统结构
  - 3) 关键资源能力

### (3) 企业盈利模式

- 1) 企业收入来源
- 2) 企业成本构成
- 3) 盈利模式总结

### (4) 企业运营模式

- 1) 企业流量入口
- 2) 企业推广方式
- 3) 线上运营情况
- 4) 线下运营情况
- 5) 服务体系建设
- 6) O2O运营评价

## 6.2.2 尚品宅配经营分析

### (1) 企业情况介绍

- 1) 企业基本信息
- 2) 企业发展阶段
- 3) 企业经营资质
- 4) 企业CEO分析
- 5) 企业股权结构
- 6) 企业估值分析
- 7) 企业供应链特色

### (2) 企业经营模式

- 1) 企业经营状况
- 2) 业务系统结构
- 3) 关键资源能力

### (3) 企业盈利模式

- 1) 企业收入来源
- 2) 企业成本构成
- 3) 企业相关费用
- 4) 盈利模式总结

### (4) 企业运营模式

- 1) 企业流量入口
- 2) 企业推广方式

- 3) 线上运营情况
- 4) 线下运营情况
- 5) 服务体系建设
- 6) O2O运营评价

### 6.2.3 索菲亚经营分析

#### (1) 企业情况介绍

- 1) 企业基础信息
- 2) 企业发展阶段
- 3) 企业经营资质
- 4) 企业CEO分析
- 5) 企业股权结构
- 6) 企业估值分析
- 7) 企业供应链特色

