

2020-2026年中国室内设计 市场前景研究与市场供需预测报告

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

《2020-2026年中国室内设计市场前景研究与市场供需预测报告》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/R0405/202004/09-342525.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

报告目录：

第1章：中国室内设计行业发展综述

1.1 室内设计行业发展概述

1.1.1 中国室内设计行业的定义

1.1.2 室内设计行业相近概念

（1）室内设计与建筑设计

（2）室内设计与装饰装修

1.1.3 中国室内设计行业主要业务范围

1.1.4 中国室内设计行业主要发展历程

1.1.5 中外室内设计行业发展状况对比

1.2 室内设计行业宏观环境分析

1.2.1 室内设计行业社会环境分析

（1）人口环境分析

（2）文化环境分析

（3）生态环境分析

（4）城镇化进程分析

（5）消费观念与习惯

1.2.2 室内设计行业政策环境分析

（1）行业相关政策汇总

（2）行业重点规划

1.2.3 室内设计行业经济环境分析

（1）我国GDP增长情况

（2）室内设计行业产业环境

1.2.4 室内设计行业技术环境分析

（1）室内设计专利申请数分析

（2）室内设计专利申请人分析

（3）室内设计专利技术构成分析

第2章：中国室内设计行业市场规模与客户开发策略

2.1 室内设计行业市场规模分析

- 2.1.1 室内设计行业产值规模分析
- 2.1.2 室内设计行业规模分析
- 2.2 室内设计行业竞争状况分析
 - 2.2.1 室内设计行业竞争层次分析
 - 2.2.2 室内设计行业集中度分析
 - 2.2.3 室内设计行业竞争程度分析
 - 2.2.4 室内设计行业竞争趋势分析
- 2.3 室内设计行业消费心理与设计策略分析
 - 2.3.1 室内设计行业消费者心理分析
 - (1) 室内设计消费心理的特殊性
 - (2) 室内设计消费心理因素分析
 - (3) 室内设计消费心理原因与动机
 - 2.3.2 室内设计要素与消费心理分析
 - (1) 室内设计空间布局与消费心理
 - (2) 室内设计色彩基调与消费心理
 - (3) 室内设计灯光效果与消费心理
 - (4) 室内设计材质机理与消费心理
 - (5) 室内设计装饰元素与消费心理
 - (6) 室内设计装饰风格与消费心理
 - 2.3.3 基于消费心理的室内设计策略
- 2.4 室内设计行业市场需求分析预测
 - 2.4.1 室内设计行业市场需求特征分析
 - 2.4.2 室内设计行业市场需求前景与其
- 2.5 室内设计行业客户开发策略分析
 - 2.5.1 室内设计行业的客户特征分析
 - 2.5.2 室内设计行业客户管理策略分析
 - 2.5.3 家居行业设计师渠道模式分析
 - (1) 传统型运作方式
 - (2) 聚会型运作方式
 - (3) 竞赛型运作方式
 - (4) 情感型运作方式
 - (5) 品牌型设运作方式

