

# 2018年中国住宅全装修行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国住宅全装修行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/330543330543.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

在中国，“全装修”的发展基本可以分为以下几个阶段：

第一阶段（1998年-2001年）：商品房市场开始发展，“全装修”概念初被提及

1998年始，中国的商品房市场开始发展，发展商之间的竞争日益激烈，为了能吸引更多的客户，“全装修房”应运而生，但当时的全装修房只局限于样板房。

第二阶段（2002年-2006年）：概念被明确，“全装修房”进入品牌化运作阶段

2002年6月，建设部颁布《商品住宅装修一次到位实施细则》，首次明确“全装修房”（即“精装修”）的概念，推崇装修一次到位，通过不断规范装修市场，促使住宅装修生产从无序走向有序。自此，全装修开始真正走入人们的生活。

2003年起，全国房地产市场进入快速发展时期，房价高速上涨的同时，装饰行业也迎来了发展的春天。开发商开始与一些知名的装饰工程公司合作，也开始选购一些知名品牌的橱柜、卫浴、地板、衣柜等，装修品位大大的提高，这种“精装修”主要出现在一些中高档次的楼盘，针对有较强消费能力的消费者。与此同时，由于大量的劳动力投入到该行业中，导致施工队素质低下，施工质量参差不齐，众多“精装修”方面的问题暴露无遗。

第三阶段（2008年至2011年）：在提倡节能环保的大背景下，“精装修”开始普及

2008年，建设部发布《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》，在强调规范装修市场、加强监督的同时，要求完善扶持政策，推广全装修房。

2009年底哥本哈根会议的召开，“低碳环保”成为经济发展热点，房地产市场的低碳化也成为社会关注焦点。借此时机，精装修房作为一次性装修到位，通过集中采购、统一装修，实现消费者购买之后只需进行小规模调整即可入住，从而降低多次装修带来的浪费与污染，受到了行业和社会的大力推崇。

2010年，《建筑业“十二五”规划》出台，政策鼓励和推动新建保障性住房和商品住宅菜单式全装修交房。

第四阶段（2013年至今）：推动建筑工业化，绿色建筑开始普及，全装修成为大型地产开发商的标配

2013年，国务院办公厅转发了发展改革委和住房城乡建设部的《绿色建筑行动方案》，提出要推动建筑工业化，积极推行住宅全装修，鼓励新建住宅一次装修到位或菜单式装修，促进个性化装修和产业化装修相统一。

2017年住房城乡建设部发布《建筑业发展“十三五”规划》，规划提出，按照住房城乡建设事业“十三五”规划纲要的目标要求，到2020年，城镇新建民用建筑全部达到节能标准要求。城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%，新开工全装修成品住宅面积达到30%，绿色建材应用比例达到40%。

图表：推进全装修发展相关政策

在国外，多数发达国家注重住宅标准、节能，目前已不再销售毛坯房。从韩国、日本

、美国、法国、德国等主要发达国家住宅装饰装修发展路径来看，由于环保、节能、减排、成本等方面的原因，除德国市场上仍有少量毛坯房出售外，其他国家已经不再允许毛坯房销售，并同时装修及验收标准、节能材料应用、施工合同细则和纠纷解决机制等方面均做了极为详细的规定。

而我国住宅全装修的历史较短，全装修住宅在我国住宅总量中的占比较低，目前全装修住房渗透率仅为20%，与发达国家80%的比例相差甚远，尤其是日本，在住宅产业化的推动下，实现了住宅全装修的工业化，日本目前的全装修渗透率基本已经达到了100%。而即便是上海、深圳、北京这类一线城市，全装修住宅渗透率也仅为30%-40%，未来提升空间巨大。

图表：中国全装修房比重远低于发达国家

图表：住宅产业化与住宅全装修工业化相辅相成

图表：各国对住宅装饰装修具体要求

图表：各国全装修兴起时间与成品住宅特点

观研天下发布的《2018年中国住宅全装修行业分析报告-市场深度调研与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、住宅全装修T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国住宅全装修行业发展概述