#### (2) 企业经营模式

- 1) 企业经营状况
- 2) 业务系统结构
- 3) 关键资源能力

#### (3) 企业盈利模式

- 1) 企业收入来源
- 2) 企业成本构成
- 3) 企业费用分析
- 4) 盈利模式总结

#### (4) 企业运营模式

- 1) 企业流量入口
- 2) 企业推广方式
- 3) 线上运营情况
- 4) 线下运营情况
- 5) 服务体系建设
- 6) O2O运营评价

### 6.2.4 欧工国际经营分析

#### (1) 企业情况介绍

- 1) 企业基础信息

- 2) 企业经营资质
- 3) 企业CEO分析
- 4) 企业股权结构
- 5) 企业估值分析
- 6) 企业供应链特色

#### (2) 企业经营模式

- 1) 企业经营状况
- 2) 企业系统结构
- 3) 关键资源能力
- (3) 企业盈利模式

- 1) 企业收入来源
- 2) 企业成本构成
- 3) 盈利模式总结

#### (4) 企业运营模式

- 1) 企业流量入口
- 2) 企业推广方式
- 3) 线上运营情况
- 4) 线下运营情况
- 5) 服务体系建设
- 6) O2O运营评价

### 6.2.5 美空间经营分析

#### (1) 企业情况介绍

- 1) 企业基础信息
- 2) 企业经营资质
- 3) 企业CEO分析
- 4) 企业股权结构
- 5) 企业估值分析
- 6) 企业供应链特色

#### (2) 企业经营模式

- 1) 企业经营状况
- 2) 企业系统结构
- 3) 关键资源能力

### (3) 企业盈利模式

- 1) 企业收入来源
- 2) 企业成本构成
- 3) 盈利模式总结

### (4) 企业运营模式

- 1) 企业流量入口
- 2) 企业推广方式
- 3) 线上运营情况
- 4) 线下运营情况
- 5) 服务体系建设
- 6) O2O运营评价

## 第7章：中国软装行业发展前景预测

### 7.1 中国软装行业发展趋势及前景

#### 7.1.1 中国软装行业发展趋势分析

#### 7.1.2 中国软装行业发展前景预测

### 7.2 中国软装行业发展投融资分析

#### 7.2.1 中国软装行业投融资案例

#### 7.2.2 中国软装行业投融资方式

#### 7.2.3 中国软装行业投融资主体

#### 7.2.4 中国软装行业投融资规模

### 7.3 中国软装行业发展投资机会分析

## 图表目录

图表1：2015年全球软装行业市场区域结构（单位：%）

图表2：2015年全球软装行业企业市场占有率（单位：%）

图表3：DECO企业基本信息

图表4：2012-2015年DECO企业销售收入变化

图表5：Houzz企业基本信息

图表6：2012-2015年Houzz企业销售收入变化

图表7：GRAMCO企业基本信息

图表8：2012-2015年GRAMCO企业销售收入变化

图表9：2012-2015年中国软装行业市场规模变化

图表10：2012-2015年中国软装行业经营效益变化

图表11：自有品牌+成品代工业务系统结构图

图表12：自有品牌+成品代工商业模式要素设计

图表13：自有品牌+C2B定制模式业务系统结构示意图

图表14：自有品牌+C2B定制模式商业模式要素设计

图表15：家庭住宅软装市场经典案例汇总

图表16：酒店软装市场经典案例汇总

图表17：会所软装市场经典案例汇总

图表18：餐厅软装市场经典案例汇总

图表19：酒吧软装市场经典案例汇总

图表20：办公空间软装市场经典案例汇总

图表21：深圳市华贝软装饰设计有限公司基本信息简况表

图表22：深圳市华贝软装饰设计有限公司优劣势分析

图表23：广州欧申纳斯软装饰设计有限公司基本信息简况表

图表24：广州欧申纳斯软装饰设计有限公司优劣势分析

图表25：深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司基本信息简况表

图表26：深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司优劣势分析

图表27：武汉嘉禾装饰集团有限公司基本信息简况表

图表28：武汉嘉禾装饰集团有限公司优劣势分析

图表29：上海世尊家具有限公司基本信息简况表

图表30：上海世尊家具有限公司优劣势分析

图表31：美乐乐基本信息简况表

图表32：美乐乐发展阶段分析

图表33：美乐乐CEO&mdash;&mdash;高扬情况分析

图表34：截至2015年8月美乐乐(Meilele Inc)股权结构

图表35：美乐乐重要投融资事件

图表36：美乐乐产品线结构示意图

图表37：美乐乐自有品牌供应链建设特色

图表38：2009-2013年美乐乐销售额发展趋势图（单位：万元）

图表39：2014-2015年美乐乐主要财务数据（单位：万元）

图表40：美乐乐业务模块总体分析

图表41：美乐乐自有品牌家具经营模式示意图

图表42：美乐乐与林氏木业对比分析（单位：亿元）

图表43：美乐乐收入来源说明

图表44：美乐乐收入结构图

图表45：美乐乐成本构成分析

图表46：美乐乐体验店与传统卖场的比较

图表47：美乐乐流量入口分布

图表48：美乐乐线上运营情况

图表49：截至2015年10月美乐乐商城自有品牌及第三方品牌产品品类占比情况（单位：%）

图表50：美乐乐商城促销方法

图表51：美乐乐线下运营特色

图表52：美乐乐线下体验馆区域分布特点

图表53：美乐乐各省市线下体验馆分布情况

图表54：美乐乐物流及售后服务分析

图表55：美乐乐支付服务分析

图表56：美乐乐O2O运营评价

图表57：尚品宅配企业基本信息

图表58：尚品宅配企业股权结构图

图表59：尚品宅配企业控股及参股公司基本情况

图表60：尚品宅配各阶段发展战略分析

图表61：尚品宅配董事长&mdash;&mdash;李连柱情况分析

图表62：截至2015年6月尚品宅配发行人及其实际控制人的股权结构图（单位：%）

图表63：尚品宅配重要融资事件

图表64：2012-2014年尚品宅配估值变化趋势图（单位：%）

图表65：2014年尚品宅配产品原材料主要供应商采购金额及占比（单位：万元，%）

图表66：2014年尚品宅配产品主要原材料采购金额及占比情况（单位：万元，%）

图表67：2014年尚品宅配定制家具产品产能、产量及销量情况分析（单位：件，%）

图表68：2012-2014年尚品宅配经营情况发展趋势图（单位：万元，%）

图表69：2012-2014年尚品宅配现金流结构发展趋势图

图表70：2012-2014年尚品宅配经营活动产生的现金流量分析

图表71：2012-2014年尚品宅配经营活动产生的现金流量净额与净利润的分析

图表72：2012-2014年尚品宅配投资活动产生的现金流量分析

图表73：2014年尚品宅配员工专业构成情况（单位：%）

图表74：尚品宅配产品后台运营流程分析

图表75：尚品宅配经营模式

图表76：2014年尚品宅配收入来源（单位：%）

图表77：2014年尚品宅配成本结构（单位：%）

图表78：2014年同行业公司尚品宅配销售费用占营业收入比重（单位：%）

图表79：2014年同行业公司尚品宅配管理费用占营业收入比重（单位：%）

图表80：尚品宅配流量入口分析

图表81：尚品宅配VS索菲亚百度来路流量情况

图表82：尚品宅配推广方式布局情况

图表83：尚品宅配线上运营情况分析

图表84：尚品宅配消费者评价反馈机制

图表85：2014年尚品宅配线下店面数量分布及销售情况（单位：家，万元，%）

图表86：尚品宅配线下运营情况分析

图表87：2014年尚品宅配线下直营店区位分布情况（单位：%）

图表88：2014年尚品宅配线下加盟店区位分布情况（单位：%）

图表89：尚品宅配物流及售后服务特色

图表90：尚品宅配金融服务特色

图表91：尚品宅配VS索菲亚O2O运营情况对比

图表92：尚品宅配O2O运营评价

图表93：索菲亚企业基本信息

图表94：索菲亚企业股权结构图

图表95：索菲亚企业控股及参股公司基本情况

图表96：索菲亚各阶段发展战略分析

图表97：索菲亚董事长&mdash;&mdash;江淦钧情况分析

图表98：索菲亚董事、总经理&mdash;&mdash;柯建生情况分析

图表99：截至2014年底索菲亚前十名股东持股比例情况（单位：%）

图表100：2014-2015年索菲亚重要投资事件

图表101：2012-2014年索菲亚估值发展趋势图（单位：亿元，%）

图表102：2014年索菲亚定制家具产品产能、产量及销量情况分析（单位：万平方米，%）

图表103：2011-2015年索菲亚营业收入及净利润发展趋势图（单位：万元，%）

图表104：2012-2014年索菲亚现金流结构发展趋势图（万元）

图表105：索菲亚业务模式示意图

图表106：2014年索菲亚收入来源（单位：%）

图表107：2014年索菲亚成本结构（单位：%）

图表108：2014年同行业公司索菲亚销售费用占营业收入比重（单位：%）

图表109：2014年同行业公司索菲亚管理费用占营业收入比重（单位：%）

图表110：索菲亚推广方式布局情况

图表111：索菲亚线上运营情况分析

图表112：索菲亚线下运营情况分析

图表113：索菲亚物流及售后服务特色

图表114：索菲亚金融服务特色

图表115：索菲亚O2O运营评价

图表116：欧工国际基本信息情况

图表117：欧工国际O2O运营评价

图表118：美空间基本信息情况

图表119：美空间O2O运营评价

图表120：2016-2021年中国软装行业市场容量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/381370.html>