

2016-2022年中国北京市家 装市场调查与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国北京市家装市场调查与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/55916570IW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

家庭装饰不仅仅是室内装饰，更是装饰的“延伸”。家庭装饰的内容包括：生活、科学、艺术三个方面，包括了物理环境和心理环境的设计。家庭装饰的功能不仅体现在使用功能方面，更体现在精神功能方面。家庭装修接近人的生活，反映现代人的喜闻乐见和熟悉的和僧或要求、艺术观点和科学技术的要求。

随着居民生活质量的提高以及大量刚性需求的存在，买房、装修仍然是大部分居民家庭支出预算中的重要组成部分，随着人们收入的增加和社会地位的提高，对住房面积及家庭装饰的需求也会逐步提高。从消费者年龄结构来看，80年代出生的人已经具备了在购置房产和家庭装饰方面的消费能力，同时其消费习惯较60-70年代出生的人而言有一定程度的转变，更为注重居住环境的舒适、美观。另外，中国传统观念中对家的重视也使得家庭装饰在每个家庭中的消费支出中仍将占据着很高的比例，整个家装行业将长期处于“资源永续、业态长青”的发展状态之中。

2013~2014年，中国家装行业增速都超过了10%，2014年家装行业总产值约1.5万亿元，我国家装行业总规模十分庞大，十年间复合增长率为12.3%，增长势头迅猛，如果加上家具，电器，软装，泛家居等，行业总产值超过3亿万元。

2014年北京市家装行业产值为357.64亿元，家装市场如此之大，然而，正规装饰公司在市场中所占份额却还不足整个市场的50%，有一半以上的市场份额由“家装游击队”占领着。

《2016-2022年北京市家装市场调查与战略咨询报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了家装行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国家装做了重点企业经营状况分析，并分析了中国家装行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 家装行业发展综述 1

第一节 家装行业定义及分类 1

一、家装行业定义	1
二、家装行业功能	2
三、家装行业风格分类	4
第二节 家装行业特征分析	5
一、行业周期性特征	5
二、行业生命周期分析	7
三、家装行业产业链概述	8
第三节 家装行业在国民经济中的地位	9

第二章 中国家装市场发展现状分析 15

第一节 中国住宅装饰业主要政策影响分析 15

- 一、国家政策支持住宅精装修业务发展 15
- 二、房地产调控政策对住宅精装修化的影响 16

第二节 中国家装市场发展状况分析 16

- 一、居民消费升级刺激家装需求 16
- 二、中国住宅装饰市场容量分析 18

2014年是我国落实党的十八届三中全会精神，深化改革的开局之年。我国经济面对国际、国内形势错综复杂，在中央稳中求进的总方针下转入新常态并取得巨大成就的第一年。面对增幅换挡、结构调整、前期政策消化，我国政府从容应对，国家综合实力得到进一步提升。

2014年，在全国人民期盼和全球瞩目下，召开了中国共产党第十八届中央委员会第四次全体会议，通过了中共中央关于依法治国的决定。进一步对治国理政统一了认知，聚力改革、依法治国、整肃贪腐、坚持定力，为建设富强、民主、文明、和谐的美丽中国，实现中华民族的伟大复兴提供了保证。建筑装饰行业在这一大背景下，经过全行业的共同努力，行业规模与发展质量等方面，都取得了很大成绩。

一、2014年全国建筑装饰行业发展状况

1、2014年全国建筑装饰行业总规模

2014年，全国建筑装饰行业完成工程总产值3.16万亿元，比2013年增加了2690亿元，增长幅度为9.3%，比宏观经济增长速度高出约2个百分点，体现了建筑装饰在国民经济和社会发展中的基础性和超前性。其中公共建筑装饰装修全年完成工程总产值1.65万亿元，比2013年增加了1300亿元，增长幅度为8.6%；住宅装饰装修全年完成工程总产值1.51万亿元，比2013年增加了1390亿元，增长幅度为10.2%。

在公共建筑装饰装修中，受高层、超高层建设项目快速增加，建筑幕墙全年完成工程总产

值3000亿元，比2013年增加了500亿元，增长幅度为20%；商品房精装修受国家产业化政策引导和市场认知程度提高等因素的影响，全年完成工程产值6000亿元，比2013年增加1000亿元，增长幅度为20%；受国际经济缓慢复苏、环境微弱好转的影响，境外工程产值约为300亿元人民币，比2013年增长了20%。

2014年，全行业实现建筑业增加值在1.68万亿元左右，比2013年增加了1800亿元，增长幅度为12%，其中上缴税收约为3000亿元，比2013年增长了8.9%左右；劳动者收入9400亿元，比2013年增加了500亿元，增长幅度为10.6%左右；全行业实现净利润约为730亿元，比2013年增加了150亿元，增长幅度约为25.9%左右；全行业平均利润率在2.3%左右，比2013年提高了0.3个百分点。

