

中国装修装饰行业发展趋势分析与投资前景研究 报告（2022-2029年）

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《中国装修装饰行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202206/599770.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

建筑装饰是指对住宅、桥梁、体育馆、寺庙等用石材、木材等建筑材料搭建的一种供人居住和使用的物体用各种材料对其进行外部面貌或者内部环境的美化和改进，使其更具有情调，更同时具有居住和商业价值。建筑装饰装饰具体可分为公共建筑装饰、家庭住宅装饰、建筑幕墙装饰三大类。

装修行业分类

分类

项目类型

具体业务

公共建筑装饰

公共场馆、民生工程

医院、学校等

政府自用

政府大楼、党校等

交通类

机场、高铁站、汽车站、火车站等

保障性住房

公租房、人才房等

商业类建筑

商业综合体、金融建筑、写字楼、酒店等

精装楼盘装修

地产商新建楼盘

家庭住宅装饰

初次装修

毛坯房装修

翻新

二次装修

建筑幕墙装饰

幕墙装饰、装修

公共建筑幕墙、商业建筑、高档住宅幕墙

资料来源：公开资料整理

一、市场现状

1、发展历程

1997年《中华人民共和国建筑法》的颁布，标志着我国建筑装饰行业的正式起步。此后至

金融危机爆发前，我国建筑装饰行业处于快速爆发阶段，龙头企业金螳螂正是在此期间成功上市。自2008年金融危机爆发后，国内家装行业影响颇大，市场低迷；而公装行业在国家基建扩张背景下实现较快发展。2010-2014年间公装行业在经过快速扩张后，发展步伐放缓；家装行业受益于宽松政策得到强劲复苏，亚厦、广田集团等企业纷纷上市，为建筑装饰行业注入新动力。2015年后，房地产市场收窄，我国建筑装饰行业成熟稳定发展，传统装修行业进行转型，整装装修、互联网家装等诸如此类的新型装修方式相继涌现。

建筑装饰装饰行业发展历程

资料来源：观研天下整理

2、市场规模

在城镇化进程推进、消费结构升级等因素影响下，我国建筑装饰行业呈现良好发展势头，其市场总产值持续保持增长态势。首先就家装行业而言，市场基数大，市场总产值从2017年的1.91万亿元增至2021年的2.85万亿元，2021年我国家装行业市场规模增速18.9%为近几年最大值；四年间年均复合增长率达到10.52%，预计2022年国内家装行业市场总产值将突破3万亿元。

数据来源：公开资料整理

从我国公装行业市场规模来看，市场总产值逐年稳步上升。2017年国内公装市场总产值为2.03万亿元，至2021年增至2.52万亿元，预测2022年国内公装行业市场规模约为2.66万亿元。增速方面，2017-2020年我国公装行业市场规模增速日渐放缓，从8.0%降至3.4%；2021年增速稍有回暖，升至4.9%，仍处于低位运行阶段，主要原因是商业地产热潮已退；不过随着经济发展，我国公装需求量也将日益上涨，形成庞大的消费市场。

数据来源：亿欧智库、观研天下整理

3、规模展望

现阶段我国建筑装饰行业处于成熟发展阶段，市场增长量主要受增量需求和存量需求双重驱动。一方面，近年来我国建筑房屋施工面积稳中上涨，从2017年的131.84亿平方米增至2021年的157.55亿平方米，新建房屋建筑为装修装饰市场释放新增需求；尤其是年轻人成为家装行业的消费主力军，其消费意向更强，愿意加大对家居环境的投资力度，更青睐于高档位装修品格。另一方面历年来竣工面积的日积月累成为装修行业最大的存量市场，除了因消费升级对建筑进行的改造性需求外，部分建筑服务年限具有周期性，一般需要再次翻新修缮，比如酒店、写字楼更新周期约6-8年，其他则是10年左右；以上两种需求将为建筑装饰行业带来增量的持续提升。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

