

# 2016-2022年中国装修市场 全景调查与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国装修市场全景调查与行业前景预测报告》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/55916570NW.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

2014年，中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。

从2015年开始，在存量建筑装修需求的带动下，二次装修需求增速提升显著。二次装修需求释放的带动下，建筑装修需求将进入一个更高速的增长期。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国装修市场全景调查与行业前景预测报告》共十七章。首先介绍了中国装修行业市场发展环境、中国装修整体运行态势等，接着分析了中国装修行业市场运行的现状，然后介绍了中国装修市场竞争格局。随后，报告对中国装修做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国装修行业发展趋势与投资预测。您若想对装修产业有个系统的了解或者想投资装修行业，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 装修产业环境透视

第一章 装修产业相关概述

## 第一节 装修基础阐述

### 一、装修空间类型

### 二、装修风格

- 1、现代简约风格
- 2、恬淡田园风格
- 3、新中式风格装修
- 4、欧式古典风格
- 5、地中海风格
- 6、东南亚风格
- 7、美式乡村风格
- 8、日式风格装修
- 9、时尚混搭风盛行

### 三、装修污染

## 第二节 装修

### 一、装修施工阶段

### 二、施工的一般流程及工种

### 三、精装修

### 四、装修商业价值

## 第二章 2013-2015年中国装修产业市场运营环境分析

### 第一节 2013-2015年中国宏观经济指标分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、消费价格指数分析

#### 三、城乡居民收入分析

#### 四、社会消费品零售总额

#### 五、全社会固定资产投资分析

#### 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2013-2015年中国装修产业政策环境分析

#### 一、《家庭装修质量验收标准》

#### 二、室内装饰装修材料国家标准

#### 三、建筑装饰装修工程验收

#### 四、住房装修费税

## 五、装修管理规定

### 第三节 2013-2015年中国装修产业社会环境分析

- 一、人民居住条件明显改观
- 二、人们生活品质的提高
- 三、中国80，90后迎来结婚潮

## 第三章 2013-2015年世界装修行业市场深度分析

### 第一节 2013-2015年中国装修业运行环境分析

- 一、全球经济现状及影响分析
- 二、全球装修节能与环保分析

### 第二节 2013-2015年世界装修业运行概况

- 一、世界建筑业的发展状况
- 二、全球装修业设计情况分析
- 三、装修材料市场热点聚焦

### 第三节 2013-2015年美国装修行业发展概况分析

- 一、美国的装修材料特点分析
- 二、美国现代人在家居装饰时更愿意“DIY”
- 三、美国的装修行业重视产品多元化发展
- 四、美国装修行业发展趋势分析

### 第四节 2013-2015年其他国家及地区装修行业发展概述

- 一、俄罗斯
- 二、东欧
- 三、中国香港

### 第五节 2016-2022年世界装修产业新趋势分析

## 第四章 2013-2015年中国建筑装饰材料运行透析

### 第一节 2013-2015年中国建筑装饰材料运行简况

- 一、中国新型建筑装饰材料特点分析
- 二、中国建材行业的发展重点
- 三、建材行业的发展方向
- 四、环保建筑装饰材料的发展趋势

### 第二节 2013-2015年中国建筑装饰材料重点产品市场运行分析

## 一、水泥

## 二、木地板

## 三、涂料

自1915年上海开林油漆厂创建以来，中国的涂料工业已有近百年的发展历史。截至2010年，我国已经形成了受众包括建筑、机械、化工、轻工、建材、交通等行业在内的的广大涂料行业市场。2014年，我国涂料总产量1648.19万吨。

自2013年以来，我国涂料市场的发展受到了严重的影响，很多溶剂型涂料企业的发展受到了环保政策的挤压，因此，溶剂型涂料企业对我国涂料市场未来发展空间存在很大的疑惑，那么今后我国涂料市场有多大的需求空间呢？

在目前环保政策压力不断加大的今天，虽然溶剂型涂料的发展受到了很大的影响，但是却推动了我国水性涂料的快速发展。进一步提高环保、能耗、安全、质量等标准，淘汰一部分落后小型涂料企业，对于中型溶剂型企业，需以兼并重组为主，通过企业间资源的整合，倒逼产业转型升级。所以在我国涂料将以环保为主题，在坚持环保的前提下，实现可持续发展。现今的涂料行业早已从上世纪的“短缺性市场”发展到“过剩性市场”，发生了从“企业主导市场”到“市场主导企业”的根本逆转，并由涂料行业同质化竞争而导致各种危机。对此，涂料企业的普遍策略是渠道下沉。而渠道下沉则伴随的是市场重心由省及市到县的转移，涂料市场重心转向三四线城市，销售结构发生明显改变。

