

# 2018-2024年中国全装修行业 市场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](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国全装修行业市场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/fangdichan/Q361895BLG.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

我国全装修市场发展晚，空间巨大：1) 我国住宅全装修政策发展始于2002年《商品住宅装修一次到位实施细则》，和日本（年《商品住宅装修一次到位实施细则》，和日本（20世纪60年代）等发达国家相比，起步较晚展滞后全装修市场正处成长期；等发达国家相比，起步较晚展滞后全装修市场正处成长期；2) 现阶段我国全装修渗透率不足20%，北上等一线城市渗透率可达50%，单相较于发达国家80%的渗透率成长空间巨大。

我国和美、日全装修行业发展对比：发展晚，渗透率低 - 中国 日本 美国 开始阶段  
20世纪末 20世纪60年代 20世纪60年代 首部政策发布时间 2002 1959 &mdash;&mdash;  
当下渗透率 15%-20% >80% >80% 资料来源：公开资料整理 长租公寓对于购房需求的挤出效应，2020年全装修市场规模超5000亿元，四年CAGR达26%，2025年全装修市场规模有望破万亿：1) 将住宅新开工面积分为普通住宅（购房需求）新开工和长租公寓（租赁需求）新开工面积，考虑2017-2020年长租公寓新开工满足10%的租客需求（现阶段满足2%的租客需求），2021-2025年长租公寓新开工面积满足30%的租客需求，则2017-2020/2021-2025新开工面积达4.29/13.4亿平米，假设每年以匀速递增，则2017-2020年/2021-2025年均长租公寓新开工面积为1.07/2.68亿平米，根据2020/2025年住宅新开工面积分别为14.39亿平米，则2020/2025年普通住宅新开工为13.32/11.71亿平米；2) 2020/2025年普通住宅全装修比例按30%/50%预计，假设长租公寓全装修比例达100%，按全装修1000-1200元/平米的价格测算，预计2020年全装修市场规模为5068-6082亿元，四年CAGR达26%，预计2025年全装修市场规模达8536-10244亿元，九年CAGR达17%。考虑长租公寓对于购房需求的挤占，预计2020年全装修市场规模超5000亿元，四年CAGR达26%，2025年全装修市场规模有望破万亿资料来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国全装修行业市场分析与投资机遇预测报告》共十二章。首先介绍了中国全装修行业市场发展环境、全装修整体运行态势等，接着分析了中国全装修行业市场运行的现状，然后介绍了全装修市场竞争格局。随后，报告对全装修做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国全装修行业发展趋势与投资预测。您若想对全装修产业有个系统的了解或者想投资中国全装修行业，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：

