

中国软装市场需求现状及前景模式分析报告2023-2029年

产品名称	中国软装市场需求现状及前景模式分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国软装市场需求现状及前景模式分析报告2023-2029年【报告编号】：401851【出版时间】：2023年6月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

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**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**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**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**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**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**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**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C
EO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**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)O
2O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1：2023年全球软装行业市场
区域结构(单位：%)图表2：2023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4：2012-2023年DECO企业销售收入变化图表5：Houzz企业基本信息图表6：2012-2023年Houzz
企业销售收入变化图表7：GRAMCO企业基本信息图表8：2012-2023年GRAMCO企业销售收入变化图表9
：2012-2023年中国软装行业市场规模变化图表10：2012-2023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：深圳市华贝软装装饰设计有限公司优劣势
分析图表23：广州欧申纳斯软装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—
—高扬情况分析图表34：截至2023年美乐乐(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38：2018-2023年美乐乐销售额
发展趋势图(单位：万元)图表39：2014-2023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：美乐乐成本构成示分析图
表46：美乐乐体验店与传统卖场的比较图表47：美乐乐**入口分布图表48：美乐乐线上运营情况图表49：
截至2023年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——李连柱情况分析
图表62：截至2023年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64：2012-2023年尚品宅配估值变化趋势图(单位：%)图表65：2023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66：2023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67：2023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68：2012-2023年尚品宅配经营情况发展趋势图(单位：万元，%)图表69：2012-2023年尚品宅配
现金流结构发展趋势图图表70：2012-2023年尚品宅配经营活动产生的现金**分析图表71：2012-2023年尚
品宅配经营活动产生的现金**净额与净利润的分析图表72：2012-2023年尚品宅配投资活动产生的现金**
分析图表73：2023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76：2023年尚品宅配收入来源(单位：%)图表77：2023年尚品宅配成本结
构(单位：%)图表78：2023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79：20
23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**入口分析图表81：
尚品宅配VS索菲亚百度来路**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85：2023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87：2023年尚品宅配线下直营店区位分布情
况(单位：%)图表88：2023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——江淦钧情况分析图表98：索菲亚董事、总经理——柯建生情况分析图表99：截至2023年索菲亚**名股东持股比例情况（单位：%）图表100：2014-2023年索菲亚重要投资事件图表101：2012-2023年索菲亚估值发展趋势图（单位：亿元，%）图表102：2023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103：2018-2023年索菲亚营业收入及净利润发展趋势图（单位：万元，%）图表104：2012-2023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106：2023年索菲亚收入来源（单位：%）图表107：2023年索菲亚成本结构（单位：%）图表108：2023年同行业公司索菲亚销售费用占营业收入比重（单位：%）图表109：2023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120：2017-2023年中国软装行业市场容量预测