

2016-2022年中国别墅装修 行业监测及投资战略咨询报告

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

《2016-2022年中国别墅装修行业监测及投资战略咨询报告》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/201603/130868.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

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。

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 2013-2015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、2009-2015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、2009-2015年别墅装修行业生产总量及增速 69

二、2009-2015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、2016-2022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 2012-2015年中国别墅装修的行业发展环境分析	147
第一节 2012-2015年中国经济环境分析	147
第二节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国别墅装修行业整体运行指标分析	201

第一节 2015-2020行业盈利能力分析	201
一、行业盈利能力分析	201
二、2016-2022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 2012-2015年中国别墅装修行业重点厂商分析	203
第一节 金螳螂	203
一、企业概况	203
二、企业主要经济指标分析	204
三、企业盈利能力分析	205
四、企业偿债能力分析	205
五、企业运营能力分析	206
六、企业成长能力分析	207
第二节 浙江亚厦装饰股份有限公司	208
一、企业概况	208
二、企业主要经济指标分析	210
三、企业盈利能力分析	211
四、企业偿债能力分析	211
五、企业运营能力分析	214
六、企业成长能力分析	215
第三节 深圳市洪涛装饰股份有限公司	216
一、企业概况	216
二、企业主要经济指标分析	218
三、企业盈利能力分析	218
四、企业偿债能力分析	219
五、企业运营能力分析	219
六、企业成长能力分析	220
第四节 深圳广田装饰集团股份有限公司	221
一、企业概况	221
二、企业主要经济指标分析	222

三、企业盈利能力分析 224

四、企业偿债能力分析 225

五、企业运营能力分析 226

六、企业成长能力分析 227

第五节 东易日盛股份有限公司 227

一、企业概况 227

二、企业主要经济指标分析 228

三、企业盈利能力分析 229

四、企业偿债能力分析 230

五、企业运营能力分析 230

六、企业成长能力分析 231

第六节 北京东方雨虹防水技术股份有限公司 231

一、企业概况 231

二、企业主要经济指标分析 232

三、企业盈利能力分析 233

四、企业偿债能力分析 234

五、企业运营能力分析 235

六、企业成长能力分析 235

第十一章 结论和建议 236

第一节 2016-2022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 2016-2022年中国别墅装修产业发展趋势预测分析	274
第一节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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

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

图表目录：

图表：2015年我国国内生产总值情况表 10

图表：2011-2015年各季度我国GDP环比增长表 16

图表：2014年入选中国特许经营连锁120强的家装企业名单 32

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：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：2012-2015年中国装饰装修行业总产值 58

图表：2009-2015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：2016-2022年中国装饰装修行业总产值预测 68

图表：2016-2022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

图表：2009-2015中国GDP数量增长情况 136

图表：2015年全部金融机构本外币各项存款余额 136

图表：2009-2015年中国公共财政收入情况 137

图表：2009-2015年我国进出口额 138

图表：2015年我国出口商品数量，金额及增长情况 138

图表：2009-2015年中国外汇储备增长情况 139

图表：2009-2015我国粮食产量 139

图表：2015年我国社会消费品零售额增速 140

图表：2009-2015年我国建筑业增加值 141

图表：2009-2015城镇新增就业人数 141

图表：2009-2015我国电话户数数量 142

图表：2015年我国月度固定资产投资增速 143

图表：2015年非金融领域外商投资额及增长情况 143

图表：2009-2015年普通及中高等教育招生人数 144

图表：2009-2015年国家研究与试验经费支出情况 144

图表：2009-2015年我国卫生技术人员情况 145

图表：2015年农村居民人均可支配收入 146

图表：2015年城镇居民人均可支配收入 146

图表：2015年度现行规范、规程、标准图 164

图表：2015年度现行规范、规程、标准图 164

图表：2015年度现行规范、规程、标准图 165

图表：2015年度现行规范、规程、标准图 165

图表：2015年度现行规范、规程、标准图 165

图表：2015年度现行规范、规程、标准图 166

图表：2015金螳螂股份有限公司主营业务收入按行业构成分析 193

图表：2015金螳螂股份有限公司主营业务收入按产品构成分析 193

图表：2015金螳螂股份有限公司主营业务收入按地区构成分析 194

图表：2015年金螳螂股份有限公司资本结构分析 194

图表：2015年金螳螂股份有限公司偿债能力分析 194

图表：2015年金螳螂股份有限公司投资收益分析 195

图表：2015年金螳螂股份有限公司经营效率分析 195

图表：2015年金螳螂股份有限公司获利能力分析 196

图表：2015年金螳螂股份有限公司发展能力分析 196

图表：2015年金螳螂股份有限公司现金流量分析 197

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司主要财务指标 199

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司盈利能力 200

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司偿债能力 200

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司资本构成 201

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司资产负债表 202

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司经营发展能力 203

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司利润表 204

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司经营能力 204

图表：2015年浙江亚厦装饰股份有限公司成长能力 205

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司资产负债表 207

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司归属净利润 207

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司盈利能力分析 208

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司财务风险指标 208

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司盈利质量分析 208

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司运营能力分析 208

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司成长能力分析 209

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司利润表 209

图表：2015年深圳市洪涛装饰股份有限公司资产负债百分比报表 209

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司主要财务指标 211

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司资本构成分析 212

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司资产负债表 212

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司盈利能力 213

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司现金流量表 213

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司偿债能力 214

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司利润表 214

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司经营发展能力 215

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司经营能力分析 215

图表：2015年深圳广田装饰集团股份有限公司成长能力分析 216

图表：2015年东易日盛股份有限公司主营业务构成分析 217

图表：2015年东易日盛股份有限公司资产负债表分析 218

图表：2015年东易日盛股份有限公司归属净利润 218

图表：2015年东易日盛股份有限公司盈利能力分析 218

图表：2015年东易日盛股份有限公司利润表分析 219

图表：2015年东易日盛股份有限公司资产负债百分比分析 219

图表：2015年东易日盛股份有限公司运营能力分析 219

图表：2015年东易日盛股份有限公司成长能力分析 220

图表：2015年东易日盛股份有限公司财务风险分析 220

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司主营业务收入分析 221

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司归属净利润 222

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司盈利能力指标 222

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司盈利质量指标 222

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司成长能力分析 222

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司资产负债表 223

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司资产负债表百分比报表 223

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司运营能力指标 224

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司财务风险指标 224

图表：2015年北京东方雨虹防水技术股份有限公司成长能力分析 224

图表：2009-2015年我国建筑业增加值 287

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201603/130868.html>