

# 2018年中国家装行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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年中国家装行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/368677368677.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

家庭住宅装修装饰，简称家装。狭义的家装，指的是室内装饰，是从美化的角度来考虑的，使室内的空间更美观；广义的家，包括室内空间的装修。家庭住宅装饰装修业，简称家装业，是建筑业中的建筑装饰业。在建设部的有关政策法规中，“家庭居室装饰装修”与“住宅装饰装修”均使用过，且以前者使用得最早和最多。在20世纪90年代中国出现家装现象后，社会上多用“家装”。

国民经济行业分类中建筑业的内容

资料来源：国家统计局

现代家装却只有短短的二十几年的历史，但它的发展却是非常快速的。在上世纪90年代以前，我国家装行业还处于发展前期，国内都没有较为正规的家装公司。主要装修也是自行到劳务市场去联系工人的或别人介绍。装修主要偏重于室内家具的制作，住宅中的户型空间设计仍未能引起人们的重视。外部造型贫乏单调，内部设施简单，缺少设计感。只是在房间的各个角落打上各种柜子，以储藏更多的家庭用品等实用为主。早期的家装工人，在技术上还是比较过硬的，他们一般都是本行业出身的，当时家装市场规模很小，工人技术也比较高，大部分都是靠口口相传揽到活。他们一般两个人或几个人自行组建成一个家装队伍，同时这样的低素质的在社会上拼凑的队伍，自然也就谈不上什么施工规范和设计。

我国家装行业发展历程

资料来源：公开资料整理

随着我国1994年住房制度改革初步启动，国务院颁布《关于深化城镇住房制度改革的决定》，1998《关于培育住房消费市场，促进个人购房的若干规定》等关于房地产政策的陆续出台，国内房地产的快速发展和繁荣带动其下游产业装修的全面繁荣，家装公司也就诞生了，老百姓可以通过装修公司来打理家庭装修，就不用自己去联系装修工人了。在这个时期，正规装饰公司开始和游击队并存，但这些所谓正规的装修公司有的是从建筑集团剥离出来的，有的是从装修公司分离出来的，有的是从游击队刚转变过来的，规模、管理水平，设计水准不到位、服务跟不上、质量问题也多，而且价格还比游击队高。

从2000年来看，我国家装行业开始进入繁荣时代，家装行业的高利润吸引了越来越多的资本和投资商的关注，家装公司如雨后春笋般遍布全国。有的公司开始做强做大，同时也使得家装行业竞争情况开始变得异常激烈。在这个时期，家庭装修的项目开始减少，现代简约风格开始流行起来了，形成“轻装修重装饰”的装修理念。

2007年以后受全球金融危机的影响，房地产市场在经历了前几年房价的“非理性攀升”之后，出现了低迷，并且出现全国大范围的降价潮。福州市场随后普遍出现让利、降价现象。首先行业竞争激烈，市场严重供过于求，僧多粥少的结果是大打广告战、价格战。过度的恶性竞争使许多企业不堪重负，面临倒台的边缘。其次是有家装企业是从游击队为转变过来的，从业人员素质相对低下，管理也跟不上：很多企业因为盲目扩张，引发诸多的问题。

最后从业者急功近利，追求短期利益，只在乎成单多少，不重质量和售后服务，有的装修公司甚至充当中介的作用，把接到的单，抽取一部份费用后再转包出去，使装修公司的声誉江河日下。家装行业面临重新“洗牌”。

随着我国互联网时代的来临，以及80后90后成为主要消费群体，追求个性化成为消费趋势，迫使我国家装行业企业进行改革。一站式整装成为行业趋势，一定程度的标准化套餐降低客户个性化因素影响，提升家装产品可复制性，形成规模效应降低运营成本。2011年到2016年建筑装饰行业内企业数逐年减少，2014年以来行业内企业减少速度加快，两年间减少的企业数将近1万家，行业逐步走向成熟。退出市场的主要是在库存严重、去库存前景不佳的三、四线城市以散户装修为主的小微企业。随着家装行业的进一步发展，行业集中度将会进一步提升。

我国家装行业企业数量逐渐递减 资料来源：中国建筑装饰协会

虽然我国家装行业企业数量在不断减少，但行业产值在不断增加，根据中国建筑装饰协会数据，2016年全国建筑装修装饰行业完成工程总产值3.66万亿元，其中住宅装修装饰全年完成工程总产值1.78万亿元。

2013-2017年中国家装行业产值变化 资料来源：观研天下数据中心整理

家装作为住宅消费与家居消费的中间环节，在整个大家居产业中的地位越来越重要。按照《建筑装饰行业“十三五”发展规划纲要》指出，“十三五”期间我国公共建筑装修市场规模将增长到2.3万亿元，年均增长速度在6.5%左右；住宅装修市场规模增长到2.4万亿元，年均增长速度在8%左右。按照目前家装行业的发展趋势来看，预计到2023年家装行业市场规模将达到3.2万亿元。

