

2016-2022年中国建筑装饰 行业全景调研及投资前景预测报告

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年中国建筑装饰行业全景调研及投资前景预测报告》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/J68941VZYN.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

建筑装饰工程按照服务的对象划分，可以分为公共装饰工程(以下简称“公装工程”)和家庭装饰工程(以下简称“家装工程”)。公装工程一般是指对宾馆、写字楼、娱乐中心、学校、体育场馆、医院等公共设施进行装饰、装修的工程；家装工程主要是指围绕居民进行的，以住宅居室内部的装饰为主的工程。

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。

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3万亿元。

《2016-2022年中国建筑装饰行业全景调研及投资前景预测报告》由智研咨询公司领衔撰写，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。

报告揭示了建筑装饰行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国建筑装饰做了重点企业经营状况分析，并分析了中国建筑装饰行业发展前景预测。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。

报告目录：

第一章 建筑装饰及行业的相关概述 23

第一节 建筑装饰概述 23

一、建筑装饰的定义 23

二、建筑装饰的形成 23

（一）生产实践过程中形成 23

（二）由功能构件演化形成 23

（三）由宗教文化衍生形成 24

三、建筑装饰的分类 24

四、建筑装饰的功能 26

五、建筑装饰表现形式 26

（一）利用图案、纹理表现 26

（二）利用构件、门窗表现 27

（三）利用材料的对比表现 27

第二节 建筑装饰产业链及业务 27

一、建筑装饰产业链 27

二、建筑装饰业务分类 28

三、公装业务类型分析 30

四、精装与全装的区分 30

五、公装与精装业务对比 31

第三节 中国建筑装饰行业概述 32

一、建筑装饰行业管理体制 32

（一）行业管理部门 32

(二) 行业法规体系	33
二、建筑装饰行业在国民经济中的地位	33
第二章 中国建筑装饰业发展环境分析	35
第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析	35
一、中国GDP增长情况分析	35
二、工业经济发展形势分析	36
三、社会固定资产投资分析	37
四、全社会消费品零售总额	38
五、城乡居民收入增长分析	39
六、居民消费价格变化分析	40
七、对外贸易发展形势分析	41
第二节 中国建筑装饰业发展的政策环境分析	42
一、中国建筑装饰行业的行政管理体系	42
二、中国建筑业企业资质管理规定	42
三、建筑装饰行业资质管理标准	43
四、建筑装饰行业主要法律法规	47
五、中国建筑装饰行业国家技术标准	49
六、中国环境标志建筑装饰装修标准	49
七、中国推进住房全装修相关政策分析	50
八、室内装修机材料相关标准分析	52
九、建筑装饰纳入营改增试点分析	53
第三节 中国建筑装饰行业发展的社会环境分析	54
一、中国人口结构环境分析	54
二、中国城市化的发展进程	55
三、中国居民居住条件改善	56
四、中产阶级生活品质提高	57
五、居民家庭装饰要求提高	57
六、建筑装饰业生态影响分析	58
(一) 建筑装饰业的资源消耗性分析	58
(二) 环境控制水平有待进一步提高	58
第四节 中国建筑装饰行业发展的技术环境分析	59

一、中国建筑装饰行业发展概况	59
二、建筑陶瓷装饰技术发展分析	60
三、国内外建筑装饰科技的差距	61
第五节 中国建筑业总体规模及效益分析	62
一、中国建筑业企业数量分析	62
二、中国建筑业总产值增长分析	63
三、中国建筑业增加值增长分析	64
四、各地区建筑业企业资产总额	64
五、各地区建筑业企业总收入	65
六、中国建筑业利润总额分析	65
七、中国建筑业利税总额分析	66
第六节 中国房地产市场运行情况	66
一、中国房地产开发投资情况	66
二、中国房地产开发资金来源	67
三、中国房地产商品房建筑面积	68
四、中国房地产商品房销售情况	69
五、中国房地产开发景气指数	71
第三章 中国建筑装饰行业发展现状分析	72
第一节 中国建筑装饰行业发展概述	72
一、中国建筑装饰行业发展历程	72
二、中国建筑装饰行业经营模式	73
三、中国建筑装饰行业特性分析	74
(一) 周期性	74
(二) 季节性	74
(三) 可持续性	75
(四) 区域性	75
四、中国建筑装饰行业现存问题	75
(一) 装饰装修市场秩序比较混乱	75
(二) 企业规模偏小，行业组织化程度低	76
(三) 高新技术研发与推广步伐缓慢	76
(四) 行业从业者的整体素质偏低	77

