

2018年中国住宅装饰行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国住宅装饰行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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/330534330534.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

根据建筑物使用性质的不同，可以把建筑装饰业分为公共建筑装饰业、住宅装饰业和幕墙装饰业。公共建筑装饰面向的施工对象主要是高端酒店、办公楼、商业中心以及市政基建，其中，市政基建包括医院、火车站、地铁站、博物馆以及音乐厅等；住宅装饰可以分为B端面向地产商的住宅精装修以及C端直接面向用户的家庭装修，再加上近几年兴起的以地产开发商为中介的B2B2C形式的定制精装；幕墙装饰主要指建筑的外墙围护，不承重，像幕布一样挂上去，是现代大型和高层建筑常用的带有装饰效果的轻质墙体，市场规模相对较小。

图表：建筑装饰行业分类

图表：住宅装饰装修行业分类

一、行业规模：装饰装修行业持续扩张，住宅装饰行业增速领先

近年来，受益于城镇化进程的推进，我国建筑装饰行业发展迅速，队伍数量、经营规模、管理水平和经济效益均得到了较快发展。2016年，全国建筑装饰行业完成工程总产值4.07万亿元，与2015年相比增加了3500亿元，增长幅度为9.5%，比宏观经济增长速度高出接近3个百分点，体现了建筑装饰行业在国民经济发展中的基础性和超前性。其中：

公共建筑装修装饰全年完成工程总产值1.84万亿元，比2015年增加了1000亿元，增长幅度为5.7%。近年来，受反腐冲击和非住宅类房屋竣工速度提升的影响，公共装修总产值增速有所下滑。

而对于住宅装修，2016年，我国住宅装修装饰全年完成工程总量值1.89万亿元，比2015年增加了2300亿元，增长幅度为13.9%，远超公装行业总产值增速。在住宅装修装饰中，住宅全装修全年完成工程产值6900亿元，比2015年增加了500亿元，增长幅度为7.8%。根据中国建筑装饰协会预测，2017年全国住宅装饰行业总产值为2.16万亿元，同比增长14.3%，增速较2016年进一步提升。

伴随经济的持续快速发展与城市化进程的加快，受高层、超高层建设项目快速增加，我国建筑幕墙装饰工程行业高速发展。2016年我国建筑幕墙完成工程总产值3420亿元，比2015年增加了220亿元，增长幅度为6.9%。

图表：装饰行业总产值近五年复合增长率9.9%

图表：公共装饰行业总产值近五年复合增长率

图表：住宅装饰行业总产值近五年复合增长率11.4%

图表：幕墙装饰行业总产值近五年复合增长率13.2%

二、8.0%集中度：装饰装修行业呈现“大行业，小企业”的局面，集中度正逐年提升

建筑装饰行业总体集中度偏低，由于进入门槛较低，且目前装饰市场趋于零散、产品服务同质化严重，导致现有建筑装饰企业竞争较为激烈，集中度较低，存在“大行业，小公司”的局面。但是2011年后建行业内企业数逐年减少，从2011年的14.5万家减少到2016年1

3.2万家。退出市场的企业，主要是承接散户装修、没有资质的小型企业，有资质的企业数量变化不大。在各种因素的综合促进下，未来行业效率和行业透明度将有一个大的改善，同时行业集中度将有望继续得到提升。

整个住宅装修市场有接近2万亿的总产值，但是住宅装饰装修行业龙头企业年收入规模基本都在100亿以下，市占率不足1%，未来提升空间巨大。随着未来龙头公司市占率的提升，收入端将表现出更好的弹性，业绩有望进一步提升。

图表：装饰装修行业企业数量逐年减少（单位：万家）

图表：装饰装修行业企业年平均产值逐年提升（单位：万元）

观研天下发布的《2018年中国住宅装饰行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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、住宅装饰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年中国住宅装饰行业发展概述

