

2020-2026年中国装饰装修 行业全景调研及发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国装饰装修行业全景调研及发展前景报告》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.cction.com/report/201910/144050.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

我国装饰装修行业保持稳定增长态势，2008年我国装饰装修行业总产值为1.55万亿元，2015年我国建筑装饰行业总产值达到3.4万亿元。 2008-2015我国装饰装修行业产值

本中国装饰装修行业分析与投资前景预测报告由北京智研科信咨询有限公司出品，通过专业的文字、图表形式，向您全面而详细描述装饰装修行业的发展现状。共研咨询通过多年的行业研究，建立了一整套完备的产业研究体系，其研究方法一直处于业内领先地位。本中国装饰装修行业分析与投资前景预测报告是2017-2019年度，国内最全面、研究最深入、数据资源最强大的研究报告产品，能为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由共研咨询公司领衔撰写，资料来源于庞大缜密的市场调研。报告建立于国家统计局、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、中国产业信息网提供的最新行业运行数据基础之上，验证于与我们联系紧密的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

本报告重点分析了装饰装修行业标杆企业的经营状况，并揭示出行业的发展前景与市场机会。报告能为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层部署战略规划提供准确的市场情报及科学的决策依据，同时也对银行信贷部门具备参考价值。

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 4

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 10

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 11

1.3.3附加值的提升空间	12
1.3.4进入壁垒／退出机制	13
1.3.5风险性	13
1.3.6行业周期	15
1.3.7竞争激烈程度指标	15
1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析	16

第二章装饰装修行业运行环境分析 17

2.1装饰装修行业政治法律环境分析	17
2.1.1行业管理体制分析	17
2.1.2行业主要法律法规	17
2.1.3行业相关发展规划	18
2.2装饰装修行业经济环境分析	19
2.2.1国际宏观经济形势分析	19
2.2.2国内宏观经济形势分析	36
2.2.3产业宏观经济环境分析	37
2.3装饰装修行业社会环境分析	41
2.3.1装饰装修产业社会环境	41
2.3.2社会环境对行业的影响	43
2.3.3装饰装修产业发展对社会发展的影响	50
2.4装饰装修行业技术环境分析	50
2.4.1装饰装修技术分析	50
2.4.2装饰装修技术发展水平	54
2.4.3行业主要技术发展趋势	55

第三章我国装饰装修行业运行分析 57

3.1我国装饰装修行业发展状况分析	57
3.1.1我国装饰装修行业发展阶段	57
3.1.2我国装饰装修行业发展总体概况	58
3.1.3我国装饰装修行业发展特点分析	58
3.2 2015-2017年装饰装修行业发展现状	60
3.2.1 2015-2017年我国装饰装修行业市场规模	60

3.2.2 2015-2017年我国装饰装修行业发展分析	62
3.3区域市场分析	64
3.3.1区域市场分布总体情况	64
3.3.2 2015-2017年重点省市市场分析	64
1、广东省（包含深圳）装饰装修市场	64
2、上海市装饰装修市场	76
3、北京市装饰装修市场	79
4、山东省装饰装修市场	86
5、浙江省装饰装修市场	87
6、江苏省装饰装修市场	95
7、重庆地区装饰装修市场	101
8、四川地区装饰装修市场	117
9、湖南地区装饰装修市场	117
10、湖北地区装饰装修市场	119
11、天津地区装饰装修市场	120
12、福建省装饰装修市场	123
13、安徽省装饰装修市场	126
3.4装饰装修细分产品/服务市场分析	126
3.4.1细分产品/服务特色	126
3.4.2 2015-2017年细分产品/服务市场规模及增速	126
3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测	128
3.5装饰装修产品/服务价格分析	130
3.5.1 2015-2017年装饰装修价格走势	130
3.5.2影响装饰装修价格的关键因素分析	131
1、成本	131
2、工艺	131
3、施工管理	132
4、其他	132
3.5.3 2020-2026年装饰装修产品/服务价格变化趋势	132
3.5.4主要装饰装修企业价位及价格策略	133