(五) 资源利用和环保问题较突出	77
第二节 中国建筑装饰行业发展规模分析	77
一、中国建筑装饰行业产值统计	77
二、中国建筑装饰细分市场产值	78
(一) 公共建筑装饰专业市场	78
(二) 建筑幕墙专业市场	79
(三) 住宅装饰装修专业市场	79
三、中国建筑装饰行业成果分析	80
(一) 产业化水平进步明显	80
(二) 市场的应变能力增强	80
(三) 技术创新有新的发展	81
第三节 中国建筑装饰市场运行态势分析	82
一、中国建筑装饰市场发展情况分析	82
(一) 新市场全面开启	82
(二) 电商平台促进大家装市场	82
(三) 市场尚未定型, 各方均有机会	83
(四) 市场集中程度进一步提高	84
二、中国建筑装饰百强企业经营分析	84
三、建筑装饰工程市场价格形成机制	86
四、建筑装饰行业利润水平变动分析	86
第四节 中国中小建筑装饰企业发展状况分析	87
一、中小建筑装饰企业发展现状分析	87
二、中小建筑装饰企业专业细分趋势	87
三、中小建筑装饰企业专业细分原则	88
第五节 中国建筑装饰行业的技术现状分析	89
一、建筑装饰行业的技术进步分析	89
二、中国建筑装饰行业信息化分析	90
三、中国建筑装饰节能环保技术现状	90
四、中国建筑一体化装饰的优点洞察	91
五、中国建筑装饰企业技术管理建议	91
第六节 中国建筑装饰业主要省市发展动态	95
一、深圳市建筑装饰行业发展概况	95

二、哈市家庭装饰装修施工验收规范	95
三、北京市建筑装饰行业发展概况	97
四、大连市装饰装修行业发展现状	98
五、武汉建筑装饰行业发展进步分析	99
六、西安市建筑装饰装修条例实施	101
第四章 中国酒店建设装饰市场现状分析	102
第一节 中国酒店建设现状分析	102
一、中国星级饭店规模发展情况	102
二、省市高星级酒店需求增长分析	103
三、二三线城市酒店建设情况分析	104
四、国内旅游业发展带动酒店建设	105
五、国际酒店品牌在华扩张的影响	107
第二节 中国酒店装饰市场规模分析	108
一、在建酒店初次装饰规模	108
二、酒店装饰更新市场规模	108
三、酒店装饰市场规模测算	110
四、星级酒店装饰企业收益	110
(一) 酒店装饰收益实现的高质量性	110
(二) 酒店装饰收益实现的风险性	111
第三节 中国星级酒店装饰业运营现状分析	111
一、高星级酒店装饰项目业务介绍	111
二、酒店装饰项目运营模式流程	111
三、酒店装饰业对设计水平的要求	112
第四节 中国高星级酒店装饰业竞争现状分析	113
一、高星级酒店装饰行业竞争格局	113
二、酒店装饰行业的品牌竞争分析	114
第五章 中国家装及其他装饰市场发展现状分析	116
第一节 中国住宅装饰业主要政策分析	116
一、国家政策支持住宅精装修业务发展	116
二、房地产调控政策对住宅精装修化的影响	117

