

2016-2022年中国装饰装修 市场深度研究与发展前景报告

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年中国装饰装修市场深度研究与发展前景报告》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/L8504362Z7.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

前言

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模将达到10万亿左右。

我们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。

本装饰装修行业研究报告共十四章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。装饰装修行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，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。

报告揭示了装饰装修行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国装饰装修做了重点企业经营状况分析，并分析了中国装饰装修发展前景预测。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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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
- 3.22013-2014年装饰装修行业发展现状51
 - 3.2.12013-2014年我国装饰装修行业市场规模51
 - 3.2.22013-2014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
 - 3.3.22013-2014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
 - 3.4.22013-2014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
 - 3.5.12013-2014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
 - 3.5.32016-2022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

- 4.12013-2014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
- 4.22013-2014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
- 4.32013-2014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

5.1.12013-2014年装饰装修行业供给分析102

5.1.22016-2022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

5.22013-2014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

5.3.22016-2022年装饰装修行业领域需求量预测107

1、2016-2022年装饰装修行业领域需求产品/服务功能预测107

2、2016-2022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
 - 7.2.22013-2014年上游行业发展现状133
 - 7.2.32016-2022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
 - 7.3.22013-2014年下游行业发展现状136
 - 7.3.32016-2022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

10.1.42013-2014年经营状况163

10.1.52016-2022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	2013-2014年经营状况	165
10.2.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	168
10.3.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	171
10.4.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	178
10.5.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	181
10.6.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	184
10.7.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	186
10.8.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	188
10.9.5	2016-2022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	2013-2014年经营状况	190
10.10.5	2016-2022年发展规划	190
第十一章 2016-2022年装饰装修行业投资前景 191		
11.1	2016-2022年装饰装修市场发展前景	191
11.1.1	2016-2022年装饰装修市场发展潜力	191
11.1.2	2016-2022年装饰装修市场发展前景展望	192
11.1.3	2016-2022年装饰装修细分行业发展前景分析	192
11.2	2016-2022年装饰装修市场发展趋势预测	194
11.2.1	2016-2022年装饰装修行业发展趋势	194
11.2.2	2016-2022年装饰装修市场规模预测	203
11.2.3	2016-2022年装饰装修行业应用趋势预测	203

- 11.2.42016-2022年细分市场发展趋势预测204
- 11.32016-2022年中国装饰装修行业供需预测206
 - 11.3.12016-2022年中国装饰装修行业供给预测206
 - 11.3.22016-2022年中国装饰装修行业需求预测206
 - 11.3.32016-2022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2016-2022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
- 12.22016-2022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
- 12.32016-2022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	2014年装饰装修行业投资战略	253
13.4.2	2016-2022年装饰装修行业投资战略	254
13.4.3	2016-2022年细分行业投资战略	255

第十四章 研究结论及投资建议 260

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 (ZYLQ) A	
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：2011-2015年国内生产总值及其增长速度23

图表：2003-2012年我国装饰行业总产值增速34

图表：2006-2014年总人口和自然增长率35

图表：2011-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数36

图表：2011-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出36

图表：2014年专利申请受理、授权和有效专利情况37

图表：2014-2016年装饰行业需求情况40

图表：2013-2014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：2008-2014年广东省生产总值及增长速度55

图表：2014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：2013-2014年广东省公共装修装饰市场规模58

图表：2013-2014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：2011-2015年上海市生产总值及其增长速度60

图表：2013-2014年上海市公共装修装饰市场规模61

图表：2013-2014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：2011-2015年地区生产总值及增长速度63

