

2024-2029年中国建筑装饰行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

产业现状

建筑装饰行业是建筑行业的重要组成部分之一，与房屋和土木工程建筑业、建筑安装业并列为建筑业的三大组成部分。近年来，伴随着中国经济的快速增长、城镇化步伐加快，中国房地产、建筑业持续增长，建筑装饰行业显现出巨大的发展潜力。从建筑装饰产业发展的驱动因素来看，中国城市化进程不断加快、城乡居民可支配收入增加带来的消费结构逐步升级，以及由于房地产业稳定发展的基础和刚需膨胀时期房地产去库存化带来的机遇，未来建筑装饰市场保持稳定增长。近年来，建筑装饰行业内各专业细分市场的结构发生深刻变化。由于房地产增幅下降，固定资产投资增长放缓，新建大型公共建筑装饰工程会有较大幅度的减少。但受城市建筑高层、超高层发展趋势的拉动，大型建筑的建筑幕墙工程将继续保持一定的增长；受节能工程拉动，建筑节能窗全年有较大的增长；随着房地产开发企业的结构调整，新建住宅成品房精装修工程还将有所增长，特别是在房地产去库存的过程中，成品房精装修可能成为去库存的一种重要手段。

市场容量

2018年，全国建筑业总产值235086亿元，同比增长9.9%；全国建筑业房屋施工面积140.9亿平方米，同比增长6.9%。2019年1-3月份，全国固定资产投资(不含农户)101871亿元，同比增长6.3%，增速比1-2月份回升0.2个百分点。从环比速度看，3月份固定资产投资(不含农户)增长0.45%。其中，民间固定资产投资61492亿元，同比增长6.4%，增速比1-

2月份回落1.1个百分点。房地产投资表现较强韧性、新开工呈现加速趋势。其中，住宅投资17256亿元，增长17.3%。住宅投资占房地产开发投资的比重为72.5%。1-

3月份，房地产开发企业房屋施工面积同比增长8.2%，增速比1-

2月份提高1.4个百分点。其中，住宅施工面积484560万平方米，增长9.7%。房屋新开工面积38728万平方米，增长11.9%。其中，住宅新开工面积28467万平方米，增长11.5%；屋竣工面积18474万平方米，下降10.8%，降幅收窄1.1个百分点。其中，住宅竣工面积13043万平方米，下降8.1%；施工面积和新开工面积依然维持较快增长，竣工面积下滑收窄，显示目前地产行业依然在补库存过程中，且地产投资正在向竣工端传导。

改革开放以来，建筑装饰业作为我国最早引入市场机制、进行市场化运作的行业，取得了长足的发展。2

016年，建筑装饰行业总产值3.66万亿，至今在4-

6万亿左右，全行业共有约13.2万家企业，以中小企业为主，规模最大的金螳螂营收在200亿左右，占比只有全行业产值的0.5%。由于存在大量缺少品牌的中小企业，整个行业除了产品过剩之外，还呈现出碎片化的特征，同质化竞争愈演愈烈。

格局分析

从区域发展上看，由于区域间经济发展的不均衡，导致建筑装饰行业东部与中西部地区有明显的差异，形成了建筑装饰行业“东强西弱”的发展格局，广东、江苏、上海、北京、浙江等地的企业保持市场领先优

势。从企业性质上看，以民营企业和内资为主。随着国有建筑企业的逐步改制和改造，建筑装饰行业中民营经济成份已占绝对比重，达到企业总数的95%以上。而且从市场份额来看，行业从外资主导已经转变为内资主导。当前中国95%以上的公共建筑物装饰市场、100%的住宅装饰市场和85%以上的公共建筑物设计市场已被中国企业占领。虽然中国建筑装饰市场容量很大，并且每年保持高速增长，但由于从业者较多，行业竞争非常激烈。

发展趋势

中国的建筑装饰行业发展到现在，装修品质得到不断的改善，装修效率的要求也不断提高。根据中国住宅需求，家装行业的装饰未来需求巨大，公共建筑也将进入翻新期，未来市场规模迎来持续性增长。建筑装饰行业是在房地产热潮催生下逐步兴起，快速成长的朝阳产业。“十三五”期间，中国经济快速发展，人们生活水平的提高，使得人们对居住环境有着更高的要求。建筑装饰的需求也因此得以释放，逐步形成一个庞大的消费市场。但明朗的市场前景下潜藏着激烈的竞争，为应对由竞争带来的危机，企业不断寻找突破口。而“互联网+”的提出恰恰为建筑装饰行业提供了契机，“互联网+”代表的是一种新型经济形态，它将互联网的创新成果深度融合于各个领域，推动产业转型升级，并不断创造出新产品、新模式，构建万物互联的新生态。借助互联网之势，建筑装饰线上平台如雨后春笋般出现，“互联网+”为建筑装饰行业打开通往新世界的大门，冲击着传统的发展观念，引导传统产业进行全方位的升华。在这条充满挑战的路上，建筑装饰行业终将完成新生态的构建，真正开启行业隐藏的强劲动力，展现出传统行业的势不可挡的态势。