第四章我国装饰装修行业整体运行指标分析	134
---------------------	-----

4.12015-2017年中国装饰装修行业总体规模分析	134
4.1.1企业数量结构分析	134
4.1.2人员规模状况分析	134
4.1.3行业资产规模分析	135
4.1.4行业市场规模分析	135
4.22015-2017年中国装饰装修行业产销情况分析	136
4.2.1我国装饰装修行业工业总产值	136
4.2.2我国装饰装修行业工业销售产值	136
4.2.3我国装饰装修行业产销率	137
4.3 2015-2017年中国装饰装修行业财务指标总体分析	137
4.3.1行业盈利能力分析	137
4.3.2行业偿债能力分析	138
4.3.3行业营运能力分析	138
4.3.4行业发展能力分析	139

第五章我国装饰装修行业供需形势分析 140

5.1装饰装修行业供给分析	140
5.1.1 2015-2017年装饰装修行业供给分析	140
5.1.2 2020-2026年装饰装修行业供给变化趋势	140
5.1.3装饰装修行业区域供给分析	141
5.2 2015-2017年我国装饰装修行业需求情况	142
5.2.1装饰装修行业需求市场	142
5.2.2装饰装修行业客户结构	142
5.2.3装饰装修行业需求的地区差异	143
5.3装饰装修市场应用及需求预测	143
5.3.1装饰装修应用市场总体需求分析	143
1、装饰装修应用市场需求特征	143
2、装饰装修应用市场需求总规模	145
5.3.2 2020-2026年装饰装修行业领域需求量预测	145
1、2020-2026年装饰装修行业领域需求产品/服务功能预测	145
2、2020-2026年装饰装修行业领域需求产品/服务市场格局预测	146
5.3.3重点行业装饰装修产品/服务需求分析预测	147

第六章装饰装修行业产业结构分析 148

6.1装饰装修产业结构分析 148

6.1.1市场细分充分程度分析 148

6.1.2各细分市场领先企业排名 148 建筑装饰装修行业是我国市场化程度较高的行业之一，具有业务资质优势、品牌优势、人才优势和资金优势的企业，发展迅速，市场份额不断提高。经过三十多年的发展，我国建筑装饰装修产业的竞争格局已逐步形成三个梯队： 第一梯队：企业规模较大，企业品牌、技术、人才、管理、经验、资金优势明显，已经成为业务全面，涉及不同建筑领域，布局全国的综合型企业。这类企业主要是“中国建筑装饰企业百强”中排名靠前的企业。 第二梯队：建筑装饰装修下游涉及行业较多，部分建筑装饰装修企业走差异化竞争之路，分别专注于星级酒店、交通基础设施、政府机关、住宅精装楼盘等自身具有优势的细分领域，做精做强，在建筑装饰装修细分领域排名靠前。 第三梯队：受益于建筑装饰装修行业整体空间较大，致力于中低端或者某个区域建筑装饰装修市场，这部分企业主要是中小企业，优势不明显，随着竞争的加剧，有被并购和整合的趋势。 2015年我国建筑装饰装修行业部分企业收入统计 资料来源：各公司公告

