

2024-2029年中国装修行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

全装修住宅是装修一次到位的商品住宅，装修一次到位是指：房屋交钥匙前，所有功能空间的固定面全部铺装或粉刷完成，厨房和卫生间的基本设备全部安装完成。

近年，在政策的保驾护航和房地产市场需求的支撑下，全装修市场实现了高速发展。根据中指控股地产家居研究的数据显示，2020年全国全装修住宅开发量累计达到391.3万套。2020年全国全装修市场，TOP30开发商开发规模共计191万套，占全年总规模的48.8%(2020年全国全装修市场开发规模为391.3万套)。开发规模前四大开发商为恒大、万科、碧桂园、保利，开发规模均超过10万套，其中恒大一枝独秀，达到38.1万套;从项目开发数量来看，TOP30开发商全装修项目数量为1524个，占全年总数的43.7%(2020年全国全装修市场项目数量为3489个)。前四大开发商项目数量均超过100个，其中恒大、万科项目个数超过200个。

2019年2月15日，住建部关于《住宅项目规范(征求意见稿)》中明确提出，新建城镇建筑应全装修交付，引发行业的巨大关注。尽管正式版规范以及具体的实施时间和方式还未公布，但是足以看出我国政府对于住宅全装修的巨大倡导力度。截止到2019年12月底，在中央的大力倡导下，如今要求实施100%全装修的城市名单已经确定。随着各级政府的鼓励，我国全装修行业会实现更加深入和广阔的发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国建筑装饰协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国装修行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国装修行业发展状况和特点，以及中国装修行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球装修行业发展态势作了详细分析，并对装修行业进行了趋向研判，是装修生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前装修行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 装修产业相关概述

第一节 装修基础阐述

一、装修空间类型

二、装修风格

1、现代简约风格

2、恬淡田园风格

- 3、新中式风格装修
- 4、欧式古典风格
- 5、地中海风格
- 6、东南亚风格
- 7、美式乡村风格
- 8、日式风格装修
- 9、时尚混搭风盛行

三、装修污染

第二节 装修

- 一、装修施工阶段
- 二、施工的一般流程及工种
- 三、精装修
- 四、装修商业价值

第二章 2019-2023年中国装修产业市场运营环境分析

第一节 2019-2023年中国宏观经济指标分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019-2023年中国装修产业政策环境分析

- 一、《家庭装修质量验收标准》
- 二、室内装饰装修材料国家标准

三、建筑装饰装修工程验收

四、住房装修费税

五、装修管理规定

第三节 2019-2023年中国装修产业社会环境分析

一、人民居住条件明显改观

二、人们生活品质的提高

三、中国80，90后迎来结婚潮

第三章 2019-2023年世界装修行业市场深度分析

第一节 2019-2023年中国装修业运行环境分析

一、全球经济现状及影响分析

二、全球装修节能与环保分析

第二节 2019-2023年世界装修业运行概况

一、世界建筑业的发展状况

二、全球装修业设计情况分析

三、装修材料市场热点聚焦

第三节 2019-2023年美国装修行业发展概况分析

一、美国的装修材料特点分析

二、美国现代人在家居装饰时更愿意“DIY”

