

2020-2026年中国全装修商 品房行业分析与市场年度调研报告

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年中国全装修商品房行业分析与市场年度调研报告》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/202006/168127.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

目前商品房市场上，新建商品房绝大多数还是毛坯房，我国住宅全装修比例仅为20%，一线城市该比例也仅为50%，多个二线城市全装修比例不足20%，而发达国家全装修比例高达80%，与发达国家仍存在较大差距。

与毛坯房相比，全装修要求住宅装修与土建安装必须进行一体化设计，可以有效避免二次装修产生的粉尘、装修废弃物污染与小区住户二次装修造成的噪声交叉干扰等问题，逐渐受到居民的认可，也是国家政策引导的方向。2017年5月发布的《建筑业发展十三五规划》提出到2020年，城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%，新开工全装修成品住宅面积达到30%。

2017年3月，住房城乡建设部一次性印发《“十三五”装配式建筑行动方案》、《装配式建筑示范城市管理办法》、《装配式建筑产业基地管理办法》三大文件，全面推进装配式建筑发展，提出：到2020年，全国装配式建筑占新建建筑的比例达到15%以上，其中重点推进地区达到20%以上，积极推进地区达到15%以上，鼓励推进地区达到10%以上；培育50个以上装配式建筑示范城市，200个以上装配式建筑产业基地，500个以上装配式建筑示范工程，建设30个以上装配式建筑科技创新基地。

截至2017年三季度末，全国出台全装修政策的省市达到17个，多省通过设立阶段政策目标、划拨土地、资源倾斜和财政奖励等方式，推行鼓励全装修政策。各省市全装修政策实施要求

时间

省/市

政策要求

2015年5月

北京

全市保障房，100%全装修

2015年5月

黑龙江

力争新建住房全装修比例不低于30%

2016年1月

宁夏

全区新建住宅实行全装修的面积达到年度竣工面积的50%

2016年10月

浙江

全省中心城区，出让或划拨土地上的新建住宅，100%全装修。

2017年1月

上海

新建住宅，外环线内100%，外环线外50%，奉贤区、金山区、崇明区30%全装修。

2017年1月

山东

全省，新建高层住宅，100%全装修

2017年6月

河北

新建住房全装修比例不低于60%

2017年7月

海南

全省，新建住宅，100%全装修

2017年7月

湖北

全省新建公共租赁房实施全装修

2017年12月

安徽

政府投资的新建建筑全部实施全装修，合肥市新建住宅中全装修比例达到30%

2019年1月

河南

全省新建商品住宅，100%全装修。

2019年1月

山东

全省，新建高层、小高层住宅，100%全装修

2019年9月

内蒙古

新建住宅全装修比例达到80%以上

2020年1月

四川

全省新建住宅，50%全装修。

2025年1月

江苏

全省新建住宅，60%全装修。 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国全装修商品房行业分析与市场年度调研报告》共十三章。首先介绍了全装修商品房相关概念及发展环境，接着分析了中国全装修商品房规模及消费需求，然后对中国全装修商品房市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国全装修商品房面临的机遇及发展前景。您若想对中国全装修商品房有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章2014-2017年世界全装修商品房行业市场发展现状分析

第一节2014-2017年世界全装修商品房行业市场发展状况分析

（一）国际市场对各类全装修商品房的年需求量增加

（二）全装修商品房行业将带动家电产品、建材、家居等领域前景良好

第二节2014-2017年全球全装修商品房市场调研

一、2014-2017年全球全装修商品房需求分析

二、2014-2017年全球全装修商品房产销分析

三、2014-2017年中外全装修商品房市场对比

第二章我国全装修商品房行业发展现状

第一节我国全装修商品房行业发展现状

一、全装修商品房行业品牌发展现状

二、全装修商品房行业市场现状

从经济指标来看，城镇居民可支配收入持续平稳增长，使得购买力具有一定保障；城镇化率稳步提升，对整个装修市场的容量增长具有促进作用。城镇居民可支配收入持续平稳增长（元，%）数据来源：公开资料整理城镇人口不断增加，城镇化率稳步提升（万人，%）数据来源：公开资料整理