第二节 中国家装市场发展状况分析	118
一、居民消费升级刺激家装需求	118
二、中国住宅装饰市场容量分析	118
三、中国家装行业竞争格局分析	119
四、中国一线城市精装修比例分析	120
五、二三线城市精装修比例分析	120
六、中国住宅精装标准分析	121
第三节 中国家装市场营销状况分析	122
一、家装业营销渠道变革	122
（一）家装业网销逆市增长	122
（二）家具网销模式日渐成熟	122
二、中国家装业营销形势分析	123
（一）“家装课堂”火爆市场	123
（二）“品牌联盟”走上前台	123
（三）竞争之间正当竞争激烈	124
三、中国家装业营销策略分析	124
（一）信誉保证	124
（二）营销创新	125
（三）规模化发展	126
（四）力避恶性竞争	126
四、中国家装业营销趋势分析	127
（一）网络营销	127
（二）品牌优势	128
（三）体验式营销	128
（四）跨界合作	128
（五）转战二三线市场	129
（六）节点创新	129
第四节 中国家装市场现存机遇和问题分析	129
一、中国家装业面临发展机遇	129
二、中国家装行业面临的挑战	130
（一）成本运行高	130
（二）消费者选择面过大	130

(三) 从业人员综合素质较低	130
(四) 新型模式“抢滩”	131
(五) 科技含量的提升	131
三、中国家装市场面临的问题	131
第五节 中国家装市场未来发展趋势分析	132
一、中国家装业未来发展趋势	132
二、家居装饰四大流行的趋势	134
(一) 简约风格成主流	134
(二) 注重天然材质的饰材	134
(三) 重装饰轻装修	135
(四) 第三方监理将受热捧	135
三、中国家装业未来发展方向	136
(一) 家装公司注重以品质吸引业主	136
(二) 业主对设计风格有明确的要求	136
(三) 一体装修将会是多数业主的首选	136
第六节 中国其它装饰市场需求状况分析	137
一、商业综合体发展带来的市场需求	137
二、大型会展业对装饰市场需求分析	137
三、大规模基建投资带动装饰市场需求	137
第六章 中国建筑幕墙行业发展态势分析	138
第一节 中国建筑幕墙行业发展概述	138
一、建筑幕墙行业概述	138
二、建筑幕墙分类及特点	139
三、门窗与幕墙特点对比	140
四、幕墙行业的进入壁垒	142
第二节 中国建筑幕墙行业现状分析	142
一、中国幕墙行业发展历程分析	142
二、中国幕墙行业产值规模分析	143
三、中国建筑幕墙生产规模分析	144
四、中国幕墙市场供求状况分析	145
五、中国建筑幕墙企业规模分析	145

(一) 行业队伍持续扩大	145
(二) 企业品牌价值提升	146
(三) 科技创新能力增强	147
六、中国建筑幕墙业集中度分析	148
七、中国建筑幕墙国际承包分析	149
八、中国幕墙业发展的影响因素	150
(一) 有利因素	150
(二) 不利因素	152
第三节 中国节能幕墙发展现状分析	153
一、中国节能幕墙行业特征分析	153
二、中国节能幕墙特性及其技术	153
(一) 构造技术	154
(二) 材料技术	154
(三) 控制技术	155
三、节能幕墙技术发展方向分析	155
四、中国节能幕墙市场发展机遇	155
五、绿色幕墙特性及其技术分析	158
(一) 幕墙与天然采光	158
(二) 幕墙与自然通风	159
(三) 幕墙与建筑节能	160
六、几种常见绿色幕墙特点介绍	161
(一) 光电幕墙	161
(二) 双层动态节能幕墙	161
(三) 生态幕墙	162
第四节 中国玻璃幕墙市场发展现状分析	163
一、中国玻璃幕墙的发展历程	163
二、中国玻璃幕墙的种类介绍	164
三、玻璃幕墙发展的相关政策	165
四、中国玻璃幕墙业发展趋势	166
第五节 中国太阳能光电幕墙行业概况	168
一、太阳能光电建筑一体化概述	168
二、传统幕墙与BIPV行业的比较	168

