

2024-2029年中国家装行业现状与发展前景报告

报告简介

家庭装饰工程，简称家装工程，主要指服务对象为居民，以住宅居室内部的装饰为主的工程活动。家装与公装相对，后者指对公客户(例如宾馆、写字楼、学校、医院等)的装修装饰活动。家装工程上游对接房地产商、建材商、家具商、软饰商等，下游通过设计师、工长等服务直接面对终端消费者。

家装行业正由新房销售转换为存量房翻新需求以及改善型需求。新房销售方面，在房地产市场去库存的过程中，新建毛坯房的装修装饰工程量有所增加。

家装市场"大行业，小企业"特征明显，我国家装市场CR50仅为1.2%，格局高度分散。传统家装公司为行业主力，互联网家装公司蓬勃发展，同时相关行业公司也延伸进入家装领域。整体家装为家装行业的下一风口。整装具有风格统一性、一站式采购便利性、成本可控和售后便捷的优势，部分解决了传统家装长期以来模式不可复制、成本难降的特点。在家装产业链上，家装公司为仅次于房地产开发商的流量入口，整体家装从家装公司流量入口切入，将直接"截流"下游各类建材家居厂商的流量，因此众多厂商均开始向产业链上游延伸流量抢夺市场。

家装市场的主要参与者为三类--

传统家装公司、互联网家装公司和相关行业公司。传统家装公司指的是最早期发展及核心业务是家装业务的公司，分为全国性品牌、区域性品牌、游击队三种。全国性品牌以东易日盛、金螳螂、业之峰、龙发为代表;区域性品牌以苏州红蚂蚁、杭州九鼎、武汉嘉禾为代表。

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、中国建筑装饰协会、国家发改委、国务院发展研究中心、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，对我国家装行业及各相关行业的发展状况、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，并重点分析了我国家装行业发展状况和特点，以及中国家装行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对家装行业发展态势作了详细分析，并对家装行业进行了趋向研判，是家装行业材料生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前家装行业发展动态，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 家装行业概述

