

2018-2024年中国全装修市 场供需与战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国全装修市场供需与战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R04/R0403/201807/26-268516.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

我国全装修市场发展晚，空间巨大：1）我国住宅全装修政策发展始于2002年《商品住宅装修一次到位实施细则》，和日本（年《商品住宅装修一次到位实施细则》，和日本（20世纪60年代）等发达国家相比，起步较晚展滞后全装修市场正处成长期；等发达国家相比，起步较晚展滞后全装修市场正处成长期；2）现阶段我国全装修渗透率不足20%，北上等一线城市渗透率可达50%，单相较于发达国家80%的渗透率成长空间巨大。我国和美、日全装修行业发展对比：发展晚，渗透率低

日本	美国	开始阶段	中国
20世纪60年代	20世纪60年代	20世纪60年代	20世纪末
首部政策发布时间	2002	1959	——
当下渗透率	15%-20%	> 80%	> 80%

资料来源：公开资料整理

长租公寓对于购房需求的挤出效应，2020年全装修市场规模超5000亿元，四年CAGR达26%，2025年全装修市场规模有望破万亿：1）将住宅新开工面积分为普通住宅（购房需求）新开工和长租公寓（租赁需求）新开工面积，考虑2017-2020年长租公寓新开工满足10%的租客需求（现阶段满足2%的租客需求），2021-2025年长租公寓新开工面积满足30%的租客需求，则2017-2020/2021-2025新开工面积达4.29/13.4亿平米，假设每年以匀速递增，则2017-2020年/2021-2025年均长租公寓新开工面积为1.07/2.68亿平米，根据2020/2025年住宅新开工面积分别为14.39亿平米，则2020/2025年普通住宅新开工为13.32/11.71亿平米；2）2020/2025年普通住宅全装修比例按30%/50%预计，假设长租公寓全装修比例达100%，按全装修1000-1200元/平米的价格测算，预计2020年全装修市场规模为5068-6082亿元，四年CAGR达26%，预计2025年全装修市场规模达8536-10244亿元，九年CAGR达17%。考虑长租公寓对于购房需求的挤占，预计2020年全装修市场规模超5000亿元，四年CAGR达26%，2025年全装修市场规模有望破万亿

资料来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国全装修市场供需与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国全装修行业市场发展环境、全装修整体运行态势等，接着分析了中国全装修行业市场运行的现状，然后介绍了全装修市场竞争格局。随后，报告对全装修做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国全装修行业发展趋势与投资预测。您若想对全装修产业有个系统的了解或者想投资中国全装修行业，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：

第一章全装修房行业相关概述

第一节全装修房行业定义及分类

第二节全装修房行业管理体制

第三节全装修房行业生命周期

第四节全装修房行业在国民经济中地位

第五节全装修房行业投资特性分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期性

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

九、盈利因素分析

十、盈利模式分析

第二章2017年中国全装修房产业发展环境分析

第一节2017年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、消费价格指数CPI、PPI

四、全国居民收入情况

五、恩格尔系数

六、工业发展形势

七、财政收支状况

八、2018-2024年中国宏观经济发展预测分析

第二节中国全装修房行业主要法律法规及政策

第三节2017年中国全装修房产业社会环境发展分析

一、国内社会环境发展现状

二、社会环境发展分析

- 1、人口环境状况
- 2、教育、科学技术和文化
- 3、卫生和社会服务
- 4、资源、环境和安全生产
- 5、中国城镇化率
- 6、居民的各种消费观念和习惯

三、2017年全装修房行业市场环境分析

第四节2017年中国全装修房产业技术环境发展分析

第三章2016-2017年世界全装修房行业发展状况分析

第一节2016-2017年全球宏观经济发展回顾

第二节2016-2017年世界全装修房行业运行概况

第三节2016-2017年世界全装修房行业市场规模分析

第四节2016-2017年世界主要地区全装修房行业运行情况

一、北美

二、欧洲

三、亚太

第五节2018-2024年世界全装修房行业发展趋势分析

第四章2015-2017年中国全装修房市场供需分析

第一节中国全装修房市场供给状况

一、2015-2017年中国全装修房供给分析

二、2018-2024年中国全装修房供给预测

第二节中国全装修房市场需求状况

一、2015-2017年中国全装修房市场需求分析

二、2018-2024年中国全装修房市场需求预测
预计2020年全装修市场规模达5千亿元（四年CAGR达20%），预计2025年全装修市场规模超7千亿元：根据十三五规划，2020年新开工全装修成品住宅面积达30%。1）据预测，2017/2018/2019年住宅新开工面积同增10%/6.5%/6%，2020-2025年，地产新开工面积维持0增长，2016年地产新开工面积为11.59亿平米，则2020/2025年地产新开工面积均为14.39亿平米；2）估计现阶段全装修渗透率17.5%，全装修每平米1000-1200元的装修价格，预计2020年全装修市场规模达4318-5181亿元，2016-2020年四

年CAGR达20%；3）假设2025年全装修渗透率达50%，预计2025年全装修市场规模达7196-8635亿元。

预计2025年全装修市场规模超7千亿元		-	2016	
2020	2025	全装修价格（元/平米）		
1000	1200	1000	1200	1000
1200	全装修渗透率			17.50%
17.50%	30%	30%	50%	
50%	住宅新开工面积（亿平米）			11.59
11.59	14.39	14.39	14.39	
14.39	资料来源：公开资料整理			