三、中国BIPV项目扶持政策分析	170
四、太阳能光电幕墙技术原理分析	172
(一) 光电幕墙技术原理	172
(二) 光电幕墙结构构成	172
五、太阳能光电幕墙行业壁垒分析	173
六、国外太阳能光电幕墙业发展历程	173
(一) 国外“太阳能屋顶计划”简介	174
(二) 国外光电建筑一体化发展现状	175
七、中国太阳能光电幕墙产业链分析	175
八、中国太阳能光电幕墙发展现状	176

第七章 中国建筑装饰市场竞争分析 179

第一节 中国建筑装饰市场竞争行为分析 179

一、建筑装饰行业市场概况 179

二、建筑装饰细分市场竞争 180

三、建筑装饰竞争手段分析 180

四、建筑装饰行业集中度分析 181

 (一) 建筑装饰市场集中度分析 181

 (二) 建筑装饰区域集中度分析 182

第二节 中国建筑装饰行业提高竞争力的策略 182

一、公装企业切入促进市场规范化 182

二、装饰企业与开发商携手共进 183

三、利用联合营销达成资源互补 183

第八章 中国建筑装饰原材料市场供应分析 186

第一节 中国建筑装饰材料发展分析 186

一、建筑装饰材料相关概述 186

二、中国建材行业发展概况 188

三、中国建材工业运行情况 189

四、建筑装饰装修材料发展趋势 191

第二节 中国装饰用石材行业分析 191

一、建筑装饰天然石材选择 191

二、中国石材产业发展现状	192
三、新型装饰石材产品分析	194
四、天然大理石建筑板材产量	195
五、天然花岗石建筑板材产量	196
第三节 中国涂料行业发展情况	196
一、家装涂料行业发展历程	196
二、中国家装涂料发展特质	197
三、中国涂料行业发展概况	198
四、中国涂料行业市场热点	200
五、中国涂料产量规模统计	201
六、液体壁纸搅动涂料市场	201
第四节 中国建筑陶瓷业发展分析	202
一、建筑卫生陶瓷的定义及分类	202
二、中国建筑卫生陶瓷发展现状	203
三、中国卫生陶瓷制品产量规模	204
四、中国卫生陶瓷五大生产基地	205
第五节 中国玻璃行业发展分析	211
一、中国玻璃制品行业发展概况	211
二、中国主要六大节能玻璃特性	213
三、中国玻璃行业产业政策导向	214
四、中国玻璃淘汰落后产能分析	216
五、建筑装饰类玻璃产量规模	216
(一) 玻璃纤维纱	216
(二) 平板玻璃产量	217
(三) 钢化玻璃产量	217
(四) 夹层玻璃产量	218
(五) 中空玻璃产量	218
第六节 中国木地板业发展分析	219
一、中国木地板行业发展历程	219
二、中国木地板市场发展现状	219
三、中国木地板国际市场占有率	221
四、中国主要板材产量规模统计	221

(一) 中国人造板产量状况	221
(二) 中国胶合板产量状况	222
(三) 中国纤维板产量状况	223
(四) 中国刨花板产量状况	223
(五) 中国人造板表面装饰板产量状况	223
(六) 中国实木木地板产量状况	224
(七) 中国复合木地板产量状况	224
五、中国强化复合木地板十大品牌	225
第七节 中国门窗业发展现状分析	227
一、中国建筑门窗产品结构分析	227
二、中国铝合金门窗业市场特点	227
三、中国塑料门窗行业发展成就	228
四、中国塑料门窗技术实力提升	229
五、中国塑料门窗业现存问题及对策	229
第八节 中国灯饰市场发展现状分析	231
一、中国灯饰市场现状分析	231
二、中国灯饰发展规模分析	231
三、中国灯饰市场竞争格局	232
四、灯饰消费需求发展趋势	234
第九章 中国建筑装饰行业相关企业发展分析	236
第一节 建筑装饰材料主要企业发展分析	236
一、博洛尼家居用品(北京)有限公司	236
(一) 企业基本情况	236
(二) 企业经营情况分析	236
(三) 企业业务布局情况	237
(四) 企业竞争优势分析	237
二、重庆美心(集团)有限公司	238
(一) 公司基本情况	238
(二) 企业经营情况分析	238
(三) 企业业务布局情况	239
(四) 企业竞争优势分析	239

