

2022-2028年中国装修行业 发展趋势与投资方向研究报告

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年中国装修行业发展趋势与投资方向研究报告》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/202110/241816.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。2016-2020年精装房占比预测与海外相比，我国精装修比例仍有较大提升空间数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国装修行业发展趋势与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了中国装修行业市场发展环境、装修整体运行态势等，接着分析了中国装修行业市场运行的现状，然后介绍了装修市场竞争格局。随后，报告对装修做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国装修行业发展趋势与投资预测。您若想对装修产业有个系统的了解或者想投资中国装修行业，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：

第一章装修行业相关概述

1.1装修行业的相关概述

1.1.1装修行业的定义

1.1.2装修材料的分类

1.1.3装修的形成

1.1.4装修行业在国民经济中的地位

1.2装修的功能与手段

1.2.1装修的功能

1.2.2装修的手段

1.3装修设计的相关概述

1.3.1装修设计的概念和分类

1.3.2中国式装修设计

第二章2015-2019年装修材料所属行业分析

我国建材家装市场经过20多年的发展于2014年突破4万亿元，并保持稳定增长态势。2018年我国家装建材市场规模达到4.34万亿元，而到2019年的市场规模将进一步增长至4.43万亿元

。2013-2019年中国家装建材行业市场规模数据来源：公开资料整理

2.12015-2019年装修材料的总体概况

2.1.1我国装修材料行业发展概述

2.1.2装修材料的发展特点

2.1.3建材下乡带动装修材料市场消费

2.1.4中国装修材料业与国外存在的差距

2.1.5中国装修材料业的发展建议

2.22015-2019年装修材料所属行业进出口数据分析

2.2.12015-2019年水泥进出口数据分析

2.2.22015-2019年木地板进出口数据分析

2.2.32015-2019年玻璃及其制品进出口数据分析

2.2.42015-2019年建筑用石及其制品进出口数据分析

2.3水泥行业发展分析

2.3.1发展回顾

2.3.2经济运行

2.3.3行业特点

2.3.4市场前景

2.4木地板行业发展分析

2.4.1发展回顾

2.4.2经济运行

2.4.3行业特点

2.4.4市场前景

2.5涂料行业发展分析

2.5.1发展回顾

2.5.2经济运行

2.5.3行业特点

2.5.4市场前景

2.6建筑陶瓷行业发展分析

2.6.1发展回顾

2.6.2经济运行

2.6.3行业特点

2.6.4市场前景

2.7玻璃行业发展分析

2.7.1发展回顾

2.7.2经济运行

2.7.3行业特点

2.7.4市场前景

2.8石材行业发展分析

2.8.1发展回顾

2.8.2经济运行

2.8.3行业特点

2.8.4市场前景

2.9塑料行业发展分析

2.9.1发展回顾

2.9.2经济运行

2.9.3行业特点

2.9.4市场前景

第三章2015-2019年中国装修行业发展环境分析

3.1装修行业政治法律环境（P）

3.1.1行业主管部门分析

3.1.2行业监管体制分析

3.1.3行业主要法律法规

3.1.4相关产业政策分析

3.1.5行业相关发展规划

3.1.6政策环境对行业的影响

3.2装修行业经济环境分析（E）

3.2.1宏观经济形势分析

3.2.2宏观经济环境对行业的影响分析

3.3装修行业社会环境分析（S）

3.3.1装修产业社会环境

3.3.2社会环境对行业的影响

3.4装修行业技术环境分析（T）

3.4.1装修技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国装修行业新技术研究
- 3.4.2装修技术发展水平
- 1、中国装修行业技术水平所处阶段
- 2、与国外装修行业的技术差距
- 3.4.3行业主要技术发展趋势
- 3.4.4技术环境对行业的影响

第四章全球装修所属行业发展概述

4.12015-2019年全球装修行业发展情况概述

4.1.1全球装修行业发展现状

4.1.2全球装修行业发展特征

4.1.3全球装修行业市场规模

4.22015-2019年全球主要地区装修行业发展状况

4.2.1欧洲装修行业发展情况概述

4.2.2美国装修行业发展情况概述

4.2.3日韩装修行业发展情况概述

4.32022-2028年全球装修行业发展前景预测

4.3.1全球装修行业市场规模预测

4.3.2全球装修行业发展前景分析

4.3.3全球装修行业发展趋势分析

4.4全球装修行业重点企业发展动态分析

第五章中国装修所属行业发展概述

5.1中国装修行业发展状况分析

5.1.1中国装修行业发展阶段

5.1.2中国装修行业发展总体概况

5.1.3中国装修行业发展特点分析

5.22015-2019年装修行业发展现状

5.2.12015-2019年中国装修行业市场规模

5.2.22015-2019年中国装修行业发展分析

5.2.32015-2019年中国装修企业发展分析

5.3 2022-2028年中国装修行业面临的困境及对策

5.3.1 中国装修行业面临的困境及对策

1、中国装修行业面临困境

2、中国装修行业对策探讨

5.3.2 中国装修企业发展困境及策略分析

1、中国装修企业面临的困境

2、中国装修企业的对策探讨

5.3.3 国内装修企业的出路分析

第六章 中国装修所属行业市场运行分析

6.1 2015-2019年中国装修所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2015-2019年中国装修所属行业产销情况分析

