

2017-2022年中国建筑装饰产业运营现状及发展定位分析报告

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《2017-2022年中国建筑装饰产业运营现状及发展定位分析报告》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/284675284675.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

建筑装饰是建筑装饰装修工程的简称，建筑装饰行业已经成为建筑业中的三大支柱性产业之一，是一个劳动密集行业。建筑装饰行业是随着房地产热潮逐步兴起、快速成长起来的朝阳产业。我国房地产业、住宅建筑业和旅游商店服务业的迅速发展，以及小康住宅试点的推动，促进了装饰业的兴旺发达，刺激了装饰市场需求的增长，市场增长空间以平均每年20%左右的速度递增。目前，中国已经成为世界上装饰材料生产大国、消费大国和出口大国。材料主导产品不仅在总量上连续多年位居世界第一，而且人均消费指数已接近和高于世界先进水平。从建筑装饰产业发展的驱动因素来看，我国城市化进程不断加快、城乡居民可支配收入增加带来的消费结构逐步升级，以及由于房地产业持续快速发展和居民私人拥有住宅的比例提高等因素构筑了我国建筑装饰行业持续、高速增长的坚实基础。从个人住宅装饰来看，我国居民住房需求正处于高速增长时期，根据我国住宅发展规划，在今后10年内，我国每年至少要竣工住宅建筑面积2亿平方米。从公共建筑装饰市场来看，随着我国经济的增长，我国居民的消费在升级，同时随着国际业务的发展，到访中国的外国人日益增加，这将拉动我国旅游业、餐饮业以及会展业等现代服务业的快速发展，而涉外酒店、会展中心等城市基础设施的建设将拉动公共建筑装饰市场的需求。

2012-2016年中国建筑工程装饰行业总产值及增长速度

资料来源：公开资料整理

在过去的十余年中，建筑装饰行业产值年平均复合增速为5%。“十二五”期间，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。每年将提高近1个百分点，将有1300万左右的农业人口转化为城市人口，直接拉动建筑业需求6亿平方米以上。在未来的5-8年，随着中国城市化进程的推进和消费升级的推动，行业需求将继续维持较高增速，商品住宅精装修、交通设施、城市公共空间等细分领域具有广阔的成长空间。未来有很多行业领域将持续支持建筑装饰行业高速发展。第一个行业领域是商品住宅全装修。在国家产业政策的引导下，商品房精装修的比例将逐步上升，楼盘整体精装修产值相对于公共建筑装饰将保持更高增速。商品楼盘的整体装修在未来8-10年，都会保持更高的增长速度。随着经济的发展，人民生活水平的提高，旅游消费的提高，高端酒店的装饰市场前景也是很可观的，高端酒店装饰市场将持续稳定地发展。目前，中国在筹建中和前期规划的酒店数量为691个左右，大部分在2014-2016年供应。假定每个酒店装修投资花费1.5亿元，则相关投资总额将会达到1036亿元，每年年均新增的酒店装修市场规模约为350亿元。2014年建筑装饰行业将继续保持增长，预测产值将达到3.3万亿元左右，同比增长12.19%。

一、城镇化水平不断提高，推动行业平稳发展

我国的城镇化率在不断提高，“十二五”期间，我国城镇化进程稳步推进，城镇化率显

着提升，年均提高1.23个百分点，每年城镇人口增加2000万，到2015年，我国的城镇化率已经提高至56.1%，城镇常住人口为7.71亿。尽管如此，我国城镇化率还是远低于发达国家80%的平均水平，也低于人均收入与我国相近的发展中国家60%的平均水平，还有较大的发展空间。

城镇化进程的推进，直接拉动了建筑业的需求；同时产业结构调整、工业化发展，也会带来工业建筑的装饰装修需求，存量建筑的装饰改造空间巨大。伴随着城镇化的推进，各级政府在交通、市政等基础配套设施，以及医疗、教育、体育等公共福利的投资，都将为建筑装饰业提供发展机会。

同时，国内二、三线城市经济发展迅速，在各自区域内的经济影响力逐渐增大。新城建设、旧城改造，都将促进各地GDP的快速增长和固定资产投资规模的快速扩大。同时，二、三线城市的商业贸易、旅游业快速发展，也带动了写字楼、商业中心、星级酒店、购物广场以及旅游地产等商旅配套的新建和改造，这在给建筑装饰行业带来需求的同时，也因为其高品质要求而提高了装饰行业的完工水平。

伴随着经济稳步增长、固定资产投资规模不断扩大、城镇化进程不断加快等，我国房地产、建筑行业蓬勃发展，建筑装饰行业也显现出了稳健的发展态势。

从历年建筑装饰产值与全国GDP比重上看，该比重基本在5%上下浮动，近几年呈小幅上升变动。自2006年至2015年，全国建筑装饰行业工程总产值由1.4万亿增长至3.4万亿元，年均复合增长率为10.36%。尽管自2012年开始，行业工程总产值同比增长率逐渐下滑，但总体仍保持着稳健的发展态势。