三、广东新合铝业有限公司	240
(一) 企业基本情况	240
(二) 企业经营情况分析	241
(三) 企业竞争优势分析	242
(四) 企业业务布局分析	242
(五) 企业最新发展动向	243
四、深圳市康利石材有限公司	243
(一) 企业基本情况	243
(二) 企业经营情况分析	244
(三) 企业竞争优势分析	244
(四) 企业业务布局分析	244
(五) 企业最新发展动向	245
五、华盟家饰工业有限公司	245
(一) 企业基本情况	245
(二) 企业经营情况分析	246
(三) 企业竞争优势分析	246
(四) 企业业务布局分析	246
六、圣密克洁具(如皋)有限公司	246
(一) 企业基本情况	246
(二) 企业经营情况分析	247
(三) 企业竞争优势分析	247
(四) 企业业务布局分析	247
七、南阳市寅兴实业有限公司	247
(一) 企业基本情况	247
(二) 企业经营情况分析	248
(三) 企业产品优势分析	248
八、浙江世友木业有限公司	249
(一) 企业基本情况	249
(二) 企业经营情况分析	250
(三) 企业竞争优势分析	250
(四) 企业业务布局分析	252
(五) 企业最新发展动向	253

九、欧派家居集团股份有限公司	253
(一) 企业基本情况	253
(二) 企业经营情况分析	255
(三) 企业竞争优势分析	256
(四) 企业业务布局分析	257
(五) 企业最新发展动向	257
十、圣象集团有限公司	258
(一) 企业基本情况	258
(二) 企业经营情况分析	258
(三) 企业竞争优势分析	259
(四) 企业业务布局分析	260
(五) 企业最新发展动向	261
第二节 中国建筑装饰流通环节主要企业发展分析	262
一、百安居	262
(一) 企业基本情况	262
(二) 企业经营业务分析	262
(三) 企业竞争优势分析	263
(四) 企业最新动态分析	264
二、好美家	265
(一) 企业基本情况	265
(二) 企业经营业务分析	266
(三) 企业竞争优势分析	266
(四) 企业业务布局分析	267
三、红星美凯龙	268
(一) 企业基本情况	268
(二) 企业销售网络分析	269
(三) 企业竞争优势分析	269
(四) 企业最新动态分析	270
四、居然之家	271
(一) 企业基本情况	271
(二) 企业销售网络分析	272
(三) 企业竞争优势分析	272

(四) 企业发展战略分析	273
第三节 中国建筑装饰行业相关企业发展分析	273
一、深圳广田装饰集团股份有限公司	273
(一) 企业发展基本情况	273
(二) 企业主要业务分析	274
(三) 企业经营状况分析	275
(四) 企业销售网络分析	277
(五) 企业竞争优势分析	277
(六) 企业发展战略分析	279
二、苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司	279
(一) 企业发展基本情况	279
(二) 企业主要业务分析	280
(三) 企业经营状况分析	281
(四) 企业销售网络分析	282
(五) 企业竞争优势分析	282
(六) 企业发展战略分析	284
三、深圳市洪涛装饰股份有限公司	285
(一) 企业发展基本情况	285
(二) 企业主要业务分析	285
(三) 企业经营状况分析	286
(四) 企业销售网络分析	287
(五) 企业竞争优势分析	288
(六) 企业发展战略分析	290
四、中航三鑫股份有限公司	290
(一) 企业发展基本情况	290
(二) 企业主要业务分析	291
(三) 企业经营状况分析	292
(四) 企业销售网络分析	294
(五) 企业竞争优势分析	295
(六) 企业发展战略分析	296
五、浙江亚厦装饰股份有限公司	297
(一) 企业发展基本情况	297

