

2020-2026年中国建筑装饰 市场发展趋势与投资战略报告

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

《2020-2026年中国建筑装饰市场发展趋势与投资战略报告》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/158532HCKS.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

作为经济社会的主导产业之一，现代建装行业对社会经济的进步发展可以起到重要的推动作用，广义上的建筑装饰市场不同于狭义的建筑装饰市场，它是包括多方主体在内的完整的建筑装饰市场体系。现代建装行业的市场广阔，并且仍处于扩大与增长中，未来发展与互联网相结合，开拓新的市场的同时提高对已有资源的利用率。

新世纪以来我国经济发展总量不断攀升，人民的生活水平及城镇化水平都在不断提高，良好的经济发展态势为建筑装饰行业带来了广阔的市场。

2016年，全国建筑装饰行业完成工程总产值3.73万亿元，与2015年相比增加了3300亿元，增长幅度为9.7%，比宏观经济增长速度高出3个百分点，体现了建筑装饰行业在国民经济发展中的基础性和超前性。2010-2017年中国建筑装饰行业总产值走势

其中，公共建筑装修装饰全年完成工程总产值1.84万亿元，比2015年增加了1000亿元，增长幅度为5.7%。近年来，受反腐冲击和非住宅类房屋竣工速度提升的影响，公共装修总产值增速有所下滑。2010-2017年中国公共建筑装饰行业总产值走势

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国建筑装饰市场发展趋势与投资战略报告》共十二章。首先介绍了中国建筑装饰行业市场发展环境、建筑装饰整体运行态势等，接着分析了中国建筑装饰行业市场运行的现状，然后介绍了建筑装饰市场竞争格局。随后，报告对建筑装饰做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国建筑装饰行业发展趋势与投资预测。您若想对建筑装饰产业有个系统的了解或者想投资中国建筑装饰行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 建筑装饰行业发展综述

第一节 建筑装饰行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性

第二节 建筑装饰行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析
- 五、行业下游产业链相关行业分析
- 六、上下游行业影响及风险提示

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、行业主要政策法规
- 二、政策环境对行业的影响

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、建筑装饰产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、建筑装饰技术分析
- 二、行业主要技术发展趋势
- 三、技术环境对行业的影响

第三章 国际建筑装饰所属行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球建筑装饰市场总体情况分析

- 一、全球建筑装饰行业发展概况
- 二、全球建筑装饰行业竞争格局
- 三、全球建筑装饰市场区域分布

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

- 一、欧洲
 - 1、欧洲建筑装饰行业发展概况
 - 2、欧洲建筑装饰行业发展前景

3、2020-2026年欧洲建筑装饰行业发展前景预测

二、北美

1、北美建筑装饰行业发展概况

2、北美建筑装饰行业发展前景

三、日本

1、日本建筑装饰行业发展概况

2、北美建筑装饰行业发展前景

第二部分 行业深度分析

第四章 我国建筑装饰所属行业运行现状分析

第一节 我国建筑装饰行业发展状况分析

一、我国建筑装饰行业发展阶段

二、我国建筑装饰行业发展总体概况

三、我国建筑装饰行业发展特点分析

四、我国建筑装饰行业商业模式分析

第二节 建筑装饰行业发展现状

一、我国建筑装饰行业市场规模

二、我国建筑装饰行业发展分析

三、中国建筑装饰企业发展分析

第三节 建筑装饰市场情况分析

一、中国建筑装饰市场总体概况

二、中国建筑装饰产品市场发展分析

三、中国建筑装饰产品市场供求分析

四、中国建筑装饰产品市场进出口分析

第四节 我国建筑装饰市场价格走势分析

一、建筑装饰市场定价机制组成

二、建筑装饰市场价格影响因素

三、建筑装饰产品价格走势分析

四、2020-2026年建筑装饰产品价格走势预测

第五章 我国建筑装饰所属行业整体运行指标分析

第一节 中国建筑装饰所属行业总体规模分析

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 中国建筑装饰所属行业产销情况分析

一、我国建筑装饰行业工业总产值

二、我国建筑装饰行业工业销售产值

三、我国建筑装饰行业产销率

第三节 中国建筑装饰所属行业财务指标总体分析

一、2015-2019年我国建筑装饰行业销售收入分析

二、2015-2019年我国建筑装饰行业利润总额分析

三、2015-2019年我国建筑装饰行业投资规模分析

第三部分 竞争格局分析

第六章 建筑装饰行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 建筑装饰区域市场分析

一、东北地区建筑装饰市场分析

二、华北地区建筑装饰市场分析

三、华东地区建筑装饰市场分析

四、华南地区建筑装饰市场分析

五、华中地区建筑装饰市场分析

六、西南地区建筑装饰市场分析

七、西北地区建筑装饰市场分析

第七章 2020-2026年建筑装饰行业竞争形势

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

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、建筑装饰行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、建筑装饰行业集中度分析