前景预测

按照国家城镇化发展规划，2030年我国城镇人口将接近10亿人，房屋总建筑面积需求为800-900亿平方米(包括住宅房屋和公共建筑等)，目前尚有较大缺口，房建市场的发展空间仍然较大。从地产业务来看，2018年共有156家房地产企业跻身百亿军团，30家房企迈入“千亿俱乐部”销售额共计其中，阳光城、中南、富力、正荣、金科、中梁、金茂、融信等13家房企都在2018年迈入千亿房企行列。十九大报告提出“坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度，让全体人民住有所居”，这一基本态度直接扭转了以往商品房具有居住与投资双重功能的定位，住宅将加快向居住属性回归。

面临挑战

虽然中国建筑装饰行业发展很快，但起步较晚，行业内部存在的诸多问题制约了行业的进一步发展，这些问题亟待解决。如不能及时、有效地解决，势必会影响行业持续健康发展。建筑装饰行业需求的旺盛并不意味着行业毛利率的可观。在建筑装饰行业，区域性的特征较为明显，企业家意识、拿单能力、高端设计施工人力资源与项目综合管理能力等发展要素均制约着大部分中小建筑装饰公司，使其难以快速扩张进行全国市场布局。

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、国家住建部、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、中国建筑业协会、中国建筑节能协会、51行业报告网、国内外相关报刊杂志发表公布的基础信息以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国建筑装饰及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争格局、发

展趋势、业务与技术等进行了分析，并重点分析了中国建筑装饰行业发展状况和特点，以及中国建筑装饰行业将面临的挑战、发展策略等。报告还对全球的建筑装饰行业发展态势作了详细分析，并对建筑装饰行业进行了趋向研判，是建筑装饰设计施工、建材生产企业，科研单位，投资机构等单位准确了解目前建筑装饰发展动态，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

【建筑装饰如何分类?建筑装饰行业产业链发展情况及影响如何?建筑装饰 pest模型分析结果如何?】

第一章 建筑装饰行业发展综述

第一节 建筑装饰行业基本情况

一、建筑装饰行业定义

二、建筑装饰材料分类

三、建筑装饰的功能与手段

第二节 建筑装饰行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、行业产业链上游相关行业分析

1、水泥行业发展状况及影响

2、木地板行业发展状况及影响

3、涂料行业发展状况及影响

4、建筑陶瓷行业发展状况及影响

5、玻璃行业发展状况及影响

6、石材行业发展状况及影响

7、塑料行业发展状况及影响

三、行业下游产业链相关行业分析

1、建筑行业发展状况及影响

2、家装行业发展状况及影响

第二章 建筑装饰行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 建筑装饰行业政治法律环境(p)

- 一、建筑装饰行业行政管理体系
- 二、建筑装饰行业资质管理标准
- 三、建筑装饰行业主要政策规划
- 四、建筑装饰行业国家技术标准
- 五、环境标志建筑装饰装修标准
- 六、室内装修有机材料相关标准

第二节 行业经济环境分析(e)

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

- 一、中国人口结构环境分析
- 二、中国城市化的发展进程
- 三、中国居民居住条件改善
- 四、中产阶级生活品质提高
- 五、居民家庭装饰要求提高
- 六、建筑装饰生态环保影响

第四节 行业技术环境分析(t)

- 一、中国建筑装饰行业的技术现状分析
 - 1、建筑装饰行业的技术进步分析
 - 2、中国建筑装饰行业信息化分析
 - 3、中国建筑装饰节能环保技术现状
 - 4、中国建筑一体化装饰的优点分析
 - 5、建筑装饰装修工程施工bim技术的应用

