

发展前景|2023年度软装市场供需状况分析及发展前景报告

产品名称	发展前景 2023年度软装市场供需状况分析及发展前景报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

发展前景|2023年度软装市场供需状况分析及发展前景报告

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 深圳市华贝软装装饰设计有限公司（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) 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1：2023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表 图表16：酒店软装市场经典案例汇总表 图表17：会所软装市场经典案例汇总表 图表18：餐厅软装市场经典案例汇总表 图表19：酒吧软装市场经典案例汇总表 图表20：办公空间软装市场经典案例汇总表 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——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 图表44：美乐乐收入结构图 图表45：美乐乐成本构成分析图 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79：2023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