三、美国的装修行业重视产品多元化发展

四、美国装修行业发展趋势分析

第四节 2019-2023年其他国家及地区装修行业发展概述

一、俄罗斯

二、东欧

三、中国香港

第五节 2024-2029年世界装修产业新趋势分析

第四章 2019-2023年中国建筑装饰材料运行透析

第一节 2019-2023年中国建筑装饰材料运行简况

一、中国新型建筑装饰材料特点分析

二、中国建材行业的发展重点

三、建材行业的发展方向

四、环保建筑装饰材料的发展趋势

第二节 2019-2023年中国建筑装饰材料重点产品市场运行分析

一、水泥

二、木地板

三、涂料

四、建筑陶瓷

五、玻璃

六、石材

七、塑料

第二部分 行业深度分析

第五章 2019-2023年中国装修行业运营态势分析

第一节 2019-2023年中国装修行业特点分析

一、季节性

二、环保与家装污染对产业影响

第二节 2019-2023年中国装修行业发展现状分析

一、中国装修行业格局的变化

二、中国装修业的节能情况分析

三、装修业里品牌企业的特色

第三节 2019-2023年中国装修市场透析

- 一、中国装修业品牌消费的来临
- 二、中国装修市场电子商务迅猛发展
- 三、家居市场细分带动高端竞争加剧

第四节 2019-2023年中国家装行业存在的机遇和问题分析

第六章 我国装修行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国装修行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2019-2023年中国装修行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、我国装修行业销售利润率
- 2、我国装修行业成本费用利润率
- 3、我国装修行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国装修行业资产负债比率
- 2、我国装修行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、我国装修行业应收帐款周转率
- 2、我国装修行业总资产周转率
- 3、我国装修行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

- 1、我国装修行业总资产增长率
- 2、我国装修行业利润总额增长率
- 3、我国装修行业主营业务收入增长率
- 4、我国装修行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第七章 2019-2023年中国装修市场细分领域深度剖析—家装市场

第一节 2019-2023年中国家装市场分析

- 一、中国家装市场迎来了“春装旺季”
- 二、精装领域不断扩量
- 三、2019-2023年家装市场规模分析
- 四、住宅产业标准化的实施对市场影响
- 五、探价家装市场“五大主材”未来行情趋涨

第二节 2019-2023年中国重点城市家装市场分析

- 一、长沙住宅装饰装修市场分析
- 二、上海住宅装饰装修市场分析
- 三、北京住宅装饰装修市场分析
- 四、其它(可自选)

第三节 2019-2023年环首都经济圈13县市家装市场分析

第四节 2024-2029年中国家装市场趋势

第八章 2019-2023年中国装修市场细分领域深度剖析—公装市场

第一节 公装相关概述

- 一、公装特点
- 二、公装与家装的区别

第二节 2019-2023年中国公装市场分析

一、公装装修市场发展迅速

二、公装市场中公装公司格局

三、公装业务需求提升

第三节 2019-2023年中国公装细分市场分析

一、酒店

二、办公楼

第四节 2019-2023年中国公装市场问题探讨

一、中国公装市场乱象丛生

二、公装市场“断层”现象引发行业内外热议

第五节 2024-2029年中国公装市场发展战略分析

第九章 2019-2023年中国装修市场细分领域深度剖析—装修设计市场

第一节 装修设计市场综述

一、当前流行的装修设计风格

二、装修设计内容

三、装修设计要点解析

四、装修设计与色彩搭配

第二节 装修设计案例点评

一、卧室装修设计要点

二、婚房装修设计要点全揭秘打造带有性格特色的婚房

三、影楼装修设计

四、别墅

五、客厅装修设计的8个基本“要”领

第三节 装修设计要以人为本创造最舒适的居住环境

第四部分 竞争格局分析

第十章 2019-2023年中国建筑装关联产业发展分析—房地产

第一节 中国房地产业发展概况

- 一、中国房地产与经济发展的关系
- 二、中国房地产周期分析
- 三、从四个角度分析中国房地产业
- 四、2019-2023年中国房地产市场数据分析

第二节 北京房地产市场现状分析

- 一、2019-2023年北京普通住宅/公寓
- 二、2019-2023年别墅新增供应量
- 三、房地产开发投资趋势
- 四、房地产建设规模发展
- 五、住宅销售市场趋势

