

2017-2023年中国装饰装修 行业分析与投资机遇预测报告

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

《2017-2023年中国装饰装修行业分析与投资机遇预测报告》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/qita/441043IXH5.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

改革开放30年，我国建筑装饰装修行业获得巨大的发展，为我国经济建设和社会发展做出了巨大的贡献。2014年我国公共建筑装饰装修2014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2014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%。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，我们预测我国2020年装饰装修行业市场规将达到10万亿左右。

假定公共建筑装饰更新周期大约为5-8年，进行二次装修的比例为80%-100%；家庭住宅装饰更新周期为8-12年，进行二次装饰装修的比例为50%-80%。据此判断，上世纪末存量规模开始加速的各类建筑已陆续进入二次装饰装修需求释放阶段。据此估算，未来3-5年，国内装饰存量市场需求每年将达12000-15000亿元。

建筑装饰行业的市场需求来源于两部分，一是新开发建筑的初始装饰需求；二是存量建筑改建、扩建、改变建筑使用性质或初始装饰自然老旧而形成的更新需求。随着存量商业运营用房、住宅数量的增长和二手房交易市场的成熟，既有建筑整体和局部的更新改造服务需求将不断扩大。随着中国人民生活水平的提高和综合国力的加强，建筑装饰行业不仅在建筑业中的比重不断上升、作用日益突出，同时在经济发展和社会进步中，发挥的作用也日益重要。我国建筑装饰业发展迅速，低碳环保将成为今后建筑装饰业的发展趋势。同时，我国基础设施建设、建材下乡以及城市化进程加快对我国建筑装饰产业发展带来不可忽视的推动，建筑装饰行业有望获得更高的增长。

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国装饰装修行业分析与投资机遇预测报告》共十四章。首先介绍了装饰装修相关概念及发展环境，接着分析了中国装饰装修规模及消费需求，然后对中国装饰装修市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国装饰装修面临的机遇及发展前景。您若想对中国装饰装修有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 装饰装修行业发展综述 1

1.1 装饰装修行业定义及分类 1

1.1.1 行业定义 1

1.1.2 行业主要材料分类 1

1.1.3 行业主要商业模式 2

1.2 装饰装修行业特征分析 4

1.2.1 产业链分析 4

1.2.2 装饰装修行业在国民经济中的地位 5

1.2.3 装饰装修行业生命周期分析 8

1、行业生命周期理论基础 8

2、装饰装修行业生命周期 9

1.3 最近3-5年中国装饰装修行业经济指标分析 10

1.3.1 赢利性 10

1.3.2 成长速度 10

1.3.3 附加值的提升空间 10

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制 10

1.3.5 风险性 11

1.3.6 行业周期 11

1.3.7 竞争激烈程度指标 12

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 12

第二章 装饰装修行业运行环境分析 14

2.1 装饰装修行业政治法律环境分析 14

2.1.1 行业管理体制分析 14

2.1.2 行业主要法律法规 14

2.1.3 行业相关发展规划 15

2.2 装饰装修行业经济环境分析 18

2.2.1 国际宏观经济形势分析 18

2.2.2 国内宏观经济形势分析 23

2.2.3 产业宏观经济环境分析 29

2.3 装饰装修行业社会环境分析 34

2.3.1 装饰装修产业社会环境 34

- 2.3.2 社会环境对行业的影响 38
- 2.3.3 装饰装修产业发展对社会发展的影响 41
- 2.4 装饰装修行业技术环境分析 44
 - 2.4.1 装饰装修技术分析 44
 - 2.4.2 装饰装修技术发展水平 44
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势 46

第三章 我国装饰装修行业运行分析 49

- 3.1 我国装饰装修行业发展状况分析 49
 - 3.1.1 我国装饰装修行业发展阶段 49
 - 3.1.2 我国装饰装修行业发展总体概况 49
 - 3.1.3 我国装饰装修行业发展特点分析 50
- 3.2 2015-2016年装饰装修行业发展现状 51
 - 3.2.1 2015-2016年我国装饰装修行业市场规模 51
 - 3.2.2 2015-2016年我国装饰装修行业发展分析 51
- 3.3 区域市场分析 54
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况 54
 - 3.3.2 2015-2016年重点省市市场分析 54
 - 1、广东省（包含深圳）装饰装修市场 54
 - 2、上海市装饰装修市场 59
 - 3、北京市装饰装修市场 63
 - 4、山东省装饰装修市场 65
 - 5、浙江省装饰装修市场 67
 - 6、江苏省装饰装修市场 69
 - 7、重庆地区装饰装修市场 71
 - 8、四川地区装饰装修市场 73
 - 9、湖南地区装饰装修市场 75
 - 10、湖北地区装饰装修市场 78
 - 11、天津地区装饰装修市场 79
 - 12、福建省装饰装修市场 81
 - 13、安徽省装饰装修市场 84
- 3.4 装饰装修细分产品/服务市场分析 87