同时国内建筑装修方式也发生了巨大变化。此前的传统装修方式在时间洗礼下弊端逐渐显露，具体有以下几方面：一是传统装修行业是劳动密集型产业，但随着劳动人口减少、老龄化问题加剧，导致人工成本不断增加；二是传统装修中大部分程序由手工作业，会造成装修质量参差不齐，近年来相关装修投诉也日益上涨；三是装修过程中容易产生空气污染、噪音污染；四是装修中以及验收后，室内装修材料、建筑材料等会释放难以察觉的有害气体，却对人体造成不可逆转的伤害，因此当前建筑装修方式逐步向装配式、整装装修等转变。

资料来源：观研天下整理

装配式装修是一体化、标准化设计，运用BIM应用，全程信息化管理，能弥补传统装修的诸多不足，是未来建筑装修行业的发展趋势。

装配式装修指标情况

指标

内容

指标

内容

设计

一体化、标准化设计

品质

标准化部品部件提升精度，干法施工保证品质稳定

生产

工厂为核心，集成制造

成本

费用变化项目多，预算控制难

流程

信息化流程管理，BIM应用贯穿设计、生产、施工和运维全过程

环保

工业化生产减少原料浪费，干法施工保证施工现场整洁

工期

入住周期可缩短到17天

人工

工种需求少，责任明确

资料来源：亿欧智库、观研天下整理

二、竞争现状

1、竞争格局

根据数据发现，2016-2020年我国建筑装饰企业数量呈现逐年递减趋势，数量从2016年的13

.2万家跌落到2020年的10.6万家，但行业内企业整体数量众多，主要原因是装修行业准入门槛较低，竞争十分激烈，因此以降低成本的低价竞争策略成为企业抢夺市场份额的主要方式。不过在疫情冲击下，装修企业将面临更大风险，加速中下企业被迫出清。

数据来源：中国建筑装饰行业协会、观研天下整理（PY）

虽然经过多年发展，建筑装修行业的市场集中度有所缓慢提升，但市场集中度仍偏低，目前行业内头部企业市场份额不足5%。

资料来源：观研天下整理

2、主要品牌

当前装修行业内金螳螂、亚厦、东易日盛、广田集团等上市装修企业都是已成立二三十多年的老品牌，在装修领域内具有相对突出的表现。各企业与建筑企业合作稳定发展，同行间相互竞争、优胜劣汰。

上市装修企业简介

装饰企业

成立时间

要点

合作房企

金螳螂

1993/01/06

具备室内装饰、幕墙、景观、软装等全产业链设计施工服务能力，业务已遍及全国及部分海外市场

万科、保利地产、恒大、深圳星河、华夏幸福

亚厦

1995/07/07

打造以室内外装饰、幕墙、设计与施工为主,涵盖园林、机电安装、建筑智能化、石材加工等大装饰产业链

宁波集团、恒大、滨江集团

东易日盛

1996/11/28

以家装为入口,利用资本逐步深化、落地家庭消费生态圈建设，以全新商业模式开启家装“科技型生态变革”新时代

华润置地、山东中海华创、北京中海豪峰

广田集团

1995/07/14

业态涵盖室内装饰、幕墙、轨道交通、文旅、园林、智能、消防、机电、新材料、软装、土建等领域

恒大、碧桂园、万科

奇信股份

1995/05/12

集建筑装饰设计与施工及物联网平台、新材料研发与应用于一体的“健康智慧人居”综合解决方案商

金地集团、北京建工、北控

全筑股份

1998/10/14

业务范围涵盖高端住宅、全装修楼盘、长租公寓、酒店、办公以及商业空间

恒大、上海陆家嘴、复地集团、上海城开

洪涛股份

1985/01/14

全国首批设计、装饰双甲企业，拥有建筑装饰装修、装饰设计、建筑幕墙、城市及道路照明、建筑智能化、机电设备安装、消防设施等8项专业承包一级/甲级资质

青岛加州、柳州东城

资料来源：观研天下整理

3、经营状况

随着房地产市场景气度下降，装修企业运作较为艰难，尤其是家装企业；装修企业成本结构本就长期处于失衡状态，且盈利不高。从2021年家装主要上市公司的经营状况来看，金螳螂、广田集团、全筑股份营收出现亏损，其中金螳螂仍旧是营收最高的企业，达到253.74亿元；江河集团、亚厦、东易日盛、名雕营收增速呈现正增长，营收分别为207.89亿元、120.76亿元、42.92亿元、8.84亿元。

