

2016-2022年中国家装市场 全景调查与投资前景分析报告

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年中国家装市场全景调查与投资前景分析报告》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/E17161YLWS.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

家装，家庭住宅装修装饰的简称。狭义的家装：指室内装饰，是从美化的角度来考虑的，以使室内的空间更美观；广义的家装：包括室内空间的装修。

在国外，装饰行业已经有150多年的发展历史，经历了早期以手工业为主的发展阶段到以产品为导向的工业化发展阶段，在二十世纪六十年代后期进入了商业化阶段即消费主义阶段，形成了轻装修重装饰的消费模式。由于种种原因，国外的家庭装饰始终处于室内装饰行业之中，没有形成一个独立的行业。

在国内，伴随我国经济体制改革进程，我国的住房分配制度也经历了由计划经济到市场经济转变的过程，特别是1994年7月18日，国务院发布《关于深化城镇住房制度改革的决定》（国发〔1994〕43号），明确住房制度从住房实物福利分配方式改为以按劳分配的货币分配为主的方式，并明确住户的住房所有权或使用权，催生了极具中国特色的家庭装饰行业。其后，伴随住房市场化改革的深入，在国民经济高速增长的大背景下，我国人民的收入水平节节攀升，我国城市化水平不断提高，住宅产业不断升级，人们对于居住环境的要求越来越高，家装行业的业务内容不断丰富，家装企业的业务模式不断创新，服务品质不断提高。

目前我国家装行业的企业众多，进入门槛较低，市场竞争激烈，市场集中度极低。家装行业的主要竞争因素包括：

家装行业主要竞争因素 因素 简介 企业的综合实力 其主要内容包括资本实力、业务经验、管理水平、设计和施工水平、人员素质等 价格 大型装饰企业能够通过原材料的集中采购、人工工效的提高、工地管理成本的降低，在保证盈利水平的前提下，获得价格竞争优势 公司品牌 企业的品牌形象和市场的口碑是公司赢得客户的重要因素之一 营销网络 家庭装饰行业直接面向消费者，面对巨大的市场容量，企业营销网络的规模也将成为公司赢得客户、扩大市场份额的重要因素 资料来源：智研数据中心整理

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3亿万元。

《2016-2022年中国家装市场全景调查与投资前景分析报告》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。

报告揭示了家装行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国家装做了重点企业经营状况分析，并分析了中国家装行业发展前景预测。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：