第一章全装修房行业相关概述

## 第一节全装修房行业定义及分类

## 第二节全装修房行业管理体制

## 第三节全装修房行业生命周期

## 第四节全装修房行业在国民经济中地位

## 第五节全装修房行业投资特性分析

### 一、赢利性

### 二、成长速度

### 三、附加值的提升空间

### 四、进入壁垒 / 退出机制

### 五、风险性

### 六、行业周期性

### 七、竞争激烈程度指标

### 八、行业成熟度分析

### 九、盈利因素分析

### 十、盈利模式分析

## 第二章2017年中国全装修房产业发展环境分析

### 第一节2017年中国宏观经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、消费价格指数CPI、PPI

#### 四、全国居民收入情况

#### 五、恩格尔系数

#### 六、工业发展形势

#### 七、财政收支状况

#### 八、2018-2024年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节中国全装修房行业主要法律法规及政策

### 第三节2017年中国全装修房产业社会环境发展分析

#### 一、国内社会环境发展现状

#### 二、社会环境发展分析

##### 1、人口环境状况

##### 2、教育、科学技术和文化

3、卫生和社会服务

4、资源、环境和安全生产

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

三、2017年全装修房行业市场环境分析

第四节2017年中国全装修房产业技术环境发展分析

第三章2016-2017年世界全装修房行业发展状况分析

第一节2016-2017年全球宏观经济发展回顾

第二节2016-2017年世界全装修房行业运行概况

第三节2016-2017年世界全装修房行业市场规模分析

第四节2016-2017年世界主要地区全装修房行业运行情况分析

一、北美

二、欧洲

三、亚太

第五节2018-2024年世界全装修房行业发展趋势分析

第四章2015-2017年中国全装修房市场供需分析

第一节中国全装修房市场供给状况

一、2015-2017年中国全装修房供给分析

二、2018-2024年中国全装修房供给预测

第二节中国全装修房市场需求状况

一、2015-2017年中国全装修房市场需求分析

二、2018-2024年中国全装修房市场需求预测预计2020年全装修市场规模达5千亿元（四年CAGR达20%），预计2025年全装修市场规模超7千亿元：根据十三五规划，2020年新开工全装修成品住宅面积达30%。1）据预测，2017/2018/2019年住宅新开工面积同增10%/6.5%/6%，2020-2025年，地产新开工面积维持0增长，2016年地产新开工面积为11.59亿平米，则2020/2025年地产新开工面积均为14.39亿平米；2）估计现阶段全装修渗透率17.5%，全装修每平米1000-1200元的装修价格，预计2020年全装修市场规模达4318-5181亿元，2016-2020年四年CAGR达20%；3）假设2025年全装修渗透率达50%，预计2025年全装修市场规模达7196-8635亿元。

预计2025年全装修市场规模超7千亿元 - 2016 2020 2025 全装修价格（元/平米） 1000

1200 1000 1200 1000 1200 全装修渗透率 17.50% 17.50% 30% 30% 50% 50% 住宅新  
开工面积（亿平米） 11.59 11.59 14.39 14.39 14.39 14.39 资料来源：公开资料整理

### 第三节2017年中国全装修房市场价格回顾

## 第五章2017年中国全装修房行业发展概况及竞争策略分析

### 第一节2017年中国全装修房行业发展态势分析

#### 第二节2017年中国全装修房行业发展特点分析

#### 第三节2017年中国全装修房行业市场供需分析

#### 第四节行业竞争结构分析

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第五节全装修房市场竞争策略分析

##### 一、全装修房市场增长潜力分析

##### 二、全装修房产品竞争策略分析

##### 三、典型企业产品竞争策略分析

## 第六章中国全装修房行业产业链分析

### 第一节全装修房行业产业链概述

#### 第二节全装修房上游产业发展状况分析

##### 一、上游原料市场发展现状

##### 二、上游原料生产情况分析

##### 三、上游原料价格走势分析

#### 第三节全装修房下游应用需求市场分析

##### 一、行业发展现状分析

##### 二、行业生产情况分析

##### 三、行业需求状况分析

##### 四、行业需求前景分析

## 第七章2017年中国全装修房行业竞争格局分析

## 第一节中国全装修房行业竞争格局综述

- 一、全装修房行业竞争概况
- 二、中国全装修房行业竞争力分析
- 三、中国全装修房产品（服务）竞争力优势分析
- 四、全装修房行业主要企业竞争力分析

## 第二节2017年全装修房行业竞争格局分析

- 一、2017年国内外全装修房竞争分析
- 二、2017年我国全装修房市场竞争分析
- 三、2017年我国全装修房市场集中度分析
- 四、2017年国内主要全装修房企业动向
- 五、2017年国内全装修房企业拟在建项目分析

