

2017-2022年中国别墅装修行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国别墅装修行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/299926.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

别墅装修，是一种以别墅为主题参与设计装饰的当代新生活设计理念。别墅，象征着是有身份的人的居家住宅理念。它相较于一般的居家住宅，不仅在于“大”，还在于是否与之相适应的“环境、配套”的特殊性。因而，别墅装修设计不仅仅是对别墅室内空间的合理规划，还要对室内外环境的结合做一个整体的思考和设计，从而达成一个内外兼修的和谐人居环境。

别墅装修突出的特点在于，他能体现一个人生活水平和艺术涵养，别墅装修是近年来突起的家装设计领域，他是家装与艺术的结合体，也是室内装饰细化的突出点之一。

中国的别墅装修分为五大种：豪宅装修，庄园装修，居所装修，house(经济类)装修和类别墅装修。所以每种类别的别墅装修设计的风格和主题，想术求的都不一样。别墅装修的不仅是考虑到室内，同时也需兼顾室外比如亭院绿化，游泳池等的装修。

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：

第一章别墅装修行业国内外发展概述 1

第一节 全球别墅装修行业发展概况 1

一、全球别墅装修行业发展现状1

二、主要国家和地区发展状况1

三、全球别墅装修行业发展趋势3

第二节 中国别墅装修行业发展概况 6

一、中国别墅装修行业发展历程与现状 6

二、中国别墅装修行业发展中存在的问题 8

第二章 2013-2016年中国别墅装修行业发展环境分析 10

第一节 宏观经济环境 10

第二节 国际贸易环境 16

第三节 宏观政策环境 20

第四节 别墅装修行业政策环境 27

第五节 别墅装修行业技术环境 28

第三章别墅装修行业市场分析32

第一节 市场规模 32

一、2011-2016年别墅装修行业市场规模及增速 32

二、别墅装修行业市场饱和度33

三、影响别墅装修行业市场规模的因素 33

第二节 市场结构 48

第三节 市场特点 49

- 一、别墅装修行业所处生命周期49
- 二、技术变革与行业革新对别墅装修行业的影响 53
- 三、差异化分析 54

第四节 区域市场分析 55

- 一、区域市场分布状况 55
- 二、重点区域市场需求分析（需求规模、需求特征等） 59
- 三、区域市场需求变化趋势64

第四章别墅装修行业生产分析69

第一节 产能产量分析 69

- 一、2011-2016年别墅装修行业生产总量及增速 69
- 二、2011-2016年别墅装修行业产能及增速 76
- 三、影响别墅装修行业产能产量的因素 77
- 四、2017-2022年别墅装修行业生产总量及增速预测 79