从净利润看，这几家企业表现惨淡，仅有东易日盛和名雕均有不足1亿元的净利润，其余全部净亏损。金螳螂、江河集团、亚厦、广田净利润同比均出现多倍负增长，最高甚至达到6倍，其同比增速分别为-308.52%、-206.20%、-379.70%、-612.51%。毛利率方面，东易日盛毛利率最高为34.99%，其次是名雕29.85%，全筑股份毛利率最低为0.53%。

2021年装修家装上市企业经营情况

公司简称

营业收入（亿元）

同比增速

净利润（亿元）

同比增速

毛利率

金螳螂

253.74

-18.79%

-49.5

-308.52%

16.14%

江河集团

207.89

15.18%

-10.07

-206.20%

17.24%

亚厦

120.76

11.95%

-8.88

-379.70%

7.22%

广田

80.36

-34.38%

-55.88

-612.51 %

6.43%

东易日盛

42.92

24.52%

0.78

-57.00%

34.99%

全筑股份

40.42

-25.49%

-12.93

/

0.53%

名雕

8.84

1.99%

0.29

30.13%

29.85%

数据来源：东方财富网、观研天下整理

观研报告网发布的《中国装修装饰行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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家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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国装修装饰行业发展概述

第一节 装修装饰行业发展情况概述

一、装修装饰行业相关定义

二、装修装饰特点分析

三、装修装饰行业基本情况介绍

四、装修装饰行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、装修装饰行业需求主体分析

第二节中国装修装饰行业生命周期分析

一、装修装饰行业生命周期理论概述

二、装修装饰行业所属的生命周期分析

第三节装修装饰行业经济指标分析

一、装修装饰行业的赢利性分析

二、装修装饰行业的经济周期分析

三、装修装饰行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球装修装饰行业市场发展现状分析

第一节全球装修装饰行业发展历程回顾

第二节全球装修装饰行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲装修装饰行业地区市场分析

一、亚洲装修装饰行业市场现状分析

二、亚洲装修装饰行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲装修装饰行业市场前景分析

第四节北美装修装饰行业地区市场分析

一、北美装修装饰行业市场现状分析

二、北美装修装饰行业市场规模与市场需求分析

三、北美装修装饰行业市场前景分析

第五节欧洲装修装饰行业地区市场分析

一、欧洲装修装饰行业市场现状分析

二、欧洲装修装饰行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲装修装饰行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界装修装饰行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球装修装饰行业市场规模预测

第三章 中国装修装饰行业产业发展环境分析

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

第二节我国宏观经济环境对装修装饰行业的影响分析

第三节中国装修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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对装修装饰行业的影响分析

第五节中国装修装饰行业产业社会环境分析

第四章 中国装修装饰行业运行情况

第一节中国装修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

第二节中国装修装饰行业市场规模分析

- 一、影响中国装修装饰行业市场规模的因素
- 二、中国装修装饰行业市场规模
- 三、中国装修装饰行业市场规模解析

第三节中国装修装饰行业供应情况分析

- 一、中国装修装饰行业供应规模
- 二、中国装修装饰行业供应特点

第四节中国装修装饰行业需求情况分析

- 一、中国装修装饰行业需求规模
- 二、中国装修装饰行业需求特点

第五节中国装修装饰行业供需平衡分析

第五章 中国装修装饰行业产业链和细分市场分析

第一节中国装修装饰行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、装修装饰行业产业链图解

第二节中国装修装饰行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对装修装饰行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对装修装饰行业的影响分析

