

2018年中国装修行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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年中国装修行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/370527370527.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

根据美国和日本的经验，中国核心城市房价高企，将带来租赁市场的大发展。从当前房价收入比来看，中国4个一线城市的房价已经超出普通工薪阶层的支付能力。深圳、上海、北京都达到35倍及以上的水平，横向来看，国际一些大都市如伦敦、新加坡的房价收入比在20-25倍之间。以目前的收入水平，中国核心城市的人群购房负担比较重。核心城市房价还将上涨，将有更多的人买不起房需要租房；且租房群体转向购房的时间将大大延后，租房时间变长，双重影响下，租赁需求大大增加。

我国租赁比例还有很大提升空间，长租公寓短期爆发弹性最大。皮尤研究中心数据显示美国2016年的全国租房比率为36.3%。而根据链家的研究，中国目前租赁人口占比现在只有11.6%。根据链家预测，未来租房人口占比在全国层面将超过30%，一线城市会超过40%，这是一个需求空间巨大的市场。而其中长租公寓更加符合未来90后人群的需求，具备大规模、专业化发展的可能性，因而短期爆发弹性大。目前长租公寓在中国租赁市场占有率不超过2%，发达国家这一比例达到25%-30%，日本甚至达到65%。

图表：不同城市房价收入比的比较 资料来源：观研天下整理

我们测算，中国租房人口2020年将达到2亿人的规模，我国租房市场总面积规模将达到49.5亿m²。目前长租公寓渗透率约为2%，我们假设2020年长租公寓市场渗透率达到5%，长租公寓新增装修市场规模将达到1305亿元，市场潜力巨大。

(1) 关键假设一：2020年我国流动人口规模为2.2亿人

2016年我国流动人口达到2.45亿，2016年10月11日，国务院印发《推动1亿非户籍人口在城市落户方案》，主要目标是在“十三五”期间，户籍人口城镇化率年均提高1个百分点以上，年均转户1300万人以上。因此2016-2020年我国新增户籍人口约0.65亿人，同时假设2016-2020年，每年新增流动人口为0.08亿人（5年为0.4亿人），则2020年，我国流动人口数为： $2.45 - 0.13 * 5 + 0.08 * 5 = 2.2$ （亿人）。

(2) 关键假设二：我国流动人口租房比例75%，新增户籍人口租房比例为50%。《中国流动人口发展报告》显示，2013年，我国流动人口租房比例约为67.3%，这一比例假设到2020年会增加至75%。而新增户籍人口中租房比例比流动人口租房比例低，我们合理假设新增户籍人口租房比例为50%。

(3) 关键假设三：农业流动人口租房比例为40% 目前我国流动人口中农民工占比约8

0%，而这部分人群由于收入有限、工作地点位于经济较落后的三四线城市，以及工作单位解决住宿等原因，并不是长租公寓面向的受众人群，因此在计算长租公寓潜在市场规模时要排除在外。国家统计局发布《2015年农民工监测调查报告》称，外出农民工中，与他人合租的占 18.1%，独立租赁居住的占 18.9%，通过租房方式的人群约占 37%，我们假设2020年这一比例增加至40%。

(4) 关键假设四：人均租住面积为 25 平方米，每平米装修价格为 900 元

根据中国饭店协会公寓委员会统计，2015年我国长租公寓已超过100万间，估测2016年在200万间的水平。目前人均租住面积为25平方米，则现存长租公寓面积规模约为0.5亿m²。由于长租公寓对装修具有很高的时效性和实用性，可复制化要求高，互联网家装的特性正好与之高度匹配，目前每平米装修价格约为900元。

图表：到2020年我国新增长租公寓装修市场规模测算 资料来源：观研天下整理

装饰公司有望切入长租公寓运营端，实现发展模式的新突破

目前国内长租公寓处于发展初期，市场参与者众多，可谓长租公寓的“战国时代”。正是由于目前长租公寓参与者还没有形成规模化竞争优势，话语权还不高，且虽然政府大力支持，但与之相匹配的低成本融资渠道（租赁金融化）还不完善；装饰公司有望借此机会切入长租公寓运营业务，实现发展模式的新突破。随着长租公寓的不断发展，装饰公司也有望借助运营端获得稳定的现金流入。（TC）