二、建筑装饰施工技术及发展趋势

第二部分 行业深度分析

【建筑装饰行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何?建筑装饰市场供需形势怎样?】

第三章 中国建筑装饰行业运行现状分析

第一节 中国建筑装饰行业发展状况分析

一、中国建筑装饰行业发展概况

二、中国建筑装饰行业发展分析

1、“互联网+”或助推建筑装饰装修行业加速洗牌

2、建筑装饰业“出海”提速

3、建筑装饰行业探索创新升级效果明显

三、中国建筑装饰行业发展特点

四、中国建筑装饰行业商业模式

第二节 中国建筑装饰市场情况分析

一、中国建筑装饰市场总体概况

二、中国建筑装饰业务市场发展

三、中国建筑装饰市场运行态势

1、中国建筑装饰企业资质分析

2、中国建筑装饰百强企业分析

3、建筑装饰工程市场价格形成机制

4、建筑装饰行业利润水平变动分析

四、中国建筑装饰行业市场规模

1、完成工程总产值规模

2、实现建筑业增加值

五、中国建筑装饰企业状况分析

1、建筑装饰企业发展概况分析

2、建筑装饰企业结构优化分析

3、建筑装饰企业资质结构分析

4、建筑装饰企业上市情况分析

六、中国建筑装饰行业从业者队伍分析

1、建筑装饰行业从业人数分析

2、建筑装饰从业者学历结构分析

3、建筑装饰工程设计人员规模

4、建筑装饰行业人均劳动生产率

5、建筑装饰从业者队伍年龄构成

第三节 建筑装饰行业供需规模分析

一、建筑装饰行业供给规模分析

1、中国建筑装饰行业总产值分析

2、中国建筑装饰行业竣工产值分析

二、建筑装饰行业需求规模分析

1、建筑装饰行业需求市场

2、建筑装饰行业合同总额

3、建筑装饰行业建设面积

三、建筑装饰市场供需平衡分析

第四章 中国建筑装饰行业整体运行指标分析

第一节 建筑装饰行业总体规模分析

一、建筑装饰行业资产分析

二、建筑装饰行业负债分析

三、建筑装饰行业所有者权益分析

第二节 建筑装饰行业生产效益分析

- 一、企业数量情况
- 二、计算劳动生产率的平均人数
- 三、按总产值计算的劳动生产率
- 四、人均竣工产值
- 五、人均施工面积
- 六、人均竣工面积

第三节 建筑装饰行业经营规模分析

- 一、建筑装饰行业企业营业额
- 二、建筑装饰行业企业收入
- 三、建筑装饰行业企业费用

第四节 建筑装饰行业经营效益分析

- 一、建筑装饰行业企业利润分析
 - 1、建筑装饰行业企业利润总额
 - 2、建筑装饰行业企业税金总额
- 二、建筑装饰行业总承包和专业承包企业分析
 - 1、总承包和专业承包企业应收工程款
 - 2、总承包和专业承包亏损企业情况
- 三、建筑装饰行业总承包和专业承包企业经济效益
 - 1、产值利润率情况
 - 2、产值利税率情况
 - 3、资本利润率情况
 - 4、资本利税率情况

第五节 新形势下建筑装饰行业交易成本分析

一、中国企业进入高成本时代

二、建筑装饰行业交易成本尤高

1、市场交易成本

2、内部交易成本

3、其他成本

(1)项目直接费用

(2)间接费用

(3)税金

(4)应收账款

三、政府：不遗余力，打造优质营商环境

四、企业：苦练内功，降低成本，拓展博弈空间

第五章 中国建筑装饰设计及施工分析

第一节 建筑装饰设计分析

一、建筑装饰设计相关概述

1、建筑装饰设计定义

2、建筑装饰设计的前提和思路

3、建筑装饰设计的过程和要点

4、建筑装饰设计目的和任务

二、建筑装饰技术设计流派分析

1、高技派或重技派

2、光亮派

3、白色派

4、新洛可可派

5、风格派

- 6、超现实派
- 7、解构主义派
- 8、装饰艺术派

三、建筑装饰设计的功能需要

- 1、承载建筑历史文化的符号标志功能
- 2、对建筑物审美价值的创造功能
- 3、对建筑物形式和结构的调节功能

四、建筑装饰设计方法和理念分析

- 1、坚持以人为本
- 2、重视与民族文化的有效结合
- 3、充分定位建筑物的使用功能
- 4、融入经济合理的新型材料

五、建筑装饰设计发展趋势

- 1、动态和可持续发展观
- 2、科学性与艺术性的结合
- 3、加强环境整体观
- 4、以满足人和人际活动的需要为核心
- 5、室内装饰设计要符合地区特点与民族风格要求