第三节我国装修装饰行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国装修装饰行业市场竞争分析

第一节中国装修装饰行业竞争现状分析

一、中国装修装饰行业竞争格局分析

二、中国装修装饰行业主要品牌分析

第二节中国装修装饰行业集中度分析

一、中国装修装饰行业市场集中度影响因素分析

二、中国装修装饰行业市场集中度分析

第三节中国装修装饰行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国装修装饰行业模型分析

第一节中国装修装饰行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国装修装饰行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国装修装饰行业SWOT分析结论

第三节中国装修装饰行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国装修装饰行业需求特点与动态分析

第一节中国装修装饰行业市场动态情况

第二节中国装修装饰行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节装修装饰行业成本结构分析

第四节装修装饰行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国装修装饰行业价格现状分析

第六节中国装修装饰行业平均价格走势预测

一、中国装修装饰行业平均价格趋势分析

二、中国装修装饰行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国装修装饰行业所属行业运行数据监测

第一节中国装修装饰行业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

第二节中国装修装饰行业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

第三节中国装修装饰行业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

第十章 2018-2022年中国装修装饰行业区域市场现状分析

第一节中国装修装饰行业区域市场规模分析

一、影响装修装饰行业区域市场分布的因素

二、中国装修装饰行业区域市场分布

第二节中国华东地区装修装饰行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区装修装饰行业市场分析

（1）华东地区装修装饰行业市场规模

（2）华南地区装修装饰行业市场现状

（3）华东地区装修装饰行业市场规模预测

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、华中地区装修装饰行业市场分析

（1）华中地区装修装饰行业市场规模

（2）华中地区装修装饰行业市场现状

（3）华中地区装修装饰行业市场规模预测

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、华南地区装修装饰行业市场分析

（1）华南地区装修装饰行业市场规模

（2）华南地区装修装饰行业市场现状

(3) 华南地区装修装饰行业市场规模预测

第五节 华北地区装修装饰行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区装修装饰行业市场分析

(1) 华北地区装修装饰行业市场规模

(2) 华北地区装修装饰行业市场现状

(3) 华北地区装修装饰行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区装修装饰行业市场分析

(1) 东北地区装修装饰行业市场规模

(2) 东北地区装修装饰行业市场现状

(3) 东北地区装修装饰行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区装修装饰行业市场分析

(1) 西南地区装修装饰行业市场规模

(2) 西南地区装修装饰行业市场现状

(3) 西南地区装修装饰行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区装修装饰行业市场分析

(1) 西北地区装修装饰行业市场规模

(2) 西北地区装修装饰行业市场现状

(3) 西北地区装修装饰行业市场规模预测

第十一章 装修装饰行业企业分析（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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国装修装饰行业发展前景分析与预测

第一节 中国装修装饰行业未来发展前景分析

一、装修装饰行业国内投资环境分析

二、中国装修装饰行业市场机会分析

三、中国装修装饰行业投资增速预测

第二节中国装修装饰行业未来发展趋势预测

第三节中国装修装饰行业规模发展预测

一、中国装修装饰行业市场规模预测

二、中国装修装饰行业市场规模增速预测

三、中国装修装饰行业产值规模预测

四、中国装修装饰行业产值增速预测

五、中国装修装饰行业供需情况预测

第四节中国装修装饰行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国装修装饰行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国装修装饰行业进入壁垒分析

一、装修装饰行业资金壁垒分析

二、装修装饰行业技术壁垒分析

三、装修装饰行业人才壁垒分析

四、装修装饰行业品牌壁垒分析

五、装修装饰行业其他壁垒分析

第二节装修装饰行业风险分析

一、装修装饰行业宏观环境风险

二、装修装饰行业技术风险

三、装修装饰行业竞争风险

四、装修装饰行业其他风险

第三节中国装修装饰行业存在的问题

第四节中国装修装饰行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国装修装饰行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国装修装饰行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国装修装饰行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 装修装饰行业营销策略分析

一、装修装饰行业产品策略

二、装修装饰行业定价策略

三、装修装饰行业渠道策略

四、装修装饰行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/599770.html>