

中国装饰装修市场深度分析及未来五年运行态势 预测报告

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《中国装饰装修市场深度分析及未来五年运行态势预测报告》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/216518216518.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

现阶段

传统住宅装修硬伤短期难解决。线上装饰的价格、选材等信息透明。互联网装饰企业可以利用大数据分析，对于装修流程、选材、设计等实现标准化规模化的改造，大幅提高装饰效率。

市场格局：覆盖线上线下的垂直类装修网站竞争力最强。我们对比了目前几大线上家居装潢网站的分类：1、门户网站类主要以提供装饰资讯为主，无线下体验店。2、电商网站类为淘宝和京东的家居建材频道等，提供的也仅仅是一个各类家居产品销售的平台，无核心竞争力。3、品牌类则以宜家和尚品宅配为主，提供的大多为家具的订制业务，较少装修业务。因而最有竞争力的或是垂直类装修企业：销售方式覆盖线上线下，提供装修公司信息、建材预定信息，撮合装修交易或从选材到装修全覆盖。代表企业有我爱我家、家装E站等。而其中家装E站为F2C模式，全产业链覆盖，主要优势在于无中间环节，用材方面有明显折价。

当前我国建筑装饰行业有以下几个特点：

1、科技、知识含量大幅度增长

随着建筑业作为我国支柱产业的逐步形成，装饰作为建筑业的三大行业之一，吸引了越来越多的科技、知识含量高的企业、科技特别是高科技智能化的产品相继进入装饰行业，越来越多的科技、知识含量高的资源被市场配置到装饰行业中，已使装饰材料产品的内涵和范围不断扩大，楼宇智能化、安全防范产品已得到普遍应用，装饰工程自动化程度不断提高，同国际先进水平的差距正逐步缩小。

2、产品质量以及产品国产化、国际化不断提高

改革开放以来，我国饰材业得到迅猛发展，引进的外资、技术、管理、营销对传统产品进行了大规模的改造，加之装饰工程中政府对饰材的价格全部放开，饰材制造商绝大部分为非国有经济体制，市场化的资源配置，使饰材业成果显著，不仅传统的陶瓷、玻璃、涂料、木型材、家具等产品的质量已接近或达到国际先进水平，而且五金配件、配套电气、金属制品等科技、知识含量高产品的开发起点越来越高，不少产品质量已经能同国际先进水平媲美，中高档饰材的国产化程度正逐步提高。

3、产品更新周期缩短、绿色产品受到重视

随着我国国民经济和社会的迅速发展，人民物质和精神生活品质的不断提升，公众的环保意识，对环保质量、健康的追求不断加强，ISO14001环境标志认证越来越得到各方面的重视，绿色建材已非空话，而逐步上升到市场准入阶段。人们更注重装修后的内在质量，饰材的无毒环保已成为当今市场新的卖点和热点。另外，以往未被重视的档次低廉而附加值高的天然饰材将大量进入装饰工程产品中，室内空间环保质量降低的现象将得到根本性的扭转。

4、推动行业创新，市场前景乐观

我国建筑装饰行业，包括设计、施工、饰材制造，是我国进入市场经济最早、市场化程度最

高、与国际接轨距离最短的少数几个行业之一。利用我国劳动力和管理成本相对低廉的竞争优势，走差异化道路，避免千篇一律。目前，我国的装饰设计、施工水平已接近或部分达到香港特区的水平，但是整个工程报价却远低于香港特区的水平。

总之，在我国经济社会迅速发展，人民生活水平不断提高的条件下，建筑装饰行业也迎来了发展的春天。一大批重质量、讲信誉的装饰装修公司在激烈的市场竞争中抢占了先机，而一部分单纯追求经济效益、忽视工程质量的公司则被市场所淘汰。由于行业规模较大，且目前处于快速发展期。就市场格局来看，各个参与者都有自身优势，尚未完全定胜负。

报告目录：

第一章 中国建筑装饰行业发展环境

- 一、装修验收要按《家庭装修质量验收标准》
- 二、室内装饰装修材料有害物质限量国家标准出台
- 三、建筑装饰装修工程质量验收规范
- 四、住房装修费税前扣除额确定，商品房最高10%

第二章 中国装修行业现状与特点

第一节 中国装修行业现状

第二节 装修行业特点

- 一、行业总体特点
- 二、优质家装工程特点

第三章 中国装修市场现状

第一节 公装市场

第二节 家装市场分析

- 一、长沙住宅装饰装修市场分析
- 二、重庆住宅装饰装修市场分析
- 三、北京住宅装饰装修市场分析
- 四、北京住宅装饰装修萎缩原因

第三节 家装市场预测

第四节 中国装修设计市场

第五节 中国装饰装修整体行业分析

第四章 中国装饰装修行业竞争情况

第二节 中国装饰装修行业竞争结构分析

- 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

第三节 中国装饰装修行业SWOT分析

一、中国装饰装修行业优势分析

二、中国装饰装修行业劣势分析

三、中国装饰装修行业机会分析

四、中国装饰装修行业威胁分析

第四节 中国装饰装修行业竞争力优势分析

第五章 中国建筑装饰装修行业重点企业概况

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、北京东易日盛装饰集团

六、北京业之峰装饰公司

七、北京元洲装饰有限责任公司

第六章 装饰装修流通企业

第一节 家世界

第二节 百安居

第三节 东方家园

第四节 家福特

第七章 中国建筑装饰行业的发展趋势

第一节 家庭装修市场交易形式的发展趋势

第二节 我国家居饰品行业的现状与发展趋势

第三节 家装设计师职业发展趋势

第四节 有偿设计—家装发展的大趋势

第八章 区域关联产业现状

第一节 北京房地产市场现状分析

第二节 上海房地产市场现状分析

第三节 广州房地产市场现状分析

第九章 家装市场调查

第一节 杭州市消费者满意度调查

第二节 北京市居民家装消费调查

第三节 湖州市家装市场消费调查

第四节 合肥家装市场消费者调查

第五节 泉州家装市场消费者调查

第六节 北京市家装设计师行业调查

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/216518216518.html>