

2017-2022年中国建筑装饰行业市场竞争格局及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国建筑装饰行业市场竞争格局及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/301381.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

从我国建筑行业分类来看，建筑装饰装修业是我国建筑业的二级分类中的一个分支。根据建筑物使用性质不同，可将建筑装饰装修划分为公共建筑装饰、住宅装饰装修和幕墙三个细分行业。公司主要从事公共建筑装饰设计与施工，近年来也逐步进入住宅装饰装修市场。

建筑装饰装修业与房屋和土木工程建筑业、建筑安装业并列为建筑业的三大组成部分。根据我国《国民经济行业分类与代码》，公司所处行业属于建筑业中的建筑装饰装修业。建筑装饰装修行业位于建筑业整体链条的下游，主要作用为进一步保护建筑物的主体结构、美化建筑物并完善建筑物的使用功能。与房屋和土木工程建筑业、建筑安装业等一次性完成工程业务不同，每个建筑物竣工后，在其整个使用寿命周期中都需要进行多次装修，酒店类装修通常5-7年更新一次，其他建筑物的装修通常不超过10年更新一次，因此建筑装饰装修行业具有乘数效应和需求可持续性的特点。

建筑装饰装修行业分类

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 建筑装饰产业相关概述 20

第一节 建筑装饰基础阐述 20

一、装修空间类型 20

二、装修风格 21

第二节 建筑装饰 24

一、装修施工阶段 24

二、施工的一般流程及工种 24

三、精装修 26

四、装修商业价值 26

第二章 2014-2016年世界建筑装饰行业市场深度分析 28

第一节 2014-2016年中国建筑装饰业运行环境分析 28

一、全球经济现状及影响分析 28

二、全球建筑节能与环保分析 31

第二节 2014-2016年世界建筑装饰业运行概况 32

- 一、世界建筑业的发展状况 32
- 二、全球建筑装饰业设计情况分析 34
- 三、建筑装饰材料市场热点聚焦 34

第三节 2014-2016年美国建筑装饰行业发展概况分析 36

- 一、美国的建筑装饰材料特点分析 36
- 二、美国现代人在家居装饰时更愿意“DIY” 36
- 四、美国建筑装饰行业发展趋势分析 37

第四节 2014-2016年其他国家及地区建筑装饰行业发展概述 37

- 一、俄罗斯 37
- 二、东欧 38
- 三、中国香港 38

第五节 2017-2022年世界建筑装饰产业新趋势分析 38

第三章 2014-2016年中国建筑装饰产业市场运营环境分析 40

第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析 40

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 40
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 40
- 三、全国居民收入情况（季度更新） 42

2015年中国居民人均可支配收入21966元（人民币，下同），比上年名义增长8.9%，扣除价格因素实际增长7.4%。这一速度高于同期中国GDP6.9%的增速。

自2014年一季度公布城乡一体化住户调查结果以来，中国居民人均可支配收入增速已连续两年“跑赢”GDP。

按常住地分，2015年中国城镇居民人均可支配收入31195元，比上年增长8.2%，扣除价格因素实际增长6.6%；农村居民人均可支配收入11422元，比上年增长8.9%，扣除价格因素实际增长7.5%。城乡居民人均收入倍差2.73，比上年缩小0.02。2015年全国居民收入基尼系数为0.462。