第一部分 产业环境分析

第一章 家装行业概述 1

第一节 家装行业定义 1

一、行业定义 1

二、行业产品分类 1

第二节 家装行业发展历程 2

第三节 家装行业分类情况 3

一、装修公司分类 3

二、家装工程 4

第四节 家装产业链分析 5

一、家装行业产业链结构 5

二、家装行业产业链的效益 6

1、有利于企业成本的降低 7

2、有利于新企业的出现 7

3、有利于企业创新氛围的形成 8

4、有利于打造“区位品牌” 8

5、有利于区域经济的发展 9

第二章 2014-2015年中国家装行业发展环境分析 10

第一节 2014-2015年中国经济环境分析 10

一、国际宏观经济形势分析 10

1、2014年世界经济形势分析 10

2、2015年世界经济发展趋势 14

3、对我国经济的影响 17

二、国内宏观经济形势分析 18

1、GDP运行情况 18

2、固定资产投资情况 20

3、财政收支状况 22

4、中国汇率调整 26

5、对外贸易&进出口 28

三、2015年宏观经济预测 28

1、国际形势短期向好，但内生动力依然不足 28

2、2015年我国经济增长趋势 29

3、2015年通货紧缩趋势预测 30

4、2015年的改革趋势预测 32

第二节 2014-2015年中国家装行业发展政策环境分析 33

一、行业管理体制分析 33

二、行业主要法律法规 33

三、家装行业标准 37

1、《住宅室内装饰装修工程质量验收规范》 37

2、《家庭居室装饰装修质量验收标准2013》 38

3、《家居行业经营服务规范》 39

第三节 2014-2015年中国家装行业发展社会环境分析 41

一、人口环境 41

二、居民消费水平分析 44

1、消费价格指数CPI、PPI 44

3、全国居民收入情况 45

4、恩格尔系数 47

三、工业发展形势分析 48

四、中国城镇化率 54

第二部分 行业深度透视

第三章 2014-2015年中国家装行业总体发展状况 56

第一节 中国家装行业规模情况分析 56

一、企业数量结构分析 56

二、人员规模状况分析 57

三、行业资产规模分析 57

第二节 2014-2015年中国家装行业产销情况分析 58

一、行业生产情况分析 58

二、行业销售情况分析 59

第三节 中国家装行业财务能力分析 60

一、行业盈利能力分析 60

二、行业偿债能力分析 61

三、行业营运能力分析 62

四、行业发展能力分析 63

第四章 中国家装市场供需分析 64

第一节 家装市场现状分析及预测 64

一、2014-2015年我国家装行业总产值分析 64

二、2016-2022年我国家装行业总产值预测 65

第二节 家装市场需求分析及预测 65

一、2014-2015年我国家装市场需求分析 65

二、2016-2022年我国家装市场需求预测 67

第五章 家装行业发展现状分析 69

第一节 全球家装行业发展分析 69

一、全球家装行业发展历程 69

二、全球家装行业发展现状 70

三、全球家装行业发展预测 70

第二节 中国家装行业发展分析 71

一、2014-2015年中国家装行业发展态势分析 71

1、属于劳动密集型行业 71

2、竞争加剧 71

- 3、家装行业由成长期向成熟期转化 72
- 4、技术发展情况 73
- 5、用户要求 73
- 6、市场需求（细分）变化 73
- 7、规模化、工业化、品牌化发展 74
- 二、2014-2015年中国家装行业发展特点分析 74
- 三、2014-2015年中国家装行业市场供需分析 75
- 第三节 中国家装产业特征与行业重要性 76
- 一、为国民经济增长做出了积极贡献 76
- 二、对拉动内需和扩大就业作用明显 76
- 三、对相关产业的带动作用越来越大 78
- 四、推动了人们生活水平的提高 80
- 五、推动了人们文化品位的提高 81
- 六、对发展文体事业的支持 81
- 第四节 家装行业特性分析 82

第六章 中国家装市场规模分析 83

- 第一节 2015年中国家装市场规模分析 83
- 第二节 2015年中国家装区域市场规模分析 84
- 一、2015年东北地区市场规模分析 84
- 二、2015年华北地区市场规模分析 85
- 三、2015年华东地区市场规模分析 85
- 四、2015年华中地区市场规模分析 86
- 五、2015年华南地区市场规模分析 86
- 六、2015年西北地区市场规模分析 87
- 七、2015年西南地区市场规模分析 87
- 第三节 2016-2022年中国家装市场规模预测 88

第七章 家装国内产品价格走势及影响因素分析 89

- 第一节 国内产品2014-2015年价格回顾 89
- 第二节 国内产品当前市场价格及评述 89
- 一、装修费用 89

- 二、装修项目 91
- 第三节 国内产品价格影响因素分析 92
 - 一、材料价格 92
 - 二、工艺水平 92
 - 三、施工管理 92
 - 四、资质规模 93
- 第四节 2016-2022年国内产品未来价格走势预测 93

第八章 家装及其主要上下游产品 94

第一节 家装上下游分析 94

- 一、上游基础供给 94
 - 1、房地产行业 94
 - 2、木材行业 103
 - 3、涂料产业 108
- 三、下游需求市场分析 121
 - 1、家具行业 121
 - 2、建材行业 126
 - 3、家电行业 130

