

2011-2015年中国建筑装饰 市场分析预测与投资前景评估报告

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

《2011-2015年中国建筑装饰市场分析预测与投资前景评估报告》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/201107/71578.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

建筑装饰是指对住宅、桥梁、体育馆、寺庙等等用石材，木材等建筑材料搭建的一种供人居住和使用的物体用各种材料对其进行外部面貌或者内部环境的美化和改进，使其更具有情调，更同时具有居住和商业价值。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国建筑装饰市场分析预测与投资前景评估报告》共十四章。首先介绍了建筑装饰产业相关概述、中国建筑装饰产业市场运营环境等，接着分析了中国装修行业运营的现状，然后介绍了中国装修市场细分领域深度剖析、中国装饰装修市场竞争格局。随后，报告对中国建筑装饰装修做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国建筑装饰行业发展趋势与投资预测。您若想对建筑装饰产业有个系统的了解或者想投资建筑装饰行业，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。

第一章 建筑装饰产业相关概述

第一节 建筑装饰基础阐述

一、装修空间类型

二、装修风格

1、现代简约风格

2、恬淡田园风格

3、新中式风格装修

4、欧式古典风格

5、地中海风格

6、东南亚风格

7、美式乡村风格

8、日式风格装修

9、时尚混搭风盛行

三、装修污染

第二节 建筑装饰

一、装修施工阶段

二、施工的一般流程及工种

三、精装修

四、装修商业价值

第二章 2010-2011年世界建筑装饰行业市场深度分析

第一节 2010-2011年中国建筑装饰业运行环境分析

一、全球经济现状及影响分析

二、全球建筑节能与环保分析

第二节 2010-2011年世界建筑装饰业运行概况

一、世界建筑业的发展状况

二、全球建筑装饰业设计情况分析

三、建筑装饰材料市场热点聚焦

第三节 2010-2011年美国建筑装饰行业发展概况分析

一、美国的建筑装饰材料特点分析

二、美国现代人在家居装饰时更愿意“DIY”

三、美国的建筑装饰行业重视产品多元化发展

四、美国建筑装饰行业发展趋势分析

第四节 2010-2011年其他国家及地区建筑装饰行业发展概述

一、俄罗斯

二、东欧

三、中国香港

第五节 2011-2015年世界建筑装饰产业新趋势分析

第三章 2010-2011年中国建筑装饰产业市场运营环境分析

第一节 2010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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国建筑装饰产业政策环境分析

一、《家庭装修质量验收标准》

二、室内装饰装修材料国家标准

三、建筑装饰装修工程验收

四、住房装修费税

五、装修管理规定

第三节 2010-2011年中国建筑装饰产业社会环境分析

一、人民居住条件明显改观

二、人们生活品质的提高

三、中国80后迎来结婚潮

第四章 2010-2011年中国装修行业运营态势分析

第一节 2010-2011年中国装修行业特点分析

一、季节性

二、环保与家装污染对产业影响

第二节 2010-2011年中国装修行业发展现状分析

一、中国装修行业格局的变化

二、中国装修业的节能情况分析

三、装修业里品牌企业的特色

第三节 2010-2011年中国装修市场透析

一、中国装修业品牌消费的来临

二、中国装修市场电子商务迅猛发展

三、家居市场细分带动高端竞争加剧

第四节 2010-2011年中国家装行业存在的机遇和问题分析

第五章 2010-2011年中国装修市场细分领域深度剖析——家装市场

第一节 2010-2011年中国家装市场分析

一、中国家装市场迎来了“春装旺季”

二、精装领域不断扩量

三、2010-2011家装市场规模分析

四、住宅产业标准化的实施对市场影响

五、探价家装市场“五大主材”未来行情趋涨

第二节 2010-2011年中国重点城市家装市场分析

一、长沙住宅装饰装修市场分析

二、上海住宅装饰装修市场分析

三、北京住宅装饰装修市场分析

四、其它（可自选）

第三节 2010-2011年环首都经济圈13县市家装市场分析

第四节 2011-2015年中国家装市场趋势

第六章 2010-2011年中国装修市场细分领域深度剖析——公装市场

第一节 公装相关概述

一、公装特点

二、公装与家装的区别

第二节 2010-2011年中国公装市场分析

一、公装装修市场发展迅速

二、公装市场中公装公司格局

三、公装业务需求提升

第三节 2010-2011年中国公装细分市场分析

一、酒店

二、办公楼

第四节 2010-2011年中国公装市场问题探讨

一、中国公装市场乱象丛生

二、公装市场“断层”现象引发行业内外热议

第五节 2011-2015年中国公装市场发展战略分析

第七章 2010-2011年中国装修市场细分领域深度剖析——装修设计市场

第一节 装修设计市场综述

一、当前流行的装修设计风格

二、装修设计内容

三、装修设计要点解析

四、装修设计与色彩搭配

第二节 装修设计案例点评

一、卧室装修设计要点

二、婚房装修设计要点全揭秘 打造带有性格特色的婚房

三、影楼装修设计

四、别墅

五、客厅装修设计的8个基本“要领”