我国居民收入及消费支出情况

时间

居民人均可支配收入（元）

2013年

18311

2014年

20167

2015年

21966

2016年上半年

11886

四、恩格尔系数（年度更新） 43

五、工业发展形势（季度更新） 46

六、固定资产投资情况（季度更新） 47

七、财政收支状况（年度更新） 54

八、中国汇率调整（人民币升值） 58

九、存贷款基准利率调整情况 59

十、存款准备金率调整情况 60

十一、社会消费品零售总额 62

十二、对外贸易&进出口 63

第二节 2014-2016年中国建筑装饰产业政策环境分析 69

一、《家庭装修质量验收标准》 69

二、室内装饰装修材料国家标准 71

三、建筑装饰装修工程验收 72

四、住房装修费税 72

五、装修管理规定 73

第三节 2014-2016年中国建筑装饰产业社会环境分析 73

一、人民居住条件明显改观 73

二、人们生活品质的提高 74

三、中国80后迎来结婚潮 76

第四章 2014-2016年中国装修行业运营态势分析 77

第一节 2014-2016年中国装修行业特点分析 77

一、季节性 77

二、环保与家装污染对产业影响 77

第二节 2014-2016年中国装修行业发展现状分析 78

一、中国装修行业格局的变化 78

二、中国装修业的节能情况分析 78

三、装修业里品牌企业的特色 79

第三节 2014-2016年中国装修市场透析 80

一、中国装修业品牌消费的来临 80

二、中国装修市场电子商务迅猛发展 81

三、家居市场细分带动高端竞争加剧 82

第四节 2014-2016年中国家装行业存在的机遇和问题分析 83

第五章 2014-2016年中国装修市场细分领域深度剖析——家装市场 86

第一节 2014-2016年中国家装市场分析 86

- 一、中国家装市场迎来了“春装旺季” 86
- 二、精装领域不断扩量 86
- 三、2014-2016年家装市场规模分析 87
- 四、住宅产业标准化的实施对市场影响 87
- 五、探价家装市场“五大主材”未来行情趋涨 88

