

2022-2028年中国家装市场 评估与发展趋势研究报告

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

《2022-2028年中国家装市场评估与发展趋势研究报告》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/202201/260423.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

我国当前精装房占比只有30%左右，与发达国家存在较大差距。在政策鼓励与地产商主动推动之下，我国精装房占比持续提升。展望2020年，2019年项目中只有不足50%为毛坯房，2021年及以后的毛坯占比更低。2020年即将交付的住宅中精装房占比将继续提升。精装修趋势下B端市场扩容仍将是2020年的重要趋势，瓷砖、内墙涂料、防水涂料、建筑五金、石膏板等品类将继续从中受益。2016-2020年精装房占比预测

中企顾问网发布的《2022-2028年中国家装市场评估与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了中国家装行业市场发展环境、家装整体运行态势等，接着分析了中国家装行业市场运行的现状，然后介绍了家装市场竞争格局。随后，报告对家装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家装行业发展趋势与投资预测。您若想对家装产业有个系统的了解或者想投资中国家装行业，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。

报告目录：第一章 家装行业概述第一节 家装定位与主要产品一、产业定义二、产品分类第二节 家装产业发展沿革与生命周期分析一、家装产业发展沿革二、家装产业生命周期第三节 家装产业发展特点分析第四节 家装行业产业链分析一、家装行业产业链概况二、家装行业上游分析1、家装上游产业构成2、家装上游产业发展现状三、家装行业下游分析1、家装下游产业需求分布2、家装下游产业发展现状

第二章 2019年中国家装所属行业发展分析第一节 2019年中国家装所属行业市场发展环境分析一、中国经济环境分析1、中国GDP统计及增长分析2、中国固定资产投资情况3、中国房地产投资情况（1）房地产开发投资额及增长（2）住宅投资额及增长（3）房屋施工面积及增长（4）房屋竣工面积及增长（5）房屋销售面积及增长（6）商品房销售额及增长

我国仍处于城镇化建设高峰期，城镇化率稳步提。国务院规划2020年我国城镇化率要达到60%，2018年底已经接近目标。其中随着商品房销售面积、销售额及投资额的持续增长。2019年1-9月商品房销售面积及增速4、中国二手房房地产市场情况二、中国社会环境分析1、中国人口数量统计2、中国人民收入水平统计3、中国社会保障情况统计三、中国政策环境分析1、建筑装修行业的行政管理体系2、建筑装修行业的资质管理标准3、建筑装修行业的主要法律法规4、室内装修材料相关标装分析四、中国家装发展机遇分析第二节 中国家装市场发展现状一、中国家装市场发展现状二、中国家装市场发展规模三、中国家装市场需求分析1、商品房装修需求2、旧房翻新装修需求3、精装房改造装修需求四、中国家装市场现存问题五、中国家装市场发展对策第三节 中国家装施工行业发展分析一、家装施工流程及工艺二、

