

中国深圳家装行业竞争动态现状与市场商机分析报告

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《中国深圳家装行业竞争动态现状与市场商机分析报告》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/jiajujiancai/229683229683.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

目前，居家装饰行业的市场很大，企业的规模却很小。据不完全统计：2014年，国内城乡居民用于居家装饰的费用高达超过两万亿元大关，但没有一家公司的产值能占到市场份额的1%。造成这种状况的根本原因就是传统家装公司采取的是裁缝铺式的运营模式，即：从客户接待、洽谈、量房、设计、选材、签订合同到现场服务都是由一个人负责，从而导致了工作效率低下，对人员的要求较高。这对企业来说，难以扩大规模，容易形成私单，管理难度加大，并且净利润少。

因此，当前的居家装饰行业，正面临着巨大的挑战：一是进入的门槛不断提高。国家和相关主管部门将出台更为严格的行业标准，行业准入制度将更加严格，导致家装企业在很多方面受限加重，盈利降低，经营风险逐步加大。因此只有规模化和品牌化企业才能应对残酷竞争，在生存中谋求更大的发展。二是人力成本与房租不断提高。国家劳动保障的完善，社保保险用工合同的规范，使劳动力成本越来越高，高等教育的普及更加剧了劳动力的减少，使得传统家装企业的盈利能力不断降低，管理水平低下的企业最终必将出局。三是资本进入家装企业。资本与家装企业的完美结合，将是目前家装行业的一种发展趋势。借用资本的力量，不断壮大企业的规模和提高企业的核心竞争力，巩固企业的品牌，最终促成企业成为行业新的巨头。

随着客户对居家装饰产品和服务要求的提高。满足客户注重品质、崇尚个性、追求时尚的需求，轻松家装，拎包入住的实体家装模式和服务，越来越受到客户的青睐。在未来5年—8年内，中国居家装饰行业必将产生一次大的洗牌，许多传统公司要么转型，要么被淘汰，家装行业内部的格局正发生着巨大变化。未来家装行业已远离了木工加泥水匠的原始业态，家装不仅囊括了施工、设计、建材、木门、橱柜、家具等多个领域，还成为了中央空调、智能家居、水处理等家居系统的整合商。越来越变成一项智力密集型的服务项目，装修公司所做的更多的是咨询、设计、管理、整合资源、监控工程质量和售后服务，而不是直接施工。家装公司的业务系统结构可以概括为：由业务人员负责客户营销，设计师只负责设计服务，施工项目由公司的项目经理管理，采用定额管理形式而非原来的发包形式，施工中的全部材料和家具等由公司统一提供，尽可能做到F2C由工厂到消费者。

随着家装行业竞争日趋激烈和互联网工具的普遍运用，互联网和电子商务对客户的影响与日俱增，随着“80后”和“90后”消费群体的崛起，网络成为消费者选择家装公司的一个重要渠道。互联网使得家装主材价格和装修工费完全透明化，客户和家装公司不再是信息不对称。透明化后传统家装企业与电子商务完美对接，使得洽商、设计、材料、家具、饰品、电器、日用品等都在网络上通过电子商务的形式进行消费，产生了众多一站式的现代新型家装企业。有的品牌公司还在京东商城和天猫开设了旗舰店，从事前期的接待咨询工作，各大家装公司也纷纷在网上设店，提供前期的咨询服务，从而达到接单的目的，公司网络营销甚至已占业务量的50%。满足客户个性化定制，提升家装服务和产品品质，附加值的增加使得利

润加大。降低成本，绿色环保，工期缩短，标准化施工，资本的优化和整合，都离不开家装企业的产品化运作。只要家装企业的品牌得到大众认可，产品化家装企业必然大有可为。随着今后信息产业的管理和透明化，网络营销和社区营销将在家装公司的营销渠道中占据更大位置。凭借创新的商业模式，完成了由“做装修的”升级为“卖家”的转变，真正实现了客户的拎包入住。

中国报告网发布的《中国深圳家装行业竞争动态现状与市场商机分析报告》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。