第二节 2014-2016年中国重点城市家装市场分析 95

- 一、长沙住宅装饰装修市场分析 95
- 二、上海住宅装饰装修市场分析 95
- 三、北京住宅装饰装修市场分析 96

第三节 2014-2016年环首都经济圈13县市家装市场分析 97

第四节 2017-2022年中国家装市场趋势 97

第六章 2014-2016年中国装修市场细分领域深度剖析——公装市场 99

第一节 公装相关概述 99

- 一、公装特点 99
- 二、公装与家装的区别 99

第二节 2014-2016年中国公装市场分析 102

- 一、公装装修市场发展迅速 102
- 二、公装业务需求提升 103

第三节 2014-2016年中国公装细分市场分析 104

- 一、酒店 104
- 二、办公楼 104

第四节 2014-2016年中国公装市场问题探讨 105

- 一、中国公装市场乱象丛生 105
- 二、公装市场“断层”现象引发行业内外热议 106

第五节 2017-2022年中国公装市场发展战略分析 106

第七章 2014-2016年中国装修市场细分领域深度剖析——装修设计市场 108

第一节 装修设计市场综述 108

- 一、当前流行的装修设计风格 108
- 二、装修设计内容 110

三、装修设计要点解析 112

四、装修设计与色彩搭配 112

第二节 装修设计案例点评 115

一、卧室装修设计要点 115

二、婚房装修设计要点全揭密 打造带有性格特色的婚房 116

三、影楼装修设计 118

四、别墅 119

五、客厅装修设计的8个基本“要”领 121

第三节 装修设计要以人为本创造最舒适的居住环境 122

第八章 2014-2016年中国装饰装修市场竞争新格局透析 125

第一节 2014-2016年中国装饰装修行业竞争状况分析 125

一、装饰装修业的主要竞争因素 125

二、提升装饰装修企业竞争力的策略分析 125

第二节 2014-2016年中国装饰装修行业竞争格局分析 126

一、整体竞争格局：行业缺少规范，竞争无序 126

二、区域竞争格局：区域垄断格局难以跨越 126

三、行业集中度分析 126

第三节 2014-2016年中国装饰装修行业竞争行为分析 127

一、建材流通环节不甘寂寞，涌入装饰装修市场 127

二、公装公司切入家装领域，家装队伍迅速膨胀 127

三、合纵联合营销战略成为新型营销策略 127

四、消费者日益理性对价格战不再感冒 127

第九章 2014-2016年中国建筑装饰装修行业重点企业 128

第一节 金螳螂建筑装饰股份有限公司 128

第二节 中国建筑装饰工程公司 131

第三节 浙江亚厦装饰集团有限公司 135

第四节 北京龙发建筑装饰工程有限公司 139

第五节 北京东易日盛装饰集团 142

第六节 北京业之峰装饰公司 146

第七节 北京元洲装饰有限责任公司 149

第八节 北京阔达建筑装饰工程有限责任公司 152

第九节 北京轻舟世纪建筑装饰工程有限公司 156

第十节 北京港源建筑装饰工程有限公司 161

- 第十一节 深圳市科源建设集团有限公司 165
- 第十二节 深圳长城家俱装饰工程有限公司 169
- 第十三节 深圳市深装总装饰工程工业有限公司 173
- 第十四节 深圳市广田建筑装饰设计工程有限公司 178
- 第十五节 上海百姓家庭装潢有限公司 182
- 第十六节 上海聚通建筑装潢工程有限公司 186
- 第十七节 上海进念室内设计装饰有限公司 190
- 第十八节 上海千思装饰实业有限公司 194
- 第十九节 上海美旗室内设计装饰有限公司 198
- 第二十节 广州满堂红装饰工程有限公司 202

第十章 2014-2016年中国装饰装修流通企业 207

- 第一节 百安居 207
 - 一、企业概况分析 207
 - 二、企业发展状况分析 207
- 第二节 好美家 208
 - 一、企业概况分析 208
 - 二、企业发展状况分析 209
- 第三节 东方家园 211
 - 一、企业概况分析 211
 - 二、企业发展状况分析 212
- 第四节 家得宝 214
 - 一、企业概况分析 214
 - 二、企业发展状况分析 215
- 第五节 家世界 217
- 第六节 家福特 218

第十一章 2014-2016年中国建筑装关联产业发展分析——房地产 219

- 第一节 中国房地产业发展概况 219
 - 一、中国房地产与经济发展的关系 219
 - 二、中国房地产周期分析 220
 - 三、2012-2016年中国房地产市场数据分析 221
- 第二节 北京房地产市场现状分析 224
 - 一、2016北京普通住宅/公寓 224
 - 二、2016别墅新增供应量 224

三、房地产开发投资趋势 225

四、房地产建设规模发展 225

五、住宅销售市场趋势 226

第三节 上海房地产市场现状分析 227

一、上海房地产开始迈入第三个阶段 227

二、上海房地产业的调整与转型 228

三、上海房地产市场发展现状 229

四、上海房地产市场的购买力分析 231

第四节 广州房地产市场现状分析 231

一、广州房地产市场已经进入垄断时代 231

二、广州房地产行业的发展模式 232

三、广州土地市场现状分析 233

第五节 其它 233

一、重庆 233

二、南京 234

三、杭州 234

第十二章 2014-2016年中国建筑装饰材料运行透析 236

第一节 2014-2016年中国建筑装饰材料运行简况 236

一、中国新型建筑装饰材料特点分析 236

二、中国建材行业的发展重点 237

三、建材行业的发展方向 237

四、环保建筑装饰材料的发展趋势 238

第二节 2014-2016年中国建筑装饰材料重点产品市场运行分析 238

一、水泥 238

二、木地板 238

三、涂料 238

四、建筑陶瓷 239

五、玻璃 239

六、石材 240

七、塑料 241

第十三章 2017-2022年中国建筑装饰行业的发展趋势 242

第一节 2017-2022年中国家庭装修市场交易形式的发展趋势 242

一、直接的交易形式 242

二、家庭装修市场的交易形式 243

四、与物业管理商联合的交易形式 245

五、网上家庭装修交易形式 247

第二节 2017-2022年中国家居饰品市场前景预测 248

第三节 2017-2022年中国家装设计师职业发展趋势 249

一、成品化家居的推广，对产品设计师的需求量很大 249

二、设计流程的分工细化，使设计师分工更专业 249

三、具有综合能力的高端设计师的社会地位将有所提高 249

第四节 有偿设计-家装发展的大趋势 250

一、免费设计：即不免费也无设计 250

二、收费设计：设计师与消费者的双赢 250

第十四章 2017-2022年中国建筑装饰行业投资前景预测分析 252(AK WZY)