2.6 室内设计行业供应商品品牌分析

2.6.1 卫浴类产品品牌分析

- (1) 中国知名卫浴品牌构成
- (2) 中国知名卫浴产品特点分析
- (3) 卫浴品牌选购策略分析

2.6.2 办公家具类产品品牌分析

- (1) 中国知名办公家具品牌构成
- (2) 中国知名办公家具品牌特点分析
- (3) 办公家具品牌选购策略分析

2.6.3 厨房类产品品牌分析

- (1) 中国知名厨房类产品品牌分析
- (2) 中国知名厨房类品牌特点分析
- (3) 知名厨房类品牌选购策略分析

2.6.4 地面材料类产品品牌分析

- (1) 中国知名地面材料品牌构成
- (2) 中国知名地面材料品牌特点分析
- (3) 地面材料品牌选购策略分析

2.6.5 家具类产品品牌分析

- (1) 中国知名家具品牌构成
- (2) 中国知名家具品牌特点分析
- (3) 知名家具品牌选购策略分析

2.6.6 灯饰类产品品牌分析

- (1) 中国知名灯饰类品牌构成
- (2) 中国知名灯饰类品牌特点分析
- (3) 灯饰类品牌选购策略分析

2.6.7 照明类产品品牌分析

- (1) 中国知名照明类品牌构成
- (2) 中国知名照明类品牌特点分析
- (3) 照明类品牌选购策略分析

2.7 室内设计行业的精益管理分析

2.7.1 传统设计与精益设计的比较

2.7.2 精益化设计实施的框架分析

- 2.7.3 精益化设计总体流程规划分析
- 2.7.4 室内设计施工完成度评估分析
- 2.7.5 精益化设计案例——设计色彩的精益化
- 2.7.6 精益化设计案例——施工的精益化