中国家装施工市场现状三、中国家装施工市场现存问题四、中国家装施工市场发展对策第四节 中国家装监理行业发展分析一、家装监理概念二、家装监理全过程三、中国家装监理市场需求分析四、中国家装监理市场发展潜力 第三章 全国家装行业资本动态第一节 泛家装行业现状一、全国家装行业发展现状二、宏观环境1、政策方面2、消费群体方面3、技术发展方面第二节 住宅装饰行业上市企业资本动态一、定制家居二、公共建筑装饰三、家居家装产品部件商四、家庭建筑装饰五、家居家装渠道商第三节 2015-2019年泛家装上市企业一、定制家居二、公共建筑装饰三、家居家装产品部件商四、室内设计五、家居家装渠道商第四节 家居家装私募融资动态一、VR、BIM等技术公司二、家居电商三、互联网家装四、装饰建筑建材五、家装设计 第四章 我国家装所属行业发展现状分析第一节 中国家装所属行业发展状况一、家装行业发展历程二、家装行业发展特征分析三、家装行业发展热点分析四、2019年家装行业发展问题及对策第二节 2019年家装所属行业发展现状分析一、家装市场规模巨大，“大行业，小企业”特征明显二、家装行业稳步发展，改善性需求促进发展三、家装市场格局分散，集中度逐渐提升四、传统家装公司为行业主力，互联网家装公司蓬勃发展第二节 2015-2019年我国家装所属行业规模分析一、2015-2019年我国家装所属行业企业数量规模分析二、2019年我国家装所属行业从业人员数量分析三、2015-2019年我国家装所属行业市场规模分析第三节 2015-2019年我国家装所属行业经营效益分析一、家装行业盈利能力分析二、家装行业运营能力分析三、家装行业偿债能力分析四、家装行业发展能力分析 第五章 2019年家装上游市场分析第一节 家装行业上游市场发展现状一、家装行业主要原材料市场二、家居建材行业发展现状分析三、家居建材行业对家装行业的影响第二节 建筑涂料市场发展现状一、建筑涂料市场发展现状二、建筑涂料市场主要企业三、建筑涂料市场最新动态四、建筑涂料市场发展趋势五、建筑涂料行业对家装市场的影响第三节 厨卫市场发展现状一、厨卫市场发展现状二、厨卫市场主要企业三、厨卫市场最新动态四、厨卫市场发展趋势五、厨卫行业对家装市场的影响第四节 地板市场发展现状一、地板市场发展现状二、地板市场主要企业三、地板市场最新动态四、地板市场发展趋势五、地板行业对家装市场的影响第四节 陶瓷市场发展现状一、陶瓷市场发展现状二、陶瓷市场主要企业三、陶瓷市场最新动态四、陶瓷市场发展趋势五、陶瓷行业对家装市场的影响第五节 家具市场发展现状一、家具市场发展现状二、家具市场主要企业三、家具市场最新动态四、家具市场发展趋势五、家具行业对家装市场的影响第六节 住房市场对家装行业的影响一、商品房市场二、二手房市场三、精装房市场 第六章 2015-2019年中国互联网家装所属行业分析第一节 互联网家装行业发展概述一、传统家装产业复杂冗余效率低二、互联网家装产业优势三、互联网家装市场主要参与者四、互联网家装发展阶段第二节 互联网家装市场发展现状一、互联网家装市场受到资本青睐二、互联网家装APP用户规模增长情况三、2015-2019年中国互联网家装行业市场规模四、互联网家装行业

商业模式五、互联网家装市场发展核心要素

第三节 互联网家装市场主要厂商与竞争格局一、主要厂商1、土巴兔打造整装服务平台2、齐家网构建建材装修平台3、爱空间推出小米式家装产品4、其他二、竞争格局

第四节 互联网家装行业发展趋势一、2022-2028年互联网家装行业市场规模预测二、互联网家装进入洗牌阶段三、一站式家装服务前景广阔

第七章 中国家装行业竞争格局分析

第一节 传统家装企业一、东易日盛1、企业发展概况2、企业主要业务与布局3、公司经营情况4、企业发展优劣势5、企业最新发展动向二、金螳螂1、企业发展概况2、企业主要业务与布局3、公司经营情况4、企业发展优劣势5、企业最新发展动向三、广田股份1、企业发展概况2、企业主要业务与布局3、公司经营情况4、企业发展优劣势5、企业最新发展动向四、深圳市洪涛装饰股份有限公司1、企业发展概况2、企业主要业务与布局3、公司经营情况4、企业发展优劣势5、企业最新发展动向五、亚厦装饰股份有限公司1、企业发展概况2、企业主要业务与布局3、公司经营情况4、企业发展优劣势5、企业最新发展动向