我国的涂料市场需求量有很大的提升空间，而这些空间则需要涂料企业去不断的开发，不断的拓展。通过以上的分析，中国涂料采购网小编认为，在今后的发展过程中，溶剂型涂料企业在环保政策的压力之下将快速进行战略转移，通过资源整合快速推动整个行业的发展。据国家统计局数据：截至2014年我国涂料制造行业规模以上企业数量达到1970家，当中150家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为8.02亿元。

2014年我国涂料制造行业规模总资产达到2482.22亿元，较上年同期增长15.5%。行业销售收入为3867.59亿元，较上年同期增长13.2%。2014年行业利润总额为276.26亿元，较上年同期增长13.2%。

## 四、建筑陶瓷

## 五、玻璃

## 六、石材

## 七、塑料

## 第二部分 装修行业深度分析

### 第五章 2013-2015年中国装修行业运营态势分析

#### 第一节 2013-2015年中国装修行业特点分析

##### 一、季节性

##### 二、环保与家装污染对产业影响

#### 第二节 2013-2015年中国装修行业发展现状分析

##### 一、中国装修行业格局的变化

##### 二、中国装修业的节能情况分析

##### 三、装修业里品牌企业的特色

#### 第三节 2013-2015年中国装修市场透析

##### 一、中国装修业品牌消费的来临

##### 二、中国装修市场电子商务迅猛发展

##### 三、家居市场细分带动高端竞争加剧

#### 第四节 2013-2015年中国家装行业存在的机遇和问题分析

### 第六章 我国装修行业整体运行指标分析

#### 第一节 2014-2015年中国装修行业总体规模分析

##### 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 2014-2015年中国装修行业财务指标总体分析

##### 一、行业盈利能力分析

###### 1、我国装修行业销售利润率

###### 2、我国装修行业成本费用利润率

###### 3、我国装修行业亏损面

##### 二、行业偿债能力分析

###### 1、我国装修行业资产负债比率

###### 2、我国装修行业利息保障倍数

##### 三、行业营运能力分析

###### 1、我国装修行业应收帐款周转率

###### 2、我国装修行业总资产周转率

3、我国装修行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国装修行业总资产增长率

2、我国装修行业利润总额增长率

3、我国装修行业主营业务收入增长率

4、我国装修行业资本保值增值率

第三部分 装修市场全景调研

第七章 2013-2015年中国装修市场细分领域深度剖析&mdash;家装市场

第一节 2013-2015年中国家装市场分析

一、中国家装市场迎来了&ldquo;春装旺季&rdquo;

二、精装领域不断扩量

三、2013-2015年家装市场规模分析

四、住宅产业标准化的实施对市场影响

五、探价家装市场&ldquo;五大主材&rdquo;未来行情趋涨

第二节 2013-2015年中国重点城市家装市场分析

一、长沙住宅装饰装修市场分析

二、上海住宅装饰装修市场分析

三、北京住宅装饰装修市场分析

四、其它（可自选）

第三节 2013-2015年环首都经济圈13县市家装市场分析

第四节 2016-2022年中国家装市场趋势

第八章 2013-2015年中国装修市场细分领域深度剖析&mdash;公装市场

第一节 公装相关概述

一、公装特点

二、公装与家装的区别

第二节 2013-2015年中国公装市场分析

一、公装装修市场发展迅速

二、公装市场中公装公司格局

三、公装业务需求提升

第三节 2013-2015年中国公装细分市场分析



一、酒店

二、办公楼

第四节 2013-2015年中国公装市场问题探讨

一、中国公装市场乱象丛生

二、公装市场“断层”现象引发行业内外热议

第五节 2016-2022年中国公装市场发展战略分析

第九章 2013-2015年中国装修市场细分领域深度剖析——装修设计市场

第一节 装修设计市场综述

一、当前流行的装修设计风格

二、装修设计内容

三、装修设计要点解析

四、装修设计与色彩搭配

第二节 装修设计案例点评

一、卧室装修设计要点

二、婚房装修设计要点全揭秘打造带有性格特色的婚房

三、影楼装修设计

四、别墅

五、客厅装修设计的8个基本“要领”