第3章：中国酒店设计市场需求分析与趋势预测

3.1 酒店设计行业总体发展状况分析

3.1.1 中国酒店行业发展趋势分析

3.1.2 中国酒店行业品牌竞争分析

3.1.3 中国酒店行业发展规模分析

（1）中国酒店行业供给规模分析

（2）酒店行业需求规模分析

3.1.4 酒店设计行业总体发展分析

3.1.5 酒店设计行业存在问题分析

3.1.6 酒店设计行业发展趋势预测

（1）从单一商务酒店向会议酒店、公寓酒店、主题酒店和休闲度假店多元发展

（2）环保、绿色，可持续的具有民族和地域特色的设计，将是未来中国酒店设计发展的方向

（3）在注重本土文化的同时，风格日趋现代、简约和时尚

3.2 经济型酒店设计市场需求分析与发展趋势

3.2.1 经济型酒店定义及特征分析

（1）经济型酒店分类

（2）经济型酒店特征

（3）经济型酒店发展阶段

3.2.2 经济型酒店发展概况

3.2.3 经济型酒店领先企业市场拓展策略分析

（1）品牌塑造方面

（2）客源市场定位方面

（3）资本投入方面

（4）价格制定方面

（5）人力资源方面

（6）网络营销方面

3.2.4 经济型酒店设计市场现状与存在问题分析

3.2.5 经济型酒店设计市场发展趋势与前景分析

(1) 发展趋势

(2) 发展前景

3.3 旅游度假酒店设计市场需求分析与发展趋势

3.3.1 旅游度假酒店发展现状

(1) 商务型酒店

(2) 会议型酒店

(3) 经济连锁酒店

(4) 公寓式酒店

(5) 度假型酒店

3.3.2 旅游度假酒店发展概况

3.3.3 旅游度假酒店市场拓展策略分析

(1) 远离客源地，知名度很重要

(2) 市场需求多样，度假产品开发很必要

(3) 关注交通，把握可进入性

(4) 分清酒店权益，平衡直销与分销的关系

3.3.4 旅游度假酒店设计市场现状与存在问题分析

3.3.5 旅游度假酒店设计市场发展趋势与前景分析

(1) 发展趋势

(2) 前景分析

3.4 产权式酒店设计市场需求分析与发展趋势

3.4.1 产权式酒店定义及特征分析

(1) 产权酒店概念

(2) 产权酒店特征

3.4.2 产权式酒店市场规模

3.4.3 产权式酒店发展策略

3.4.4 产权式酒店设计市场现状

3.4.5 产权式酒店设计市场发展趋势与前景分析

(1) 发展趋势

(2) 发展前景

3.5 精品酒店设计市场需求分析与发展趋势

3.5.1 精品酒店定义及特征分析

(1) 精品酒店概念

(2) 精品酒店特征

3.5.2 精品酒店市场规模与潜在市场容量

3.5.3 精品酒店领先企业市场拓展策略分析

3.5.4 精品酒店设计市场现状与存在问题分析

3.5.5 精品酒店设计市场典型设计案例分析

3.5.6 精品酒店设计市场发展趋势与前景分析

(1) 发展趋势

(2) 前景分析

3.6 主题酒店设计市场需求分析与发展趋势

3.6.1 主题酒店定义及特征分析

(1) 主题酒店概念

(2) 主题酒店特征

3.6.2 主题酒店市场规模与潜在市场容量

3.6.3 主题酒店领先企业市场拓展策略分析

(1) 创新取胜策略

(2) 服务取胜策略

(3) 快速取胜策略

(4) 优势取胜策略

(5) 联营取胜策略

3.6.4 主题酒店设计市场现状与存在问题分析

3.6.5 主题酒店设计市场典型设计案例分析

3.6.6 主题酒店设计市场发展趋势与前景分析

(1) 确立适合的主题文化是关键

(2) 重视主题化的功能需求

(3) 强化主题酒店的营销策略

(4) 酒店设计注重诠释主题元素

(5) 重视酒店运营的主题化延伸

第4章：中国住宅空间设计市场需求分析与趋势预测

4.1 中国房地产业发展态势分析

4.1.1 房地产行业开发景气度分析

- 4.1.2 房地产行业开发投资规模分析
- 4.1.3 房地产行业市场供给状况分析
- 4.1.4 房地产行业土地市场需求分析
- 4.1.5 房地产行业价格增长态势分析
- 4.2 中国住宅市场发展规模与趋势分析
 - 4.2.1 中国住宅市场概况
 - 4.2.2 住宅用地供应情况分析
 - 4.2.3 住宅市场潜在市场容量
 - 4.2.4 住宅市场未来发展趋势
- 4.3 中国住宅空间设计市场需求分析
 - 4.3.1 住宅空间设计策略与典型案例分析
 - (1) 住宅空间设计趋势分析
 - (2) 低碳化住宅空间设计策略分析
 - 4.3.2 住宅空间设计主要企业
 - 4.3.3 住宅空间设计市场规模与潜在市场容量
 - 4.3.4 住宅空间设计领先企业市场拓展策略分析
 - 4.3.5 住宅空间设计市场现状与存在问题分析
 - 4.3.6 住宅空间设计市场发展前景分析

第5章：中国办公空间设计市场需求分析与趋势预测

- 5.1 商办用地市场供需状况分析
 - 5.1.1 商办用地供给状况分析
 - 5.1.2 商办用地需求状况分析
 - (1) 商业用地成交面积分析
 - (2) 商业用地成交价格分析
 - (3) 商业用地成交价格分析
 - 5.1.3 商办用地供需平衡分析
- 5.2 办公楼市场新增供给与需求规模分析
 - 5.2.1 办公楼开发投资规模分析
 - 5.2.2 办公楼新增供给规模分析
 - 5.2.3 办公楼市场需求规模分析
- 5.3 办公空间设计市场需求分析与趋势预测

5.3.1 办公空间设计的定义与特点分析

5.3.2 办公空间设计策略与典型案例分析

(1) 办公模式

(2) 动办公模式

(3) 商务中心办公模式

(4) 办公空间设计案例——上海汽车工业大厦办公楼

5.3.3 办公空间设计市场竞争格局与集中度分析

5.3.4 办公空间设计市场规模

5.3.5 办公空间设计领先企业市场拓展策略分析

5.3.6 办公空间设计市场发展趋势与前景分析

(1) 发展趋势

(2) 发展前景

第6章：中国交通空间设计市场需求分析与趋势预测

6.1 轨道交通空间设计市场需求与趋势预测

6.1.1 轨道交通建设投资规模分析

(1) 轨道建设情况

(2) 轨道交通建设投资规模分析

6.1.2 轨道交通空间设计需求预测

6.2 航空机场空间设计市场需求与趋势预测

6.2.1 航空机场建设现状

6.2.2 航空机场投资规模

6.2.3 航空机场建设规划

6.2.4 航空机场空间设计需求预测

6.3 港口码头空间设计市场需求与趋势预测

6.3.1 港口码头建设投资规模

6.3.2 港口码头建设规模分析

6.3.3 港口码头空间设计需求预测

(1) 外贸概况

(2) 航运概况

(3) 需求分析

第7章：中国室内设计行业区域市场投资机会分析

7.1 北京市室内设计市场投资机会分析

7.1.1 北京市室内设计市场发展规模

- (1) 北京市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
- (2) 北京市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.1.2 北京市室内设计市场发展特点

