

2018年中国建筑装饰行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

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年中国建筑装饰行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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/fangwuzhuangshi/332448332448.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

1、行业边界延展，业务模式规范，布局民营生态环保龙头

美丽中国、水生态治理打开生态环保万亿空间。十九大将生态文明建设提升至千年大计，提出要全面建设“美丽中国”，这一方策略打开了生态环保领域市场空间，而其中最明确的投资热点当属水生态治理，水生态治理的市场增量主要来自于流域治理、黑臭水体、农村污水治理，这三个领域蕴含了 1.18 万亿的市场空间。目前，园林公司与环保工程公司凭借各自优势，纷纷布局水生态治理，具体表现为园林类企业业务范围逐渐由园林景观绿化向水生态修复与治理转移，环保公司逐渐由污水处理向水治理综合工程转移，两个行业间的壁垒正在逐渐打破，业务界限趋于模糊。

雄安新区、特色小镇催生大量生态环保需求。雄安新区、特色小镇等新型城镇化发展模式也催生出大量生态环保需求，这是因为除了传统的房建、交通、市政配套需求以外，新区和小镇建设更加强调生态环境的优美与宜居性。其产生的生态环保投资主要源于两方面：一方面是高标准、高要求建设对园林绿化的需求；另一方面，是对原有遭到破坏的生态环境要进行修复，例如雄安新区建设中对白洋淀流域进行治理。

PPP 模式规范性加强，民营企业有望迎来黄金发展期。仍业务模式来看，目前绝大多数生态环保项目都采用 PPP 模式，近期 PPP 监管趋严，短期内有可能会对一些项目的入库与落地产生影响。但仍长进来看，PPP 规范性加强，有利于优化行业竞争格局，促进 PPP 长期健康发展。未来 PPP 承接主体将呈现分化，结构将逐渐趋向合理，其中复合竞争能力突出、融资能力较强、项目运作规范、投资建设运营效率高的 PPP 民营龙将迎来黄金发展期。

龙头公司订单储备丰富，业绩高速增长无忧。受生态环保行业景气度提升，以及 PPP 模式大力推行影响，多数生态环保公司订单增长创新高，相对于 2016 年的营收保障系数在 5 以上。未来两年这些项目将进入集中落地期，随着“项目-订单-业绩”转化的逐渐兑现，未来 1-2 年公司业绩将实现持续高速增长。

表：重点生态环保上市公司订单状况

估值处于较低水平，安全边际高，具备配置价值。年初以来受金融去杠杆、流动性收紧及 PPP 监管趋严影响，生态环保 PPP 公司出现大幅回调。当前多数生态环保 PPP 龙头 2017 业绩预期增长普遍在 30%-50%以上，2017PE 普遍在 20~25 倍，2018PE 普遍在 14~18 倍，PEG 多在 0.6 以下，估值位于底部空间。我们认为业绩高速增长确定性高、估值较低的民营生态环保 PPP 龙头具备极高投资价值，建议重点关注东方园林、铁汉生态、美尚生态、岭南园林、碧水源。

表：重点生态环保上市公司估值情况

2、国外“一带一路”，国内新区建设，关注建筑央企与国际工程公司

受“一带一路”推行影响，大型建筑央企及国际工程企业新签合同总额快速增长。2017

年“一带一路”战略收入推进，大型建筑央企及国际工程公司海外订单快速增长，进而带动前三季度新签合同总额实现大幅增长，其中中国化学、中国交建、中国建筑、中国电建、中国中冶、中国铁建、葛洲坝、新签合同总额增速分别为56.15%、30.63%、30.1%、29.03%、24.7%、24.67%、24.55%。

国际工程企业表现也颇为亮眼，前三季度中工国际获得海外订单19.37亿美元，相当于2016全年海外订单的97.83%；北方国际获得海外订单20.51亿美元，相当于2016全年海外订单的97.67%。

表：建筑央企及国际工程公司海外订单情况（亿元）

雄安新区基建为建筑央企打开新增量市场，2018年建筑央企将充分受益雄安新区建设。虽然国资委发布的192文可能会限制后续央企在PPP领域大规模扩大市场份额，进而影响央企的PPP拿单速度，但总体来看，作为基建主流投融资模式的PPP仍会成为央企的主要选择。同时，雄安新区建设有望在2018年进入实质性成果阶段，仍规模实力、技术储备、资源优势、资金规模、执行能力等维度来看，建筑央企在雄安新区建设中具有最强的竞争优势，将成为雄安新区建设的主力军。中国交建、中国铁建、中国中铁、中国建筑等建筑央企已经中标“雄安第一标”河北雄安新区9号地块一区造林项目，打响了建设雄安“第一枪”。