第一节 住宅装饰行业发展情况概述

一、住宅装饰行业相关定义

二、住宅装饰行业基本情况介绍

三、住宅装饰行业发展特点分析

第二节 中国住宅装饰行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、住宅装饰行业产业链条分析

三、中国住宅装饰行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国住宅装饰行业生命周期分析

一、住宅装饰行业生命周期理论概述

二、住宅装饰行业所属的生命周期分析

第四节 住宅装饰行业经济指标分析

一、住宅装饰行业的赢利性分析

二、住宅装饰行业的经济周期分析

三、住宅装饰行业附加值的提升空间分析

第五节 国内住宅装饰行业进入壁垒分析

一、住宅装饰行业资金壁垒分析

二、住宅装饰行业技术壁垒分析

三、住宅装饰行业人才壁垒分析

四、住宅装饰行业品牌壁垒分析

五、住宅装饰行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球住宅装饰行业市场发展现状分析

第一节 全球住宅装饰行业发展历程回顾

第二节 全球住宅装饰行业市场区域分布情况

第三节 亚洲住宅装饰行业地区市场分析

一、亚洲住宅装饰行业市场现状分析

二、亚洲住宅装饰行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲住宅装饰行业市场前景分析

第四节 北美住宅装饰行业地区市场分析

一、北美住宅装饰行业市场现状分析

二、北美住宅装饰行业市场规模与市场需求分析

三、北美住宅装饰行业市场前景分析

第五节 欧盟住宅装饰行业地区市场分析

一、欧盟住宅装饰行业市场现状分析

二、欧盟住宅装饰行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟住宅装饰行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界住宅装饰行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球住宅装饰行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国住宅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 中国住宅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 中国住宅装饰产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、住宅装饰环境分析
- 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年中国住宅装饰行业运行情况

第一节 中国住宅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 中国住宅装饰行业市场规模分析

第三节 中国住宅装饰行业供应情况分析

第四节 中国住宅装饰行业需求情况分析

第五节 中国住宅装饰行业供需平衡分析

第六节 中国住宅装饰行业发展趋势分析

第五章 中国住宅装饰所属行业运行数据监测

第一节 中国住宅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 中国住宅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 中国住宅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年中国住宅装饰市场格局分析

第一节 中国住宅装饰行业竞争现状分析

一、中国住宅装饰行业竞争情况分析

二、中国住宅装饰行业主要品牌分析

第二节 中国住宅装饰行业集中度分析

一、中国住宅装饰行业市场集中度分析

二、中国住宅装饰行业企业集中度分析

第三节 中国住宅装饰行业存在的问题

第四节 中国住宅装饰行业解决问题的策略分析

第五节 中国住宅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年中国住宅装饰行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国住宅装饰行业消费特点

第二节 中国住宅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 住宅装饰行业成本分析

第三节 住宅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 中国住宅装饰行业价格现状分析

第五节 中国住宅装饰行业平均价格走势预测

- 一、中国住宅装饰行业价格影响因素
- 二、中国住宅装饰行业平均价格走势预测
- 三、中国住宅装饰行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国住宅装饰行业区域市场现状分析

第一节 中国住宅装饰行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区住宅装饰市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区住宅装饰市场规模分析
- 四、华东地区住宅装饰市场规模预测

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、华中地区住宅装饰市场规模分析
- 四、华中地区住宅装饰市场规模预测

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、华南地区住宅装饰市场规模分析

第九章 2015-2017年中国住宅装饰行业竞争情况

第一节 中国住宅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 中国住宅装饰行业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 中国住宅装饰行业竞争环境分析（住宅装饰T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 住宅装饰行业企业分析（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年中国住宅装饰行业发展前景分析与预测

第一节中国住宅装饰行业未来发展前景分析

一、住宅装饰行业国内投资环境分析

二、中国住宅装饰行业市场机会分析

三、中国住宅装饰行业投资增速预测

第二节中国住宅装饰行业未来发展趋势预测

第三节中国住宅装饰行业市场发展预测

一、中国住宅装饰行业市场规模预测

二、中国住宅装饰行业市场规模增速预测

三、中国住宅装饰行业产值规模预测

四、中国住宅装饰行业产值增速预测

五、中国住宅装饰行业供需情况预测

第四节中国住宅装饰行业盈利走势预测

一、中国住宅装饰行业毛利润同比增速预测

二、中国住宅装饰行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国住宅装饰行业投资风险与营销分析

第一节 住宅装饰行业投资风险分析

一、住宅装饰行业政策风险分析

二、住宅装饰行业技术风险分析

三、住宅装饰行业竞争风险分析

四、住宅装饰行业其他风险分析

第二节 住宅装饰行业企业经营发展分析及建议

一、住宅装饰行业经营模式

二、住宅装饰行业销售模式

三、住宅装饰行业创新方向

第三节 住宅装饰行业应对策略

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年中国住宅装饰行业发展策略及投资建议

第一节 中国住宅装饰行业品牌战略分析

一、住宅装饰企业品牌的重要性

二、住宅装饰企业实施品牌战略的意义

三、住宅装饰企业品牌的现状分析

四、住宅装饰企业的品牌战略

五、住宅装饰品牌战略管理的策略

第二节中国住宅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 中国住宅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年中国住宅装饰行业发展策略及投资建议

第一节中国住宅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 中国住宅装饰行业定价策略分析

第二节中国住宅装饰行业营销渠道策略

一、住宅装饰行业渠道选择策略

二、住宅装饰行业营销策略

第三节中国住宅装饰行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国住宅装饰行业重点投资区域分析

二、中国住宅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/330534330534.html>