6.2.1 中国装修所属行业工业总产值

6.2.2 中国装修所属行业工业销售产值

6.2.3 中国装修所属行业产销率

6.3 2015-2019年中国装修行业市场供需分析

6.3.1 中国装修行业供给分析

6.3.2 中国装修行业需求分析

6.3.3 中国装修行业供需平衡

6.4 2015-2019年中国装修所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国装修行业细分市场分析

7.1 装修行业细分市场概况

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。2019-2022年毛坯占比持续下滑数据来源：公开资料整理

7.1.1市场细分充分程度

7.1.2市场细分发展趋势

7.1.3市场细分战略研究

7.1.4细分市场结构分析

7.2酒店装修行业市场

7.2.1市场发展现状概述

7.2.2行业市场规模分析

7.2.3行业市场需求分析

7.2.4产品市场潜力分析

7.3办公行政装修行业市场

7.3.1市场发展现状概述

7.3.2行业市场规模分析

7.3.3行业市场需求分析

7.3.4产品市场潜力分析

7.4别墅装修行业市场

7.4.1市场发展现状概述

7.4.2行业市场规模分析

7.4.3行业市场需求分析

7.4.4产品市场潜力分析

7.5建议

7.5.1细分市场研究结论

7.5.2细分市场建议

第八章2015-2019年装修行业重点城市分析

8.1北京装修行业分析

8.1.1北京装修企业的发展

8.1.2北京装修行业机遇与挑战并存

8.1.3发展北京装修业须建设创新型人才队伍

8.2上海装修行业分析

- 8.2.1 上海装修行业介绍
- 8.2.2 上海家装行业发展呈现新特征
- 8.2.3 上海装修市场发展现状
- 8.2.4 上海装饰行业发展的制约因素
- 8.3 深圳装修行业分析
 - 8.3.1 深圳装修业发展简况
 - 8.3.2 深圳树立装修业信息化新标杆
 - 8.3.3 深圳装修业存在的问题
- 8.4 武汉装修行业分析
 - 8.4.1 武汉装修行业回顾
 - 8.4.2 武汉市装修业的快速发展
 - 8.4.3 影响武汉装修业发展的主要问题
 - 8.4.4 建材下乡加剧武汉装修业竞争农村市场
- 8.5 成都装修行业分析
 - 8.5.1 成都市装修业回顾
 - 8.5.2 成都装修行业不断优化升级
 - 8.5.3 成都装修业面临的问题及原因
 - 8.5.4 促进成都装修业发展的对策措施
- 8.6 苏州装修行业分析
 - 8.6.1 苏州装修行业概况
 - 8.6.2 苏州市实施《市民用建筑节能管理办法》
 - 8.6.3 苏州装修业发展目标

第九章 中国装修行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国装修行业竞争格局分析
 - 9.1.1 装修行业区域分布格局
 - 9.1.2 装修行业企业规模格局
 - 9.1.3 装修行业企业性质格局
- 9.2 中国装修行业竞争五力分析
 - 9.2.1 装修行业上游议价能力
 - 9.2.2 装修行业下游议价能力
 - 9.2.3 装修行业新进入者威胁

- 9.2.4装修行业替代产品威胁
- 9.2.5装修行业现有企业竞争
- 9.3中国装修行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1装修行业优势分析（S）
 - 9.3.2装修行业劣势分析（W）
 - 9.3.3装修行业机会分析（O）
 - 9.3.4装修行业威胁分析（T）
- 9.4中国装修行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1投资兼并重组现状
 - 9.4.2投资兼并重组案例
- 9.5中国装修行业重点企业竞争策略分析

第十章中国装修行业领先企业竞争力分析

- 10.1北京港源建筑装饰工程有限公司
 - 10.1.1企业发展基本情况
 - 10.1.2企业主要产品分析
 - 10.1.3企业竞争优势分析
 - 10.1.4企业经营状况分析
 - 10.1.5企业最新发展动态
 - 10.1.6企业发展战略分析
- 10.2深圳市维业装饰设计工程有限公司
 - 10.2.1企业发展基本情况
 - 10.2.2企业主要产品分析
 - 10.2.3企业竞争优势分析
 - 10.2.4企业经营状况分析
 - 10.2.5企业最新发展动态
 - 10.2.6企业发展战略分析
- 10.3浙江省一建建设集团有限公司
 - 10.3.1企业发展基本情况
 - 10.3.2企业主要产品分析
 - 10.3.3企业竞争优势分析
 - 10.3.4企业经营状况分析