(二) 企业主要业务分析	297
(三) 企业经营状况分析	299
(四) 企业销售网络分析	300
(五) 企业竞争优势分析	301
(六) 企业发展战略分析	302
六、深圳瑞和建筑装饰股份有限公司	302
(一) 企业发展基本情况	302
(二) 企业主要业务分析	303
(三) 企业经营状况分析	304
(四) 企业销售网络分析	305
(五) 企业竞争优势分析	306
(六) 企业发展战略分析	307
七、北京嘉寓门窗幕墙股份有限公司	307
(一) 企业发展基本情况	307
(二) 企业主要业务分析	308
(三) 企业经营状况分析	309
(四) 企业销售网络分析	311
(五) 企业竞争优势分析	311
(六) 企业发展战略分析	312
八、东易日盛家居装饰集团股份有限公司	313
(一) 企业发展基本情况	313
(二) 企业主要业务分析	314
(三) 企业经营状况分析	314
(四) 企业销售网络分析	316
(五) 企业竞争优势分析	316
(六) 企业发展战略分析	317
九、康新(中国设计)工程股份有限公司	318
(一) 企业发展基本情况	318
(二) 企业主要业务分析	318
(三) 企业经营状况分析	320
(四) 企业销售网络分析	320
(五) 企业竞争优势分析	321

十、深圳市宝鹰建设集团股份有限公司	322
(一) 企业基本发展情况	322
(二) 企业主要业务分析	322
(三) 企业经营状况分析	323
(四) 企业销售网络分析	324
(五) 企业竞争优势分析	324
(六) 企业发展动态分析	325
十一、深圳市深装总装饰工程工业有限公司	327
(一) 企业发展基本情况	327
(二) 企业主要业务分析	327
(三) 企业经营网络分布	329
(四) 企业竞争优势分析	329
(五) 企业发展动态分析	329
十二、深圳市科源建设集团有限公司	329
(一) 企业发展基本情况	329
(二) 企业经营情况分析	330
(三) 企业组织架构分析	331
(四) 企业竞争优势分析	331
(五) 企业发展动态分析	331
十三、深圳市建筑装饰(集团)有限公司	332
(一) 企业发展基本情况	332
(二) 企业经营情况分析	333
(三) 企业竞争优势分析	334
(四) 企业发展动态分析	335
十四、北京港源建筑装饰工程有限公司	335
(一) 企业发展基本情况	335
(二) 企业经营情况分析	336
(三) 企业竞争优势分析	337
(四) 企业发展动态分析	337
十五、深圳长城家俱装饰工程有限公司	337
(一) 企业发展基本情况	337
(二) 企业经营情况分析	338

(三) 企业竞争优势分析	339
十六、浙江中南控股集团有限公司	339
(一) 企业发展基本情况	339
(二) 企业经营情况分析	340
(三) 企业竞争优势分析	340
(四) 企业发展动态分析	341
十七、上海新丽装饰工程有限公司	342
(一) 企业发展基本情况	342
(二) 企业经营情况分析	342
(三) 企业组织架构分析	343
(四) 企业竞争优势分析	344
十八、中国装饰股份有限公司	345
(一) 企业发展基本情况	345
(二) 企业经营情况分析	346
(三) 企业组织架构分析	347
(四) 企业竞争优势分析	348
(五) 企业发展战略分析	349
十九、神州长城国际工程有限公司	350
(一) 企业发展基本情况	350
(二) 企业经营情况分析	351
(三) 企业组织架构分析	352
(四) 企业竞争优势分析	352
(五) 企业发展动态分析	353
二十、建峰建设集团股份有限公司	355
(一) 企业发展基本情况	355
(二) 企业经营情况分析	355
(三) 企业组织架构分析	356
(四) 企业竞争优势分析	356
(五) 企业发展动态分析	357
二十一、深圳市美术装饰工程有限公司	357
(一) 企业发展基本情况	357
(二) 企业经营情况分析	358

