

2018-2024年中国装修市场 深度研究与投资方向研究报告

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

《2018-2024年中国装修市场深度研究与投资方向研究报告》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/441043INE5.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

装修业在中国具有悠久的发展历史。20世纪80年代以前，装修只是建筑业的一个细小分支，在行业初始阶段，还没有现成的施工操作指导以及成熟完整的行业规范。

进入21世纪，中国装修行业以每年18%以上速度发展，2014年行业产值约3.16万亿，较2003年的8,500亿元增长了307.06%，年均复合增长率达到13.61%，保持快速的增长。

2015年，全国装修行业完成工程总产值3.4万亿元，比2014年增加了2300亿元，增长幅度为7%，增长速度比2014年回落了2.3个百分点，下降幅度为24.7%，与宏观经济增长速度7%基本持平。其中公共建筑装饰全年完成工程总产值1.74万亿元，比2014年增加了920亿元，增长幅度为5.6%；住宅装饰装修全年完成工程总量值1.66万亿元，比2014年增加了1500亿元，增长幅度为9.2%。

公共建筑装饰中，市场结构发生了较大变化。建筑金属门窗幕墙全年完成工程总产值3200亿元，比2014年增加了200亿元，增长幅度为6.67%。其中建筑节能窗工程总量增长近20%，建筑幕墙工程总量与2014年基本持平，其中玻璃幕墙工程总量下降了约5%，石材、金属等幕墙工程总量略有增长；境外工程产值330亿元人民币，比2014年增加了30亿元，增长幅度为10%。在住宅装饰装修中，商品房精装修全年完成工程产值6400亿元，比2014年增加了400亿元，增长幅度为6.67%；住宅改造性装修全年完成工程产值4500亿元，比2014年增加了600亿元，增长幅度为15.38%。

2015年，全行业实现建筑业增加值在1.81万亿元左右，比2014年增加了1260亿元，增长幅度约为7.5%。其中上缴税收约为3240亿元，比2014年增长了240亿元左右，增长幅度为8%；劳动者收入1.02万亿元，比2014年增加了800亿元，增长幅度为8.5%；全行业实现净利润710亿元，比2014年减少了20亿元，下降幅度为2.84%；全行业平均利润率为2.09%左右，比2014年下降了0.21个百分点，下降幅度为8.13%。

随着中国改革开放的推进和物质文化水平的提高，人们对建筑物的需求从传统的居住和使用功能开始向外观与内在环境质量并重的需求转变，装修的需求量得以迅速释放，逐步形成了一个庞大的消费市场。由此可见，装修行业市场的发展前景广阔。

报告目录：

第一章 装修行业相关概述

1.1 装修行业定义及特点

1.1.1 装修行业的定义

- 1.1.2 装修行业服务特点
- 1.2 装修行业相关分类
- 1.3 装修行业盈利模式分析

第二章 2014-2016年中国装修行业发展环境分析

- 2.1 装修行业政治法律环境（P）
 - 2.1.1 行业主管单位及监管体制
 - 2.1.2 行业相关法律法规及政策
 - 2.1.3 政策环境对行业的影响
- 2.2 装修行业经济环境分析（E）
 - 2.2.1 国际宏观经济分析
 - 2.2.2 国内宏观经济分析
 - 2.2.3 产业宏观经济分析
 - 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 装修行业社会环境分析（S）
 - 2.3.1 人口发展变化情况
 - 2.3.2 城镇化水平
 - 2.3.3 居民消费水平及观念分析
 - 2.3.4 社会文化教育水平
 - 2.3.5 社会环境对行业的影响
- 2.4 装修行业技术环境分析（T）
 - 2.4.1 装修技术分析
 - 2.4.2 装修技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球装修行业发展概述

- 3.1 2014-2016年全球装修行业发展情况概述
 - 3.1.1 全球装修行业发展现状
 - 3.1.2 全球装修行业发展特征
 - 3.1.3 全球装修行业市场规模
- 3.2 2014-2016年全球主要地区装修行业发展状况

- 3.2.1 欧洲装修行业发展情况概述
- 3.2.2 美国装修行业发展情况概述
- 3.2.3 日韩装修行业发展情况概述
- 3.3 2018-2024年全球装修行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球装修行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球装修行业发展前景分析
 - 3.3.3 全球装修行业发展趋势分析
- 3.4 全球装修行业重点企业发展动态分析

第四章 中国装修行业发展概述

- 4.1 中国装修行业发展状况分析
 - 4.1.1 中国装修行发展概况
 - 4.1.2 中国装修行发展特点
- 4.2 2014-2016年装修行业发展现状
 - 4.2.1 2014-2016年装修行业市场规模
 - 4.2.2 2014-2016年装修行业发展现状
- 4.3 2018-2024年中国装修行业面临的困境及对策
 - 4.3.1 装修行业发展面临的瓶颈及对策分析
 - 1、装修行业面临的瓶颈
 - 2、装修行业发展对策分析
 - 4.3.2 装修企业发展存在的问题及对策
 - 1、装修企业发展存在的不足
 - 2、装修企业发展策略