三、全装修商品房市场消费层次分析

四、我国全装修商品房市场走向分析

第二节2014-2017年全装修商品房行业发展情况分析

一、2014-2017年全装修商品房行业发展特点分析

二、2014-2017年全装修商品房行业发展情况

第三节2014-2017年全装修商品房行业运行分析

一、2014-2017年全装修商品房行业产销运行分析

二、2014-2017年全装修商品房行业利润情况分析

三、2014-2017年全装修商品房行业发展周期分析

四、2020-2026年全装修商品房行业发展机遇分析

五、2020-2026年全装修商品房行业利润增速预测

第四节对中国全装修商品房市场的分析及思考

一、全装修商品房市场特点

二、全装修商品房市场调研

三、全装修商品房市场变化的方向

四、中国全装修商品房产业发展的新思路

五、对中国全装修商品房产业发展的思考

第三章2014-2017年中国全装修商品房市场供需分析剖析

第一节2014-2017年中国全装修商品房市场动态分析

一、全装修商品房行业新动态

二、全装修商品房主要品牌动态

三、全装修商品房行业消费者需求新动态

第二节2014-2017年中国全装修商品房市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节2014-2017年中国全装修商品房市场进出口形式综述

第四节2014-2017年中国全装修商品房市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章全装修商品房所属行业经济运行分析

第一节2015-2017年全装修商品房所属行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2015年全装修商品房所属行业主要经济指标分析

三、2017年全装修商品房所属行业主要经济指标分析

第二节2014-2017年我国全装修商品房所属行业绩效分析

一、2014-2017年全装修商品房所属行业产销能力

二、2014-2017年全装修商品房所属行业规模情况

三、2014-2017年全装修商品房所属行业盈利能力

四、2014-2017年全装修商品房所属行业经营发展能力

五、2014-2017年全装修商品房所属行业偿债能力分析

第五章中国全装修商品房行业消费市场调研

第一节全装修商品房市场消费需求分析

一、全装修商品房市场的消费需求变化

二、全装修商品房行业的需求情况分析

三、2014-2017年全装修商品房品牌市场消费需求分析

第二节全装修商品房消费市场状况分析

一、全装修商品房行业消费特点

二、全装修商品房行业消费分析

三、全装修商品房行业消费结构分析

四、全装修商品房行业消费的市场变化

五、全装修商品房市场的消费方向

第三节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买便利的影响

四、广告的影响

五、包装的影响

第四节全装修商品房行业产品的品牌市场运营状况分析

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、全装修商品房行业品牌忠诚度调查
- 六、全装修商品房行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六章我国全装修商品房行业市场运营状况分析

第一节2014-2017年我国全装修商品房行业市场宏观分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度
- 四、厂商分析

第二节2014-2017年中国全装修商品房行业市场微观分析

- 一、品牌关注度格局
- 二、产品关注度调查
- 三、不同价位关注度

第七章全装修商品房行业上下游产业分析

第一节上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对全装修商品房行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对全装修商品房行业的意义

第二节下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业新动态及其对全装修商品房行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对全装修商品房行业的意义