第一节 家装定位与主要产品

一、产业定义

二、产品分类

第二节 家装产业发展沿革与生命周期分析

一、家装产业发展沿革

二、家装产业生命周期

第三节 家装产业发展特点分析

第四节 家装行业产业链分析

一、家装行业产业链概况

二、家装行业上游分析

1、家装上游产业构成

2、家装上游产业发展现状

三、家装行业下游分析

1、家装下游产业需求分布

2、家装下游产业发展现状

第二章 2019-2023年中国家装行业发展分析

第一节 2019-2023年中国家装市场发展环境分析

一、中国经济环境分析

1、中国gdp统计及增长分析

2、中国固定资产投资情况

3、中国房地产投资情况

(1)房地产开发投资额及增长

(2)住宅投资额及增长

(3)房屋施工面积及增长

(4)房屋竣工面积及增长

(5)房屋销售面积及增长

(6)商品房销售额及增长

4、中国二手房房地产市场情况

二、中国社会环境分析

1、中国人口数量统计

2、中国人民收入水平统计

3、中国社会保障情况统计

三、中国政策环境分析

1、建筑装修行业的行政管理体系

2、建筑装修行业的资质管理标准

3、建筑装修行业的主要法律法规

4、室内装修材料相关标准分析

四、中国家装发展机遇分析

第二节 中国家装市场发展现状

一、中国家装市场发展现状

二、中国家装市场发展规模

三、中国家装市场需求分析

1、商品房装修需求

2、旧房翻新装修需求

3、精装房改造装修需求

四、中国家装市场现存问题

五、中国家装市场发展对策

第三节 中国家装施工行业发展分析

一、家装施工流程及工艺

二、中国家装施工市场现状

三、中国家装施工市场现存问题

四、中国家装施工市场发展对策

第四节 中国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、中国家装监理市场需求分析

四、中国家装监理市场发展潜力

第二部分 行业深度分析

第三章 全国家装行业资本动态

第一节 泛家装行业现状

一、全国家装行业发展现状

二、宏观环境

1、政策方面

2、消费群体方面

3、技术发展方面

第二节 住宅装饰行业上市企业资本动态

一、定制家居

二、公共建筑装饰

三、家居家装产品部件商

四、家庭建筑装饰

五、家居家装渠道商

第三节 2019-2023年泛家装上市企业

一、定制家居

二、公共建筑装饰

三、家居家装产品部件商

四、室内设计

五、家居家装渠道商

第四节 家居家装私募融资动态

一、vr、bim等技术公司

二、家居电商

三、互联网家装

四、装饰建筑建材

五、家装设计

第四章 我国家装行业发展现状分析

第一节 中国家装行业发展状况

一、家装行业发展历程

二、家装行业发展特征分析

三、家装行业发展热点分析

四、2019-2023年家装行业发展问题及对策

第二节 2019-2023年家装行业发展现状分析

一、家装市场规模巨大，“大行业，小企业”特征明显

二、家装行业稳步发展，改善性需求促进发展

三、家装市场格局分散，集中度逐渐提升

四、传统家装公司为行业主力，互联网家装公司蓬勃发展

第二节 2019-2023年我国家装行业规模分析

一、2019-2023年我国家装行业企业数量规模分析

二、2019-2023年我国家装行业从业人员数量分析

三、2019-2023年我国家装行业市场规模分析

第三节 2019-2023年我国家装行业经营效益分析

一、家装行业盈利能力分析

二、家装行业运营能力分析

三、家装行业偿债能力分析

四、家装行业发展能力分析

第五章 2019-2023年家装上游市场分析

第一节 家装行业上游市场发展现状

一、家装行业主要原材料市场

二、家居建材行业发展现状分析

三、家居建材行业对家装行业的影响

第二节 建筑涂料市场发展现状

一、建筑涂料市场发展现状

二、建筑涂料市场主要企业

三、建筑涂料市场最新动态

四、建筑涂料市场发展趋势

五、建筑涂料行业对家装市场的影响

第三节 厨卫市场发展现状

一、厨卫市场发展现状

二、厨卫市场主要企业

三、厨卫市场最新动态

四、厨卫市场发展趋势

五、厨卫行业对家装市场的影响

第四节 地板市场发展现状

一、地板市场发展现状

二、地板市场主要企业

三、地板市场最新动态

四、地板市场发展趋势

五、地板行业对家装市场的影响

第四节 陶瓷市场发展现状

一、陶瓷市场发展现状

二、陶瓷市场主要企业

三、陶瓷市场最新动态

四、陶瓷市场发展趋势

五、陶瓷行业对家装市场的影响

第五节 家具市场发展现状

一、家具市场发展现状

二、家具市场主要企业

三、家具市场最新动态

四、家具市场发展趋势

五、家具行业对家装市场的影响

第六节 住房市场对家装行业的影响

一、商品房市场

二、二手房市场

三、精装房市场

第六章 2019-2023年中国互联网家装行业分析

第一节 互联网家装行业发展概述

一、传统家装产业复杂冗余效率低

二、互联网家装产业优势

三、互联网家装市场主要参与者

四、互联网家装发展阶段

第二节 互联网家装市场发展现状

- 一、互联网家装市场受到资本青睐
- 二、互联网家装app用户规模增长情况
- 三、2019-2023年中国互联网家装行业市场规模
- 四、互联网家装行业商业模式
- 五、互联网家装市场发展核心要素