第三节 上海房地产市场现状分析

- 一、上海房地产开始迈入第三个阶段
- 二、上海房地产业的调整与转型
- 三、上海房地产市场发展现状
- 四、上海房地产市场的购买力分析

第四节 广州房地产市场现状分析

- 一、广州房地产市场已经进入垄断时代
- 二、广州房地产行业的发展模式
- 三、广州土地市场现状分析
- 四、广州住宅、别墅、写字楼市场分析

第五节 其它

- 一、重庆
- 二、南京

三、杭州

第十一章 2019-2023年中国装饰装修市场竞争新格局透析

第一节 2019-2023年中国装饰装修行业竞争状况分析

一、装饰装修业的主要竞争因素

二、提升装饰装修企业竞争力的策略分析

第二节 2019-2023年中国装饰装修行业竞争格局分析

一、整体竞争格局：行业缺少规范，竞争无序

二、区域竞争格局：区域垄断格局难以跨越

三、行业集中度分析

第三节 2019-2023年中国装饰装修行业竞争行为分析

一、建材流通环节不甘寂寞，涌入装饰装修市场

二、公装公司切入家装领域，家装队伍迅速膨胀

三、合纵联合营销战略成为新型营销策略

四、消费者日益理性对价格战不再感冒

第十二章 2024-2029年装修行业领先企业经营形势分析

第一节 深装集团

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第二节 中国建筑装饰集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第三节 钟凯丽装饰工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第四节 上海市建筑装饰工程集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第五节 深圳市华辉装饰工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第六节 浙江中天装饰集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第七节 广东星艺装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第八节 上海室内装饰(集团)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第九节 深圳市维业装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第十节 山东鲁丹建设集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第五部分 发展前景展望

第十三章 2024-2029年中国装修行业的发展趋势

第一节 2024-2029年中国家庭装修市场交易形式的发展趋势

一、直接的交易形式

二、家庭装修市场的交易形式

三、与房地产商联合的交易形式

四、与物业管理商联合的交易形式

五、网上家庭装修交易形式

第二节 2024-2029年中国家居饰品市场前景预测

第三节 2024-2029年中国家装设计师职业发展趋势

一、成品化家居的推广，对产品设计师的需求量很大

二、设计流程的分工细化，使设计师分工更专业

三、具有综合能力的高端设计师的社会地位将有所提高

第四节 有偿设计-家装发展的大趋势

一、免费设计：即不免费也无设计

二、收费设计：设计师与消费者的双赢

第十四章 2024-2029年装修行业投资价值评估分析

第一节 装修行业投资特性分析

一、装修行业进入壁垒分析

二、装修行业盈利因素分析

三、装修行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年装修行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2024-2029年装修行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十五章 2024-2029年中国装修行业投资前景预测分析

第一节 2019-2023年中国装修业投资概况

一、装修投资环境分析

二、装修投资周期分析

第二节 2024-2029年中国装修行业投资热点领域分析

一、装饰装修材料流通领域

二、装饰装修监理领域

三、相关人员资格认证/培训领域

四、相关检测仪器制造领域

第三节 2024-2029年中国装修行业投资风险分析

一、金融风险分析

二、政策风险分析

三、市场风险分析

四、其他风险分析

第六部分 发展战略研究

第十六章 装修行业发展战略研究

第一节 装修行业发展战略研究

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

第二节 对我国装修品牌的战略思考

一、装修品牌的重要性

二、装修实施品牌战略的意义

三、装修企业品牌的现状分析

四、我国装修企业的品牌战略

五、装修品牌战略管理的策略

第三节 装修经营策略分析

一、装修市场细分策略

二、装修市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、装修新产品差异化战略

第四节 装修行业投资战略研究

一、2019-2023年装修行业投资战略

二、2024-2029年装修行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及投资建议

第一节 装修行业研究结论及建议

第二节 装修子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和装修行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：装修行业生命周期

图表：装修行业产业链结构

图表：2019-2023年全球装修行业市场规模

图表：2019-2023年中国装修行业市场规模

图表：2019-2023年装修行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国装修市场占全球份额比较

图表：2019-2023年装修行业利润总额

图表：2019-2023年装修行业资产总计

图表：2019-2023年装修行业负债总计

图表：2019-2023年装修行业竞争力分析

图表：2019-2023年装修市场价格走势

图表：2019-2023年装修行业主营业务收入

图表：2019-2023年装修行业主营业务成本

图表：2019-2023年装修行业销售费用分析

图表：2019-2023年装修行业管理费用分析

图表：2019-2023年装修行业财务费用分析

图表：2019-2023年装修行业销售毛利率分析

图表：2019-2023年装修行业销售利润率分析

图表：2019-2023年装修行业成本费用利润率分析

图表：2019-2023年装修行业总资产利润率分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22381.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)