二、公共建筑装饰：增量有限，存量市场改造空间大

公共建筑装饰市场的发展主要受两大因素驱动：一是随固定资产投资增加而新建的公共建筑所产生的增量市场；二是随经济发展、需求升级而对已有建筑定期翻新的存量市场。近年来，公共建筑装饰市场规模总体上稳步上升，但增速有所放缓。增速下调的原因主要是新建公共建筑增量放缓，带来装饰业务规模增速下调。在中短期内，公共建筑装饰增量市场出现增速反弹的可能性不高，增速较为有限，发展趋势较为平稳；同时，前期积累的改造需求、以及装饰市场的产业升级将促使公共建筑装饰行业存量市场改造规模迅速扩大。

1、公共建筑装饰增量市场增长有限

全社会固定资产投资完成额从2006年的11.00万亿快速增长至2015年的56.20亿元。2012年以来，由于宏观调控深入，经济结构转型，固定资产投资完成额呈现出高位增速放缓的态势，增速有所下滑，2015年的增速下调至10%以下。

从公共建筑装饰市场规模看，近年来，总体市场规模也呈现出增速下调的趋势。公共建筑市场的发展正从以建筑数量、面积迅速扩张为核心诉求的粗放增长模式向提升单体建筑使用效率、使用质量的可持续发展模式改变。中短期内，我们认为公共建筑装饰增量将维持平稳，增长速度有限。

2、公共建筑装饰存量市场改造空间大

公共建筑物在整个使用寿命期内需要进行多次装饰装修，根据统计，一般旅游饭店、写字楼的装饰周期是6至8年，而娱乐场所、商务用房的装饰周期还会更短，其他建筑一般10年更新一次；市场增量转化为存量的扩容，存量市场的定期装饰装修，加之客户标准不断提高产生的装饰需求，这些都为装饰企业提供了广阔的市场空间。

近十年来我国公共建筑市场发展迅速，商务酒店、城市商业综合体、文教体卫建筑、交通基建建筑等存量市场已十分巨大。

2006年至2015年全社会固定资产投资完成额近20%的年复合增长率将在未来十年内体现在公共装饰存量市场改造的市场增速上，带来存量改造市场的黄金发展期。

高端星级酒店存量改造市场年均增速料将超过10%。随着国内商务活动的逐渐增多和旅游的兴起，国内星级酒店得到了快速发展。截止到2015年，全国星级饭店统计管理系统中共有12327家星级饭店，其中五星级789家，四星级2375家，三星级5098家。2006-2015年度，全国五星级、四星级、三星级酒店数量的年均增长率为11.26%、6.31%、0.72%，呈现出较平稳的发展态势。未来几年，十年内新开业的高端星级酒店，特别是五星、四星酒店将迎来重新装饰改造的高峰。

三、家装市场：消费升级带来巨额增量

随着我国城镇化建设的深入推进，住宅需求不断增大，带动房地产业快速发展；居民人均收入持续上涨，消费水平提高，对居住环境的要求也逐渐由低到高，愿意在改善居住环境上增加更多投资。这就为家庭装饰行业带来了持续的业务需求和增长空间。

自2006年至2015年，家庭装饰市场的年总产值由7000亿提高到了1.66万亿，年均复合增长率达到了10.07%。2012年以来，建筑装饰市场整体增速逐渐下滑，发展有所乏力，但家庭装饰市场持续保持着10%左右的规模增速，显示出稳健的发展态势。

根据规划，十三五期间，住宅装修市场规模由2015年的1.66万亿元增长到2.4万亿元，年均增长速度在8%左右。住宅装修市场将继续保持着稳健的增长态势。

1、房地产市场回暖，后周期装饰市场有望受益

2016年1-12月，全国住宅房地产开发投资累计为68704亿元，同比增长6.4%，相比于2015年1-12月同比增长0.4%，2016年1-12月增加6.0个百分点。2016年1-12月，全国商品房销售面积累计为157349万平方米，同比增长22.5%，相比于2015年1-12月同比增长6.5%，2016年1-12月增加了16.0个百分点。

2016年1-12月，全国住宅新开工面积累计为115911万平方米，同比增长8.7%，相比2015年1-12月同比增长-14.6%而言，2016年1-12月增加了23.3个百分点。2016年1-12月，全国住宅施工面积累计为521310万平方米，同比增长3.2%，相比2015年1-12月同比增长1.3%而言，2016年1-12月增加了1.9个百分点。