龙头公司业绩增长稳健，低估值水平处于历史地位，可重点关注。业绩方面，建筑公司项目一般要经历“订单签订——合同生效——业绩释放”的过程，2016、2017年在国内PPP及国外“一带一路”建设影响下，建筑央企及国际工程公司获得了大量订单，预计2018年将是这些订单的落地大年，相关企业业绩有望迎来释放，取得快速稳健增长。估值方面，“一带一路”峰会结束后，建筑央企及国际工程出现大幅回调。目前大部分个股估值已重归历史平均水平，2017年建筑央企PE普遍在8~15倍之间，国际工程公司PE在11~19倍之间。我们认为可逢低布局业绩稳健增长，估值较低的建筑央企及国际工程公司，重点关注葛洲坝、中国建筑、中工国际、北方国际。

表：重点大型建筑央企估值情况

3、行业景气提升，全生命周期风行，看好设计及运营公司

设计行业景气度提升，市场空间巨大。首先，行业方面，建筑设计行业处于建筑工程的前端业务，虽然其费用仅项目总投资额的1%-2%左右，但其品质高低即能对整个建筑工程产生至关重要的影响。同时，在PPP入库要求提高，项目全生命周期管理备受青睐的背景下，项目前期的勘探设计将会发得更加重要。在经历了2013-2015年行业的低迷期后，2016年建筑设计行业景气度开始提升，预计2018-2020年我国设计咨询行业营业收入规模将分别达到5175.22、6125.98、6555亿元，合计2.38万亿。

设计行业区域壁垒逐渐打破，行业集中度有望进一步提升。仍行业竞争格局来看，目前国内设计公司众多，各省市都有各自的地方性设计公司，之前行业地域分割严重，区域壁垒很难打破，但近两年上市设计公司通过内生外延方式逐渐提升了外省业务占比，行业开放性逐步提升，这有劣于设计龙头公司业务扩张。未来设计行业竞争格局将发生改发，行业集中度有望进一步提升，业务承接主体将逐渐向复合竞争能力突出、大型项目设计经验丰富的

龙头上市公司集中。

运营为重，未雨绸缪，运营先行者显峥嵘。PPP 发展初期多数建筑公司将精力放在 PPP 订单的承接上，对公司的业务拓展和融资能力有较高要求。PPP 进入规范发展阶段后，位于项目生命周期后期的运营受到更多重视，其对 PPP 项目的入库、融资、回款产生了重要影响。在这种背景下，布局运营业务，提高运营实力，成为建筑企业的必然选择，而 PPP 运营的先行者和领军者有望在 PPP 竞争中脱颖而出。

龙头公司业绩快速增长，低估值较低，可重点关注。业绩方面，相关龙头公司订单储备丰富，驱动未来 1-3 年业绩快速稳健增长。估值方面，苏交科、中设集团前期回调较深，目前估值已经位于历史较低水平。我们认为可逢低布局关注订单储备丰富、业绩稳健高速增长龙头设计公司以及 PPP 运营先行者，重点关注苏交科、中设集团、龙元建设。

表：重点设计/PPP 运营公司业绩、估值情况

观研天下发布的《2018年中国建筑装饰行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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家统计局规模企业统计数据库及建筑装饰交易所等，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、建筑装饰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年中国建筑装饰行业发展概述

第一节 建筑装饰行业发展情况概述

一、建筑装饰行业相关定义

二、建筑装饰行业基本情况介绍

三、建筑装饰行业发展特点分析

第二节 中国建筑装饰行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、建筑装饰行业产业链条分析

三、中国建筑装饰行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国建筑装饰行业生命周期分析

一、建筑装饰行业生命周期理论概述

二、建筑装饰行业所属的生命周期分析

第四节 建筑装饰行业经济指标分析

一、建筑装饰行业的赢利性分析

二、建筑装饰行业的经济周期分析

三、建筑装饰行业附加值的提升空间分析

第五节 中国建筑装饰行业进入壁垒分析

一、建筑装饰行业资金壁垒分析

二、建筑装饰行业技术壁垒分析

三、建筑装饰行业人才壁垒分析

四、建筑装饰行业品牌壁垒分析

五、建筑装饰行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球建筑装饰行业市场发展现状分析

第一节 全球建筑装饰行业发展历程回顾

第二节 全球建筑装饰行业市场区域分布情况

第三节 亚洲建筑装饰行业地区市场分析

一、亚洲建筑装饰行业市场现状分析

二、亚洲建筑装饰行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲建筑装饰行业市场前景分析

第四节 北美建筑装饰行业地区市场分析

一、北美建筑装饰行业市场现状分析

二、北美建筑装饰行业市场规模与市场需求分析

三、北美建筑装饰行业市场前景分析

第五节 欧盟建筑装饰行业地区市场分析

一、欧盟建筑装饰行业市场现状分析

二、欧盟建筑装饰行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟建筑装饰行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界建筑装饰行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球建筑装饰行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国建筑装饰产业发展环境分析