四、建筑装饰行业SWOT分析

- 1、建筑装饰行业优势分析
- 2、建筑装饰行业劣势分析
- 3、建筑装饰行业机会分析
- 4、建筑装饰行业威胁分析

第二节 中国建筑装饰行业竞争格局综述

一、建筑装饰行业竞争概况

- 1、中国建筑装饰行业品牌竞争格局
- 2、建筑装饰业未来竞争格局和特点
- 3、建筑装饰市场进入及竞争对手分析

二、中国建筑装饰行业竞争力分析

- 1、我国建筑装饰行业竞争力剖析
- 2、我国建筑装饰企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内建筑装饰企业竞争能力提升途径

三、中国建筑装饰产品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、建筑装饰行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 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、我国建筑装饰市场竞争分析
- 三、我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
- 五、国内建筑装饰企业拟在建项目分析

第八章建筑装饰行业领先企业经营形势分析

第一节 南阳铭天装饰工程有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第二节 南阳苹果装饰设计工程有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第三节 南阳市卢宏装饰工程有限公司

- 一、企业发展概况分析

- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第四节 浙江亚厦装饰股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第五节 深圳市宝鹰建设集团股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第六节 上海全筑建筑装饰集团股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第七节 深圳市中装建设集团股份有限公司

- 一、企业发展概况分析

- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第八节 北京弘高创意建筑设计股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业主要客户分析
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第四部分 发展前景展望

第九章 2020-2026年建筑装饰行业前景及投资价值

第一节 2020-2026年建筑装饰市场发展前景

- 一、2020-2026年建筑装饰市场发展潜力
- 二、2020-2026年建筑装饰市场发展前景展望
- 三、2020-2026年建筑装饰细分行业发展前景分析

第二节 2020-2026年建筑装饰市场发展趋势预测

一、2020-2026年建筑装饰行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

二、2020-2026年建筑装饰市场规模预测

- 1、建筑装饰行业市场容量预测
- 2、建筑装饰行业销售收入预测
- 三、2020-2026年建筑装饰行业应用趋势预测
- 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国建筑装饰行业供需预测

一、2020-2026年中国建筑装饰行业供给预测

二、2020-2026年中国建筑装饰行业产量预测

三、2020-2026年中国建筑装饰市场销量预测

四、2020-2026年中国建筑装饰行业需求预测城镇化过程中的人口转移将带来大量住房需求，假设人均住房面积为30平方米，那么人口转移将带来住房需求量30亿平方米。而近年来，我国城镇化率每年提高近1.3个百分点，每年新增城镇人口1800万，直接拉动建筑业需求在7亿平方米以上。新型城镇化的本质是人、产业以及生活品质的城镇化。除了人口转移带来的增量需求，城市群发展作为推动未来我国新型城镇化的主体，相配套的生活、交通、商业等基础设施和空间的建设需求广阔，也必将为建筑装饰行业市场带来巨大的活力。“十三

五”期间建筑装饰行业规模发展目标

五、2020-2026年中国建筑装饰行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 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

二、建筑装饰行业盈利因素分析

三、建筑装饰行业盈利模式分析

第六节 2020-2026年建筑装饰行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第七节 2020-2026年建筑装饰行业发展面对的问题和对策建议

一、2020-2026年我国建筑装饰行业发展需要面对的问题分析

二、面对诸多问题解决的对策建议

第十章 2020-2026年建筑装饰行业投资机会与风险防范

第一节 建筑装饰行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、建筑装饰行业投资现状分析

第二节 2020-2026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

第三节 2020-2026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、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国建筑装饰行业投资建议

一、建筑装饰行业未来发展方向

二、建筑装饰行业主要投资建议

三、中国建筑装饰企业融资分析

第五部分 发展战略研究

第十一章 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 对我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、我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、建筑装饰新产品差异化战略

第四节 建筑装饰行业投资战略研究

一、2020-2026年建筑装饰行业投资战略

二、2020-2026年细分行业投资战略

第十二章 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 建筑装饰关联行业研究结论及建议

第三节 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

三、行业投资方式建议()

图表目录：

图表：建筑装饰产业链分析

图表：国际建筑装饰市场规模

图表：国际建筑装饰生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2016-2019年中国建筑装饰市场规模

图表：2016-2019年我国建筑装饰需求情况

图表：2020-2026年中国建筑装饰市场规模预测

图表：2020-2026年我国建筑装饰供应情况预测

图表：2020-2026年我国建筑装饰需求情况预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/158532HCKS.html>