

# 2018年中国住宅全装修市场分析报告- 行业深度调研与发展前景研究

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年中国住宅全装修市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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/fangwuzhuangshi/331320331320.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

近年来，我国仍处于城市化、工业化、市场化的快速发展时期，各种有利因素都将推动国民经济与社会发展处于一个快速发展的阶段。建筑装饰行业仍面临着持续、快速发展的宏观环境。

人口转移是城镇化的标志，这将为住房市场带来巨大需求，近年来，我国城镇化率每年提高近1.3个百分点，每年新增城镇人口平均约1800万。而2016年我国城镇化率达到57.4%，根据《2016年政府工作报告》，到2020年我国的城镇化率将到达60%左右，而城镇化率每年平均增长一个百分点，每年将新增城镇人口1300万，按照全国城镇人口人均住房面积30平方米计算，每年将带来3.9亿平方米的新建住房需求，这些住房需求将给住宅装饰行业带来广阔的市场空间。根据土巴兔装修网数据显示，住宅每平方米装修费用在1000元左右；温州市市住建委也下发通知，确定市区中心城区商品住宅的全装修工程单方造价不应低于1000元。我们按照每平方米产生1000元的基础装饰费用估算，城镇化带动的新建住房将给整个住宅装修市场带来每年3900亿元的市场需求。若装修档次进一步提升，市场空间将进一步扩大。城镇化的进一步推动将对作为主体项目的城市群形成更大的需求。京津冀、长三角、珠三角、成渝、长江中游等城市群的快速崛起，引致更大的交通、商业等基础设施建设，这将为建筑装饰行业市场提供广阔的发展空间。随着国民人均收入稳步提高，人们对建筑品质将提出更高要求，促使建筑装饰平均造价稳步攀升，这也将大幅提升新增住房装修以及二手房再装修市场产值。

按照2020年城镇化率达到60%的目标进行保守估算，2020年城镇新增住宅面积将达到5.8亿平方米；而根据建筑业“十三五”规划，2020年新开工全装修成品住宅面积要达到30%，假设单位面积的装修费用为1000元/平方米（根据上述土巴兔装修网数据假设），住宅全装修的市场空间达到1740亿，约占住宅装修行业总产值（以2016年产值为基数）的9.2%。

图表：2017年我国城镇化率已达到58.52%

图表：城镇人均住宅面积在逐年提升，2016年已经达到36.60平方米/人

敏感性分析：由于新开工面积可以更好的反映未来精装修行业整体订单规模趋势，我们将精装修市场规模对精装修渗透率和装修标准进行敏感性分析。假设目前精装修平方米不变的情况下，我们发现精装修渗透率每提升5个百分点，市场规模将增加715亿元，装修标准每提高200元/平方米，精装修市场规模则增加440亿元。而相对来看，新开工面积每提升5个百分点，精装修市场规模约增加143亿元，因此渗透率和精装修标准的弹性要远大于新开工面积变化对精装修市场的影响。从长期看，新开工面积的增速水平变化并不是影响精装修市场的主要因素，精装修渗透率水平和装修标准提升将是推动精装修市场增长曲线的主要动力。

另外，目前我国精装修住房占比不到20%，与发达国家80%的比例相差甚远，上海、

深圳、北京这类一线城市，精装修住宅销售比例也仅只有30%-40%，未来提升的空间很大。在政策扶持、开发商大力践行的背景下，有望迎来精装修时代。

观研天下发布的《2018年中国住宅全装修市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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 国中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

#### 第三节 住宅全装修行业成本分析

#### 第四节 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

#### 第五节 中国住宅全装修行业价格现状分析

#### 第六节 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重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

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/fangwuzhuangshi/331320331320.html>