2018-2023年中国家装行业市场规模预测

资料来源：公开资料整理（GYLP）

观研天下发布的《2018年中国家装行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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、PEST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 2016-2018年中国家装行业发展概述

#### 第一节 家装行业发展情况概述

- 一、家装行业相关定义
- 二、家装行业基本情况介绍
- 三、家装行业发展特点分析

#### 第二节 中国家装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家装行业产业链条分析
- 三、中国家装行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国家装行业生命周期分析

- 一、家装行业生命周期理论概述
- 二、家装行业所属的生命周期分析

#### 第四节 家装行业经济指标分析

- 一、家装行业的赢利性分析
- 二、家装行业的经济周期分析
- 三、家装行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 国中家装行业进入壁垒分析

- 一、家装行业资金壁垒分析
- 二、家装行业技术壁垒分析
- 三、家装行业人才壁垒分析
- 四、家装行业品牌壁垒分析
- 五、家装行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球家装行业市场发展现状分析

- 第一节 全球家装行业发展历程回顾
- 第二节 全球家装行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲家装行业地区市场分析
  - 一、亚洲家装行业市场现状分析
  - 二、亚洲家装行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲家装行业市场前景分析
- 第四节 北美家装行业地区市场分析
  - 一、北美家装行业市场现状分析
  - 二、北美家装行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美家装行业市场前景分析
- 第五节 欧盟家装行业地区市场分析
  - 一、欧盟家装行业市场现状分析
  - 二、欧盟家装行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧盟家装行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界家装行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球家装行业市场规模预测

### 第三章 中国家装产业发展环境分析

- 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、全社会消费品家装总额
  - 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 中国家装行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国家装产业社会环境发展分析
  - 一、人口环境分析
  - 二、教育环境分析
  - 三、文化环境分析
  - 四、生态环境分析
  - 五、消费观念分析

## 第四章 中国家装行业运行情况

### 第一节 中国家装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 中国家装行业市场规模分析

### 第三节 中国家装行业供应情况分析

### 第四节 中国家装行业需求情况分析

### 第五节 中国家装行业供需平衡分析

### 第六节 中国家装行业发展趋势分析

## 第五章 中国家装所属行业运行数据监测

### 第一节 中国家装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 中国家装所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国家装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 2016-2018年中国家装市场格局分析

### 第一节 中国家装行业竞争现状分析

#### 一、中国家装行业竞争情况分析

#### 二、中国家装行业主要品牌分析

### 第二节 中国家装行业集中度分析

#### 一、中国家装行业市场集中度分析

#### 二、中国家装行业企业集中度分析

### 第三节 中国家装行业存在的问题

### 第四节 中国家装行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国家装行业竞争力分析

#### 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 2016-2018年中国家装行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国家装行业消费特点

### 第二节 中国家装行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 家装行业成本分析

### 第四节 家装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 中国家装行业价格现状分析

### 第六节 中国家装行业平均价格走势预测

#### 一、中国家装行业价格影响因素

#### 二、中国家装行业平均价格走势预测

#### 三、中国家装行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国家装行业区域市场现状分析

### 第一节 中国家装行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区家装市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区家装市场规模分析

#### 四、华东地区家装市场规模预测

### 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、华中地区家装市场规模分析
- 四、华中地区家装市场规模预测

### 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、华南地区家装市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国家装行业竞争情况

### 第一节 中国家装行业竞争结构分析（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 中国家装行业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 中国家装行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 家装行业企业分析（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年中国家装行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国家装行业未来发展前景分析

#### 一、家装行业国内投资环境分析

#### 二、中国家装行业市场机会分析

#### 三、中国家装行业投资增速预测

### 第二节 中国家装行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国家装行业市场发展预测

#### 一、中国家装行业市场规模预测

#### 二、中国家装行业市场规模增速预测

#### 三、中国家装行业产值规模预测

#### 四、中国家装行业产值增速预测

#### 五、中国家装行业供需情况预测

### 第四节 中国家装行业盈利走势预测

#### 一、中国家装行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国家装行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国家装行业投资风险与营销分析

### 第一节 家装行业投资风险分析

#### 一、家装行业政策风险分析

#### 二、家装行业技术风险分析

#### 三、家装行业竞争风险

#### 四、家装行业其他风险分析

### 第二节 家装行业企业经营发展分析及建议

#### 一、家装行业经营模式

#### 二、家装行业销售模式

### 三、家装行业创新方向

#### 第三节 家装行业应对策略

- 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年中国家装行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国家装行业品牌战略分析

- 一、家装企业品牌的重要性
- 二、家装企业实施品牌战略的意义
- 三、家装企业品牌的现状分析
- 四、家装企业的品牌战略
- 五、家装品牌战略管理的策略

### 第二节 中国家装行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国家装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年中国家装行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国家装行业产品策略分析

- 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 中国家装行业定价策略分析

### 第三节 中国家装行业营销渠道策略

一、家装行业渠道选择策略

二、家装行业营销策略

第四节中国家装行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家装行业重点投资区域分析

二、中国家装行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/368677368677.html>