第三节 装修设计要以人为本 创造最舒适的居住环境

第八章 2010-2011年中国装饰装修市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国装饰装修行业竞争状况分析

一、装饰装修业的主要竞争因素

二、提升装饰装修企业竞争力的策略分析

第二节 2010-2011年中国装饰装修行业竞争格局分析

一、整体竞争格局：行业缺少规范，竞争无序

二、区域竞争格局：区域垄断格局难以跨越

三、行业集中度分析

第三节 2010-2011年中国装饰装修行业竞争行为分析

一、建材流通环节不甘寂寞，涌入装饰装修市场

二、公装公司切入家装领域，家装队伍迅速膨胀

三、合纵联合营销战略成为新型营销策略

四、消费者日益理性对价格战不再感冒

第九章 2010-2011年中国建筑装饰装修行业重点企业

第一节 金螳螂建筑装饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 中国建筑装饰工程公司

第三节 浙江亚厦装饰集团有限公司

第四节 北京龙发建筑装饰工程有限公司

第五节 北京东易日盛装饰集团

第六节 北京业之峰装饰公司

第七节 北京元洲装饰有限责任公司

第八节 北京阔达建筑装饰工程有限责任公司

第九节 北京轻舟世纪建筑装饰工程有限公司

第十节 北京港源建筑装饰工程有限公司

第十一节 深圳市科源建设集团有限公司

第十二节 深圳长城家俱装饰工程有限公司

第十三节 深圳市深装总装饰工程工业有限公司

第十四节 深圳市广田建筑装饰设计工程有限公司

第十五节 上海百姓家庭装潢有限公司

第十六节 上海聚通建筑装潢工程有限公司

第十七节 上海进念室内设计装饰有限公司

第十八节 上海千思装饰实业有限公司

第十九节 上海美旗室内设计装饰有限公司

第二十节 广州满堂红装饰工程有限公司

第十章 2010-2011年中国装饰装修流通企业

第一节 百安居

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第二节 好美家

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第三节 东方家园

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第四节 家得宝

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第五节 家世界

第六节 家福特

第十一章 2010-2011年中国建筑装关联产业发展分析——房地产

第一节 中国房地产业发展概况

一、中国房地产与经济的关系

二、中国房地产周期分析

三、从四个角度分析中国房地产业

四、2007-2010年中国房地产市场数据分析

第二节 北京房地产市场现状分析

一、2010北京普通住宅/公寓

二、2010别墅新增供应量

三、房地产开发投资趋势

四、房地产建设规模发展

五、住宅销售市场趋势

第三节 上海房地产市场现状分析

一、上海房地产开始迈入第三个阶段

二、上海房地产业的调整与转型

三、上海房地产市场发展现状

四、上海房地产市场的购买力分析

第四节 广州房地产市场现状分析

一、广州房地产市场已经进入垄断时代

二、广州房地产业的发展模式

三、广州土地市场现状分析

四、广州住宅、别墅、写字楼市场分析

第五节 其它

一、重庆

二、南京

三、杭州

第十二章 2010-2011年中国建筑装饰材料运行分析

第一节 2010-2011年中国建筑装饰材料运行简况

一、中国新型建筑装饰材料特点分析

二、中国建材行业的发展重点

三、建材行业的发展方向

四、环保建筑装饰材料的发展趋势

第二节 2010-2011年中国建筑装饰材料重点产品市场运行分析

一、水泥

二、木地板

三、涂料

四、建筑陶瓷

五、玻璃

六、石材

七、塑料

第十三章 2011-2015年中国建筑装饰行业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国家庭装修市场交易形式的发展趋势

- 一、直接的交易形式
- 二、家庭装修市场的交易形式
- 三、与房地产商联合的交易形式
- 四、与物业管理商联合的交易形式
- 五、网上家庭装修交易形式

第二节 2011-2015年中国家居饰品市场前景预测

第三节 2011-2015年中国家装设计师职业发展趋势

- 一、成品化家居的推广，对产品设计师的需求量很大
- 二、设计流程的分工细化，使设计师分工更专业
- 三、具有综合能力的高端设计师的社会地位将有所提高

第四节 有偿设计-家装发展的大趋势

- 一、免费设计：即不免费也无设计
- 二、收费设计：设计师与消费者的双赢

第十四章 2011-2015年中国建筑装饰行业投资前景预测分析

第一节 2010-2011年中国建筑装饰业投资概况

- 一、建筑装饰投资环境分析
- 二、建筑装饰投资周期分析

第二节 2011-2015年中国建筑装饰行业投资热点领域分析

- 一、装饰装修材料流通领域
- 二、装饰装修监理领域
- 三、相关人员资格认证/培训领域
- 四、相关检测仪器制造领域

第三节 2011-2015年中国建筑装饰行业投资风险分析

- 一、金融风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、市场风险分析
- 四、其他风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司主要经济指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司经营收入走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司盈利指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司负债情况图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司负债指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司运营能力指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳金粤幕墙装饰工程有限公司主要经济指标走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201107/71578.html>