第五章 中国装修行业市场运行分析

- 5.1 市场发展现状分析
 - 5.1.1 市场现状
 - 5.1.2 市场容量
- 5.2 2014-2016年中国装修行业总体规模分析
 - 5.2.1 企业数量结构分析
 - 5.2.2 人员规模状况分析
 - 5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2016年中国装修行业市场供需分析

5.3.1 中国装修行业供给分析

5.3.2 中国装修行业需求分析

5.3.3 中国装修行业供需平衡

5.4 2014-2016年中国装修行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国装修行业细分市场分析

6.1 细分市场一

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

第七章 装修行业目标客户群分析

- 7.1 消费者偏好分析
- 7.2 消费者行为分析
- 7.3 装修行业品牌认知度分析
- 7.4 消费人群分析
 - 7.4.1 年龄分布情况
 - 7.4.2 性别分布情况
 - 7.4.3 职业分布情况
 - 7.4.4 收入分布情况
- 7.5 需求影响因素
 - 7.5.1 价格
 - 7.5.2 服务质量
 - 7.5.3 其他

第八章 装修行业营销模式分析

- 8.1 营销策略组合理论分析
- 8.2 营销模式的基本类型分析
- 8.3 装修行业营销现状分析
- 8.4 装修行业电子商务的应用情况分析
- 8.5 装修行业营销创新发展趋势分析

第九章 装修行业商业模式分析

- 9.1 商业模式的相关概述
 - 9.1.1 参考模型
 - 9.1.2 成功特征
 - 9.1.3 历史发展
- 9.2 装修行业主要商业模式案例分析
 - 9.2.1 案例一
 - 1、定位
 - 2、业务系统
 - 3、关键资源能力
 - 4、盈利模式
 - 5、现金流结构

6、企业价值

9.2.2 案例二

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、现金流结构
- 6、企业价值

9.2.3 案例三

- 1、定位
- 2、业务系统
- 3、关键资源能力
- 4、盈利模式
- 5、现金流结构
- 6、企业价值

9.3 装修行业商业模式创新分析

- 9.3.1 商业模式创新的内涵与特征
- 9.3.2 商业模式创新的因素分析
- 9.3.3 商业模式创新的目标与路径
- 9.3.4 商业模式创新的实践与启示
- 9.3.5 2016年最具颠覆性创新的商业模式分析
- 9.3.6 装修行业商业模式创新选择

第十章 中国装修行业市场竞争格局分析

- 10.1 中国装修行业竞争格局分析
 - 10.1.1 装修行业区域分布格局
 - 10.1.2 装修行业企业规模格局
 - 10.1.3 装修行业企业性质格局
- 10.2 中国装修行业竞争五力分析
 - 10.2.1 装修行业上游议价能力
 - 10.2.2 装修行业下游议价能力
 - 10.2.3 装修行业新进入者威胁

- 10.2.4 装修行业替代产品威胁
- 10.2.5 装修行业现有企业竞争
- 10.3 中国装修行业竞争SWOT分析
 - 10.3.1 装修行业优势分析（S）
 - 10.3.2 装修行业劣势分析（W）
 - 10.3.3 装修行业机会分析（O）
 - 10.3.4 装修行业威胁分析（T）
- 10.4 中国装修行业投资兼并重组整合分析
 - 10.4.1 投资兼并重组现状
 - 10.4.2 投资兼并重组案例
- 10.5 中国装修行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国装修行业领先企业竞争力分析

- 11.1 行行行公司竞争力分析
 - 11.1.1 企业发展基本情况
 - 11.1.2 企业业务发展情况
 - 11.1.3 企业竞争优势分析
 - 11.1.4 企业经营状况分析
 - 11.1.5 企业最新发展动态
 - 11.1.6 企业发展战略分析
- 11.2 行行行公司竞争力分析
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业业务发展情况
 - 11.2.3 企业竞争优势分析
 - 11.2.4 企业经营状况分析
 - 11.2.5 企业最新发展动态
 - 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 行行行公司竞争力分析
 - 11.3.1 企业发展基本情况
 - 11.3.2 企业业务发展情况
 - 11.3.3 企业竞争优势分析
 - 11.3.4 企业经营状况分析