图表：2013-2014年北京市公共装修装饰市场规模64

图表：2013-2014年北京市住宅装修装饰市场规模64

图表：2013-2014年山东省公共装修装饰市场规模67

图表：2013-2014年山东省住宅装修装饰市场规模67

图表：2013-2014年浙江省公共装修装饰市场规模69

图表：2013-2014年浙江省住宅装修装饰市场规模69

图表：2013-2014年江苏省公共装修装饰市场规模71

图表：2013-2014年江苏省住宅装修装饰市场规模71

图表：2011-2015年重庆市生产总值及增长速度72

图表：2014年重庆市五大功能区域建筑业增加值72

图表：2013-2014年重庆市公共装修装饰市场规模73

图表：2013-2014年重庆市住宅装修装饰市场规模73

图表：2013-2014年四川省公共装修装饰市场规模75

图表：2013-2014年四川省住宅装修装饰市场规模75

图表：2011-2015年湖南生产总值及增长速度76

图表：湖南省建筑业增加值及增长速度77

图表：2013-2014年湖南省公共装修装饰市场规模77

图表：2013-2014年湖南省住宅装修装饰市场规模78

图表：2013-2014年湖北省公共装修装饰市场规模79

图表：2013-2014年湖北省住宅装修装饰市场规模79

图表：天津市2011-2015年生产总值80

图表：2013-2014年天津市公共装修装饰市场规模80

图表：2013-2014年天津市住宅装修装饰市场规模81

图表：2011-2015年福建生产总值及增长速度81

图表：2011-2015年建筑业增加值及增长速度82

图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况83

图表：2013-2014年福建省公共装修装饰市场规模84

图表：2013-2014年福建省住宅装修装饰市场规模84

图表：2014年安徽省生产总值及增长速度85

图表：2013-2014年安徽省公共装修装饰市场规模86

图表：2013-2014年安徽省住宅装修装饰市场规模87

图表：公共装饰装修行业市场规模及增速88

图表：住宅装饰装修行业市场规模及增速88

图表：幕墙装饰装修行业市场规模及增速89

图表：2013-2014年装饰装修价格走势90

图表：装饰装修行业成本结构图91

图表：2016-2022年装饰装修价格变化趋势92

图表：2013-2014年装饰装修企业数量变化趋势94

图表：2013-2014年装饰装修人员规模变化趋势95

图表：2013-2014年装饰装修资产规模95

图表：2013-2014年我国装饰装修行业市场规模96

图表：2013-2014年我国装饰装修行业工业总产值97

图表：2013-2014年我国装饰装修行业工业销售产值98

图表：2013-2014装饰装修行业情况98

图表：2013-2014装饰装修行业盈利能力分析99

图表：装饰装修企业盈利能力分析99

图表：2013-2014装饰装修行业债能力分析99

图表：2013-2014装饰装修行业营运能力分析100

图表：装饰装修企业营运能力分析100

图表：2013-2014装饰装修行业发展能力分析100

图表：装饰装修企业发展能力分析101

图表：2013-2014年装饰装修行业供给情况102

图表：2016-2022年装饰装修行业供给变化趋势103

图表：装饰装修行业客户结构104

图表：2013-2014年装饰装修应用市场需求总规模106

图表：2016-2022装饰装修行业领域需求预测107

图表：2016-2022我国公共装饰装修产品需求分析预测112

图表：2016-2022我国住宅装饰装修产品需求分析预测113

图表：2016-2022我国幕墙装饰装修产品需求分析预测113

图表：细分市场占总市场的结构比例122

图表：装饰装修产业链分析130

图表：装饰装修产业链图132

图表：装饰装修行业成本结构图133

图表：2014年金螳螂建筑装饰股份有限公司经营分析163

图表：2013年金螳螂建筑装饰股份有限公司经营分析163

图表：2014年亚厦股份有限公司经营状况168

图表：2013年亚厦股份有限公司经营状况169

图表：2014年深圳广田装饰集团股份有限公司经营状况171

图表：2013年深圳广田装饰集团股份有限公司经营状况172

图表：2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司经营状况178

图表：2013年深圳市洪涛装饰股份有限公司经营状况179

图表：2014年中航三鑫股份有限公司经营状况181

图表：2013年中航三鑫股份有限公司经营状况182
图表：2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司经营状况184
图表：2013年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司经营状况184
图表：2016-2022年装饰装修市场规模预测203
图表：2016-2022年装饰装修行业供给变化趋势206
图表：2016-2022年装饰装修行业领域需求预测207
图表：2016-2022年中国装饰装修供需平衡预测207
图表：2011-2015我国全社会固定资产投资分析216
图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度217
图表：区域SWOT分析240
图表：建筑装饰企业主要品牌竞争对手247

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/L8504362Z7.html>