

2018年中国住宅全装修市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

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趋势研究》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/331322331322.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

一、行业展望：五大驱动力助推住宅全装修市场扩容

除国家和各地政府明确提出全装修覆盖率的具体要求外，还有五大驱动力因素推动住宅全装修市场容量扩大。

(1) 消费观念逐渐转变，人们将更加倾向全装修住房，同时装修档次也将逐渐提升，量价齐升，全面利好装修装饰行业；

(2) 国家积极推动绿色建筑产业发展，同时大力扶持装配式建筑的发展，提升全装修的覆盖率。

(3) 作为地产后周期行业，2017年房地产市场的销售、新开工和投资有望全面超预期。而装饰属于地产后周期行业，有望受益于前期以来强劲的地产表现；同时，地产行业集中度在逐渐提升，17年提升尤其明显，而地产龙头更偏爱全装修交房，有助于全装修渗透率进一步提升，同时，大额订单有助于降低装修公司成本，企业盈利能力提升；

(4) 城镇化进程加快，为住房市场带来巨大的需求，而这些住房需求将给住宅装饰行业带来广阔的市场空间；

(5) “租售同权”时代来临，全装修受益于长租公寓发展：如果整体出租的物业地产成为潮流，那么全装修房必然成为一种选择，长租公寓将催生庞大全装修市场。

图表：五大驱动力推动住宅全装修市场容量扩大

二、政策引导+消费升级助力，住宅全装修前景广阔

住宅装饰行业近年来发展迅速，队伍数量、经营规模、管理水平和经济效益均得到了较快发展，行业规模持续扩张。16年住宅装修装饰全年完成工程总量值1.89万亿元，同比增长13.9%，中国建筑装饰协会预计17年全国住宅装饰行业总产值达到2.16 万亿元，同比增长14.3%，增速较16年进一步提升。不过由于装饰装修行业门槛较低，行业整体集中度偏低，龙头公司市占率较低，呈现“大行业，小企业”局面，但企业数量已经从11年的14.5万家减少到16年13.2万家，集中度正逐年提升，预计随着未来龙头公司市占率的提升，收入端将表现出更好的弹性，业绩有望进一步提升。

全装修房相比于传统的毛坯房与简装房具备明显优势，一方面很少存在二次装修，避免了材料浪费与环境污染，另一方面降低了安全隐患。我国全装修发展起步晚，与发达国家仍存差距。建筑业“十三五”规划明确要求，2020年城镇新开工全装修成品住宅面积达到30%，近两年，在中央的倡导下，各地方政府已经出台了相应的“全装修”地方政策，明确提升全装修覆盖率，努力提高全装修渗透率。同时，全国多地对采用全装修模式的开发商给予了税收等方面的优惠，除此之外，部分地区如成都、河北对全装修房的房贷进行优惠，在需求端增加全装修消费偏好，提高全装修的渗透率。同时17年7月，九部委联合发文，明确要求各地搭建住房租赁交易平台，并且选取12个城市为试点单位，加快发展租房租赁市场，推动长

租公寓的兴起。

预计在各地政策的推动下，全装修将迎来一个快速发展的时期。

除国家和各地政府明确提出全装修覆盖率的具体要求外，还有五大驱动力因素推动住宅全装修市场容量扩大：

1)消费观念逐渐转变，人们将更加倾向全装修住房，而且目前装修档次相对较低，未来随着军民收入的提高，装修档次也将逐渐提升，量价齐升，全面利好装修装饰行业。

2)国家积极推动绿色建筑产业发展，同时大力扶持装配式建筑的发展：到2020年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%，装配式建筑面积占比达15%，有助于提升全装修覆盖率。

3)装饰行业属于地产后周期行业，有望受益于前期以来强劲的地产表现：2017年以来房地产市场的销售、新开工和投资情况超预期，装修行业有望受益。同时，地产行业集中度在逐渐提升，17年提升尤其明显，而地产龙头更偏爱全装修交房，有助于全装修渗透率进一步提升。

4)城镇化进程加快，为住房市场带来巨大的需求：城镇化将给住宅装饰行业带来广阔的市场空间。

5)“租售同权”时代来临，全装修受益于长租公寓发展：若整体出租的物业地产成为潮流，则全装修房必然成为一种选择，长租公寓将催生庞大全装修市场。

公司方面，目前住宅装饰装修公司纷纷布局长租公寓市场，预计在政策利好驱动下未来订单量有望稳定增长，装饰龙头公司有望持续受益，建议重点关注金螳螂、东易日盛、全筑股份以及广田集团等龙头公司。

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趋势研究》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 中国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/331322331322.html>