第一节 2014-2016年中国建筑装饰业投资概况 252

一、建筑装饰投资环境分析 252

二、建筑装饰投资周期分析 255

第二节 2017-2022年中国建筑装饰行业投资热点领域分析 255

一、装饰装修材料流通领域 255

二、装饰装修监理领域 255

三、相关人员资格认证/培训领域 255

四、相关检测仪器制造领域 256

第三节 2017-2022年中国建筑装饰行业投资风险分析 257

一、金融风险分析 257

二、政策风险分析 257

三、市场风险分析 257

四、其他风险分析 258

第四节 专家投资建议 258

部分图表目录：

图表 1 2012-2016年国内生产总值及其增长速度 40

图表 2 2016年居民消费价格月度涨跌幅度 41

图表 3 2016年居民消费价格比上年涨跌幅度 41

图表 4 2012-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 42

图表 5 2012-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 43

图表 6 2012-2016中国城乡居民恩格尔系数对比表 44

图表 7 2016年1-10月我国固定资产投资情况	48
图表 8 2016年各地区固定资产投资（不含农户）情况	51
图表 9 2016年我国固定资产（不含农户）增速情况	54
图表 10 2012-2016年公共财政收入及其增长速度	58
图表 11 存贷款基准利率调整情况	59
图表 12 2012-2016年社会消费品零售总额及其增长速度	62
图表 13 2016年货物进出口总额及其增长速度	63
图表 14 2016年主要商品出口数量、金额及其增长速度	65
图表 15 2016年主要商品进口数量、金额及其增长速度	66
图表 16 2016年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度	67
图表 17 2012-2016年货物进出口总额	68
图表 18 2010-2016年10月家装市场规模分析	87
图表 19 近4年金螳螂建筑装饰股份有限公司流动资产周转次数变化情况	128
图表 20 近4年金螳螂建筑装饰股份有限公司总资产周转次数变化情况	128
图表 21 近4年金螳螂建筑装饰股份有限公司销售毛利率变化情况	129
图表 22 近4年金螳螂建筑装饰股份有限公司资产负债率变化情况	129
图表 23 近4年金螳螂建筑装饰股份有限公司产权比率变化情况	130
图表 24 近4年金螳螂建筑装饰股份有限公司固定资产周转次数情况	130
图表 25 近4年中国建筑装饰工程公司流动资产周转次数变化情况	132
图表 26 近4年中国建筑装饰工程公司总资产周转次数变化情况	132
图表 27 近4年中国建筑装饰工程公司销售毛利率变化情况	133
图表 28 近4年中国建筑装饰工程公司资产负债率变化情况	133
图表 29 近4年中国建筑装饰工程公司产权比率变化情况	134
图表 30 近4年中国建筑装饰工程公司固定资产周转次数情况	134
图表 31 近4年浙江亚厦装饰集团有限公司流动资产周转次数变化情况	136
图表 32 近4年浙江亚厦装饰集团有限公司总资产周转次数变化情况	136
图表 33 近4年浙江亚厦装饰集团有限公司销售毛利率变化情况	137
图表 34 近4年浙江亚厦装饰集团有限公司资产负债率变化情况	137
图表 35 近4年浙江亚厦装饰集团有限公司产权比率变化情况	138
图表 36 近4年浙江亚厦装饰集团有限公司固定资产周转次数情况	138
图表 37 近4年北京龙发建筑装饰工程有限公司流动资产周转次数变化情况	139
图表 38 近4年北京龙发建筑装饰工程有限公司总资产周转次数变化情况	140
图表 39 近4年北京龙发建筑装饰工程有限公司销售毛利率变化情况	140
图表 40 近4年北京龙发建筑装饰工程有限公司资产负债率变化情况	141
图表 41 近4年北京龙发建筑装饰工程有限公司产权比率变化情况	141

图表 42 近4年北京龙发建筑装饰工程有限公司固定资产周转次数情况 142

图表 43 近4年北京东易日盛装饰集团流动资产周转次数变化情况 143

图表 44 近4年北京东易日盛装饰集团总资产周转次数变化情况 143

图表 45 近4年北京东易日盛装饰集团销售毛利率变化情况 143

图表 46 近4年北京东易日盛装饰集团资产负债率变化情况 144

图表 47 近4年北京东易日盛装饰集团产权比率变化情况 144

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301381.html>