第二节 低碳经济理念指导下的建筑装饰设计探究

一、低碳经济理念与发展特点

二、低碳理念指导下的建筑装饰设计原则分析

- 1、建筑装饰低碳设计原则
- 2、建筑装饰低碳管理分析
- 3、建筑装饰设计低碳化策略

(1)健全相关制度

(2)落实低碳装饰理念

(3)政府大力扶持

三、在建筑装饰设计中结合低碳经济理念的思考

1、完善建筑装饰设计行业的相关法律法规

2、生产低碳装饰材料要凭借政府的支持

3、要重视低碳装饰理念落实过程中的细节

四、低碳经济理念在建筑装饰设计过程中的指导作用

1、指导建筑装饰设计的设计方案

2、指导建筑装饰的设计思想

五、基于低碳经济理念建筑幕墙的应用

1、低碳幕墙的概述

2、低碳幕墙的应用及推广

(1)隔热幕墙的应用

(2)双层幕墙的应用

(3)光电幕墙的应用

(4)生态幕墙的应用

第三节 建筑装饰施工分析

一、建筑装饰施工工艺分析

1、现代建筑装饰施工方案的确定

2、现代建筑装饰施工工艺探讨

3、建筑装饰施工工艺的发展趋势

二、建筑装饰施工管理分析

1、合理控制施工进度

- 2、加强质量控制
- 3、安全管理分析
- 4、有效的控制成本
- 5、科学管理竣工验收工作
- 6、管理工程预算

三、建筑装饰施工项目成本控制分析

- 1、成本控制在建筑装饰行业中的重要性
- 2、建筑装饰行业成本控制的难点

(1)成本意识缺乏

(2)缺少成本控制方法

(3)成本控制工作浮于表面

(4)装饰材料种类繁多，分布广

3、建筑装饰施工项目成本控制的对策

(1)建设方的成本控制

(2)设计方的成本控制

(3)施工方的成本控制

(4)其他方面的成本控制

4、挣值法在建筑装饰工程成本动态控制中的应用

(1)挣值法的基本原理及评价指标

(2)挣值法评价曲线

(3)挣值法在装饰工程项目成本控制中应用的意义

四、智能化在建筑装饰装修施工管理中的应用

1、装饰空间结构调节数字化

(1)建立网络化管理平台

(2)施工空间管理

2、施工分析自动化

(1)动态化施工管理

(2)区域智能定位管理

(3)施工工序监管智能化

(4)施工监管信息化

五、建筑装饰施工中节能环保材料的应用

1、低辐射镀膜玻璃的应用

2、光触媒装饰材料的应用

3、软膜天花的应用

4、其他节能环保材料的应用

六、建筑装饰施工组织设计创新策略

1、建筑装饰施工组织设计的特点

2、建筑装饰施工组织设计编制方法创新

3、建筑装饰施工组织设计管理创新

4、建筑装饰施工组织设计技术创新

第六章 中国建筑装饰行业营销模式及平台分析

第一节 建筑装饰行业传统营销模式分析

一、连锁建材超市

二、特许经营和直营

三、代理商和经销商

四、外贸和承接大型工程

五、其他新型营销方式

第二节 建筑装饰行业现行电子商务模式分析

一、企业自建电子商务系统分析

二、第三方电子商务平台分析

第三节 建筑装饰行业新电子商务模式与平台建设分析

一、模式选择和平台建设原则

二、新电子商务平台建设问题

三、新电子商务建设策略分析

1、电子商务模式的初步选择

2、平台实施主体的选择

3、实施主体的组织架构

四、电子商务平台模块结构

1、建筑装饰材料采购系统

2、设计师个人工作系统

3、设计施工企业工作系统

4、建筑装饰材料供应商工作系统

五、新模式下的电子商务平台成本和盈利模式分析

第三部分 市场全景调研

【住宅建筑装饰、公共建筑装饰、建筑幕墙.....各细分市场情况如何?市场运行形势和发展前景怎样?】

第七章 住宅建筑装饰市场需求分析及发展前景

第一节 住宅建筑装饰消费环境分析

一、城镇居民消费水平分析

1、城镇居民人均可支配收入

2、城镇居民的住房消费支出

3、城镇居民住房类消费支出对装饰行业的影响

二、中国人均住宅面积分析

- 1、中国人均住宅面积现状
- 2、中国人均住宅面积预测
- 3、人均住宅建筑面积对装饰行业的影响

三、市场主要消费者分析

- 1、消费者的设计偏好
- 2、消费者品牌忠诚度
- 3、消费者的价格敏感度

四、住宅建筑装饰市场调查

- 1、装修的主要原因
- 2、装修的频率分析
- 3、装修档次的选择
- 4、装修观念的分析
- 5、装修企业的选择因素
- 6、装修材料的选择因素

第二节 住宅建筑装饰市场发展分析

- 一、企业数量规模
- 二、从业人员规模
- 三、工程产值分析

第三节 住宅建筑装饰市场发展前景

- 一、新型经营模式分析
- 二、市场发展前景预测
- 三、市场发展趋势预测

第八章 公共建筑装饰市场需求分析及发展前景

第一节 公共建筑装饰市场发展分析

一、公共建筑装饰企业数量规模

二、公共建筑装饰从业人员规模

三、公共建筑装饰市场产值分析

第二节 公共建筑装饰细分市场的需求分析

一、星级酒店装饰市场需求分析

1、星级酒店建设现状

2、星级酒店建设装饰需求分析

二、办公楼装饰市场需求分析

1、办公楼新开工面积

2、办公楼竣工面积分析

3、办公楼销售面积分析

4、办公楼建筑装饰需求分析

三、商业营业用房装饰市场需求分析