10.3.5企业最新发展动态

10.3.6企业发展战略分析

10.4深圳市建艺装饰设计工程有限公司

10.4.1企业发展基本情况

10.4.2企业主要产品分析

10.4.3企业竞争优势分析

10.4.4企业经营状况分析

10.4.5企业最新发展动态

10.4.6企业发展战略分析

10.5苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

10.5.1企业发展基本情况

10.5.2企业主要产品分析

10.5.3企业竞争优势分析

10.5.4企业经营状况分析

10.5.5企业最新发展动态

10.5.6企业发展战略分析

10.6中建南方装饰工程有限公司

10.6.1企业发展基本情况

10.6.2企业主要产品分析

10.6.3企业竞争优势分析

10.6.4企业经营状况分析

10.6.5企业最新发展动态

10.6.6企业发展战略分析

10.7浙江中南建设集团有限公司

10.7.1企业发展基本情况

10.7.2企业主要产品分析

10.7.3企业竞争优势分析

10.7.4企业经营状况分析

10.7.5企业最新发展动态

10.7.6企业发展战略分析

10.8深圳市深装总装饰工程工业有限公司

10.8.1企业发展基本情况

10.8.2企业主要产品分析
10.8.3企业竞争优势分析
10.8.4企业经营状况分析
10.8.5企业最新发展动态
10.8.6企业发展战略分析
10.9中国建筑装饰工程公司

10.9.1企业发展基本情况
10.9.2企业主要产品分析
10.9.3企业竞争优势分析
10.9.4企业经营状况分析
10.9.5企业最新发展动态
10.9.6企业发展战略分析

10.10深圳市科源建设集团有限公司
10.10.1企业发展基本情况
10.10.2企业主要产品分析
10.10.3企业竞争优势分析
10.10.4企业经营状况分析
10.10.5企业最新发展动态
10.10.6企业发展战略分析

第十一章2022-2028年中国装修行业发展趋势与前景分析

11.12022-2028年中国装修市场发展前景
11.1.12022-2028年装修市场发展潜力
11.1.22022-2028年装修市场发展前景展望
11.1.32022-2028年装修细分行业发展前景分析
11.22022-2028年中国装修市场发展趋势预测
11.2.12022-2028年装修行业发展趋势
11.2.22022-2028年装修市场规模预测
11.2.32022-2028年装修行业应用趋势预测
11.2.42022-2028年细分市场发展趋势预测
11.32022-2028年中国装修行业供需预测
11.3.12022-2028年中国装修行业供给预测

11.3.22022-2028年中国装修行业需求预测

11.3.32022-2028年中国装修供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1行业发展有利因素与不利因素

11.4.2市场整合成长趋势

11.4.3需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4企业区域市场拓展的趋势

11.4.5科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2022-2028年中国装修行业投资前景

12.1装修行业投资现状分析

12.1.1装修行业投资规模分析

12.1.2装修行业投资资金来源构成

12.1.3装修行业投资项目建设分析

12.1.4装修行业投资资金用途分析

12.1.5装修行业投资主体构成分析

12.2装修行业投资特性分析

12.2.1装修行业进入壁垒分析

12.2.2装修行业盈利模式分析

12.2.3装修行业盈利因素分析

12.3装修行业投资机会分析

12.3.1产业链投资机会

12.3.2细分市场投资机会

12.3.3重点区域投资机会

12.3.4产业发展的空白点分析

12.4装修行业投资风险分析

12.4.1装修行业政策风险

12.4.2宏观经济风险

12.4.3市场竞争风险

12.4.4关联产业风险

12.4.5产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资风险

12.5 装修行业投资潜力与建议

12.5.1 装修行业投资潜力分析

12.5.2 装修行业最新投资动态

12.5.3 装修行业投资机会与建议

第十三章 2022-2028年中国装修企业投资战略与客户策略分析

13.1 装修企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 装修企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 装修企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 装修中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

1、缺乏科学的发展战略

2、缺乏合理的企业制度

3、缺乏现代的企业管理

4、缺乏高素质的专业人才

5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

第十四章研究结论及建议（）

14.1研究结论

14.2建议

14.2.1行业发展策略建议

14.2.2行业投资方向建议

14.2.3行业投资方式建议（）

图表目录：

图表：装修行业特点

图表：装修行业生命周期

图表：装修行业产业链分析

图表：2015-2019年装修行业市场规模分析

图表：2022-2028年装修行业市场规模预测

图表：中国装修行业盈利能力分析

图表：中国装修行业运营能力分析

图表：中国装修行业偿债能力分析

图表：中国装修行业发展能力分析

图表：中国装修行业经营效益分析

图表：2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表：2015-2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表：2015-2019年中国规模以上工业增加值月度增长速度

图表：2015-2019年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图

图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表：2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图

图表：2015-2019年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表：2015-2019年中国货物进出口总额变化趋势图

图表：2015-2019年中国房地产开发投资增速变化趋势图

图表：2015-2019年中国房地产开发企业土地购置面积增速变化趋势图

图表：2015-2019年中国商品房销售面积及销售额增速变化趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/241816.html>