第二节 互联网家装企业一、线上流量平台1、土巴兔2、齐家二、垂直服务企业1、我爱我家2、家装e站三、其他

第三节 相关行业公司一、建筑建材类1、欧派家居2、海鸥卫浴3、尚品宅配二、家居卖场1、居然之家2、红星美凯龙三、地产开发商

第八章 中国家装市场调研分析

第一节 中国家装市场消费者调研一、家装消费者特征1、家装消费者主力人群2、家装消费者学历分布3、家装消费者收入构成二、家装消费现象分析1、家庭装修考虑因素2、家装装修风格偏好3、装修模式选择4、网购家装最爱买的物品五、消费者获取装修信息的渠道1、消费者获取装修信息的渠道3、消费者对宣传媒体的选择4、网络对家装消费者的影响

第二节 互联网家装市场调研一、互联网家装用户月收入调研二、互联网家装用户对于互联网家装各项服务满意度三、互联网家装用户售后服务调研

第三节 中国家装市场品牌调研一、中国装饰品牌排名二、中国消费者对家装品牌的认知度

第九章 家装消费金融行业发展现状

第一节 家装消费金融概况一、家装消费金融业务模式二、家装消费金融产业链三、线下场景推广效果显著

第二节 家装分期市场现状分析一、家装分期市场现状二、装修分期行业梯队三、装修贷和软装贷，对风控能力要求不同

第三节 装修贷款和家装分期的区别一、担保方式二、审批效率三、额度四、期限

第四节 家装金融分期市场竞争情况一、家装消费金融平台TOP10二、百度金融进军家装分期市场三、立家金融：“互联网+家装分期”的全新模式四、贝壳金控推出装贝

第五节 家装分期产品详细介绍一、易日升家装分期（易享家）二、土巴兔-装修贷三、齐家-专享贷

第十章 广州家装市场投资情况分析

第一节 家装市场行业投资机会分析一、家装市场投资项目分析二、可以投资的家装市场模式三、2019年家装市场投资新方向四、2022-2028年家装市场行业投资的建议

第二节 影响家装市场行业发展的主要因素一、影响行业运行的有利因素分析二、影响行业运行的不利因素分析三、我国行业发展面临的挑战分析四、我国行业发展面临的机遇分析

第三节 家装市场行业投资风险分析一、行业市场风险二、行业政策风险

三、行业技术风险及控制策略四、行业其他风险及控制策略第四节 家装行业进入壁垒分析一、资质壁垒二、人才壁垒三、品牌壁垒四、从业经验壁垒 第十一章 2022-2028年家装行业发展前景分析第一节 家装行业发展趋势分析（一）一、2022-2028年家装行业市场规模预测二、全屋定制引领家装市场未来三、环保政策高频，更注重环保低碳四、二手房翻新及市场下沉将成为家装未来发展趋势第二节 互联网家装行业趋势分析一、互联网巨头将加入家装业务竞争二、家装平台将进行业务延伸，创新变现方式三、品质装修成互联网家装发展必然趋势四、智慧家装助力互联网家装品质提升第三节 家装行业研究结论与建议（一）图表目录图表：家装行业产业链图表：2015-2019年家装行业企业数量图表：2019年家装行业从业人员数量图表：家装行业集中度图表：家装消费金融平台TOP10图表：2015-2019年中国GDP及增速图表：2015-2019年全社会固定资产投资额图表：2015-2019年中国房地产开发投资图表：2015-2019年中国商品住宅投资图表：2015-2019年中国商品房施工面积图表：2015-2019年中国商品房销售面积图表：2015-2019年家装行业市场规模图表：2015-2019年互联网家装行业市场规模图表：2019年国内建筑装饰行业总产值图表：2019年国内住宅装饰业务产值图表：2019年我国新住宅和二手住宅销售价值图表：家装市场主要参与者图表：家装消费者主力人群图表：家装消费者学历分布图表：家装消费者收入构成图表：厨卫市场竞争格局图表：家具市场竞争格局更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/260423.html>