1、商业营业用房新开工面积

2、商业营业用房竣工面积分析

3、商业营业用房销售面积分析

4、商业营业用房建筑装饰需求分析

四、轨道交通装饰市场需求分析

1、轨道交通建设现状

2、轨道交通投资规模

3、轨道交通建设装饰需求分析

五、航空机场装饰市场需求分析

1、航空机场建设现状

2、航空机场投资规模

3、航空机场建设装饰需求分析

第三节 公共建筑装饰市场发展前景与趋势预测

第九章 建筑幕墙工程市场需求分析及发展前景

第一节 建筑幕墙行业发展分析

一、建筑幕墙新技术发展分析

二、建筑幕墙新型建筑材料的应用

第二节 建筑幕墙工程发展现状

一、建筑幕墙工程市场产值分析

二、建筑幕墙工程市场需求分析

第三节 建筑幕墙工程市场竞争分析

一、市场主要竞争格局分析

二、幕墙企业竞争趋势分析

第四节 建筑幕墙工程市场发展前瞻

一、市场发展趋势分析

二、国际市场发展机遇

第十章 建筑装饰关联行业市场分析及发展前景

第一节 建筑装饰材料市场发展概况

一、建筑装饰材料市场发展现状

二、建筑装饰材料市场发展规模

三、建筑装饰材料市场消费趋势

四、建筑装饰材料市场发展前景

第二节 水泥行业发展分析

一、水泥行业发展现状

二、水泥市场容量分析

三、水泥市场需求分析

四、水泥市场发展前景

第三节 建筑陶瓷行业发展分析

一、建筑陶瓷行业发展现状

二、建筑陶瓷市场容量分析

三、建筑陶瓷市场需求分析

四、建筑陶瓷市场发展前景

第四节 建筑门窗行业发展分析

一、建筑门窗行业发展现状

二、建筑门窗市场容量分析

三、建筑门窗市场需求分析

四、建筑门窗市场发展前景

第五节 整体厨房行业发展分析

一、整体厨房行业发展现状

二、整体厨房市场容量分析

三、整体厨房市场需求分析

四、整体厨房市场发展前景

第六节 洁具行业发展分析

一、洁具行业发展现状

二、洁具市场容量分析

三、洁具市场需求分析

四、洁具市场发展前景

第七节 木地板行业发展分析

一、木地板行业发展现状

二、木地板市场容量分析

三、木地板市场需求分析

四、木地板市场发展前景

第四部分 竞争格局分析

【建筑装饰市场竞争程度怎样?各区域建筑装饰市场发展如何?重点企业经营如何?】

第十一章 建筑装饰行业区域市场分析

第一节 住宅建筑装饰主要区域市场需求分析

一、北京市住宅建筑装饰市场需求分析

1、北京市住宅地产投资分析

2、北京市住宅竣工量分析

3、北京市住宅销售面积分析

4、北京市城镇居民居住消费支出分析

5、北京市住宅建筑装饰行业发展前景

二、上海市住宅建筑装饰市场需求分析

1、上海市住宅地产投资分析

2、上海市住宅竣工量分析

3、上海市住宅销售面积分析

4、上海市城镇居民居住消费支出分析

5、上海市住宅建筑装饰行业发展前景

三、天津市住宅建筑装饰市场需求分析

1、天津市住宅地产投资分析

2、天津市住宅竣工量分析

3、天津市住宅销售面积分析

4、天津市城镇居民居住消费支出分析

5、天津市住宅建筑装饰行业发展前景

四、重庆市住宅建筑装饰市场需求分析

1、重庆市住宅地产投资分析

2、重庆市住宅竣工量分析

3、重庆市住宅销售面积分析

4、重庆市城镇居民居住消费支出分析

5、重庆市住宅建筑装饰行业发展前景

五、广东省住宅建筑装饰市场需求分析

1、广东省住宅地产投资分析

2、广东省住宅竣工量分析

3、广东省住宅销售面积分析

4、广东省城镇居民居住消费支出分析

5、广东省住宅建筑装饰行业发展前景

六、浙江省住宅建筑装饰市场需求分析

1、浙江省住宅地产投资分析

2、浙江省住宅竣工量分析

3、浙江省住宅销售面积分析

4、浙江省城镇居民居住消费支出分析

5、浙江省住宅建筑装饰行业发展前景

七、江苏省住宅建筑装饰市场需求分析

1、江苏省住宅地产投资分析

2、江苏省住宅竣工量分析

3、江苏省住宅销售面积分析

4、江苏省城镇居民居住消费支出分析

5、江苏省住宅建筑装饰行业发展前景

第二节 公共建筑装饰主要区域市场需求分析

一、北京市公共建筑装饰市场需求分析

- 1、北京市公共建筑新开工面积
- 2、北京市公共建筑竣工面积分析
- 3、北京市公共建筑销售面积分析
- 4、北京市公共建筑装饰需求分析

二、上海市公共建筑装饰市场需求分析

- 1、上海市公共建筑新开工面积
- 2、上海市公共建筑竣工面积分析
- 3、上海市公共建筑销售面积分析
- 4、上海市公共建筑装饰需求分析

三、天津市公共建筑装饰市场需求分析

- 1、天津市公共建筑新开工面积
- 2、天津市公共建筑竣工面积分析
- 3、天津市公共建筑销售面积分析
- 4、天津市公共建筑装饰需求分析

四、重庆市公共建筑装饰市场需求分析

- 1、重庆市公共建筑新开工面积
- 2、重庆市公共建筑竣工面积分析
- 3、重庆市公共建筑销售面积分析
- 4、重庆市公共建筑装饰需求分析

第十二章 2024-2029年建筑装饰行业竞争分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、建筑装饰行业竞争结构分析

