

# 2020-2026年中国装修市场 评估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](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国装修市场评估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/202006/168704.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

报告目录：

第一部分 装修产业环境透视

第一章 装修产业相关概述

第一节 装修基础阐述

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 装修

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 2016-2019年中国装修产业市场运营环境分析

第一节 2016-2019年中国宏观经济指标分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

## 第二节 2016-2019年中国装修产业政策环境分析

- 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 2016-2019年中国装修产业社会环境分析

- 一、人民居住条件明显改观
- 二、人们生活品质的提高
- 三、中国80，90后迎来结婚潮

## 第三章 2016-2019年世界装修行业市场深度分析

### 第一节 2016-2019年中国装修业运行环境分析

- 一、全球经济现状及影响分析
- 二、全球装修节能与环保分析

### 第二节 2016-2019年世界装修业运行概况

- 一、世界建筑业的发展状况
- 二、全球装修业设计情况分析
- 三、装修材料市场热点聚焦

### 第三节 2016-2019年美国装修行业发展概况分析

- 一、美国的装修材料特点分析
- 二、美国现代人在家居装饰时更愿意“DIY”
- 三、美国的装修行业重视产品多元化发展
- 四、美国装修行业发展趋势分析

### 第四节 2016-2019年其他国家及地区装修行业发展概述

- 一、俄罗斯
- 二、东欧
- 三、中国香港

### 第五节 2020-2026年世界装修产业新趋势分析

## 第四章 2016-2019年中国建筑装饰材料运行透析

### 第一节 2016-2019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 2016-2019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

第二部分 装修行业深度分析

第五章 2016-2019年中国装修行业运营态势分析

第一节 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年中国家装行业存在的机遇和问题分析

第六章 我国装修所属行业整体运行指标分析

第一节 2016-2019年中国装修所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

### 三、行业资产规模分析

### 四、行业市场规模分析

## 第二节 2016-2019年中国装修所属行业财务指标总体分析

### 一、行业盈利能力分析

- 1、我国装修行业销售利润率
- 2、我国装修行业成本费用利润率
- 3、我国装修行业亏损面

### 二、行业偿债能力分析

- 1、我国装修行业资产负债比率
- 2、我国装修行业利息保障倍数

### 三、行业营运能力分析

- 1、我国装修行业应收帐款周转率
- 2、我国装修行业总资产周转率
- 3、我国装修行业流动资产周转率

### 四、行业发展能力分析

- 1、我国装修行业总资产增长率
- 2、我国装修行业利润总额增长率
- 3、我国装修行业主营业务收入增长率
- 4、我国装修行业资本保值增值率

## 第三部分 装修市场全景调研

### 第七章 2016-2019年中国装修市场细分领域深度剖析&mdash;家装市场

#### 第一节 2016-2019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、2020-2026年家装市场规模分析
- 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 2016-2019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 2016-2019年环首都经济圈13县市家装市场分析

##### 第四节 2020-2026年中国家装市场趋势

#### 第八章 2016-2019年中国装修市场细分领域深度剖析&mdash;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 2016-2019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 2016-2019年中国公装细分市场分析

###### 一、酒店

###### 二、办公楼

##### 第四节 2016-2019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 2020-2026年中国公装市场发展战略分析

#### 第九章 2016-2019年中国装修市场细分领域深度剖析&mdash;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”要领

### 第三节 装修设计要以人为本创造最舒适的居住环境

## 第四部分 装修行业竞争格局分析

### 第十章 2016-2019年中国建筑装关联产业发展分析&mdash;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、2020-2026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、2016-2018北京普通住宅/公寓
- 二、2016-2018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

### 第十一章 2016-2019年中国装饰装修市场竞争新格局透析

#### 第一节 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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

第十二章 2020-2026年装修行业领先企业经营形势分析

第一节 深装集团

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第二节 中国建筑装饰集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第三节 钟凯丽装饰工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第四节 上海市建筑装饰工程集团有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业业务范围分析
- 四、企业经典案例分析
- 五、企业发展前景分析

#### 第五节 深圳市华辉装饰工程有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业业务范围分析
- 四、企业经典案例分析
- 五、企业发展前景分析

#### 第六节 浙江中天装饰集团有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业业务范围分析
- 四、企业经典案例分析
- 五、企业发展前景分析

#### 第七节 广东星艺装饰集团股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业业务范围分析
- 四、企业经典案例分析
- 五、企业发展前景分析

#### 第八节 上海室内装饰(集团)有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营指标分析
- 三、企业业务范围分析
- 四、企业经典案例分析
- 五、企业发展前景分析

#### 第九节 深圳市维业装饰集团股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

## 第十节 山东鲁丹建设集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

## 第五部分 装修行业发展前景展望

### 第十三章 2020-2026年中国装修行业的发展趋势

#### 第一节 2020-2026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 2020-2026年中国家居饰品市场前景预测

#### 第三节 2020-2026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 2020-2026年装修行业投资价值评估分析

### 第一节 装修行业投资特性分析

一、装修行业进入壁垒分析

二、装修行业盈利因素分析

三、装修行业盈利模式分析

## 第二节 2020-2026年装修行业发展的影响因素

### 一、有利因素

### 二、不利因素

## 第三节 2020-2026年装修行业投资价值评估分析

### 一、行业投资效益分析

#### 1、行业活力系数比较及分析

#### 2、行业投资收益率比较及分析

#### 3、行业投资效益评估

### 二、产业发展的空白点分析

### 三、投资回报率比较高的投资方向

### 四、新进入者应注意的障碍因素

## 第十五章 2020-2026年中国装修行业投资前景预测分析

### 第一节 2016-2019年中国装修业投资概况

#### 一、装修投资环境分析

#### 二、装修投资周期分析

### 第二节 2020-2026年中国装修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 2020-2026年中国装修行业投资风险分析

#### 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

## 第六部分 装修行业发展战略研究

### 第十六章 装修行业发展战略研究

#### 第一节 装修行业发展战略研究

##### 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

第二节 对我国装修品牌的战略思考

一、装修品牌的重要性

二、装修实施品牌战略的意义

三、装修企业品牌的现状分析

四、我国装修企业的品牌战略

五、装修品牌战略管理的策略

第三节 装修经营策略分析

一、装修市场细分策略

二、装修市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、装修新产品差异化战略

第四节 装修行业投资战略研究

一、2017年装修行业投资战略

二、2020-2026年装修行业投资战略

三、2020-2026年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及投资建议

第一节 装修行业研究结论及建议

第二节 装修子行业研究结论及建议

第三节 装修行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：装修行业生命周期

图表：装修行业产业链结构

图表：2016-2019年全球装修行业市场规模  
图表：2016-2019年中国装修行业市场规模  
图表：2016-2019年装修行业重要数据指标比较  
图表：2016-2019年中国装修市场占全球份额比较  
图表：2016-2019年装修行业利润总额  
图表：2016-2019年装修行业资产总计  
图表：2016-2019年装修行业负债总计  
图表：2016-2019年装修行业竞争力分析  
图表：2016-2019年装修市场价格走势  
图表：2016-2019年装修行业主营业务收入  
图表：2016-2019年装修行业主营业务成本  
图表：2016-2019年装修行业销售费用分析  
图表：2016-2019年装修行业管理费用分析  
图表：2016-2019年装修行业财务费用分析  
图表：2016-2019年装修行业销售毛利率分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/168704.html>