- 3.4.1 细分产品/服务特色 87
- 3.4.2 2015-2016年细分产品/服务市场规模及增速 87
- 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测 89
- 3.5 装饰装修产品/服务价格分析 89
 - 3.5.1 2015-2016年装饰装修价格走势 89
 - 3.5.2 影响装饰装修价格的关键因素分析 90
 - 1、成本 90
 - 2、工艺 91
 - 3、施工管理 91
 - 4、其他 91
 - 3.5.3 2017-2023年装饰装修产品/服务价格变化趋势 92
 - 3.5.4 主要装饰装修企业价位及价格策略 92

第四章 我国装饰装修行业整体运行指标分析 94

- 4.1 2015-2016年中国装饰装修行业总体规模分析 94
 - 4.1.1 企业数量结构分析 94
 - 4.1.2 人员规模状况分析 95
 - 4.1.3 行业资产规模分析 95
 - 4.1.4 行业市场规模分析 96
- 4.2 2015-2016年中国装饰装修行业产销情况分析 97
 - 4.2.1 我国装饰装修行业工业总产值 97
 - 4.2.2 我国装饰装修行业工业销售产值 98
 - 4.2.3 我国装饰装修行业产销率 98
- 4.3 2015-2016年中国装饰装修行业财务指标总体分析 99
 - 4.3.1 行业盈利能力分析 99
 - 4.3.2 行业偿债能力分析 99
 - 4.3.3 行业营运能力分析 100
 - 4.3.4 行业发展能力分析 100

第五章 我国装饰装修行业供需形势分析 102

- 5.1 装饰装修行业供给分析 102
 - 5.1.1 2015-2016年装饰装修行业供给分析 102

- 5.1.2 2017-2023年装饰装修行业供给变化趋势 103
- 5.1.3 装饰装修行业区域供给分析 103
- 5.2 2015-2016年我国装饰装修行业需求情况 103
 - 5.2.1 装饰装修行业需求市场 103
 - 5.2.2 装饰装修行业客户结构 104
 - 5.2.3 装饰装修行业需求的地区差异 104
- 5.3 装饰装修市场应用及需求预测 105
 - 5.3.1 装饰装修应用市场总体需求分析 105
 - 1、装饰装修应用市场需求特征 105
 - 2、装饰装修应用市场需求总规模 106
 - 5.3.2 2017-2023年装饰装修行业领域需求量预测 107
 - 1、2017-2023年装饰装修行业领域需求产品/服务功能预测 107
 - 2、2017-2023年装饰装修行业领域需求产品/服务市场格局预测 107
 - 5.3.3 重点行业装饰装修产品/服务需求分析预测 112

第六章 装饰装修行业产业结构分析 114

- 6.1 装饰装修产业结构分析 114
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析 114
 - 6.1.2 各细分市场领先企业排名 114
 - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例 122
 - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构） 122
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 124
 - 6.2.1 产业价值链的构成 124
 - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析 125
- 6.3 产业结构发展预测 125
 - 6.3.1 产业结构调整指导政策分析 125
 - 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素 126
 - 6.3.3 中国装饰装修行业参与国际竞争的战略市场定位 128
 - 6.3.4 产业结构调整方向分析 128

第七章 我国装饰装修行业产业链分析 130

- 7.1 装饰装修行业产业链分析 130

- 7.1.1 产业链结构分析 130
- 7.1.2 主要环节的增值空间 130
- 7.1.3 与上下游行业之间的关联性 132
- 7.2 装饰装修上游行业分析 132
 - 7.2.1 装饰装修产品成本构成 132
 - 7.2.2 2015-2016年上游行业发展现状 133
 - 7.2.3 2017-2023年上游行业发展趋势 134
 - 7.2.4 上游供给对装饰装修行业的影响 135
- 7.3 装饰装修下游行业分析 136
 - 7.3.1 装饰装修下游行业分布 136
 - 7.3.2 2015-2016年下游行业发展现状 136
 - 7.3.3 2017-2023年下游行业发展趋势 136
 - 7.3.4 下游需求对装饰装修行业的影响 138