第三节 互联网家装市场主要厂商与竞争格局

一、主要厂商

- 1、土巴兔打造整装服务平台
- 2、齐家网构建建材装修平台
- 3、爱空间推出小米式家装产品
- 4、其他

二、竞争格局

第四节 互联网家装行业发展趋势

- 一、2024-2029年互联网家装行业市场规模预测
- 二、互联网家装进入洗牌阶段
- 三、一站式家装服务前景广阔

第三部分 竞争格局分析

第七章 2019-2023年中国家装行业竞争格局分析

第一节 传统家装企业

一、东易日盛

- 1、企业发展概况
- 2、企业主要业务与布局

3、2019-2023年公司经营情况

4、企业发展优劣势

5、企业最新发展动向

二、金螳螂

1、企业发展概况

2、企业主要业务与布局

3、2019-2023年公司经营情况

4、企业发展优劣势

5、企业最新发展动向

三、广田股份

1、企业发展概况

2、企业主要业务与布局

3、2019-2023年公司经营情况

4、企业发展优劣势

5、企业最新发展动向

四、深圳市洪涛装饰股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业主要业务与布局

3、2019-2023年公司经营情况

4、企业发展优劣势

5、企业最新发展动向

五、亚厦装饰股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业主要业务与布局

3、2019-2023年公司经营情况

4、企业发展优劣势

5、企业最新发展动向

第二节 互联网家装企业

一、线上流量平台

1、土巴兔

2、齐家

二、垂直服务企业

1、我爱我家

2、家装e站

三、其他

第三节 相关行业公司

一、建筑建材类

1、欧派家居

2、海鸥卫浴

3、尚品宅配

二、家居卖场

1、居然之家

2、红星美凯龙

三、地产开发商

第八章 中国家装市场调研分析

第一节 中国家装市场消费者调研

一、家装消费者特征

1、家装消费者主力人群

2、家装消费者学历分布

3、家装消费者收入构成

二、家装消费现象分析

1、家庭装修考虑因素

2、家装装修风格偏好

3、装修模式选择

4、网购家装最爱买的物品

五、消费者获取装修信息的渠道

1、消费者获取装修信息的渠道

3、消费者对宣传媒体的选择

4、网络对家装消费者的影响

第二节 互联网家装市场调研

一、互联网家装用户月收入调研

二、互联网家装用户对于互联网家装各项服务满意度

三、互联网家装用户售后服务调研

第三节 中国家装市场品牌调研

一、中国装饰品牌排名

二、中国消费者对家装品牌的认知度

第九章 家装消费金融行业发展现状

第一节 家装消费金融概况

一、家装消费金融业务模式

二、家装消费金融产业链

三、线下场景推广效果显著

第二节 家装分期市场现状分析

- 一、家装分期市场现状
- 二、装修分期行业梯队
- 三、装修贷和软装贷，对风控能力要求不同

第三节 装修贷款和家装分期的区别

- 一、担保方式
- 二、审批效率
- 三、额度
- 四、期限

第四节 家装金融分期市场竞争情况

- 一、家装消费金融平台top10
- 二、百度金融进军家装分期市场
- 三、立家金融：“互联网+家装分期”的全新模式
- 四、贝壳金控推出装贝

第五节 家装分期产品详细介绍

- 一、易日升家装分期(易享家)
- 二、土巴兔-装修贷
- 三、齐家-专享贷

第四部分 发展前景展望

第十章 广州家装市场投资情况分析

第一节 家装市场行业投资机会分析

- 一、家装市场投资项目分析
- 二、可以投资的家装市场模式
- 三、2019-2023年家装市场投资新方向
- 四、2024-2029年家装市场行业投资的建议

第二节 影响家装市场行业发展的主要因素

- 一、影响行业运行的有利因素分析
- 二、影响行业运行的不利因素分析
- 三、我国行业发展面临的挑战分析
- 四、我国行业发展面临的机遇分析

第三节 家装市场行业投资风险分析

- 一、行业市场风险
- 二、行业政策风险
- 三、行业技术风险及控制策略
- 四、行业其他风险及控制策略

第四节 家装行业进入壁垒分析

- 一、资质壁垒
- 二、人才壁垒
- 三、品牌壁垒
- 四、从业经验壁垒

第十一章 2024-2029年家装行业发展前景分析

第一节 家装行业发展趋势分析

- 一、2024-2029年家装行业市场规模预测
- 二、全屋定制引领家装市场未来
- 三、环保政策高频，更注重环保低碳
- 四、二手房翻新及市场下沉将成为家装未来发展趋势

第二节 互联网家装行业趋势分析

- 一、互联网巨头将加入家装业务竞争
- 二、家装平台将进行业务延伸，创新变现方式

三、品质装修成互联网家装发展必然趋势

四、智慧家装助力互联网家装品质提升

第三节 家装行业研究结论与建议

图表目录

图表：家装行业产业链

图表：2019-2023年家装行业企业数量

图表：2019-2023年家装行业从业人员数量

图表：家装行业集中度

图表：家装消费金融平台top10

图表：2019-2023年中国gdp及增速

图表：2019-2023年全社会固定资产投资额

图表：2019-2023年中国房地产开发投资

图表：2019-2023年中国商品住宅投资

图表：2019-2023年中国商品房施工面积

图表：2019-2023年中国商品房销售面积

图表：2019-2023年家装行业市场规模

图表：2019-2023年互联网家装行业市场规模

图表：2019-2023年国内建筑装饰行业总产值

图表：2019-2023年国内住宅装饰业务产值

图表：2019-2023年我国新住宅和二手住宅销售价值

图表：家装市场主要参与者

图表：家装消费者主力人群

图表：家装消费者学历分布

图表：家装消费者收入构成

图表：厨卫市场竞争格局

图表：家具市场竞争格局

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190822/133928.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)