第三节2017年中国全装修房市场价格回顾

第五章2017年中国全装修房行业发展概况及竞争策略分析

第一节2017年中国全装修房行业发展态势分析

第二节2017年中国全装修房行业发展特点分析

第三节2017年中国全装修房行业市场供需分析

第四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

五、客户议价能力

第五节全装修房市场竞争策略分析

一、全装修房市场增长潜力分析

二、全装修房产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第六章中国全装修房行业产业链分析

第一节全装修房行业产业链概述

第二节全装修房上游产业发展状况分析

一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节全装修房下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第七章2017年中国全装修房行业竞争格局分析

第一节中国全装修房行业竞争格局综述

一、全装修房行业竞争概况

二、中国全装修房行业竞争力分析

三、中国全装修房产品（服务）竞争力优势分析

四、全装修房行业主要企业竞争力分析

第二节2017年全装修房行业竞争格局分析

一、2017年国内外全装修房竞争分析

二、2017年我国全装修房市场竞争分析

三、2017年我国全装修房市场集中度分析

四、2017年国内主要全装修房企业动向

五、2017年国内全装修房企业拟在建项目分析

第三节全装修房市场竞争策略分析

第四节2017年我国全装修房行业SWOT分析

第八章2015-2017年中国全装修房所属行业数据监测分析

第一节2015-2017年中国全装修房所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节2015-2017年中国全装修房所属行业产值分析

第三节2015-2017年中国全装修房所属行业成本费用分析

一、成本费用结构变动趋势

二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节2015-2017年中国全装修房所属行业运营效益分析

一、资产收益率分析

二、销售利润率分析

三、总资产周转率分析

四、流动资产周转率分析

五、销售增长率分析

六、利润增长率分析

七、资产负债率分析

第九章中国全装修房行业进出口区域市场分析

第一节华北地区全装修房行业发展现状及趋势分析

一、华北地区区域特征及经济现状

二、华北地区全装修房行业发展现状及规模统计

三、华北地区全装修房行业发展前景预测

第二节东北地区全装修房行业发展现状及趋势分析

一、东北地区区域特征及经济现状

二、东北地区全装修房行业发展现状及规模统计

三、东北地区全装修房行业发展前景预测

第三节华东地区全装修房行业发展现状及趋势分析

一、华东地区区域特征及经济现状

二、华东地区全装修房行业发展现状及规模统计

三、华东地区全装修房行业发展前景预测

第四节华南地区全装修房行业发展现状及趋势分析

一、华南地区区域特征及经济现状

二、华南地区全装修房行业发展现状及规模统计

三、华南地区全装修房行业发展前景预测

第五节华中地区全装修房行业发展现状及趋势分析

一、华中地区区域特征及经济现状

二、华中地区全装修房行业发展现状及规模统计

三、华中地区全装修房行业发展前景预测

第六节西南地区全装修房行业发展现状及趋势分析

一、西南地区区域特征及经济现状

二、西南地区全装修房行业发展现状及规模统计

三、西南地区全装修房行业发展前景预测

第七节西北地区全装修房行业发展现状及趋势分析

一、西北地区区域特征及经济现状

二、西北地区全装修房行业发展现状及规模统计

三、西北地区全装修房行业发展前景预测

第十章2017年我国全装修房行业典型企业经营态势分析

第一节亚厦装饰股份

一、全装修房概况

二、全装修房竞争优势分析

三、全装修房经营状况分析

四、2018-2024年企业发展战略分析

第二节中南建设

一、全装修房概况

二、全装修房竞争优势分析

三、全装修房经营状况分析

四、2018-2024年企业发展战略分析

第三节武林装饰

一、全装修房概况

二、全装修房竞争优势分析

三、全装修房经营状况分析

四、2018-2024年企业发展战略分析

第四节铭成装饰

一、全装修房概况

二、全装修房竞争优势分析

三、全装修房经营状况分析

四、2018-2024年企业发展战略分析

第五节绿城装饰

- 一、全装修房概况
- 二、全装修房竞争优势分析
- 三、全装修房经营状况分析
- 四、2018-2024年企业发展战略分析

第十一章2018-2024年中国全装修房行业发展趋势与前景分析

第一节2018-2024年中国全装修房行业投资前景分析

- 一、全装修房行业发展前景
- 二、全装修房发展趋势分析

第二节2018-2024年中国全装修房行业投资风险分析

- 一、产业政策分析
- 二、原材料风险分析
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第三节2018-2024年全装修房行业投资策略及建议

第十二章全装修房企业投资战略与客户策略分析（ZY GXH）

第一节全装修房企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节全装修房企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节全装修房企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节全装修房企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略（ZY GXH）

图表目录：

图表：2015-2017年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2017年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2015-2017年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2017年我国居民消费价格上涨情况

图表：2015-2017年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2015-2017年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2015-2017年公共财政收入及其增长速度

图表：2017年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2017年我国汇率变化情况

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/201807/26-268516.html>