第八章全装修商品房行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国全装修商品房行业竞争格局综述

一、2014-2017年全装修商品房行业集中度

二、2014-2017年全装修商品房行业竞争程度

三、2014-2017年全装修商品房企业与品牌数量

四、2014-2017年全装修商品房行业竞争格局分析

第四节2014-2017年全装修商品房行业竞争格局分析

一、2014-2017年国内外全装修商品房行业竞争分析

二、2014-2017年我国全装修商品房市场竞争分析

第九章全装修商品房企业竞争策略分析

第一节全装修商品房市场竞争策略分析

一、2017年全装修商品房市场增长潜力分析

二、2017年全装修商品房主要潜力品种分析

三、现有全装修商品房市场竞争策略分析

四、潜力全装修商品房竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节全装修商品房企业竞争策略分析

一、2020-2026年中国全装修商品房市场竞争趋势

二、2020-2026年全装修商品房行业竞争格局展望

三、2020-2026年全装修商品房行业竞争策略分析

第三节全装修商品房行业发展机会分析

第四节全装修商品房行业发展风险分析

第十章重点全装修商品房企业竞争分析

第一节亚厦装饰股份

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2020-2026年投资前景

第二节中南建设

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2020-2026年投资前景

第三节武林装饰

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2020-2026年投资前景

第四节铭成装饰

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2020-2026年投资前景

第五节绿城装饰

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2020-2026年投资前景

第十一章全装修商品房行业发展趋势分析

第一节我国全装修商品房行业前景与机遇分析

一、我国全装修商品房行业趋势预测

二、我国全装修商品房发展机遇分析

三、2017年全装修商品房行业的发展机遇分析

四、金融危机对全装修商品房行业的影响分析

第二节2020-2026年中国全装修商品房市场趋势分析

- 一、2014-2017年全装修商品房市场趋势总结
- 二、2017年全装修商品房行业发展趋势分析
- 三、2020-2026年全装修商品房市场发展空间
- 四、2020-2026年全装修商品房产业政策趋向
- 五、2020-2026年全装修商品房行业技术革新趋势
- 六、2020-2026年全装修商品房价格走势分析
- 七、2020-2026年国际环境对全装修商品房行业的影响

第十二章全装修商品房行业发展趋势与投资规划建议研究

第一节全装修商品房市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节全装修商品房行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节全装修商品房行业投资前景研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节对我国全装修商品房品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
 - 二、全装修商品房实施品牌战略的意义
 - 三、全装修商品房企业品牌的现状分析
 - 四、我国全装修商品房企业的品牌战略
- 1、要树立强烈的品牌战略意识

- 2、选准市场定位，确定战略品牌
 - 3、运用资本经营，加快开发速度
 - 4、利用信息网，实施组合经营
 - 5、实施规模化、集约化经营
- 五、全装修商品房品牌战略管理的策略

第十三章2020-2026年全装修商品房行业发展预测

第一节未来全装修商品房需求与消费预测

- 一、2020-2026年全装修商品房产品消费预测
- 二、2020-2026年全装修商品房市场规模预测
- 三、2020-2026年全装修商品房行业总产值预测
- 四、2020-2026年全装修商品房行业销售收入预测
- 五、2020-2026年全装修商品房行业总资产预测

第二节2020-2026年中国全装修商品房行业供需预测

- 一、2020-2026年中国全装修商品房供给预测
- 二、2020-2026年中国全装修商品房产量预测
- 三、2020-2026年中国全装修商品房需求预测
- 四、2020-2026年中国全装修商品房供需平衡预测
- 五、2020-2026年中国全装修商品房产品价格预测
- 六、2020-2026年主要全装修商品房产品进出口预测

第三节影响全装修商品房行业发展的主要因素

- 一、2020-2026年影响全装修商品房行业运行的有利因素分析
- 二、2020-2026年影响全装修商品房行业运行的稳定因素分析
- 三、2020-2026年影响全装修商品房行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年中国全装修商品房行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年中国全装修商品房行业发展面临的机遇分析

第四节全装修商品房行业投资前景及控制策略分析

- 一、2020-2026年全装修商品房行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年全装修商品房行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年全装修商品房行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年全装修商品房行业技术风险及控制策略
- 五、2020-2026年全装修商品房行业同业竞争风险及控制策略

六、2020-2026年全装修商品房行业其他风险及控制策略

图表目录：

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业产销率及增长情况

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业产销率及增长对比图

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业营业增长率及增长情况

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业销售毛利率及增长情况

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业销售毛利率及增长对比图

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业总资产增长率及增长情况

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业资产负债率及增长情况

图表 2014-2017年我国全装修商品房行业资产负债率及增长对比图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/168127.html>