第八章 我国装饰装修行业渠道分析及策略 139

- 8.1 装饰装修行业渠道分析 139
 - 8.1.1 渠道形式及对比 139
 - 8.1.2 各类渠道对装饰装修行业的影响 139
 - 8.1.3 主要装饰装修企业渠道策略研究 139
- 8.2 装饰装修行业用户分析 140
 - 8.2.1 用户认知程度分析 140
 - 8.2.2 用户需求特点分析 142
 - 8.2.3 用户购买途径分析 145
- 8.3 装饰装修行业营销策略分析 145
 - 8.3.1 中国装饰装修营销概况 145
 - 8.3.2 装饰装修营销策略探讨 145
 - 8.3.3 装饰装修营销发展趋势 146

第九章 我国装饰装修行业竞争形势及策略 147

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析 147
 - 9.1.1 装饰装修行业竞争结构分析 147
 - 1、现有企业间竞争 147

- 2、潜在进入者分析 147
- 3、替代品威胁分析 148
- 4、供应商议价能力 148
- 5、客户议价能力 149
- 6、竞争结构特点总结 149
- 9.1.2 装饰装修行业企业间竞争格局分析 149
- 9.1.3 装饰装修行业集中度分析 150
- 9.1.4 装饰装修行业SWOT分析 150
- 9.2 中国装饰装修行业竞争格局综述 152
- 9.2.1 装饰装修行业竞争概况 152
- 1、中国装饰装修行业竞争格局 152
- 2、装饰装修行业未来竞争格局和特点 153
- 3、装饰装修市场进入及竞争对手分析 153
- 9.2.2 中国装饰装修行业竞争力分析 154
- 1、我国装饰装修行业竞争力剖析 154
- 2、我国装饰装修企业市场竞争的优势 154
- 3、国内装饰装修企业竞争能力提升途径 154
- 9.2.3 装饰装修市场竞争策略分析 156

第十章 装饰装修行业领先企业经营形势分析 161

10.1 金螳螂建筑装饰股份有限公司 161

10.1.1 企业概况 161

10.1.2 企业优势分析 162

10.1.3 产品/服务特色 162

10.1.4 2015-2016年经营状况 163

10.1.5 2017-2023年发展规划 164

10.2 中国建筑装饰工程公司 164

10.2.1 企业概况 164

10.2.2 企业优势分析 165

10.2.3 产品/服务特色 165

10.2.4 2015-2016年经营状况 165

10.2.5 2017-2023年发展规划 166

10.3 亚厦股份	166
10.3.1 企业概况	166
10.3.2 企业优势分析	166
10.3.3 产品/服务特色	167
10.3.4 2015-2016年经营状况	168
10.3.5 2017-2023年发展规划	169
10.4 深圳广田装饰集团股份有限公司	169
10.4.1 企业概况	169
10.4.2 企业优势分析	170
10.4.3 产品/服务特色	170
10.4.4 2015-2016年经营状况	171
10.4.5 2017-2023年发展规划	172
10.5 深圳市洪涛装饰股份有限公司	172
10.5.1 企业概况	172
10.5.2 企业优势分析	173
10.5.3 产品/服务特色	174
10.5.4 2015-2016年经营状况	178
10.5.5 2017-2023年发展规划	179
10.6 中航三鑫股份有限公司	180
10.6.1 企业概况	180
10.6.2 企业优势分析	180
10.6.3 产品/服务特色	180
10.6.4 2015-2016年经营状况	181
10.6.5 2017-2023年发展规划	182
10.7 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司	183
10.7.1 企业概况	183
10.7.2 企业优势分析	183
10.7.3 产品/服务特色	183
10.7.4 2015-2016年经营状况	184
10.7.5 2017-2023年发展规划	185
10.8 北京龙发建筑装饰工程有限公司	185
10.8.1 企业概况	185

10.8.2 企业优势分析	185
10.8.3 产品/服务特色	186
10.8.4 2015-2016年经营状况	186
10.8.5 2017-2023年发展规划	186
10.9 深圳市科源建设集团有限公司	187
10.9.1 企业概况	187
10.9.2 企业优势分析	187
10.9.3 产品/服务特色	188
10.9.4 2015-2016年经营状况	188
10.9.5 2017-2023年发展规划	188
10.10 TOTO企业	189
10.10.1 企业概况	189
10.10.2 企业优势分析	189
10.10.3 产品/服务特色	190
10.10.4 2015-2016年经营状况	190
10.10.5 2017-2023年发展规划	190