年内房地产市场出现了明显回暖，尽管自2016年10月以后，各地陆续出台了比较严厉的房地产调控政策，但从住宅开发投资额、销售面积、开工面积、施工面积等多维度来看，年内各数据纬度仍处于较明显的增长态势。反应到产业链后周期的装饰市场，由于装饰工程

一般比房地产销售滞后1年左右时间，因此可以预计明年家庭装饰行业业绩受年内房地产行情的回暖，会有一定的增长。

中国报告网发布的《2017-2022年中国建筑装饰产业运营现状及发展定位分析报告》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。

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。

第一部分 建筑装饰行业发展现状

第一章 我国建筑装饰行业发展现状

第一节 中国建筑装饰行业发展概述

- 一、中国建筑装饰行业发展历程
- 二、中国建筑装饰行业发展面临的问题
- 三、中国建筑装饰行业技术发展现状及趋势

第二节 我国建筑装饰行业发展状况

- 一、2014-2016年中国建筑装饰行业发展回顾
- 二、2014-2016年建筑装饰行业发展情况分析
- 三、2014-2016年我国建筑装饰市场特点分析
- 四、2014-2016年我国建筑装饰市场发展分析

第三节 中国建筑装饰行业供需分析

- 一、2014-2016年中国建筑装饰市场供给总量分析
- 二、2014-2016年中国建筑装饰市场供给结构分析
- 三、2014-2016年中国建筑装饰市场需求总量分析
- 四、2014-2016年中国建筑装饰市场需求结构分析
- 五、2014-2016年中国建筑装饰市场供需平衡分析

第二章 中国建筑装饰行业经济运行分析

第一节 我国建筑装饰行业总体规模分析

- 一、我国建筑装饰行业资产分析
- 二、我国建筑装饰行业负债分析

三、我国建筑装饰行业所有者权益分析

第二节 我国建筑装饰行业生产效益分析

一、企业数量情况

二、计算劳动生产率的平均人数

三、按总产值计算的劳动生产率

四、人均竣工产值

五、人均施工面积

六、人均竣工面积

第三节 我国建筑装饰行业经营规模分析

一、我国建筑装饰行业企业营业额

二、我国建筑装饰行业企业收入

三、我国建筑装饰行业企业费用

第四节 我国建筑装饰行业经营效益分析

一、我国建筑装饰行业企业利润分析

二、我国建筑装饰行业总承包和专业承包企业基本分析

三、我国建筑装饰行业总承包和专业承包企业经济效益

第三章 建筑装饰行业盈利能力分析

第一节 2014-2016年中国建筑装饰行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2014-2016年中国建筑装饰行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2014-2016年中国建筑装饰行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2014-2016年中国建筑装饰行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第四章 2014-2016年中国建筑装饰行业发展形势分析

第一节 建筑装饰行业发展概况

- 一、建筑装饰行业发展特点分析
- 二、建筑装饰行业投资现状分析
- 三、建筑装饰行业总产值分析
- 四、建筑装饰行业技术发展分析
- 第二节 2014-2016年建筑装饰行业市场情况分析
 - 一、建筑装饰行业市场发展分析
 - 二、建筑装饰市场存在的问题
 - 三、建筑装饰市场规模分析
- 第三节 2014-2016年建筑装饰产销状况分析
 - 一、建筑装饰产品产量分析
 - 二、建筑装饰产品产能分析
 - 三、建筑装饰市场需求状况分析
- 第四节 产品发展趋势预测
 - 一、产品发展新动态
 - 二、技术新动态
 - 三、产品发展趋势预测
- 第二部分 建筑装饰行业深度分析
- 第五章 中国建筑装饰细分市场分析
 - 第一节 住宅建筑装饰市场分析
 - 一、2014-2016年行业发展现状分析
 - 二、2014-2016年市场规模情况分析
 - 三、2017-2022年市场需求情况分析
 - 四、2017-2022年行业发展前景预测
 - 五、2017-2022年行业投资风险预测
 - 第二节 星级酒店建筑装饰市场分析
 - 一、2014-2016年行业发展现状分析
 - 二、2014-2016年市场规模情况分析
 - 三、2017-2022年市场需求情况分析
 - 四、2017-2022年行业发展前景预测
 - 五、2017-2022年行业投资风险预测
 - 第三节 商业营业用房建筑装饰市场分析
 - 一、2014-2016年行业发展现状分析
 - 二、2014-2016年市场规模情况分析
 - 三、2017-2022年市场需求情况分析
 - 四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第四节 公共建筑建筑装饰市场分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第五节 建筑卫生陶瓷市场分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第六节 建筑门窗市场分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场规模情况分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第六章 中国建材行业细分产品分析

第一节 整体厨房市场分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场容量及占比分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第二节 洁具市场分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场容量及占比分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第三节 建筑幕墙市场分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场容量及占比分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第四节 木作市场分析