- 11.3.5 企业最新发展动态
- 11.3.6 企业发展战略分析
- 11.4 行行行公司竞争力分析
 - 11.4.1 企业发展基本情况
 - 11.4.2 企业业务发展情况
 - 11.4.3 企业竞争优势分析
 - 11.4.4 企业经营状况分析
 - 11.4.5 企业最新发展动态
 - 11.4.6 企业发展战略分析
- 11.5 行行行公司竞争力分析
 - 11.5.1 企业发展基本情况
 - 11.5.2 企业业务发展情况
 - 11.5.3 企业竞争优势分析
 - 11.5.4 企业经营状况分析
 - 11.5.5 企业最新发展动态
 - 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6 行行行公司竞争力分析
 - 11.6.1 企业发展基本情况
 - 11.6.2 企业业务发展情况
 - 11.6.3 企业竞争优势分析
 - 11.6.4 企业经营状况分析
 - 11.6.5 企业最新发展动态
 - 11.6.6 企业发展战略分析
- 11.7 行行行公司竞争力分析
 - 11.7.1 企业发展基本情况
 - 11.7.2 企业业务发展情况
 - 11.7.3 企业竞争优势分析
 - 11.7.4 企业经营状况分析
 - 11.7.5 企业最新发展动态
 - 11.7.6 企业发展战略分析
- 11.8 行行行公司竞争力分析
 - 11.8.1 企业发展基本情况

- 11.8.2 企业业务发展情况
- 11.8.3 企业竞争优势分析
- 11.8.4 企业经营状况分析
- 11.8.5 企业最新发展动态
- 11.8.6 企业发展战略分析
- 11.9 行行行公司竞争力分析
- 11.9.1 企业发展基本情况
- 11.9.2 企业业务发展情况
- 11.9.3 企业竞争优势分析
- 11.9.4 企业经营状况分析
- 11.9.5 企业最新发展动态
- 11.9.6 企业发展战略分析
- 11.10 行行行公司竞争力分析
- 11.10.1 企业发展基本情况
- 11.10.2 企业业务发展情况
- 11.10.3 企业竞争优势分析
- 11.10.4 企业经营状况分析
- 11.10.5 企业最新发展动态
- 11.10.6 企业发展战略分析

第十二章 2018-2024年中国装修行业发展趋势与前景分析

- 12.1 2018-2024年中国装修市场发展前景
- 12.1.1 2018-2024年装修市场发展潜力
- 12.1.2 2018-2024年装修市场发展前景展望
- 12.1.3 2018-2024年装修细分行业发展前景分析
- 12.2 2018-2024年中国装修市场发展趋势预测
- 12.2.1 2018-2024年装修行业发展趋势
- 12.2.2 2018-2024年装修市场规模预测
- 12.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2018-2024年中国装修行业供需预测
- 12.3.1 2018-2024年中国装修行业供给预测
- 12.3.2 2018-2024年中国装修行业需求预测

12.3.3 2018-2024年中国装修供需平衡预测

12.4 影响企业经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.3 服务业开放对装修行业的影响

12.4.4 互联网+背景下装修行业的发展趋势

第十三章 2018-2024年中国装修行业投资前景

13.1 装修行业投资现状分析

13.2 装修行业投资特性分析

13.2.1 装修行业进入壁垒分析

13.2.2 装修行业盈利模式分析

13.2.3 装修行业盈利因素分析

13.3 装修行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 装修行业投资风险分析

13.4.1 装修行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 技术研发风险

13.4.6 其他投资风险

13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述

13.5.2 企业投资挑战和机遇

13.5.3 企业投资问题和投资策略

1、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

2、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

13.6 装修行业投资潜力与建议

- 13.6.1 装修行业投资潜力分析
- 13.6.2 装修行业最新投资动态
- 13.6.3 装修行业投资机会与建议

第十四章 2018-2024年中国装修企业投资战略分析

- 14.1 企业投资战略制定基本思路
 - 14.1.1 企业投资战略的特点
 - 14.1.2 企业投资战略类型选择
 - 14.1.3 企业投资战略制定程序
- 14.2 现代企业投资战略的制定
 - 14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系
 - 14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求
 - 14.2.3 企业投资战略的选择
- 14.3 装修企业战略规划策略分析
 - 14.3.1 战略综合规划
 - 14.3.2 技术开发战略
 - 14.3.3 区域战略规划
 - 14.3.4 产业战略规划
 - 14.3.5 营销品牌战略
 - 14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议

- 15.1 研究结论
- 15.2 建议
 - 15.2.1 行业发展策略建议
 - 15.2.2 行业投资方向建议
 - 15.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：装修行业特点

图表：装修行业生命周期

图表：装修行业产业链分析

图表：2014-2016年装修行业市场规模分析

图表：2018-2024年装修行业市场规模预测

图表：中国装修行业盈利能力分析

图表：中国装修行业运营能力分析

图表：中国装修行业偿债能力分析

图表：中国装修行业发展能力分析

图表：中国装修行业经营效益分析

图表：2014-2016年装修重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国装修行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国装修行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国装修行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国装修行业竞争力分析

图表：2018-2024年中国装修行业消费量预测

图表：2018-2024年中国装修行业市场前景预测

图表：2018-2024年中国装修发展前景预测

图表：区域发展战略规划

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/441043INE5.html>