二、中国建筑装饰行业竞争行为分析

1、公装企业切入家装领域

2、联合营销战略成新策略

3、消费者对价格战不再感冒

第二节 建筑装饰行业竞争格局分析

一、国内外建筑装饰竞争分析

二、中国建筑装饰市场竞争格局分析

三、中国建筑装饰市场集中度分析

四、国内主要建筑装饰企业动向

第三节 建筑装饰行业发展的核心竞争力

一、设计和施工能力

二、产业链协调能力

三、品牌建设能力

第四节 建筑装饰市场竞争策略分析

一、建筑装饰业的主要竞争因素

二、提升建筑装饰企业竞争力的策略

三、建筑装饰市场的价格竞争策略

第五节 建筑装饰微利时期的竞争及策略

一、建筑装饰行业进入微利时代

1、建筑装饰行业利润期划分

2、建筑装饰行业进入微利时代的特征

3、建筑装饰行业进入微利时代的原因

二、建筑装饰行业微利时代的竞争策略

- 1、合作化发展策略
- 2、多元化发展策略
- 3、适度发展策略
- 4、专业细分化发展策略
- 5、战略联盟发展策略

第十三章 建筑装饰行业领先企业经营形势分析

第一节 中国建筑装饰企业总体发展状况分析

- 一、建筑装饰企业主要类型
- 二、建筑装饰企业资本运作分析
- 三、建筑装饰上市公司2019-2023年的经营状况
 - 1、全年新签合同额增速下降
 - 2、行业分化现象凸显，头部获得更大市场
 - 3、公装市场增长疲软，住宅业务和全装修表现亮眼
 - 4、保障系数有所回升，行业层面的业绩转换值得期待

第二节 中国领先建筑装饰企业经营形势分析

一、苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营收入分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业经营效率分析
- 7、企业发展能力分析
- 8、企业获利能力分析

- 9、企业现金流量分析
- 10、企业投资收益分析
- 11、企业主要工程项目
- 12、企业竞争力分析
- 13、企业投资动向分析
- 14、企业未来发展规划

二、浙江亚厦装饰股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营收入分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业经营效率分析
- 7、企业发展能力分析
- 8、企业获利能力分析
- 9、企业现金流量分析
- 10、企业投资收益分析
- 11、企业主要工程项目
- 12、企业销售渠道分析
- 13、企业投资动态分析
- 14、企业未来发展规划

三、深圳广田集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析

- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营收入分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业经营效率分析
- 7、企业发展能力分析
- 8、企业获利能力分析
- 9、企业现金流量分析
- 10、企业投资收益分析
- 11、企业主要工程项目
- 12、企业竞争力分析
- 13、企业销售渠道分析
- 14、企业未来发展规划

四、深装总建设集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业技术研发分析
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

五、深圳洪涛集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析

- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营收入分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业经营效率分析
- 7、企业发展能力分析
- 8、企业获利能力分析
- 9、企业现金流量分析
- 10、企业投资收益分析
- 11、企业主要工程项目
- 12、企业竞争力分析
- 13、企业最新发展动向
- 14、企业未来发展规划

六、深圳瑞和建筑装饰股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营收入分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业经营效率分析
- 7、企业发展能力分析
- 8、企业获利能力分析
- 9、企业现金流量分析
- 10、企业投资收益分析
- 11、企业主要工程项目

- 12、企业竞争力分析
- 13、企业投资动向分析
- 14、企业未来发展规划

七、深圳市科源建设集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业行业地位分析
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

八、北京港源建筑装饰工程有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业发展最新动向
- 8、企业未来发展战略

九、深圳市建筑装饰(集团)有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析

- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业战略布局分析
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

十、深圳市晶宫设计装饰工程有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业发展最新动向
- 8、企业未来发展战略

十一、广西三源装饰工程有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业发展最新动向
- 8、企业未来发展战略

十二、杭州中川建筑装饰有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业战略布局分析
- 8、企业最新发展动向

十三、德才装饰股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业行业地位分析
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