- (1) 北京市总体来看，公共设施室内设计市场较大，住宅等房屋室内设计市场规模较小
- (2) 住宅、写字楼和商业营业用房室内设计市场竞争激烈
- (3) 北京市室内设计行业未来发展潜力较大

7.1.3 北京市室内设计市场投资潜力

7.1.4 北京市室内设计市场投资策略

- (1) 扩大低端市场规模
- (2) 有实力的企业应该向高端市场转移。

7.2 上海市室内设计市场投资机会分析

7.2.1 上海市室内设计市场发展规模

- (1) 上海市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
- (2) 上海市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.2.2 上海市室内设计市场发展特点

- (1) 上海市室内设计行业内集中度较低
- (2) 中低端市场竞争较为激烈
- (3) 高端市场规模占比较大，且前景较为广阔

7.2.3 上海市室内设计市场投资潜力

7.2.4 上海市室内设计市场投资策略

- (1) 中低端市场趋于饱和，高端市场需求旺盛
- (2) 室内设计应该最大程度的满足客户需求

7.3 深圳市室内设计市场投资机会分析

7.3.1 深圳市室内设计市场发展规模

- (1) 深圳市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
- (2) 深圳市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.3.2 深圳市室内设计市场发展特点

- (1) 深圳市总体来看，公共设施室内设计市场较大，住宅等房屋室内设计市场规模较小
- (2) 深圳市室内设计行业未来发展潜力较大

7.3.3 深圳市室内设计市场投资潜力

7.3.4 深圳市室内设计市场投资策略

- (1) 在保持现有市场的前提下,争取开拓高端室内行业的市场
- (2) 随着房地产市场的风险的增大,室内设计行业市场风险也增大

7.4 广州市室内设计市场投资机会分析

7.4.1 广州市室内设计市场发展规模

- (1) 广州市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
- (2) 广州市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.4.2 广州市室内设计市场发展特点

- (1) 广州市总体来看,公共设施室内设计市场较大,住宅等房屋室内设计市场规模较小
- (2) 住宅、写字楼和商业营业用房室内设计市场竞争激烈。

7.4.3 广州市室内设计市场投资潜力

7.4.4 广州市室内设计市场投资策略

7.5 天津市室内设计市场投资机会分析

7.5.1 天津市室内设计市场发展规模

- (1) 天津市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
- (2) 天津市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.5.2 天津市室内设计市场发展特点

7.5.3 天津市室内设计市场投资潜力

7.5.4 天津市室内设计市场投资策略

7.6 重庆市室内设计市场投资机会分析

7.6.1 重庆市室内设计市场发展规模

- (1) 重庆市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
- (2) 天津市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.6.2 重庆市室内设计市场发展特点

- (1) 低端市场规模较小
- (2) 中低端市场竞争相对较为激烈

7.6.3 重庆市室内设计市场投资潜力

7.6.4 重庆市室内设计市场投资策略

7.7 石家庄市室内设计市场投资机会分析

7.7.1 石家庄市室内设计市场发展规模

- (1) 石家庄商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 石家庄商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.7.2 石家庄市室内设计市场发展特点

7.7.3 石家庄市室内设计市场投资潜力

7.7.4 石家庄市室内设计市场投资策略

7.8 太原市室内设计市场投资机会分析

7.8.1 太原市室内设计市场发展规模

(1) 太原市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 太原市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.8.2 太原市室内设计市场发展特点

7.8.3 太原市室内设计市场投资潜力

7.8.4 太原市室内设计市场投资策略

7.9 沈阳市室内设计市场投资机会分析

7.9.1 沈阳市室内设计市场发展规模

(1) 沈阳市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 沈阳市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.9.2 沈阳市室内设计市场发展特点

