



艾凯咨询
ICAN Consulting

2021-2026年中国软装设计行业 市场运营态势及投资战略咨询报 告

一、调研说明

《2021-2026年中国软装设计行业市场运营态势及投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/359365.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

软装设计是在商业空间与居住空间中所有可移动的元素统称软装。软装的元素包括家具、装饰画、陶瓷、花艺绿植、窗帘布艺、灯饰、其它装饰摆件等；软装范畴包括家庭住宅、商业空间，所以国内也出现了一些大大小小的软装培训机构。软装，即软装修、软装饰。相对于传统"硬装修"的室内装饰形式。即在居室完成装修之后进行的利用可更换，可更新的布艺、窗帘、绿植、铁艺、挂画、挂毯等进行的二次装饰。软装设计所涉及到的软装产品包括家具、灯饰、窗帘、地毯、挂画、花艺、饰品、绿植等。根据客户喜好和特定的软装风格通过对这些软装产品进行设计与整合，最终对空间按照一定的设计风格 and 效果进行软装工程施工，最终使得整个空间和谐温馨、漂亮。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 软装设计行业相关概述

1.1 服务的内涵与特征

1.1.1 服务的内涵

1.1.2 服务的特征

1.2 软装设计行业相关概述

1.2.1 软装设计行业的定义

1.2.2 软装设计行业的分类

1.2.3 软装设计行业的产业链结构

1.2.4 软装设计行业在国民经济中的地位

1.3 软装设计行业统计标准介绍

1.3.1 行业统计部门和统计口径

1.3.2 行业研究机构介绍

1.3.3 行业主要统计方法介绍

1.3.4 行业涵盖数据种类介绍

第二章 中国软装设计行业发展环境

2.1 中国软装设计行业政策法律环境分析

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 政策环境对行业的影响

2.2 中国软装设计行业经济环境分析

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 中国软装设计行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境分析

2.3.2 社会发展对行业的影响分析

2.4 中国软装设计行业消费环境分析

2.4.1 行业消费驱动分析

2.4.2 行业消费需求特点

2.4.3 行业消费群体分析

2.4.4 消费环境对行业的影响分析

第三章 中国软装设计行业发展概述

3.1 中国软装设计行业发展状况分析

3.1.1 中国软装设计行业发展阶段

3.1.2 中国软装设计行业发展总体概况

3.1.3 中国软装设计行业发展特点分析

3.1.4 中国软装设计行业商业模式分析

3.2 2016-2020年软装设计行业发展现状

3.2.1 2016-2020年中国软装设计所属行业市场规模

3.2.2 2016-2020年中国软装设计行业发展分析

3.2.3 2016-2020年中国软装设计企业发展分析

3.3 2016-2020年中国软装设计行业市场供需分析

3.3.1 中国软装设计所属行业供给分析

3.3.2 中国软装设计所属行业需求分析

3.3.3 中国软装设计行业供需平衡

第四章 中国软装设计行业发展前景分析

4.1 2021-2026年中国软装设计市场发展前景

4.1.1 2021-2026年软装设计市场发展潜力

4.1.2 2021-2026年软装设计市场发展前景展望

4.1.3 2021-2026年软装设计细分行业发展前景分析

4.2 2021-2026年中国软装设计市场发展趋势预测

4.2.1 2021-2026年软装设计行业发展趋势

- 4.2.2 2021-2026年软装设计市场规模预测
- 4.2.3 2021-2026年软装设计行业应用趋势预测
- 4.2.4 2021-2026年细分市场发展趋势预测
- 4.3 2021-2026年软装设计行业投资风险分析
 - 4.3.1 行业政策风险
 - 4.3.2 宏观经济风险
 - 4.3.3 市场竞争风险
 - 4.3.4 关联产业风险
 - 4.3.5 其他投资风险
- 4.4 2021-2026年中国软装设计行业面临的困境及对策
 - 4.4.1 中国软装设计行业面临的困境及对策
 - 1、中国软装设计行业面临困境
 - 2、中国软装设计行业对策探讨
 - 4.4.2 中国软装设计企业发展困境及策略分析
 - 1、中国软装设计企业面临的困境
 - 2、中国软装设计企业的对策探讨
 - 4.4.3 国内软装设计企业的出路分析
- 第五章 中国软装设计行业服务领域分析
 - 5.1 软装设计行业服务领域概况
 - 5.1.1 行业主要服务领域
 - 5.1.2 行业服务结构分析
 - 5.1.3 服务发展趋势分析
 - 5.1.4 服务策略建议
 - 5.2 服务领域一
 - 5.2.1 市场发展现状概述
 - 5.2.2 行业市场应用规模
 - 5.2.3 所属行业市场需求分析
 - 5.3 服务领域二
 - 5.3.1 市场发展现状概述
 - 5.3.2 行业市场应用规模
 - 5.3.3 所属行业市场需求分析
 - 5.4 服务领域三