第二节 区域生产分析 80

- 一、别墅装修企业区域分布情况80
- 二、重点省市别墅装修行业生产状况 81

第三节 行业供需平衡分析 92

- 一、行业供需平衡现状 92
- 二、影响别墅装修行业供需平衡的因素 94
- 三、别墅装修行业供需平衡趋势预测 95

第四节 细分行业分析 98

- 一、主要别墅装修细分行业98
- 二、各细分行业需求与供给分析99
- 三、细分行业发展趋势 104

第五章别墅装修行业竞争及产品分析 107

第一节 重点别墅装修企业市场份额 107

- 一、别墅装修行业市场集中度107
- 二、行业竞争群组 109
- 三、潜在进入者 110
- 四、替代品威胁 111

第二节 别墅装修行业产品价格分析 112

第三节 下游用户分析 114

- 一、用户结构（用户分类及占比） 114

二、用户需求特征及需求趋势135

三、用户的其它特性 137

第四节 替代品分析 138

一、替代品种类 138

二、替代品对别墅装修行业的影响 142

第六章 2012-2016年中国别墅装修的行业发展环境分析 147

第一节 2012-2016年中国经济环境分析 147

第二节 2012-2016年中国别墅装修的行业发展政策环境分析 157

一、行业政策影响分析 157

二、相关行业标准分析 158

第三节 2012-2016年中国别墅装修的行业发展社会环境分析 177

第七章别墅装修行业主导驱动因素分析 180

第一节 国家政策导向 180

第二节 关联行业发展 180

第三节 行业技术发展 182

第四节 行业竞争状况 182

第五节 社会需求的变化 185

第八章别墅装修行业渠道分析188

第一节 别墅装修产品主流渠道形式 188

第二节 设计师渠道运作方式 193

第三节 行业销售渠道变化趋势 199

第九章 2012-2016年中国别墅装修行业整体运行指标分析 201

第一节 2016-2021行业盈利能力分析 201

一、行业盈利能力分析 201

二、2017-2022年别墅装修行业盈利能力预测 201

第二节 行业成长性分析 201

第三节 行业偿债能力分析 201

第四节 行业营运能力分析 202

第十章 2012-2016年中国别墅装修行业重点厂商分析 203

第一节 金螳螂 203

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 浙江亚厦装饰股份有限公司 208

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 深圳市洪涛装饰股份有限公司 216

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 深圳广田装饰集团股份有限公司 221

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 东易日盛股份有限公司 227

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 北京东方雨虹防水技术股份有限公司 231

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第十一章 结论和建议 236

第一节 2017-2022年中国别墅装修产业投资风险分析 236

一、市场风险 236

二、技术风险 237

三、竞争风险 238

四、政策风险 238

第二节 市场的重点客户战略实施 240

一、实施重点客户战略的必要性 240

二、合理确立重点客户 241

三、重点客户战略管理 241

四、重点客户管理功能 242

第三节 别墅装修行业发展战略研究 244

一、技术开发战略 244

二、产业战略规划 248

三、业务组合战略 250

四、营销战略规划 252

五、区域战略规划 254

六、企业信息化战略规划263

第三节 品牌的战略思考 265

一、企业品牌的重要性 265

二、实施品牌战略的意义266

三、我国企业的品牌战略267

四、品牌战略管理的策略268

第四节 投资建议 272

第十二章 2017-2022年中国别墅装修产业发展趋势预测分析 274

第一节 2017-2022年中国别墅装修产业发展趋势分析 274

一、别墅装修技术发展方向分析274

二、别墅装修行业前景分析278

第二节 2017-2022年中国别墅装修产业市场预测分析 279

一、别墅装修市场供给预测分析279

二、别墅装修产品需求预测分析279

第三节 2017-2022年中国别墅装修产业市场盈利预测分析 280

第十三章别墅装修行业风险分析281

第一节 别墅装修行业环境风险 281

一、国际经济环境风险 281

二、汇率风险 283

三、宏观经济风险 285

四、宏观经济政策风险 289

五、区域经济变化风险 292

第二节 产业链上下游及各关联产业风险 294

第三节 别墅装修行业政策风险 294

第四节 别墅装修行业市场风险 296

一、市场供需风险 296

二、价格风险 297

三、竞争风险 298

第十四章别墅装修行业发展有关建议 301(AK WZY)

第一节 别墅装修行业发展前景预测 301

一、用户需求变化预测 301

二、竞争格局发展预测 301

三、渠道发展变化预测 302

四、行业总体发展前景及市场机会分析 303

第二节 别墅装修企业营销策略 304

一、价格策略 304

二、渠道建设与管理策略304

部分图表目录：

图表：2016年我国国内生产总值情况表 10

图表：2011-2016年各季度我国GDP环比增长表 16

图表：2015年入选中国特许经营连锁120强的家装企业名单 32

图表：2016年入选中国特许经营连锁120强的家装企业名单 32

图表：行业生命周期图 39

图表：产品生命周期特征与策略41

图表：互联网电视行业生命周期图 42

图表：中国2015年前20家装饰材料市场统计 48

图表：2012-2016年中国装饰装修行业总产值 58

图表：2011-2016年中国别墅装修总产值 58

图表：2015年房地产开发投资中别墅、高档公寓投资额 60

图表：2015年房地产开发企业别墅、高档公寓新开工面积 61

图表：2015年别墅、高档公寓销售面积 62

图表：2015年别墅、高档公寓销售额 63

图表：2015年别墅、高档公寓平均销售价格 64

图表：2017-2022年中国装饰装修行业总产值预测 68

图表：2017-2022年中国别墅装修总产值预测 68

图表：豪宅客户概念界定图104

图表：北京豪宅客户行业分布图105

图表：上海豪宅客户行业分布图106

图表：深圳豪宅客户行业分布图106

图表：北京豪宅客户来源地分布图 107

图表：上海豪宅客户来源地分布图 108

图表：深圳豪宅客户来源地分布图 108

图表：年龄分布——多数富豪处于中年时期 109

图表：北京豪宅客户年龄分布图109

图表：上海豪宅客户年龄分布图110

图表：深圳豪宅客户年龄分布图110

图表：豪宅客户投资领域分布图113

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/299926.html>