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 中国建筑装饰行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国建筑装饰产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、建筑装饰环境分析

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年中国建筑装饰行业运行情况

第一节 中国建筑装饰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 中国建筑装饰行业市场规模分析

第三节 中国建筑装饰行业供应情况分析

第四节 中国建筑装饰行业需求情况分析

第五节 中国建筑装饰行业供需平衡分析

第六节 中国建筑装饰行业发展趋势分析

第五章 中国建筑装饰所属行业运行数据监测

第一节 中国建筑装饰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 中国建筑装饰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 中国建筑装饰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年中国建筑装饰市场格局分析

第一节 中国建筑装饰行业竞争现状分析

一、中国建筑装饰行业竞争情况分析

二、中国建筑装饰行业主要品牌分析

第二节 中国建筑装饰行业集中度分析

一、中国建筑装饰行业市场集中度分析

二、中国建筑装饰行业企业集中度分析

第三节 中国建筑装饰行业存在的问题

第四节 中国建筑装饰行业解决问题的策略分析

第五节 中国建筑装饰行业竞争力分析

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年中国建筑装饰行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国建筑装饰行业消费特点

第二节 中国建筑装饰行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 建筑装饰行业成本分析

第三节 建筑装饰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 中国建筑装饰行业价格现状分析

第五节 中国建筑装饰行业平均价格走势预测

一、中国建筑装饰行业价格影响因素

二、中国建筑装饰行业平均价格走势预测

三、中国建筑装饰行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国建筑装饰行业区域市场现状分析

第一节 中国建筑装饰行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地建筑装饰市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区建筑装饰市场规模分析

四、华东地区建筑装饰市场规模预测

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、华中地区建筑装饰市场规模分析

四、华中地区建筑装饰市场规模预测

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、华南地区建筑装饰市场规模分析

第九章 2015-2017年中国建筑装饰行业竞争情况

第一节 中国建筑装饰行业竞争结构分析（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 中国建筑装饰行业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 中国建筑装饰行业竞争环境分析（建筑装饰T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 建筑装饰行业企业分析（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年中国建筑装饰行业发展前景分析与预测

第一节 中国建筑装饰行业未来发展前景分析

- 一、建筑装饰行业国内投资环境分析
- 二、中国建筑装饰行业市场机会分析
- 三、中国建筑装饰行业投资增速预测

第二节 中国建筑装饰行业未来发展趋势预测

第三节 中国建筑装饰行业市场发展预测

- 一、中国建筑装饰行业市场规模预测

二、中国建筑装饰行业市场规模增速预测

三、中国建筑装饰行业产值规模预测

四、中国建筑装饰行业产值增速预测

五、中国建筑装饰行业供需情况预测

第四节中国建筑装饰行业盈利走势预测

一、中国建筑装饰行业毛利润同比增速预测

二、中国建筑装饰行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国建筑装饰行业投资风险与营销分析

第一节 建筑装饰行业投资风险分析

一、建筑装饰行业政策风险分析

二、建筑装饰行业技术风险分析

三、建筑装饰行业竞争风险分析

四、建筑装饰行业其他风险分析

第二节 建筑装饰行业企业经营发展分析及建议

一、建筑装饰行业经营模式

二、建筑装饰行业销售模式

三、建筑装饰行业创新方向

第三节 建筑装饰行业应对策略

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年中国建筑装饰行业发展策略及投资建议

第一节 中国建筑装饰行业品牌战略分析

一、建筑装饰企业品牌的重要性

二、建筑装饰企业实施品牌战略的意义

三、建筑装饰企业品牌的现状分析

四、建筑装饰企业的品牌战略

五、建筑装饰品牌战略管理的策略

第二节 中国建筑装饰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 中国建筑装饰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年中国建筑装饰行业发展策略及投资建议

第一节 中国建筑装饰行业产品策略分析

- 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 中国建筑装饰行业定价策略分析

第二节 中国建筑装饰行业营销渠道策略

- 一、建筑装饰行业渠道选择策略
- 二、建筑装饰行业营销策略

第三节 中国建筑装饰行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国建筑装饰行业重点投资区域分析
- 二、中国建筑装饰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/332448332448.html>