第一节 住宅全装修行业发展情况概述

## 一、住宅全装修行业相关定义

## 二、住宅全装修行业基本情况介绍

## 三、住宅全装修行业发展特点分析

## 第二节 中国住宅全装修行业上下游产业链分析

### 一、产业链模型原理介绍

### 二、住宅全装修行业产业链条分析

### 三、中国住宅全装修行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

## 第三节 中国住宅全装修行业生命周期分析

### 一、住宅全装修行业生命周期理论概述

### 二、住宅全装修行业所属的生命周期分析

## 第四节 住宅全装修行业经济指标分析

### 一、住宅全装修行业的赢利性分析

### 二、住宅全装修行业的经济周期分析

### 三、住宅全装修行业附加值的提升空间分析

## 第五节 国内住宅全装修行业进入壁垒分析

### 一、住宅全装修行业资金壁垒分析

### 二、住宅全装修行业技术壁垒分析

### 三、住宅全装修行业人才壁垒分析

### 四、住宅全装修行业品牌壁垒分析

### 五、住宅全装修行业其他壁垒分析

## 第二章 2015-2017年全球住宅全装修行业市场发展现状分析

### 第一节 全球住宅全装修行业发展历程回顾

### 第二节 全球住宅全装修行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲住宅全装修行业地区市场分析

#### 一、亚洲住宅全装修行业市场现状分析

#### 二、亚洲住宅全装修行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲住宅全装修行业市场前景分析

### 第四节 北美住宅全装修行业地区市场分析

#### 一、北美住宅全装修行业市场现状分析

#### 二、北美住宅全装修行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美住宅全装修行业市场前景分析

### 第五节 欧盟住宅全装修行业地区市场分析

#### 一、欧盟住宅全装修行业市场现状分析

- 二、欧盟住宅全装修行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟住宅全装修行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界住宅全装修行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球住宅全装修行业市场规模预测
- 第三章 2015-2017年中国住宅全装修产业发展环境分析
  - 第一节 我国宏观经济环境分析
    - 一、中国GDP增长情况分析
    - 二、工业经济发展形势分析
    - 三、社会固定资产投资分析
    - 四、全社会消费品零售总额
    - 五、城乡居民收入增长分析
    - 六、居民消费价格变化分析
    - 七、对外贸易发展形势分析
  - 第二节 中国住宅全装修行业政策环境分析
    - 一、行业监管体制现状
    - 二、行业主要政策法规
  - 第三节 中国住宅全装修产业社会环境发展分析
    - 一、人口环境分析
    - 二、住宅全装修环境分析
    - 三、文化环境分析
    - 四、生态环境分析
    - 五、消费观念分析
- 第四章 2015-2017年中国住宅全装修行业运行情况
  - 第一节 中国住宅全装修行业发展状况情况介绍
    - 一、行业发展历程回顾
    - 二、行业创新情况分析
    - 三、行业发展特点分析
  - 第二节 中国住宅全装修行业市场规模分析
  - 第三节 中国住宅全装修行业供应情况分析
  - 第四节 中国住宅全装修行业需求情况分析
  - 第五节 中国住宅全装修行业供需平衡分析
  - 第六节 中国住宅全装修行业发展趋势分析
- 第五章 中国住宅全装修所属行业运行数据监测
  - 第一节 中国住宅全装修所属行业总体规模分析
    - 一、企业数量结构分析

## 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国住宅全装修所属行业产销与费用分析

#### 一、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

#### 七、销售费用分析

#### 八、管理费用分析

#### 九、财务费用分析

#### 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国住宅全装修所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2015-2017年中国住宅全装修市场格局分析

### 第一节 中国住宅全装修行业竞争现状分析

#### 一、中国住宅全装修行业竞争情况分析

#### 二、中国住宅全装修行业主要品牌分析

### 第二节 中国住宅全装修行业集中度分析

#### 一、中国住宅全装修行业市场集中度分析

#### 二、中国住宅全装修行业企业集中度分析

### 第三节 中国住宅全装修行业存在的问题

### 第四节 中国住宅全装修行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国住宅全装修行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2015-2017年中国住宅全装修行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国住宅全装修行业消费特点

### 第二节 中国住宅全装修行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 住宅全装修行业成本分析

第三节 住宅全装修行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国住宅全装修行业价格现状分析

第五节 中国住宅全装修行业平均价格走势预测

一、中国住宅全装修行业价格影响因素

二、中国住宅全装修行业平均价格走势预测

三、中国住宅全装修行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国住宅全装修行业区域市场现状分析

第一节 中国住宅全装修行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区住宅全装修市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区住宅全装修市场规模分析

四、华东地区住宅全装修市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区住宅全装修市场规模分析

四、华中地区住宅全装修市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区住宅全装修市场规模分析

第九章 2015-2017年中国住宅全装修行业竞争情况

第一节 中国住宅全装修行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析



三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国住宅全装修行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国住宅全装修行业竞争环境分析（住宅全装修T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 住宅全装修行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

## 一、企业概况

## 二、主营产品

## 三、运营情况

### 1、主要经济指标情况

### 2、企业盈利能力分析

### 3、企业偿债能力分析

### 4、企业运营能力分析

### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

## 第四节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2018-2024年中国住宅全装修行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国住宅全装修行业未来发展前景分析

#### 一、住宅全装修行业国内投资环境分析

#### 二、中国住宅全装修行业市场机会分析

#### 三、中国住宅全装修行业投资增速预测

### 第二节 中国住宅全装修行业未来发展趋势预测

### 第三节中国住宅全装修行业市场发展预测

- 一、中国住宅全装修行业市场规模预测
- 二、中国住宅全装修行业市场规模增速预测
- 三、中国住宅全装修行业产值规模预测
- 四、中国住宅全装修行业产值增速预测
- 五、中国住宅全装修行业供需情况预测

### 第四节中国住宅全装修行业盈利走势预测

- 一、中国住宅全装修行业毛利润同比增速预测
- 二、中国住宅全装修行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国住宅全装修行业投资风险与营销分析

### 第一节 住宅全装修行业投资风险分析

- 一、住宅全装修行业政策风险分析
- 二、住宅全装修行业技术风险分析
- 三、住宅全装修行业竞争风险分析
- 四、住宅全装修行业其他风险分析

### 第二节 住宅全装修行业企业经营发展分析及建议

- 一、住宅全装修行业经营模式
- 二、住宅全装修行业销售模式
- 三、住宅全装修行业创新方向

### 第三节 住宅全装修行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章2018-2024年中国住宅全装修行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国住宅全装修行业品牌战略分析

- 一、住宅全装修企业品牌的重要性
- 二、住宅全装修企业实施品牌战略的意义
- 三、住宅全装修企业品牌的现状分析
- 四、住宅全装修企业的品牌战略
- 五、住宅全装修品牌战略管理的策略

### 第二节中国住宅全装修行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国住宅全装修行业战略综合规划分析

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

第十四章 2018-2024年中国住宅全装修行业发展策略及投资建议

第一节 中国住宅全装修行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国住宅全装修行业定价策略分析

第二节 中国住宅全装修行业营销渠道策略

一、住宅全装修行业渠道选择策略

二、住宅全装修行业营销策略

第三节 中国住宅全装修行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国住宅全装修行业重点投资区域分析

二、中国住宅全装修行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/330543330543.html>