

中国上海装饰装修产业竞争现状深度分析与企业 投资战略评估报告

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《中国上海装饰装修产业竞争现状深度分析与企业投资战略评估报告》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/227841227841.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

改革开放30年，我国建筑装饰装修行业获得巨大的发展，为我国经济建设和社会发展做出了巨大的贡献。2014年我国公共建筑装饰装修2014年完成工程总产值1.65万亿元，比2013年增加了1300亿元，增长幅度为8.6%；住宅装饰装修2014年完成工程总产值1.51万亿元，比2013年增加了1390亿元，增长幅度为10.2%2014年，全国建筑装饰行业完成工程总产值3.16万亿元，比2013年增加了2690亿元，增长幅度为9.3%，比宏观经济增长速度高出约2个百分点，体现了建筑装饰在国民经济和社会发展中的基础性和超前性，我们预测我国2020年装饰装修行业市场规模将达到10万亿左右。

我们假定公共建筑装饰更新周期大约为5-8年，进行二次装修的比例为80%-100%；家庭住宅装饰更新周期为8-12年，进行二次装饰装修的比例为50%-80%。据此判断，上世纪末存量规模开始加速的各类建筑已陆续进入二次装饰装修需求释放阶段。据此估算，未来3-5年，国内装饰存量市场需求每年将达12000-15000亿元。

建筑装饰行业的市场需求来源于两部分，一是新开发建筑的初始装饰需求；二是存量建筑改建、扩建、改变建筑使用性质或初始装饰自然老旧而形成的更新需求。随着存量商业营运用房、住宅数量的增长和二手房交易市场的成熟，既有建筑整体和局部的更新改造服务需求将不断扩大。

本报告认为随着中国人民生活水平的提高和综合国力的加强，建筑装饰行业不仅在建筑业中的比重不断上升、作用日益突出，同时在经济发展和进步中，发挥的作用也日益重要。我国建筑装饰业发展迅速，低碳环保将成为今后建筑装饰业的发展趋势。同时，我国基础设施建设、建材下乡以及城市化进程加快对我国建筑装饰产业发展带来不可忽视的推动，建筑装饰行业有望获得更高的增长。

中国报告网发布的《中国上海装饰装修产业竞争现状深度分析与企业投资战略评估报告》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、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研究分析。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。

报告大纲：

第一章房屋装修市场发展概况

第一节房屋装修市场及产品介绍

第二节2015年房屋装修市场发展概况

第三节房屋装修市场相关政策法规

- 第四节2015-2020年房屋装修市场发展前景预测
- 第五节行业技术水平
- 第六节市场推广在房屋装修行业的重要性
- 第七节营销渠道建设是房屋装修市场竞争的关键
- 第二章房屋装修市场容量/市场规模分析
 - 第一节2013-2015年房屋装修市场容量/市场规模统计
 - 第二节房屋装修下游应用市场结构
 - 第三节影响房屋装修市场容量/市场规模增长的因素
 - 第四节2015-2020年我国房屋装修市场容量/市场规模预测
- 第三章房屋装修市场推广策略研究
 - 第一节房屋装修行业新品推广模式研究
 - 第二节房屋装修市场终端产品发布特点
 - 第三节房屋装修市场中间商、代理商参与机制
 - 第四节房屋装修市场网络推广策略研究
 - 第五节房屋装修市场广告宣传策略
 - 第六节房屋装修市场推广与配套供货渠道建立
 - 第七节房屋装修新产品推广常见问题
 - 第八节直销模式在房屋装修推广过程中的应用
 - 第九节国外房屋装修市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）
- 第四章房屋装修盈利模式研究
 - 第一节房屋装修市场盈利模式的分类
 - 第二节房屋装修生产企业的盈利模式研究
 - 第三节房屋装修经销代理商盈利模式研究
 - 第四节盈利模式对市场推广策略选择的影响
 - 第五节独立经销网络盈利模式改进研究
 - 第六节第三方经销网络优化管理研究
- 第五章房屋装修营销渠道建立策略
 - 第一节房屋装修市场营销渠道结构
 - 一、主力型渠道
 - 二、紧凑型渠道
 - 三、伙伴型渠道
 - 四、松散型渠道
 - 第二节房屋装修市场伙伴型渠道研究
 - 第三节房屋装修市场直接分销渠道与间接分销渠道管理
 - 一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

第四节大客户直供销售渠道建立策略

第五节网络经销渠道优化

第六节渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、售后服务

第六章房屋装修市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节房屋装修主要客户群消费特征分析

第二节房屋装修主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节大客户经销渠道构建问题研究

第四节网客户渠道化发展建议

第五节渠道经销商维护策略研究

第六节房屋装修市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

第七章重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例

第一节上海百姓装潢有限公司

1、企业介绍与房屋装修相关业务

2、产销统计数据

3、企业房屋装修市场推广策略与渠道管理

4、房屋装修营销体系布局与商务政策设计分析

第二节上海荣欣装潢有限公司

1、企业介绍与房屋装修相关业务

2、产销统计数据

3、企业房屋装修市场推广策略与渠道管理

4、房屋装修营销体系布局与商务政策设计分析

第三节上海亿唐建筑装饰工程有限公司

1、企业介绍与房屋装修相关业务

2、产销统计数据

3、企业房屋装修市场推广策略与渠道管理

4、房屋装修营销体系布局与商务政策设计分析

第四节上海御喆装饰工程有限公司

1、企业介绍与房屋装修相关业务

2、产销统计数据

3、企业房屋装修市场推广策略与渠道管理

4、房屋装修营销体系布局与商务政策设计分析

第五节上海仁贵装饰设计有限公司

- 1、企业介绍与房屋装修相关业务
 - 2、产销统计数据
 - 3、企业房屋装修市场推广策略与渠道管理
 - 4、房屋装修营销体系布局与商务政策设计分析
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/227841227841.html>