(三) 企业组织架构分析	358
(四) 企业竞争优势分析	359
二十二、中建三局装饰有限公司	360
(一) 企业发展基本情况	360
(二) 企业经营情况分析	360
(三) 企业组织架构分析	361
(四) 企业竞争优势分析	362
(五) 企业发展动态分析	363
二十三、上海市建筑装饰工程集团有限公司	364
(一) 企业发展基本情况	364
(二) 企业经营情况分析	365
(三) 企业竞争优势分析	365
(四) 企业发展动态分析	365
二十四、深圳市中建南方装饰工程有限公司	366
(一) 企业发展基本情况	366
(二) 企业业务范围情况	366
(三) 企业组织架构分析	368
(四) 企业竞争优势分析	369
二十五、深圳市南利装饰工程有限公司	370
(一) 企业发展基本情况	370
(二) 企业发展历程分析	370
(三) 企业经营情况分析	371
(四) 企业组织架构分析	372
(五) 企业竞争优势分析	373
二十六、深圳市文业装饰设计工程有限公司	373
(一) 企业发展基本情况	373
(二) 企业经营情况分析	374
(三) 企业竞争优势分析	374
(四) 企业发展动态分析	375
二十七、深圳市建艺装饰集团股份有限公司	375
(一) 企业发展基本情况	375
(二) 企业经营情况分析	376

(三) 企业组织架构分析	376
(四) 企业竞争优势分析	377
二十八、深圳市美芝装饰设计工程股份有限公司	377
(一) 企业发展基本情况	377
(二) 企业经营业务分析	378
(三) 企业竞争优势分析	379
(四) 企业发展动态分析	379
二十九、深圳市中装建设集团股份有限公司	380
(一) 企业发展基本情况	380
(二) 企业经营情况分析	380
(三) 企业分支机构分析	381
(四) 企业竞争优势分析	381
(五) 企业发展动态分析	382
三十、深圳市安星装饰设计工程有限公司	382
(一) 企业发展基本情况	382
(二) 企业经营情况分析	383
(三) 企业组织架构分析	383
(四) 企业竞争优势分析	384
第十章 2016-2022年中国建筑装饰行业发展前景预测	385
第一节 中国建筑装饰行业发展趋势分析	385
一、中国建筑装饰业发展趋势分析	385
(一) 节能门窗和幕墙成为新的消费热点	385
(二) 环保、节能将成为发展主题	386
二、中国建筑装饰业技术趋势分析	386
(一) 信息化和工业化	386
(二) 节能环保化	387
(三) 设计专业化	388
(四) 部品部件工厂化、施工装配化	388
三、中国建筑装饰涂料发展趋势分析	388
第二节 中国建筑装饰流通环节趋势分析	389
一、中国建材超市未来发展趋势分析	389

二、中国建材流通业未来发展走向分析	390
三、传统摊位制建材市场进入批发商角色	390
第三节 中国建筑装饰行业发展前景分析	392
一、中国建筑装饰供给预测	392
二、中国建筑行业需求预测	393
三、中国房地产业发展预测	394
四、建筑装饰技术要求将提高	395
五、建筑装饰业创新力将提高	395
第四节 2016-2022年中国建筑装饰行业发展规模预测	396
一、中国建筑装饰行业产值预测	396
二、中国公共建筑装饰产值预测	397
三、中国住宅装饰行业产值预测	398
第十一章 2016-2022年中国建筑装饰行业投资风险及建议	399
第一节 中国建筑装饰行业投资环境分析	399
一、“十三五”宏观经济形势分析	399
（一）“十三五”国际环境变化及对中国经济影响	399
（二）“十三五”经济结构调整的方向和战略举措	404
（三）“十三五”创新驱动战略与创新型国家建设	405
（四）“十三五”完善金融市场体系和风险防范研究	407
二、“十三五”建筑装饰发展形势	408
（一）坚定行业走互联网道路	408
（二）引领企业向绿色、低碳转型	409
（三）坐实住宅装修后市预期	410
（四）拉动旅游项目持续升温	411
（五）博弈建筑装饰专业化市场	412
（六）深掘养老地产细分市场	413
第二节 中国建筑装饰行业进入壁垒分析	413
第三节 中国建筑装饰行业投资风险分析	415
一、宏观经济波动风险	415
二、原材料波动风险	416
三、市场竞争风险	416