5.4.1 市场发展现状概述

5.4.2 行业市场应用规模

5.4.3 所属行业市场需求分析

第六章 中国软装设计行业市场竞争格局分析

6.1 软装设计行业竞争格局分析

6.1.1 软装设计所属行业区域分布格局

6.1.2 软装设计行业企业规模格局

6.1.3 软装设计行业企业性质格局

6.2 软装设计行业竞争状况分析

6.2.1 软装设计行业上游议价能力

6.2.2 软装设计行业下游议价能力

6.2.3 软装设计行业新进入者威胁

6.2.4 软装设计行业替代产品威胁

6.2.5 软装设计行业内部竞争分析

6.3 软装设计行业投资兼并重组整合分析

6.3.1 投资兼并重组现状

6.3.2 投资兼并重组案例

6.3.3 投资兼并重组趋势

第七章 中国软装设计行业企业经营分析

7.1 武汉嘉禾装饰集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2 深圳中欧奇逸空间概念设计有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3 广州欧申纳斯软装饰设计有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.4 深圳市华贝软装饰设计有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第八章 互联网对软装设计行业的影响分析

8.1 互联网对软装设计行业的影响

8.1.1 智能服务设备发展情况分析

- 1、智能服务设备发展概况
- 2、主要服务APP应用情况

8.1.2 服务智能设备经营模式分析

- 1、智能硬件模式
- 2、服务APP模式
- 3、虚实结合模式
- 4、个性化资讯模式

8.1.3 智能设备对软装设计行业的影响分析

- 1、智能设备对软装设计行业的影响
- 2、服务智能设备的发展趋势分析

8.2 互联网+服务发展模式分析

8.2.1 互联网+服务商业模式解析

- 1、商业模式一
 - (1) 服务模式
 - (2) 盈利模式
- 2、商业模式二
 - (1) 服务模式
 - (2) 盈利模式

8.2.2 互联网+服务案例分析

- 1、案例一
- 2、案例二
- 3、案例三

8.3 互联网背景下软装设计行业发展趋势分析

第九章 软装设计企业市场营销策略探讨

9.1 服务营销的特点

9.1.1 服务产品的无形性

- 9.1.2 服务的不可分离性
- 9.1.3 服务产品的可变性
- 9.1.4 服务产品的易失性
- 9.2 软装设计企业的营销策略
 - 9.2.1 内部营销与交互作用营销
 - 9.2.2 差别化管理
 - 9.2.3 服务质量管理
 - 9.2.4 平衡供求的策略
- 9.3 软装设计企业提高服务质量的营销策略
 - 9.3.1 服务质量的主要影响因素模型
 - 9.3.2 服务质量影响因素关系分析
 - 9.3.3 软装设计企业提高服务质量的营销策略分析
- 9.4 软装设计企业的品牌营销
 - 9.4.1 软装设计企业品牌营销中存在的问题
 - 1、品牌营销处于初级阶段
 - 2、缺乏品牌塑造意愿
 - 3、服务品牌理念脱离实质
 - 4、品牌营销定位不具备持续价值
 - 9.4.2 软装设计企业品牌营销策略分析
 - 1、实行差异化的服务
 - 2、树立服务品牌营销意识
 - 3、提高顾客满意度与忠诚度
 - 4、打造高品质的企业服务文化

第十章 研究结论及建议

10.1 研究结论(AK HT)

10.2 建议

10.2.1 行业发展策略建议

10.2.2 行业投资方向建议

10.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：软装设计行业服务特点

图表：软装设计产业链分析

图表：软装设计行业生命周期

图表：软装设计行业商业模式

图表：2016-2020年中国软装设计所属行业市场规模分析

图表：2021-2026年中国软装设计所属行业市场规模预测

图表：软装设计行业营销策略建议

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359365.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。