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场容量及占比分析

三、2017-2022年市场需求情况分析

四、2017-2022年行业发展前景预测

五、2017-2022年行业投资风险预测

第三部分 建筑装饰市场竞争格局

第七章 建筑装饰行业竞争格局分析

第一节 建筑装饰行业集中度分析

一、建筑装饰市场集中度分析

二、建筑装饰企业集中度分析

三、建筑装饰区域集中度分析

第二节 建筑装饰行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 建筑装饰行业竞争格局分析

一、2013年建筑装饰行业竞争分析

二、2013年中外建筑装饰竞争分析

三、2014-2016年我国建筑装饰竞争分析

四、2014-2016年国内主要建筑装饰企业动向

第八章 建筑装饰及产业链重点企业发展分析

第一节 建筑装饰重点企业发展分析

一、金螳螂建筑装饰股份有限公司

二、中国建筑装饰工程公司

三、浙江亚厦装饰集团有限公司

四、北京龙发建筑装饰工程有限公司

五、深圳市科源建设集团有限公司

六、TOTO企业

七、美标（中国）有限公司

第二节 房地产企业发展分析

- 一、万科企业股份有限公司
- 二、绿城房地产集团有限公司
- 三、恒大集团
- 四、世茂集团

第四部分 建筑装饰行业发展前景与管理策略

第九章 2017-2022年建筑装饰行业发展前景分析

第一节 2017-2022年影响建筑装饰行业发展的主要因素

- 一、影响建筑装饰行业运行的有利因素
- 二、影响建筑装饰行业运行的稳定因素
- 三、影响建筑装饰行业运行的不利因素
- 四、我国建筑装饰行业发展面临的挑战
- 五、我国建筑装饰行业发展面临的机遇

第二节 2017-2022年建筑装饰行业发展前景分析

- 一、建筑装饰市场发展前景分析
- 二、我国建筑装饰市场蕴藏的商机
- 三、全球经济低迷下建筑装饰市场的发展前景
- 四、我国建筑装饰市场面临的发展商机
- 五、2017-2022年建筑装饰市场面临的发展商机

第十章 建筑装饰行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国建筑装饰市场趋势分析

- 一、2014-2016年我国建筑装饰市场趋势总结
- 二、2017-2022年我国建筑装饰发展趋势分析

第二节 2017-2022年建筑装饰发展趋势分析

- 一、2017-2022年建筑装饰技术趋势分析
- 二、2017-2022年建筑装饰价格趋势分析

第三节 2017-2022年中国建筑装饰行业规模预测

- 一、2017-2022年中国建筑装饰供给预测
- 二、2017-2022年中国建筑装饰需求预测
- 三、2017-2022年中国建筑装饰价格预测
- 四、2017-2022年中国建筑装饰市场规模预测
- 五、2017-2022年中国建筑装饰市场容量预测

第四节 2017-2022年中国建筑装饰细分市场规模预测

- 一、2017-2022年住宅建筑装饰市场规模及容量预测
- 二、2017-2022年酒店建筑装饰市场规模及容量预测

三、2017-2022年商业营用房建筑装饰市场规模及容量预测

四、2017-2022年公共建筑装饰市场规模及容量预测

第五节 2017-2022年建筑装饰行业规划建议

一、2017-2022年建筑装饰行业整体规划

二、2017-2022年建筑装饰行业发展预测

三、2017-2022年建筑装饰行业规划建议

第十一章 建筑装饰企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、建筑装饰价格策略分析

二、建筑装饰渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高建筑装饰企业竞争力的策略

一、提高中国建筑装饰企业核心竞争力的对策

二、建筑装饰企业提升竞争力的主要方向

三、影响建筑装饰企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高建筑装饰企业竞争力的策略

第四节 对我国建筑装饰品牌的战略思考

一、建筑装饰实施品牌战略的意义

二、建筑装饰企业品牌的现状分析

三、我国建筑装饰企业的品牌战略

四、建筑装饰品牌战略管理的策略

图表目录

图表：2012年我国建筑装饰行业市场销售产值分季度统计

图表：2008-2012年我国建筑装饰行业市场容量统计图

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业总资产及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业总负债及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业所有制权益及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业企业数量

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业从业人数及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业按总产值计算的劳动生产率

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业人均产值及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业人均施工面积及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业人均竣工面积及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业企业营业额及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业企业收入及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业企业费用及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业净利润总额及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业利税总额及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业应收工程款及增长

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业亏损面及增长

图表：2014-2016年中国建筑装饰行业产值利税率

图表：2014-2016年中国建筑装饰行业资本报酬率

图表：2010-2013年中国建筑装饰行业利润总额

图表：2012年我国建筑装饰销量不同所有制企业对比统计图

图表：2008-2012年建筑装饰业销售利润率

(FSW)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/284675284675.html>