【报告目录】

第一章家装行业发展综述

第一节家装行业定义及分类

一、家装行业定义

二、家装行业类型

三、家装行业风格分类

第二节家装行业特征分析

一、行业周期性特征

二、行业区域性分析

三、行业季节性分析

第三节家装行业在国民经济中的地位

第二章中国家装市场发展现状分析

第一节中国住宅装饰业主要政策影响分析

一、国家政策支持住宅精装修业务发展

二、房地产调控政策对住宅精装修化的影响

第二节中国家装市场发展状况分析

一、建筑装饰行业发展历程分析

二、居民消费升级刺激家装需求

三、中国住宅装饰市场需求分析

四、中国家装行业产值规模分析

五、中国家装行业竞争格局分析

（一）竞争格局特点

（二）竞争格局

六、住宅装饰家装散装市场特点

七、中国一线城市精装修比例分析

第三节中国家装市场发展因素分析

一、中国家装业发展有利因素分析

二、中国家装业发展不利因素分析

三、中国家装行业技术现状分析

第三章中国家装行业商业模式研究

第一节家装企业盈利能力研究框架

一、家装企业盈利能力研究

二、家装企业销售收入研究

（一）影响客户流量的因素

（二）影响转化率的因素

（三）影响平均客单价的因素

三、家装企业净利润研究

（一）影响毛利率的因素

（二）影响费用率的因素

第二节家装行业的商业模式

一、传统家装行业商业模式

（一）传统家装行业商业模式介绍

（二）传统家装行业商业模式问题

二、家装行业新型商业模式

（一）家装行业新型商业模式介绍

（二）家装行业新型商业模式案例

三、家装行业新旧商业模式比较

第三节新型商业模式对企业盈利能力的影响

一、作用于销售收入

（一）影响客户流量的因素

（二）影响转化率的因素

（三）影响平均客单价的因素

（四）对比结果总结

二、作用于净利率

（一）影响毛利率的因素

（二）影响销售费用率的因素

（三）影响管理费用率的因素

第四节家装电商商业模式分析

- 一、家装电商产业链分析
- 二、家装电商行业竞争要素分析
- 三、中国家装电商行业模式分类及特点
- 四、家装电商行业发展现状
- 五、家装电商行业市场规模
- 六、家装电商用户行为研究
 - (一) 家装电商品牌分析
 - (二) 家装用户的主要兴趣
 - (三) 家装电商用户属性分析
 - (四) 家装电商收入分析
- 七、家装电商企业分析
 - (一) 天猫家装
 - (二) 家装e站
 - (三) 齐家网
 - (四) 一起装修网
 - (五) 酷漫居
 - (六) 美乐乐

第四章深圳家装市场发展环境分析

第一节2015年深圳宏观经济发展环境分析

- 一、深圳GDP增长情况分析
- 二、深圳工业经济发展形势
- 三、深圳社会固定资产投资
- 四、深圳社会消费品零售总额
- 五、深圳城乡居民收入增长分析

第二节深圳家装市场发展政策环境分析

- 一、建筑装饰行业的行政管理体系
- 二、建筑装饰行业资质管理标准
- 三、建筑装饰行业主要法律法规
- 四、室内装修材料相关标准分析

第三节深圳家装市场发展社会环境分析

- 一、深圳人口数量分析
- 二、深圳居民居住条件改善
- 三、居民家庭装饰要求提高

第五章深圳家装市场发展现状分析

第一节深圳家装市场发展分析

一、深圳家装市场发展现状

二、深圳家装市场发展规模

三、深圳家装市场需求分析

（一）商品房装修需求

（二）旧房翻新装修需求

四、深圳装饰企业品牌分析

五、深圳家装产业化建设分析

第二节深圳家装施工行业发展分析

一、家装施工流程及工艺

（一）设计流程

（二）施工流程

二、深圳家装施工市场现状

三、深圳家装施工市场现存问题

四、深圳家装施工市场发展对策

第三节深圳家装监理行业发展分析

一、家装监理概念

二、家装监理全过程

三、深圳家装监理市场需求分析

第六章深圳家装市场竞争格局及竞争策略研究

第一节深圳家装市场竞争分析

一、建筑装饰行业竞争现状

二、深圳家装企业竞争力分析

三、深圳家装行业发展建议

第二节深圳家装企业竞争行为分析

一、公装企业切入家装领域

二、联合营销战略成新策略

三、消费者对价格战不再感冒

第三节深圳家装企业提高竞争力策略分析

第七章深圳家装市场营销策略分析

第一节深圳家装市场消费者调研

一、家装企业知名度分析

（一）未提示知名度分析

（二）提示后知名度分析

（三）消费者首选企业分析

二、家装消费者关注因素分析

三、家装消费者装修方案分析

四、消费者选择家装公司考虑因素

五、消费者获取装修信息的渠道

第二节深圳家装市场营销方式分析

一、展会营销

二、广告营销

三、会务营销

四、电话营销

五、网络营销

第三节深圳家装市场营销建议

一、特点宣传

二、服务营销

三、体验营销

四、情感营销

五、知识营销

六、差异化营销

第八章深圳家装建材供应企业分析

第一节深圳装饰用石材供应企业分析

第二节深圳涂料产品供应企业分析

第三节深圳家具供应企业分析

第四节深圳地板供应产品

第五节深圳基础材料供应产品

第六节深圳装饰五金供应产品

第九章深圳房地产市场发展现状研究

第一节2013-2015年深圳房地产开发分析

一、深圳房地产开发投资情况

二、深圳房地产开发资金来源

三、深圳房地产商品房建筑面积

四、深圳房地产商品房销售情况

第二节深圳住宅市场开发分析

一、住宅市场投资金额分析

二、住宅市场供应情况

（一）住宅施工面积分析

（二）住宅竣工面积分析

三、住宅销售面积分析

四、住宅销售金额分析

第三节深圳别墅、高档公寓市场开发分析

第十章深圳重点家装企业运营分析

第一节深圳市洪涛装饰股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第二节深圳广田装饰集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第三节深圳市美芝装饰设计工程股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业重要客户分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四节深圳市建艺装饰集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业重要客户分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第五节深圳市名雕装饰股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业重要客户分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第六节深圳市奇信建设集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业重要客户分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第七节深圳市亚泰国际建设股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业重要客户分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第八节深圳时代装饰股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业重要客户分析

五、企业竞争优势分析

第九节深圳市嘉信装饰设计工程有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第十节深圳市美术装饰工程有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第十一节深圳市大众建设集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络分析

四、企业竞争优势分析

第十一章2016-2022年深圳家装市场前景分析

第一节2016-2022年家装市场未来发展趋势分析

一、中国家装业未来发展趋势

二、家居装饰四大流行的趋势

三、家装业未来技术发展方向

第二节2016-2022年深圳家装市场需求趋势及前景

一、深圳家装市场需求空间巨大

二、深圳家装市场发展趋势

三、深圳家装市场发展前景

第三节2016-2022年深圳家装市场发展规模预测

第十二章2016-2022年深圳房地产投资风险分析及策略分析

第一节深圳家装行业壁垒分析

一、行业资质壁垒

二、品牌壁垒

三、设计水平壁垒

四、施工及服务品质壁垒

五、专业人才壁垒

第二节深圳家装市场投资风险预警

一、房地产行业政策影响的风险

二、业务季节性波动的风险

三、市场竞争的风险

四、原材料价格上涨风险

第三节深圳家装市场投资策略建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/229683229683.html>