## 第三节全装修房市场竞争策略分析

## 第四节2017年我国全装修房行业SWOT分析

## 第八章2015-2017年中国全装修房所属行业数据监测分析

### 第一节2015-2017年中国全装修房所属行业规模分析

- 一、企业数量分析
- 二、资产规模分析
- 三、销售规模分析
- 四、利润规模分析

### 第二节2015-2017年中国全装修房所属行业产值分析

### 第三节2015-2017年中国全装修房所属行业成本费用分析

- 一、成本费用结构变动趋势
- 二、销售成本分析
- 三、销售费用分析
- 四、管理费用分析
- 五、财务费用分析

### 第四节2015-2017年中国全装修房所属行业运营效益分析

- 一、资产收益率分析
- 二、销售利润率分析
- 三、总资产周转率分析
- 四、流动资产周转率分析

- 五、销售增长率分析
- 六、利润增长率分析
- 七、资产负债率分析

## 第九章中国全装修房行业进出口区域市场分析

### 第一节华北地区全装修房行业发展现状及趋势分析

- 一、华北地区区域特征及经济现状
- 二、华北地区全装修房行业发展现状及规模统计
- 三、华北地区全装修房行业发展前景预测

### 第二节东北地区全装修房行业发展现状及趋势分析

- 一、东北地区区域特征及经济现状
- 二、东北地区全装修房行业发展现状及规模统计
- 三、东北地区全装修房行业发展前景预测

### 第三节华东地区全装修房行业发展现状及趋势分析

- 一、华东地区区域特征及经济现状
- 二、华东地区全装修房行业发展现状及规模统计
- 三、华东地区全装修房行业发展前景预测

### 第四节华南地区全装修房行业发展现状及趋势分析

- 一、华南地区区域特征及经济现状
- 二、华南地区全装修房行业发展现状及规模统计
- 三、华南地区全装修房行业发展前景预测

### 第五节华中地区全装修房行业发展现状及趋势分析

- 一、华中地区区域特征及经济现状
- 二、华中地区全装修房行业发展现状及规模统计
- 三、华中地区全装修房行业发展前景预测

### 第六节西南地区全装修房行业发展现状及趋势分析

- 一、西南地区区域特征及经济现状
- 二、西南地区全装修房行业发展现状及规模统计
- 三、西南地区全装修房行业发展前景预测

### 第七节西北地区全装修房行业发展现状及趋势分析

- 一、西北地区区域特征及经济现状
- 二、西北地区全装修房行业发展现状及规模统计

### 三、西北地区全装修房行业发展前景预测

## 第十章2017年我国全装修房行业典型企业经营态势分析

### 第一节亚厦装饰股份

- 一、全装修房概况
- 二、全装修房竞争优势分析
- 三、全装修房经营状况分析
- 四、2018-2024年企业发展战略分析

### 第二节中南建设

- 一、全装修房概况
- 二、全装修房竞争优势分析
- 三、全装修房经营状况分析
- 四、2018-2024年企业发展战略分析

### 第三节武林装饰

- 一、全装修房概况
- 二、全装修房竞争优势分析
- 三、全装修房经营状况分析
- 四、2018-2024年企业发展战略分析

### 第四节铭成装饰

- 一、全装修房概况
- 二、全装修房竞争优势分析
- 三、全装修房经营状况分析
- 四、2018-2024年企业发展战略分析

### 第五节绿城装饰

- 一、全装修房概况
- 二、全装修房竞争优势分析
- 三、全装修房经营状况分析
- 四、2018-2024年企业发展战略分析

## 第十一章2018-2024年中国全装修房行业发展趋势与前景分析

### 第一节2018-2024年中国全装修房行业投资前景分析

一、全装修房行业发展前景

二、全装修房发展趋势分析

第二节2018-2024年中国全装修房行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第三节2018-2024年全装修房行业投资策略及建议

第十二章全装修房企业投资战略与客户策略分析（ZY GXH）

第一节全装修房企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节全装修房企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节全装修房企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节全装修房企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略（ZY GXH）

图表目录：

图表：2015-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2017年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2015-2017年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2017年我国居民消费价格上涨情况

图表：2015-2017年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2015-2017年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2015-2017年公共财政收入及其增长速度

图表：2017年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2017年我国汇率变化情况

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表：2015-2017年我国存款准备金率调整一览表

图表：2015-2017年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2015-2017年我国货物进出口总额

图表：2017年末人口数及其构成

图表：2015-2017年城镇新增就业人数

图表：2015-2017年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2015-2017年农村居民人均纯收入

图表：2015-2017年城镇居民人均可支配收入

图表：2015-2017年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2015-2017年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2015-2017年卫生技术人员人数

图表：2015-2017年我国全装修房行业市场规模走势图

图表：2018-2024年我国全装修房行业市场规模预测

图表：2015-2017年我国华北地区全装修房行业市场规模走势图

图表：2018-2024年我国华北地区全装修房行业市场规模预测

图表：2015-2017年我国东北地区全装修房行业市场规模走势图

图表：2018-2024年我国东北地区全装修房行业市场规模预测

图表：2015-2017年我国华东地区全装修房行业市场规模走势图

图表：2018-2024年我国华东地区全装修房行业市场规模预测

图表：2015-2017年我国华中地区全装修房行业市场规模走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/fangdichan/Q361895BLG.html>