7.9.3 沈阳市室内设计市场投资潜力

7.9.4 沈阳市室内设计市场投资策略

7.10 长春市室内设计市场投资机会分析

7.10.1 长春市室内设计市场发展规模

(1) 长春市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 长春市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.10.2 长春市室内设计市场发展特点

7.10.3 长春市室内设计市场投资潜力

7.10.4 长春市室内设计市场投资策略

7.11 哈尔滨市室内设计市场投资机会分析

7.11.1 哈尔滨市室内设计市场发展规模

(1) 哈尔滨市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 哈尔滨市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.11.2 哈尔滨市室内设计市场发展特点

7.11.3 哈尔滨市室内设计市场投资潜力

7.11.4 哈尔滨市室内设计市场投资策略

7.12 南京市室内设计市场投资机会分析

7.12.1 南京市室内设计市场发展规模

(1) 南京市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 南京市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.12.2 南京市室内设计市场发展特点

7.12.3 南京市室内设计市场投资潜力

7.12.4 南京市室内设计市场投资策略

7.13 杭州市室内设计市场投资机会分析

7.13.1 杭州市室内设计市场发展规模

(1) 杭州市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 杭州市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.13.2 杭州市室内设计市场发展特点

7.13.3 杭州市室内设计市场投资潜力

7.13.4 杭州市室内设计市场投资策略

7.14 合肥市室内设计市场投资机会分析

7.14.1 合肥市室内设计市场发展规模

(1) 合肥市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 合肥市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.14.2 合肥市室内设计市场发展特点

7.14.3 合肥市室内设计市场投资潜力

7.14.4 合肥市室内设计市场投资策略

7.15 福州市室内设计市场投资机会分析

7.15.1 福州市室内设计市场发展规模

(1) 福州市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 福州市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.15.2 福州市室内设计市场发展特点

7.15.3 福州市室内设计市场投资潜力

7.15.4 福州市室内设计市场投资策略

7.16 南昌市室内设计市场投资机会分析

7.16.1 南昌市室内设计市场发展规模

(1) 南昌市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 南昌市商品住宅发展及其室内设计市场规模

- 7.16.2 南昌市室内设计市场发展特点
- 7.16.3 南昌市室内设计市场投资潜力
- 7.16.4 南昌市室内设计市场投资策略
- 7.17 济南市室内设计市场投资机会分析
 - 7.17.1 济南市室内设计市场发展规模
 - (1) 济南市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
 - (2) 济南市商品住宅发展及其室内设计市场规模
 - 7.17.2 济南市室内设计市场发展特点
 - 7.17.3 济南市室内设计市场投资潜力
 - 7.17.4 济南市室内设计市场投资策略
- 7.18 郑州市室内设计市场投资机会分析
 - 7.18.1 郑州市室内设计市场发展规模
 - (1) 郑州市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
 - (2) 郑州市商品住宅发展及其室内设计市场规模
 - 7.18.2 郑州市室内设计市场发展特点
 - 7.18.3 郑州市室内设计市场投资潜力
 - 7.18.4 郑州市室内设计市场投资策略
- 7.19 武汉市室内设计市场投资机会分析
 - 7.19.1 武汉市室内设计市场发展规模
 - (1) 武汉市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
 - (2) 武汉市商品住宅发展及其室内设计市场规模
 - 7.19.2 武汉市室内设计市场发展特点
 - 7.19.3 武汉市室内设计市场投资潜力
 - 7.19.4 武汉市室内设计市场投资策略
- 7.20 长沙市室内设计市场投资机会分析
 - 7.20.1 长沙市室内设计市场发展规模
 - (1) 长沙市商业地产发展规模及其室内设计市场规模
 - (2) 长沙市商品住宅发展及其室内设计市场规模
 - 7.20.2 长沙市室内设计市场发展特点
 - 7.20.3 长沙市室内设计市场投资潜力
 - 7.20.4 长沙市室内设计市场投资策略
- 7.21 海口市室内设计市场投资机会分析