三、中国家装行业产值规模分析 28

四、中国家装行业竞争格局分析 29

五、中国一线城市精装修比例分析 32

六、二三线城市精装饰比例分析 32

七、中国住宅精装标准分析 33

第三节 中国家装市场发展机遇和问题分析 33

一、中国家装业面临发展机遇 33

二、中国家装行业面临的挑战 35

三、中国家装市场面临问题 36

第三章 中国家装行业商业模式研究 38

第一节 家装企业盈利能力研究框架 38

一、家装企业盈利能力研究 38

二、家装企业销售收入研究 39

（一）影响客户流量的因素 39

（二）影响转化率的因素 39

（三）影响平均客单价的因素 40

三、家装企业净利润研究 41

（一）指标分解 41

（二）影响毛利率的因素 41

（三）影响费用率的因素 42

第二节 家装行业的商业模式 42

一、传统家装行业商业模式 42

(一) 传统家装行业商业模式介绍	42
(二) 传统家装行业商业模式问题	44
二、家装行业新型商业模式	45
(一) 家装行业新型商业模式介绍	45
(二) 家装行业新型商业模式案例	47
三、家装行业新旧商业模式比较	57
第三节 新型商业模式对企业盈利能力的影响	58
一、作用于销售收入	58
(一) 影响客户流量的因素	58
(二) 影响转化率的因素	59
(三) 影响平均客单价的因素	59
(四) 对比结果总结	59
二、作用于净利率	60
(一) 影响毛利率的因素	60
(二) 影响销售费用率的因素	60
(三) 影响管理费用率的因素	61
第四节 家装垂直电商商业模式分析	62
一、家装垂直电商交易价值	62
二、家装垂直电商定位及优势	62
三、家装垂直电商商业模式综述	63
四、家装垂直电商业务系统机构	63
五、家装垂直电商盈利模式	65
六、家装垂直电商交易风险	65
七、家装垂直电商资源能力	65
八、家装垂直电商案例研究	66
(一) 土巴兔	66
(二) 齐家网	67
(三) 美乐乐	68
(四) 我爱我家	72
(五) 红星美凯龙	72
(六) 家装e站	73

第四章 北京市家装市场发展环境分析 75

第一节 2015年北京市宏观经济发展环境分析 75

- 一、北京市GDP增长情况分析 75
- 二、北京市工业经济发展形势 75
- 三、北京市社会固定资产投资 76
- 四、北京市社会消费品零售总额 77
- 五、北京市城乡居民收入增长分析 78

第二节 北京市家装市场发展政策环境分析 78

- 一、建筑装饰行业的行政管理体系 78
- 二、建筑装饰行业资质管理标准 79
- 三、建筑装饰行业主要法律法规 81
- 四、中国推进住房全装修相关政策 81
- 五、室内装修材料相关标准分析 85

第三节 北京市家装市场发展社会环境分析 86

- 一、北京市人口结构环境分析 86
- 二、北京市居民居住条件改善 87
- 三、居民家庭装饰要求提高 92

第四节 北京市家装市场发展技术环境分析 93

第五章 北京市家装市场发展现状分析 94

第一节 北京市家装市场发展分析 94

- 一、北京市家装市场发展现状 94
- 二、北京市家装市场发展规模 94
- 三、北京市家装市场需求分析 97
 - (一) 商品房装修需求 97
 - (二) 旧房翻新装修需求 97
 - (三) 精装房改造装修需求 98
- 四、北京市家装市场现存问题 98
- 五、北京市家装市场发展对策 100

第二节 北京市家装施工行业发展分析 105

- 一、家装施工流程及工艺 105
- 二、北京市家装施工市场现状 108

三、北京市家装施工市场现存问题	113
四、北京市家装施工市场发展对策	113
第三节 北京市家装监理行业发展分析	114
一、家装监理概念	114
二、家装监理全过程	115
三、北京市家装监理市场需求分析	115
四、北京市家装监理市场发展潜力	116
第六章 北京市家装市场竞争格局及竞争策略研究	117
第一节 北京市家装市场竞争分析	117
一、建筑装饰行业竞争现状	117
二、北京市家装市场竞争格局	122
三、北京市家装行业集中度	124
四、北京市家装企业竞争力分析	125
第二节 北京市家装企业竞争行为分析	127
一、公装企业切入家装领域	127
二、联合营销战略成新策略	128
三、消费者对价格战不再感冒	130
第三节 北京市家装企业提高竞争力策略分析	131
第七章 北京市家装市场营销策略分析	134
第一节 北京市家装市场消费者调研	134
一、家装消费者特征	134
（一）家装消费者主力人群	134
（二）家装消费者年龄构成	137
（三）家装消费者收入构成	137
（四）家装消费者职业构成	138
二、家装消费者居住面积分布	139
三、家装消费者通常考虑的问题	139
（一）消费者逛建材市场的目的	139
（二）消费者买建材时的考虑	140
（三）消费者对建材城的选择	140