第三节 装修设计要以人为本创造最舒适的居住环境

第四部分 装修行业竞争格局分析

第十章 2013-2015年中国建筑装关联产业发展分析——房地产

第一节 中国房地产业发展概况

一、中国房地产与经济的关系

二、中国房地产周期分析

三、从四个角度分析中国房地产业

四、2013-2015年中国房地产市场数据分析

第二节 北京房地产市场现状分析

一、2013-2015北京普通住宅/公寓

二、2013-2015别墅新增供应量

三、房地产开发投资趋势

#### 四、房地产建设规模发展

#### 五、住宅销售市场趋势

### 第三节 上海房地产市场现状分析

#### 一、上海房地产开始迈入第三个阶段

#### 二、上海房地产业的调整与转型

#### 三、上海房地产市场发展现状

#### 四、上海房地产市场的购买力分析

### 第四节 广州房地产市场现状分析

#### 一、广州房地产市场已经进入垄断时代

#### 二、广州房地产行业的发展模式

#### 三、广州土地市场现状分析

#### 四、广州住宅、别墅、写字楼市场分析

### 第五节 其它

#### 一、重庆

#### 二、南京

#### 三、杭州

## 第十一章 2013-2015年中国装饰装修市场竞争新格局透析

### 第一节 2013-2015年中国装饰装修行业竞争状况分析

#### 一、装饰装修业的主要竞争因素

#### 二、提升装饰装修企业竞争力的策略分析

### 第二节 2013-2015年中国装饰装修行业竞争格局分析

#### 一、整体竞争格局：行业缺少规范，竞争无序

#### 二、区域竞争格局：区域垄断格局难以跨越

#### 三、行业集中度分析

### 第三节 2013-2015年中国装饰装修行业竞争行为分析

#### 一、建材流通环节不甘寂寞，涌入装饰装修市场

#### 二、公装公司切入家装领域，家装队伍迅速膨胀

#### 三、合纵联合营销战略成为新型营销策略

#### 四、消费者日益理性对价格战不再感冒

## 第十二章 2016-2022年装修行业领先企业经营形势分析

## 第一节 深装集团

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

## 第二节 中国建筑装饰集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

## 第三节 钟凯丽装饰工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

## 第四节 上海市建筑装饰工程集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

## 第五节 深圳市华辉装饰工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

## 第六节 浙江中天装饰集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

#### 第七节 广东星艺装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

#### 第八节 上海室内装饰(集团)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

#### 第九节 深圳市维业装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

#### 第十节 山东鲁丹建设集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

### 第五部分 装修行业发展前景展望

#### 第十三章 2016-2022年中国装修行业的发展趋势

##### 第一节 2016-2022年中国家庭装修市场交易形式的发展趋势

- 一、直接的交易形式
- 二、家庭装修市场的交易形式
- 三、与房地产商联合的交易形式
- 四、与物业管理商联合的交易形式
- 五、网上家庭装修交易形式

## 第二节 2016-2022年中国家居饰品市场前景预测

## 第三节 2016-2022年中国家装设计师职业发展趋势

- 一、成品化家居的推广，对产品设计师的需求量很大
- 二、设计流程的分工细化，使设计师分工更专业
- 三、具有综合能力的高端设计师的社会地位将有所提高

## 第四节 有偿设计-家装发展的大趋势

- 一、免费设计：即不免费也无设计
- 二、收费设计：设计师与消费者的双赢

## 第十四章 2016-2022年装修行业投资价值评估分析

### 第一节 装修行业投资特性分析

- 一、装修行业进入壁垒分析
- 二、装修行业盈利因素分析
- 三、装修行业盈利模式分析

### 第二节 2016-2022年装修行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

### 第三节 2016-2022年装修行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
  - 1、行业活力系数比较及分析
  - 2、行业投资收益率比较及分析
  - 3、行业投资效益评估
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

## 第十五章 2016-2022年中国装修行业投资前景预测分析

## 第一节 2013-2015年中国装修业投资概况

### 一、装修投资环境分析

### 二、装修投资周期分析

## 第二节 2016-2022年中国装修行业投资热点领域分析

### 一、装饰装修材料流通领域

### 二、装饰装修监理领域

### 三、相关人员资格认证/培训领域

### 四、相关检测仪器制造领域

## 第三节 2016-2022年中国装修行业投资风险分析

### 一、金融风险分析

### 二、政策风险分析

### 三、市场风险分析

### 四、其他风险分析

## 第六部分 装修行业发展战略研究

### 第十六章 装修行业发展战略研究

#### 第一节 装修行业发展战略研究

##### 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 对我国装修品牌的战略思考

##### 一、装修品牌的重要性

##### 二、装修实施品牌战略的意义

##### 三、装修企业品牌的现状分析

##### 四、我国装修企业的品牌战略

##### 五、装修品牌战略管理的策略

#### 第三节 装修经营策略分析

##### 一、装修市场细分策略

- 二、装修市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、装修新产品差异化战略

#### 第四节 装修行业投资战略研究

- 一、2015年装修行业投资战略
- 二、2016-2022年装修行业投资战略
- 三、2016-2022年细分行业投资战略

### 第十七章 ZY LZG 研究结论及投资建议

#### 第一节 装修行业研究结论及建议

#### 第二节 装修子行业研究结论及建议

#### 第三节 装修行业投资建议

- 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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

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