第二节 家装行业产业链分析 133

- 一、上游行业影响及风险分析 133
- 二、下游行业风险分析及提示 136
- 三、关联行业风险分析及提示 137

第三部分 行业竞争格局

第九章 家装产品竞争力优势分析 139

第一节 整体产品竞争力评价 139

- 一、集成家居 139
- 二、智能家居 140

第二节 产品竞争力评价结果分析 143

第三节 竞争优势评价及构建建议 143

第十章 家装行业市场竞争策略分析 145

第一节 行业竞争结构分析 145

一、现有企业间竞争 145

1、大公司 145

2、中小公司 145

3、马路游击队 145

二、潜在进入者分析 146

三、替代品威胁分析 147

四、供应商议价能力 149

五、客户议价能力 150

第二节 行业国际竞争力比较 151

一、生产要素 151

二、需求条件 152

三、相关和支持性产业 153

四、企业战略、结构与竞争状态 153

第三节 家装企业竞争策略分析 153

一、家装企业核心竞争力特点 153

二、家装企业核心竞争模式 154

三、提高家装企业竞争力的策略 155

第十一章 家装行业重点企业竞争分析 158

第一节 东易日盛装饰有限公司 158

一、企业发展基本情况 158

二、企业主营业务分析 159

三、企业经营情况分析 160

四、企业竞争优势分析 164

五、企业发展战略规划 165

第二节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司 167

一、企业发展基本情况 167

二、企业主营业务分析 169

三、企业经营情况分析 170

四、企业竞争优势分析 172

五、企业发展战略规划 173

第三节 浙江亚厦装饰股份有限公司 175

一、企业发展基本情况 175

二、企业主营业务分析 176

三、企业经营情况分析 177

四、企业竞争优势分析 181

五、企业发展战略规划 182

第四节 深圳广田装饰集团股份有限公司 182

一、企业发展基本情况 182

二、企业主营业务分析 183

三、企业经营情况分析 184

四、企业竞争优势分析 187

五、企业发展战略规划 187

第五节 龙发集团装饰有限公司 187

一、企业发展基本情况 187

二、企业主营业务分析 188

三、企业经营情况分析 188

四、企业竞争优势分析 188

五、企业发展战略规划 188

第六节 北京业之峰诺华装饰股份有限公司 189

一、企业发展基本情况 189

二、企业主营业务分析 189

三、企业经营情况分析 189

四、企业竞争优势分析 189

五、企业发展战略规划 190

第七节 北京元洲装饰集团 191

一、企业发展基本情况 191

二、企业主营业务分析 191

三、企业经营情况分析 191

四、企业竞争优势分析 191

五、企业发展战略规划 192

第八节 广东星艺装饰集团股份有限公司 192

一、企业发展基本情况 192

二、企业主营业务分析 192

三、企业经营情况分析 193

四、企业竞争优势分析 193

五、企业发展战略规划 194

第九节 名雕装饰股份有限公司 194

一、企业发展基本情况 194

二、企业主营业务分析 194

三、企业经营情况分析 195

四、企业竞争优势分析 195

五、企业发展战略规划 195

第十节 九鼎装饰股份有限公司 196

一、企业发展基本情况 196

二、企业主营业务分析 196

三、企业经营情况分析 196

四、企业竞争优势分析 197

五、企业发展战略规划 197

第四部分 投资发展策略

第十二章 家装行业投资与发展前景分析 198

第一节 家装行业投资分析 198

一、家装行业生命周期分析 198

二、家装行业投资壁垒分析 198

1、政策壁垒 198

2、规模经济 199

3、品牌偏好 199

4、技术壁垒 200

三、家装行业投资退出壁垒 200

四、2015年家装投资机会 201

第二节 2016-2022年中国家装行业发展预测分析 201

一、未来家装发展分析 201

二、未来家装行业技术开发方向 201

三、总体行业“十二五”整体规划及预测 203

- 1、“十二五”期间宏观经济环境及市场形势的分析 203
 - 2、中国建筑装饰行业“十二五”指导思想 208
 - 3、中国建筑装饰行业“十二五”发展目标 208
 - 4、中国建筑装饰行业“十二五”发展的主要措施 211
- 第三节 未来市场发展趋势 220
- 一、产业集中度趋势分析 220
 - 二、十三五行业发展趋势 220
- 第十三章 家装产业用户度分析 228
- 第一节 家装产业用户认知程度 228
- 第二节 家装产业用户关注因素 228
- 一、功能 228
 - 二、质量 229
 - 三、价格 230
 - 四、外观 230
 - 五、服务 231
 - 六、整体指标评价 232
- 第十四章 2016-2022年家装行业发展趋势及投资风险分析 233
- 第一节 当前家装存在的问题 233
- 第二节 家装未来发展预测分析 234
- 一、中国家装发展方向分析 234
 - 二、2016-2022年中国家装行业发展规模预测 235
 - 三、2016-2022年中国家装行业发展趋势预测 236
- 第三节 2016-2022年中国家装行业投资风险分析 237
- 一、宏观经济风险与规避 237
 - 二、行业政策风险与规避 237
 - 三、原料市场风险与规避 239
 - 四、市场竞争风险与规避 239
 - 五、技术风险分析与规避 239
 - 六、下游需求风险与规避 240

第十五章 专家观点与结论	242
第一节 家装行业营销策略分析及建议	242
一、家装行业营销模式	242
二、家装行业营销策略	242
1、家装行业的产品策略	242
2、价格策略	243
3、渠道策略	243
4、家装行业的促销组合策略	244
第二节 家装行业企业经营发展分析及建议	244
一、家居一体化	244
二、渠道多元品牌发力	245
第三节 家装行业信息化平台搭建	246
一、信息化平台	246
二、家装行业信息化平台搭建	248
第四节 市场的重点客户战略实施	251
一、客户群体品级与个性分析	251
1、客户阶层	251 (zyyzg)
2、客户收入	251
3、家庭组成类型	252
4、文化素养划分	252
5、年龄层次划分	252
6、客户职业划分	253
二、客户装修个性分析	253
三、客户的类型分析	254
四、客户装修消费心理分析	255
五、客户装修付款方式分析	256
六、客户装修的需求及审美分析	256
七、综合业务分析	258

图表目录：

图表：中国家装行业产业链分析 5

图表：2011-2015年美国工业生产同比增速 10

- 图表：全球经济与贸易增速 14
- 图表：2013年-2014年国内生产总值增长速度 19
- 图表：2014-2015年固定资产投资累计同比增速 21
- 图表：2014-2015年房地产开发投资累计同比增速 22
- 图表：2011-2015年全国公共财政收入情况分析 23
- 图表：2011-2015年城镇新增就业人数 43
- 图表：2011-2015年国内生产总值与全部就业人员比率 43
- 图表：2014-2015年社会零售总额增长率 45
- 图表：2014-2015年居民消费价格月增长速度 45
- 图表：2002-2013年中国居民恩格尔系数 47
- 图表：2014年各月累计及主营业务收入以及利税总额同比增速 49
- 图表：2014年各月累计利润率与百元主营业务收入成本分析 50
- 图表：2014年按经济类型分主营业务收入与利润总额同比增速 51
- 图表：2014年规模以上工业企业经济效益指标 52
- 图表：2014年规模以上工业企业主要财务指标（主要行业） 52

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/E17161YLWS.html>