第四节 中国建筑装饰行业投资建议分析	416
一、提高工程文化创意	416
二、拓展保障房装修市场	417
三、发展节能环保装饰市场	417
四、银行信贷机会投资提示	418
第十二章 建筑装饰企业投融资及IPO上市策略指导	419
第一节 建筑装饰企业融资渠道与选择分析	419
一、建筑装饰企业融资方法与渠道简析	419
二、利用股权融资谋划企业发展机遇	421
三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道	425
四、适度债权融资配置自身资本结构	426
五、关注民间资本和外资的投资动向	427
第二节 建筑装饰企业境内IPO上市目的及条件	428
一、建筑装饰企业境内上市主要目的	428
二、建筑装饰企业上市需满足的条件	429
（一）企业境内主板IPO主要条件	429
（二）企业境内中小板IPO主要条件	430
（三）企业境内创业板IPO主要条件	431
三、企业改制上市中的关键问题	432
第三节 建筑装饰企业IPO上市的相关准备	433
一、企业该不该上市	433
二、企业应何时上市	433
三、企业应何地上市	434
四、企业上市前准备	434
（一）企业上市前综合评估	434
（二）企业的内部规范重组	434
（三）选择并配合中介机构	435
（四）应如何选择中介机构	435
第四节 建筑装饰企业IPO上市的规划实施	435
一、上市费用规划和团队组建（zyyzg）	435
二、尽职调查及问题解决方案	439

三、改制重组需关注重点问题	443
四、企业上市辅导及注意事项	445
五、上市申报材料制作及要求	447
六、网上路演推介及询价发行	449
第五节 企业IPO上市审核工作流程	450
一、企业IPO上市基本审核流程	450
二、企业IPO上市具体审核环节	451
三、与发行审核流程相关的事项	454

图表目录：

图表 1 中国建筑装饰行业产业链	28
图表 2 中国建筑行业按业务类型细分	29
图表 3 住宅装修和公装市场规模变化趋势图	29
图表 4 公装业务类型和驱动因素示意图	30
图表 5 公共建筑装饰和精装修业务特点比较	31
图表 6 中国建筑业行业细分	32
图表 7 2010-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图	35
图表 8 2014-2015年国内生产总值构成及增长速度统计	36
图表 9 2014-2015年中国规模以上工业增加值月度增长速度	37
图表 10 2010-2015年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图	38
图表 11 2010-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	39
图表 12 2010-2015年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图	40
图表 13 2014-2015年中国居民消费价格月度变化趋势图	41
图表 14 2010-2015年中国货物进出口总额变化趋势图	42
图表 15 中国建筑装饰行业主要法律法规	48
图表 16 中国鼓励新建商品住宅一次性装修到位的政策	51
图表 17 2011-2015年中国人口总量增长趋势图	54
图表 18 2014年全国人口数及其构成	55
图表 19 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图	56
图表 20 2011-2015年中国城镇家庭居民人均居住消费支出情况	57
图表 21 2011-2015年中国建筑业企业数量变化趋势图	63
图表 22 2011-2015年中国建筑业总产值统计	64

图表 23 2011-2015年中国建筑业增加值统计图	64
图表 24 2011-2015年中国建筑业企业资产总额统计	65
图表 25 2011-2015年中国建筑业企业总收入统计	65
图表 26 2011-2015年中国建筑业企业利润总额统计	66
图表 27 2011-2015年中国建筑业企业利税总额增长统计	66
图表 28 2014-2015年全国房地产开发投资增长变化趋势图	67
图表 29 2014-2015年房地产开发投资到位资金增长情况	68

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/J68941VZYN.html>