观研天下发布的《2018年中国装修行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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、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年中国装修行业发展概述

第一节 装修行业发展情况概述

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

第二节 中国装修行业上下游产业链分析

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

第三节 中国装修行业生命周期分析

- 一、装修行业生命周期理论概述
- 二、装修行业所属的生命周期分析

第四节 装修行业经济指标分析

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

第五节 中国装修行业进入壁垒分析

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

第二章 2016-2018年全球装修行业市场发展现状分析

第一节 全球装修行业发展历程回顾

第二节 全球装修行业市场区域分布情况

第三节 亚洲装修行业地区市场分析

- 一、亚洲装修行业市场现状分析
- 二、亚洲装修行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲装修行业市场前景分析

第四节 北美装修行业地区市场分析

一、北美装修行业市场现状分析

二、北美装修行业市场规模与市场需求分析

三、北美装修行业市场前景分析

第五节 欧盟装修行业地区市场分析

一、欧盟装修行业市场现状分析

二、欧盟装修行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟装修行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界装修行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球装修行业市场规模预测

第三章 中国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、全社会消费品装修总额

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 中国装修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 中国装修行业运行情况

第一节 中国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 中国装修行业市场规模分析

第三节 中国装修行业供应情况分析

第四节 中国装修行业需求情况分析

第五节 中国装修行业供需平衡分析

第六节 中国装修行业发展趋势分析

第五章 中国装修所属行业运行数据监测

第一节 中国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 中国装修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 2016-2018年中国装修市场格局分析

第一节 中国装修行业竞争现状分析

一、中国装修行业竞争情况分析

二、中国装修行业主要品牌分析

第二节 中国装修行业集中度分析

一、中国装修行业市场集中度分析

二、中国装修行业企业集中度分析

第三节 中国装修行业存在的问题

第四节 中国装修行业解决问题的策略分析

第五节 中国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 2016-2018年中国装修行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国装修行业消费特点

第二节 中国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

第三节 装修行业成本分析

第四节 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

第五节 中国装修行业价格现状分析

第六节 中国装修行业平均价格走势预测

一、中国装修行业价格影响因素

二、中国装修行业平均价格走势预测

三、中国装修行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国装修行业区域市场现状分析

第一节 中国装修行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区装修市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区装修市场规模分析

四、华东地区装修市场规模预测

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、华中地区装修市场规模分析

四、华中地区装修市场规模预测

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、华南地区装修市场规模分析

第九章 2016-2018年中国装修行业竞争情况

第一节 中国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 中国装修行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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年中国装修行业发展前景分析与预测

第一节 中国装修行业未来发展前景分析

一、装修行业国内投资环境分析

二、中国装修行业市场机会分析

三、中国装修行业投资增速预测

第二节中国装修行业未来发展趋势预测

第三节中国装修行业市场发展预测

一、中国装修行业市场规模预测

二、中国装修行业市场规模增速预测

三、中国装修行业产值规模预测

四、中国装修行业产值增速预测

五、中国装修行业供需情况预测

第四节中国装修行业盈利走势预测

一、中国装修行业毛利润同比增速预测

二、中国装修行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国装修行业投资风险与营销分析

第一节 装修行业投资风险分析

一、装修行业政策风险分析

二、装修行业技术风险分析

三、装修行业竞争风险分析

四、装修行业其他风险分析

第二节 装修行业企业经营发展分析及建议

一、装修行业经营模式

二、装修行业销售模式

三、装修行业创新方向

第三节 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年中国装修行业发展策略及投资建议

第一节 中国装修行业品牌战略分析

一、装修企业品牌的重要性

二、装修企业实施品牌战略的意义

三、装修企业品牌的现状分析

四、装修企业的品牌战略

五、装修品牌战略管理的策略

第二节中国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年中国装修行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国装修行业定价策略分析

第三节 中国装修行业营销渠道策略

- 一、装修行业渠道选择策略
- 二、装修行业营销策略

第四节 中国装修行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国装修行业重点投资区域分析
- 二、中国装修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/370527370527.html>