第十一章 2017-2023年装饰装修行业投资前景	191
11.1 2017-2023年装饰装修市场发展前景	191
11.1.1 2017-2023年装饰装修市场发展潜力	191
11.1.2 2017-2023年装饰装修市场发展前景展望	192
11.1.3 2017-2023年装饰装修细分行业发展前景分析	192
11.2 2017-2023年装饰装修市场发展趋势预测	194
11.2.1 2017-2023年装饰装修行业发展趋势	194
11.2.2 2017-2023年装饰装修市场规模预测	203
11.2.3 2017-2023年装饰装修行业应用趋势预测	203
11.2.4 2017-2023年细分市场发展趋势预测	204
11.3 2017-2023年中国装饰装修行业供需预测	206
11.3.1 2017-2023年中国装饰装修行业供给预测	206
11.3.2 2017-2023年中国装饰装修行业需求预测	206
11.3.3 2017-2023年中国装饰装修供需平衡预测	207
11.4 影响企业生产与经营的关键趋势	208

- 11.4.1 市场整合成长趋势 208
- 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测 209
- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势 210
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展 210
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 212

第十二章 2017-2023年装饰装修行业投资机会与风险 215

- 12.1 装饰装修行业投融资情况 215
 - 12.1.1 行业资金渠道分析 215
 - 12.1.2 固定资产投资分析 216
 - 12.1.3 兼并重组情况分析 217
- 12.2 2017-2023年装饰装修行业投资机会 218
 - 12.2.1 产业链投资机会 218
 - 12.2.2 细分市场投资机会 218
 - 12.2.3 重点区域投资机会 219
- 12.3 2017-2023年装饰装修行业投资风险及防范 220
 - 12.3.1 政策风险及防范 220
 - 12.3.2 技术风险及防范 221
 - 12.3.3 运营风险及防范 222
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范 225
 - 12.3.5 关联产业风险及防范 225
 - 12.3.6 其他风险及防范 225

第十三章 装饰装修行业投资战略研究 227

- 13.1 装饰装修行业发展战略研究 227
 - 13.1.1 战略综合规划 227
 - 13.1.2 技术开发战略 227
 - 13.1.3 业务组合战略 231
 - 13.1.4 区域战略规划 233
 - 13.1.5 产业战略规划 241
 - 13.1.6 营销品牌战略 242
 - 13.1.7 竞争战略规划 243

13.2 对我国装饰装修品牌的战略思考	244
13.2.1 装饰装修品牌的重要性	244
13.2.2 装饰装修实施品牌战略的意义	245
13.2.3 装饰装修企业品牌的现状分析	246
13.2.4 我国装饰装修企业的品牌战略	247
13.2.5 装饰装修品牌战略管理的策略	249
13.3 装饰装修经营策略分析	250
13.3.1 装饰装修市场细分策略	250
13.3.2 装饰装修市场创新策略	251
13.3.3 品牌定位与品类规划	251
13.3.4 装饰装修新产品差异化战略	252
13.4 装饰装修行业投资战略研究	253
13.4.1 2016年装饰装修行业投资战略	253
13.4.2 2017-2023年装饰装修行业投资战略	254
13.4.3 2017-2023年细分行业投资战略	255

第十四章 研究结论及投资建议 260 (ZY ZM)

14.1 装饰装修行业研究结论	260
14.2 装饰装修行业投资价值评估	261
14.3 装饰装修行业投资建议	262
14.3.1 行业发展策略建议	262
14.3.2 行业投资方向建议	263
14.3.3 行业投资方式建议	264

图表目录：

图表：建筑装饰行业分类	3
图表：装饰装修产业链分析	5
图表：行业生命周期曲线	8
图表：2015-2016年世界经济增长率预测结果	19
图表：2015-2016年全球新兴经济体GDP增长率预测值	20
图表：2012-2016年国内生产总值及其增长速度	23
图表：2003-2016年我国装饰行业总产值增速	34

图表：2006-2016年总人口和自然增长率 35

图表：2012-2016年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 36

图表：2012-2016年研究与试验发展（R&D）经费支出 36

图表：2016年专利申请受理、授权和有效专利情况 37

图表：2016-2016年装饰行业需求情况 40

图表：2015-2016年我国装饰装修行业市场规模 51

图表：装饰装修行业企业区域分布总体情况 54

图表：2008-2016年广东省生产总值及增长速度 55

图表：2016年广东省房地产开发和销售主要指标完成情况 56

图表：广东省各类建筑材料产品产量增长率 57

图表：2015-2016年广东省公共装修装饰市场规模 58

图表：2015-2016年广东省住宅装修装饰市场规模 58

图表：深圳市民选择装饰公司考虑因素情况 59

图表：2012-2016年上海市生产总值及其增长速度 60

图表：2015-2016年上海市公共装修装饰市场规模 61

图表：2015-2016年上海市住宅装修装饰市场规模 61

图表：上海市建筑装饰设计企业 62

图表：2012-2016年地区生产总值及增长速度 63

图表：2015-2016年北京市公共装修装饰市场规模 64

图表：2015-2016年北京市住宅装修装饰市场规模 64

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/441043IXH5.html>