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例 149

6.1.4领先企业的结构分析（所有制结构） 150

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 151

6.2.1产业价值链的构成 151

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析 151

6.3产业结构发展预测 152

6.3.1产业结构调整指导政策分析 152

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素 153

6.3.3中国装饰装修行业参与国际竞争的战略市场定位 155

6.3.4产业结构调整方向分析 155

第七章我国装饰装修行业产业链分析 157

7.1装饰装修行业产业链分析 157

7.1.1产业链结构分析 157

7.1.2主要环节的增值空间 157

7.1.3与上下游行业之间的关联性 158

7.2装饰装修上游行业分析 158

7.2.1装饰装修产品成本构成	158
7.2.2 2015-2017年上游行业发展现状	159
7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势	184
7.2.4上游供给对装饰装修行业的影响	184
7.3装饰装修下游行业分析	185
7.3.1装饰装修下游行业分布	185
7.3.2 2015-2017年下游行业发展现状	185
7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势	199
7.3.4下游需求对装饰装修行业的影响	200
第八章我国装饰装修行业渠道分析及策略	201
8.1装饰装修行业渠道分析	201
8.1.1渠道形式及对比	201
8.1.2各类渠道对装饰装修行业的影响	201
8.1.3主要装饰装修企业渠道策略研究	202
8.2装饰装修行业用户分析	202
8.2.1用户认知程度分析	202
8.2.2用户需求特点分析	206
8.2.3用户购买途径分析	207
8.3装饰装修行业营销策略分析	207
8.3.1中国装饰装修营销概况	207
8.3.2装饰装修营销策略探讨	211
8.3.3装饰装修营销发展趋势	214
第九章我国装饰装修行业竞争形势及策略	216
9.1行业总体市场竞争状况分析	216
9.1.1装饰装修行业竞争结构分析	216
1、现有企业间竞争	216
2、潜在进入者分析	216
4、供应商议价能力	217
5、客户议价能力	218
6、竞争结构特点总结	218

9.1.2装饰装修行业企业间竞争格局分析	219
9.1.3装饰装修行业集中度分析	223
9.1.4装饰装修行业SWOT分析	224
9.2中国装饰装修行业竞争格局综述	228
9.2.1装饰装修行业竞争概况	228
1、中国装饰装修行业竞争格局	228
2、装饰装修行业未来竞争格局和特点	228
3、装饰装修市场进入及竞争对手分析	230
9.2.2中国装饰装修行业竞争力分析	230
1、我国装饰装修行业竞争力剖析	230
2、我国装饰装修企业市场竞争的优势	232
3、国内装饰装修企业竞争能力提升途径	233
9.2.3装饰装修市场竞争策略分析	233
第十章装饰装修行业领先企业经营形势分析	235
10.1金螳螂建筑装饰股份有限公司	235
10.1.1企业概况	235
10.1.2企业优势分析	236
10.1.3产品/服务特色	238
10.1.4经营状况	239
10.1.5 2020-2026年发展规划	243
10.2中国建筑装饰工程公司	245
10.2.1企业概况	245
10.2.2企业优势分析	246
10.2.3产品/服务特色	246
10.2.4经营状况	247
10.2.5 2020-2026年发展规划	247
10.3亚厦股份	247
10.3.1企业概况	247
10.3.2企业优势分析	248
10.3.3产品/服务特色	249
10.3.4经营状况	250

10.3.5 2020-2026年发展规划	254
10.4深圳广田装饰集团股份有限公司	255
10.4.1企业概况	255
10.4.2企业优势分析	256
10.4.3产品/服务特色	259
10.4.4经营状况	259
10.4.5 2020-2026年发展规划	263
10.5深圳市洪涛装饰股份有限公司	264
10.5.1企业概况	264
10.5.2企业优势分析	265
10.5.3产品/服务特色	268
10.5.4经营状况	268
10.5.5 2020-2026年发展规划	272
10.6中航三鑫股份有限公司	274
10.6.1企业概况	274
10.6.2企业优势分析	276
10.6.3产品/服务特色	277
10.6.4经营状况	278
10.6.5 2020-2026年发展规划	282
10.7深圳瑞和建筑装饰股份有限公司	283
10.7.1企业概况	283
10.7.2企业优势分析	285
10.7.3产品/服务特色	286
10.7.4经营状况	286
10.7.5 2020-2026年发展规划	290
10.8北京龙发建筑装饰工程有限公司	292
10.8.1企业概况	292
10.8.2企业优势分析	292
10.8.3产品/服务特色	292
10.8.4经营状况	293
10.8.5 2020-2026年发展规划	293
10.9深圳市科源建设集团有限公司	293