十四、神州长城国际工程有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目

6、企业经营优劣势分析

7、企业主要客户分析

8、企业未来发展战略

十五、中建深圳装饰有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业资质情况分析

3、企业主营业务分析

4、企业经营情况分析

5、企业主要工程项目

6、企业经营分布情况

7、企业经营优劣势分析

8、企业未来发展战略

十六、上海新丽装饰工程有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业资质情况分析

3、企业主营业务分析

4、企业经营情况分析

5、企业主要工程项目

6、企业经营优劣势分析

7、企业发展最新动向

8、企业未来发展战略

十七、远洋装饰工程股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业资质情况分析

- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业战略合作分析
- 8、企业未来发展战略

十八、北京弘高建筑装饰设计工程有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业设计技术分析
- 8、企业未来发展战略

十九、北京丽贝亚建筑装饰工程有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业发展最新动向
- 8、企业未来发展战略

二十、浙江中南建设集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业科技创新分析
- 8、企业未来发展战略

二十一、建峰建设集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业战略布局分析
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

二十二、山东富达装饰工程有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目

6、企业经营优劣势分析

7、企业发展最新动向

8、企业未来发展战略

二十三、上海市建筑装饰工程集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业资质情况分析

3、企业主营业务分析

4、企业经营情况分析

5、企业主要工程项目

6、企业经营优劣势分析

7、企业发展最新动向

8、企业未来发展战略

二十四、苏州美瑞德建筑装饰有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业资质情况分析

3、企业主营业务分析

4、企业经营情况分析

5、企业主要工程项目

6、企业战略布局分析

7、企业经营优劣势分析

8、企业未来发展战略

二十五、浙江圣大建设集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业资质情况分析

- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业设计实力分析
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

二十六、苏州柯利达装饰股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业业务分布情况
- 5、企业经营情况分析
- 6、企业主要工程项目
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

二十七、南通承悦装饰集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业未来发展战略

二十八、中国装饰股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业战略布局分析
- 7、企业经营优劣势分析
- 8、企业未来发展战略

二十九、安徽省豪伟建设集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析
- 7、企业发展最新动向
- 8、企业未来发展战略

三十、重庆建工渝远建筑装饰有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业资质情况分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业经营情况分析
- 5、企业主要工程项目
- 6、企业经营优劣势分析

7、企业战略合作分析

8、企业未来发展战略

第五部分 发展前景展望

【未来建筑装饰行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?投资机会在哪里?】

第十四章 2024-2029年建筑装饰行业前景及趋势

第一节 2024-2029年建筑装饰行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 2024-2029年建筑装饰市场发展前景

一、2024-2029年建筑装饰市场发展前景展望

二、2024-2029年建筑装饰细分行业发展前景分析

1、政府投资、旅游会展业推动公共建筑装饰发展

2、住宅精装修领域潜力巨大

3、公共建筑的新建和改造推动建筑幕墙工程发展

第三节 2024-2029年建筑装饰市场发展趋势预测

一、2024-2029年建筑装饰行业发展趋势

二、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第四节 2024-2029年中国建筑装饰行业发展预测

一、2024-2029年建筑装饰市场规模预测

二、2024-2029年中国建筑装饰行业产值预测

三、2024-2029年中国建筑装饰市场营业额预测

四、2024-2029年中国建筑装饰行业需求预测

第十五章 2024-2029年建筑装饰行业投资价值评估

第一节 建筑装饰行业投资特性分析

一、建筑装饰行业进入壁垒分析

1、资质壁垒分析

2、资金壁垒分析

3、人才壁垒分析

4、品牌壁垒分析

5、从业经验壁垒分析

二、建筑装饰行业盈利因素分析

三、建筑装饰行业盈利能力分析

第二节 建筑装饰行业融资分析

一、项目融资模式定义与特点

二、项目融资的基本模式

三、项目融资的基本渠道

第三节 建筑装饰行业投资分析

一、建筑装饰行业投资额分析

二、建筑装饰行业投资结构分析

三、建筑装饰行业建设规模分析

四、建筑装饰企业融资渠道与选择分析

1、建筑装饰企业融资方法与渠道简析

2、利用股权融资谋划企业发展机遇

3、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

4、适度债权融资配置自身资本结构

5、关注民间资本和外资的投资动向

第四节 2024-2029年建筑装饰行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、建筑装饰行业投资机遇

