

2018年中国住宅装饰行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

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年中国住宅装饰行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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/330538330538.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

住宅产品供给有几种形式：一是毛坯房，地面与墙面水泥裸露，厨卫预留管道接口；二是部分装修半成品房，墙面与地面已完成粉刷，厨卫基本具备使用功能；三是菜单式装修房，这是借鉴发达国家“用户参与设计”装修理念，由开发商或建设单位提供装修样板房供选择，满足购房者一定的个性需求；四是一次精装修成品房，开发商提供统一装修，购房者没有选择余地；五是全配置式成品房，指的是开发商提供的经过统一装修且配置全部家电等日常生活品的住宅。后三者都可以划分为全装修住房，只是装修的档次存在差异。全装修是指房屋交钥匙前，所有功能空间的固定面全部铺装或粉刷完毕，住宅内所有功能空间及固定面、管线全部作业完成，套内水、电、卫生间等日常基石配套设备部品完备，厨房与卫生间的基本设备全部安装完成，使入住消费者可入住的住宅叫全装修住宅。全装修并不是简单的毛坯房加装修，按建设部规定，住宅装修设计应该在住宅主体施工动工前进行。也就是说，住宅装修与土建安装必须进行一体化设计。全装修是指装修的范围，而精装是指装修的档次和规格，区别就在全与精之间。即精装修一定是全装修，而全装修则不一定是精装修，精装修可以称为一种高级全装修，本文将全装修与精装修当做一个概念使用。

事实上，传统的毛坯房已包括了对住宅框架主体的初步装修，比如门窗安装、墙面粉刷等，可这并不能满足户主的使用与审美需求。用户常常自己组织二次装修，这就必定要除去已有的装修，造成资源的极大浪费与环境污染。全装修几乎不存在二次装修，避免业主购房后二次装修造成的材料浪费、环境污染和安全隐患等问题。一方面，全装修房通过建立一体化设计的操作模式，实现建筑设计和室内设计的协调配合，从而真正达到减少建筑垃圾、降低消耗排放、实现节约资源能源的目的。另一方面，全装修住房可以免住房装修之苦，以规模化效应降低平均装修成本（建设部测算口径为：平均节约业主费用20%）、加速入住时间，与毛坯房私拆乱改现象严重形成鲜明对比。除此之外，全装修房一般聘请大型专业装饰公司进行室内设计，选用专业施工队伍进行施工，装修质量也有保障。

图表：住宅产品供给的几种形式

图表：全装修住宅与普通住宅对比情况表

图表：全装修房样式图

图表：毛坯房样式

观研天下发布的《2018年中国住宅装饰行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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、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

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/330538330538.html>