10.9.1企业概况	293
10.9.2企业优势分析	294
10.9.3产品/服务特色	294
10.9.4经营状况	295
10.9.5 2020-2026年发展规划	295
10.10 TOTO企业	295
10.10.1企业概况	295
10.10.2企业优势分析	296
10.10.3产品/服务特色	297
10.10.4经营状况	297
10.10.5 2020-2026年发展规划	298
第十一章2020-2026年装饰装修行业投资前景	299
11.12020-2026年装饰装修市场发展前景	299
11.1.12020-2026年装饰装修市场发展潜力	299
11.1.2 2020-2026年装饰装修市场发展前景展望	299
11.1.32020-2026年装饰装修细分行业发展前景分析	300
11.2 2020-2026年装饰装修市场发展趋势预测	301
11.2.12020-2026年装饰装修行业发展趋势	301
11.2.2 2020-2026年装饰装修市场规模预测	302
11.2.3 2020-2026年装饰装修行业应用趋势预测	302
11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测	309
11.3 2020-2026年中国装饰装修行业供需预测	312
11.3.1 2020-2026年中国装饰装修行业供给预测	312
11.3.2 2020-2026年中国装饰装修行业需求预测	312
11.3.3 2020-2026年中国装饰装修供需平衡预测	314
11.4影响企业生产与经营的关键趋势	316
11.4.1市场整合成长趋势	316
11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测	316
11.4.3企业区域市场拓展的趋势	318
11.4.4科研开发趋势及替代技术进展	318
11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势	318

第十二章2020-2026年装饰装修行业投资机会与风险 322

12.1装饰装修行业投融资情况 322

12.1.1行业资金渠道分析 322

12.1.2固定资产投资分析 322

12.1.3兼并重组情况分析 323

12.2 2020-2026年装饰装修行业投资机会 324

12.2.1产业链投资机会 324

12.2.2细分市场投资机会 324

12.2.3重点区域投资机会 325

12.3 2020-2026年装饰装修行业投资风险及防范 325

12.3.1政策风险及防范 325

12.3.2技术风险及防范 326

12.3.3运营风险及防范 326

12.3.4宏观经济波动风险及防范 327

12.3.5关联产业风险及防范 327

12.3.6其他风险及防范 328

第十三章装饰装修行业投资战略研究 329

13.1装饰装修行业发展战略研究（zycwb235） 329

13.1.1战略综合规划 329

13.1.2技术开发战略 329

13.1.3业务组合战略 331

13.1.4区域战略规划 332

13.1.5产业战略规划 332

13.1.6营销品牌战略 333

13.1.7竞争战略规划 334

13.2对我国装饰装修品牌的战略思考 334

13.2.1装饰装修品牌的重要性 334

13.2.2装饰装修实施品牌战略的意义 336

13.2.3装饰装修企业品牌的现状分析 336

13.2.4我国装饰装修企业的品牌战略 345

13.2.5装饰装修品牌战略管理的策略	345
13.3装饰装修经营策略分析	347
13.3.1装饰装修市场细分策略	347
13.3.2装饰装修市场创新策略	347
13.3.3品牌定位与品类规划	347
13.3.4装饰装修新产品差异化战略	348
13.4装饰装修行业投资战略研究	348
13.4.12014年装饰装修行业投资战略	348
13.4.2 2020-2026年装饰装修行业投资战略	349
13.4.3 2020-2026年细分行业投资战略	352

第十四章研究结论及投资建议 353

14.1装饰装修行业研究结论（zycwb235）	353
14.2装饰装修行业投资价值评估	356
14.3装饰装修行业投资建议	357
14.3.1行业发展策略建议	357
14.3.2行业投资方向建议	360
14.3.3行业投资方式建议	362

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144050.html>