第五节 2024-2029年建筑装饰行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、其他风险及防范

第六节 2024-2029年建筑装饰行业投资方向分析

一、国家大力推动雄安新区建设，行业迎巨大机遇

二、“一带一路”沿线国家基础建设的投资增速加快

三、交通运输投资带来的工程业务量大

四、ppp项目落地，建筑装饰行业增收面广

第七节 中国建筑装饰行业投资建议

一、提高工程文化创意

二、拓展保障房装修市场

三、发展节能环保装饰市场

四、银行信贷机会投资建议

第六部分 发展战略研究

【未来建筑装饰行业面临怎样的困境?有哪些对策?未来的发展战略如何规划?】

第十六章 建筑装饰行业面临的困境及对策

第一节 建筑装饰行业面临的困境

一、政策法规滞后

二、施工队伍混杂

三、施工管理不规范

四、市场秩序不规范

五、监管力度不够

第二节 中国建筑装饰行业存在的问题及对策

一、中国建筑装饰行业存在的问题

二、建筑装饰行业发展的建议对策

第三节 中国建筑装饰市场发展面临的挑战与对策

一、建筑装饰业发展的机遇和挑战

1、建筑装饰业发展的机遇

2、建筑装饰业面临的挑战

3、建筑装饰业存在的矛盾

二、发展建筑装饰业的对策分析

1、建筑装饰业高速发展应具备的条件

2、建筑装饰企业的发展战略选择

3、中国建筑装饰行业发展持续快速发展的思路

第十七章 建筑装饰行业发展战略研究

第一节 建筑装饰行业发展战略研究

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 对中国建筑装饰品牌的战略思考

- 一、建筑装饰品牌的重要性
- 二、建筑装饰实施品牌战略的意义
- 三、建筑装饰企业品牌的现状分析
- 四、中国建筑装饰企业的品牌战略
- 五、建筑装饰品牌战略管理的策略

第三节 建筑装饰经营策略分析

- 一、建筑装饰市场细分策略
- 二、建筑装饰市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、建筑装饰服务信息差异化战略

第四节 建筑装饰行业投资战略研究

- 一、2024-2029年建筑装饰行业投资战略
- 二、2024-2029年细分行业投资战略

第十八章 研究结论及发展建议

第一节 建筑装饰行业研究结论及建议

第二节 中道泰和建筑装饰行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议

图表目录

图表：建筑装饰行业产业链

图表：建筑装饰业固定资产投资占城镇固投的比重

图表：建筑装饰技术专利数量

图表：建筑装饰技术专利结构

图表：建筑装饰技术专利发展趋势

- 图表：中国建筑装饰行业商业模式
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业市场规模
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰企业结构分析
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰企业资质结构
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰企业上市情况
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业从业人数
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰从业者学历结构
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰工程设计人员规模
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业人均劳动生产率
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰从业者队伍年龄构成
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业总产值分析
- 图表：建筑装饰企业前100强省市区域分布
- 图表：建筑装饰企业前100强地区区域分布
- 图表：建筑装饰企业前100强平均产值及集中度
- 图表：建筑装饰企业产值增速和百强企业产值增速
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业上市企业盈利能力
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业上市企业运营能力
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业上市企业偿债能力
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业上市企业发展能力
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业产值情况
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业各地区产值情况
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业市场结构
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业流动资产情况
- 图表：2019-2023年中国建筑装饰行业非流动资产情况

图表：2019-2023年中国建筑装饰行业流动负债情况

图表：2019-2023年中国建筑装饰行业非流动负债情况

图表：2019-2023年中国建筑装饰上市企业利润分析

图表：2019-2023年中国建筑装饰上市企业现金流情况

图表：2019-2023年建筑装饰上市企业预收款/营业收入

图表：2019-2023年建筑装饰上市企业经营现金流/营业收入

图表：2019-2023年全国建筑业增加值统计

图表：2019-2023年全国建筑幕墙工程总量增长速度

图表：2019-2023年全国公共建筑装饰行业总产值

图表：2019-2023年金螳螂收付比情况

图表：2019-2023年亚厦股份收付比情况

图表：2019-2023年广田集团收付比情况

图表：2019-2023年洪涛股份收付比情况

图表：2019-2023年瑞和股份收付比情况

图表：2019-2023年宝鹰股份收付比情况

图表：2019-2023年金筑股份收付比情况

图表：2019-2023年神州长城收付比情况

图表：2019-2023年奇信股份收付比情况

图表：2019-2023年建艺集团收付比情况

图表：2019-2023年金螳螂建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年亚厦股份建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年广田集团建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年洪涛股份建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年瑞和股份建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年宝鹰股份建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年金筑股份建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年神州长城建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年奇信股份建筑装饰业务收入

图表：2019-2023年建艺集团建筑装饰业务收入

图表：2024-2029年中国建筑行业产值预测

图表：2024-2029年中国建筑业增加值预测

图表：2024-2029年中国商品房销售面积预测

图表：2024-2029年中国建筑装饰行业产值预测

图表：2024-2029年中国建筑装饰行业资产预测

图表：2024-2029年中国建筑装饰行业营业收入预测

图表：2024-2029年中国建筑装饰行业利润总额预测

图表：2024-2029年中国建筑装饰行业市场规模预测

图表：2024-2029年中国建筑装饰行业产值利润率预测

图表：2024-2029年中国建筑装饰行业产值利税率预测

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/20190506/118484.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)