四、消费者对装修市场了解程度	141
五、消费者获取装修信息的渠道	142
(一) 消费者获取装修信息的渠道	142
(二) 消费者对建材广告的态度	142
(三) 消费者对宣传媒体的选择	143
(四) 网络对家装消费者的影响	144
六、消费者选择装修公司的标准	145
七、消费者规避装修猫腻的方式	145
第二节 北京市家装市场营销方式分析	146
一、展会营销	146
二、广告营销	147
三、会务营销	147
四、电话营销	148
五、网络营销	148
六、业务员营销	149
七、小区工地现场营销	149
八、特色活动营销	149
第三节 北京市家装市场营销状况分析	149
一、家居家装业营销渠道变革	149
二、北京市家装业营销形势分析	150
三、北京市家装业营销策略分析	151
四、北京市家装业营销趋势分析	152
第八章 北京市家装建材行业发展分析	154
第一节 北京市装饰用石材行业分析	154
一、建筑装饰天然石材选择	154
二、新型装饰石材产品分析	154
三、北京市天然石料建材产量	155
四、北京市天然石料建材供应商	156
第二节 北京市涂料行业发展情况	156
一、家装涂料行业历程	156
二、家装涂料发展潮流	157

三、北京市涂料产量规模统计	158
四、北京市涂料产品供应商	158
第三节 北京市建筑陶瓷业发展分析	159
一、建筑卫生陶瓷的定义及分类	159
二、北京市建筑卫生陶瓷产业现状	160
三、北京市卫生陶瓷制品产量规模	161
四、北京市卫生陶瓷制品供应商	161
第四节 北京市木地板业发展分析	162
一、木地板行业发展历程	162
二、北京市木地板市场发展现状	163
三、北京市主要板材产量规模统计	165
四、北京市主要板材产品供应商	166
第五节 北京市家具行业发展分析	167
一、家具行业发展历程	167
二、北京市家具市场发展现状	168
三、北京市家具产量规模统计	171
四、北京市家具产品供应商	171
第六节 北京市其他装修材料市场分析	172
第九章 北京市房地产市场发展现状研究	175
第一节 2014-2015年北京市房地产开发分析	175
一、北京市房地产开发景气指数	175
二、北京市房地产开发投资情况	175
三、北京市房地产开发资金来源	176
四、北京市房地产商品房建筑面积	176
五、北京市房地产商品房销售情况	177
第二节 北京市住宅市场开发分析	178
一、住宅新开工面积	178
二、住宅销售面积分析	178
三、住宅销售金额分析	179
四、住宅平均销售价格	179
第三节 北京市别墅、高档公寓市场开发分析	180

一、 别墅、高档公寓新开工面积	180
二、 别墅、高档公寓销售面积分析	181
三、 别墅、高档公寓销售金额分析	182
第十章 北京市重点家装企业运营分析	184
第一节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司	184
一、 企业基本情况	184
二、 企业资质分析	192
三、 企业业务范围	192
四、 企业网络布局	193
五、 企业竞争优势	195
第二节 浙江亚厦装饰股份有限公司	196
一、 企业基本情况	196
二、 企业资质分析	204
三、 企业业务范围	205
四、 企业网络布局	205
五、 企业竞争优势	206
第三节 深圳广田装饰集团股份有限公司	206
一、 企业基本情况	206
二、 企业资质分析	215
三、 企业业务范围	215
四、 企业网络布局	216
五、 企业竞争优势	217
第四节 深圳市洪涛装饰股份有限公司	219
一、 企业基本情况	219
二、 企业资质分析	226
三、 企业业务范围	226
四、 企业网络布局	227
五、 企业竞争优势	227
第五节 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司	229
一、 企业基本情况	229
二、 企业资质分析	236

三、企业业务范围	237
四、企业网络布局	237
五、企业竞争优势	237
第十一章 2016-2022年北京市家装市场前景分析	239
第一节 2016-2022年家装市场未来发展趋势分析	239
一、中国家装业未来发展趋势	239
二、家居装饰四大流行的趋势	240
三、中国家装业未来发展方向	241
第二节 2016-2022年北京市家装市场需求趋势及前景	241
一、北京市家装市场需求空间巨大	241
二、北京市家装市场发展趋势	242
三、北京市家装市场发展前景	243
第三节 2016-2022年北京市家装市场发展规模预测	244
第四节 2016-2022年北京市家装市场盈利水平预测	244
第十二章 2016-2022年北京市房地产投资风险及策略分析	246
第一节 2016-2022年北京市家装市场投资环境分析	246
一、宏观经济发展目标	246
二、房地产市场发展拉动家装需求	246
三、居民对居住条件的标准提升	246
第二节 2016-2022年北京市家装市场投资风险预警	247
一、国家宏观政策风险	247
二、工程质量监控风险	247
三、市场竞争风险	247
四、建材价格波动风险	247
五、其他风险	247
第三节 2016-2022年北京市家装市场投资策略建议	248
ZY CSX 221	

图表目录：

图表：2005年至2014年我国房地产开发投资额

图表：2005年至2014年我国商品房销售面积

图表：2005年至2014年我国商品房销售额

图表：发达国家经济发展过程中住宅消费情况一览表

图表：2002-2014年我国建筑装饰行业总产值走势图

图表：2002-2014年我国家装行业总产值走势图

图表：2002-2014年我国家装行业总产值走势图

图表：2014年我国知名家装企业销售毛利率统计

图表：家装行业新旧商业模式利润指标对比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/55916570IW.html>