7.21.1 海口市室内设计市场发展规模

(1) 海口市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 海口市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.21.2 海口市室内设计市场发展特点

7.21.3 海口市室内设计市场投资潜力

7.21.4 海口市室内设计市场投资策略

7.22 成都市室内设计市场投资机会分析

7.22.1 成都市室内设计市场发展规模

(1) 成都市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 成都市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.22.2 成都市室内设计市场发展特点

7.22.3 成都市室内设计市场投资潜力

7.22.4 成都市室内设计市场投资策略

7.23 贵阳市室内设计市场投资机会分析

7.23.1 贵阳市室内设计市场发展规模

(1) 贵阳市商业地产发展规模及其室内设计市场规模

(2) 贵阳市商品住宅发展及其室内设计市场规模

7.23.2 贵阳市室内设计市场发展特点

7.23.3 贵阳市室内设计市场投资潜力

7.23.4 贵阳市室内设计市场投资策略

第8章：中国室内设计重点企业经营状况分析

8.1 大龙头一体化设计企业室内设计业务经营策略分析

8.1.1 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业室内设计业务经营现状分析

- (4) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (5) 企业主营业务分地区分析
- (6) 企业发展优劣势分析

8.1.2 深圳市洪涛装饰股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业室内设计业务经营现状分析
- (4) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (5) 企业发展优劣势分析

8.1.3 深圳广田集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业室内设计业务经营现状分析
- (4) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (5) 企业主营业务分地区分析
- (6) 企业发展优劣势分析

8.1.4 浙江亚厦装饰股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业室内设计业务经营现状分析

(4) 企业室内设计业务市场拓展策略

(5) 企业主营业务分地区分析

(6) 企业发展优劣势分析

8.2 标杆室内设计企业经营状况与市场策略分析

8.2.1 北京阔达建筑装饰工程有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.2 业之峰诺华家居装饰集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.3 广东星艺装饰集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.4 大连纬图建筑设计装饰工程有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.5 柳州市喜百年装饰装璜有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.6 北京元洲装饰有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.7 黑龙江国光建筑装饰设计研究院有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.8 湖南点石装饰设计工程有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.9 北京龙发建筑装饰工程有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.10 鼎装饰股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.11 北京清尚建筑设计研究院有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.12 上海捷森室内设计有限公司

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.13 上海全筑建筑装饰集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.14 上海现代建筑装饰环境设计研究院有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.15 深圳毕路德建筑顾问有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.16 深圳市鸿艺源建筑室内设计有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.17 深圳市名雕装饰股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略
- (4) 企业发展优势劣势分析

8.2.18 深圳市品伊设计顾问有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业室内设计业务经营现状分析
- (3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.19 红蚂蚁装饰股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.20 中建一局集团装饰工程有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

8.2.21 上海市建筑装饰工程集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业室内设计业务经营现状分析

(3) 企业室内设计业务市场拓展策略

(4) 企业发展优势劣势分析

第9章：中国室内设计行业发展趋势与投资战略规划

9.1 室内设计行业进入退出壁垒分析

9.1.1 室内设计行业进入壁垒分析

9.1.2 室内设计行业发展壁垒分析

9.1.3 室内设计行业退出壁垒分析

9.2 室内设计行业投资风险与投资对策

9.2.1 室内设计行业主要投资风险分析

(1) 诉讼风险

(2) 市场风险

(3) 宏观经济波动和政策风险

9.2.2 室内设计行业主要投资对策建议

(1) 公共建筑领域为投资蓝海领域

(2) 行业风险加大，企业应该规避非系统风险

9.3 室内设计行业发展趋势与前景预测

图表目录

图表1：室内设计包括范围

图表2：我国室内设计发展历程

图表3：中外室内设计行业发展状况对比

图表4：2017-2019年中国人口数量及增长情况（单位：万人，%）

图表5：2017-2019年中国城镇化率变化分析图（单位：%）

图表6：中国城市化进程发展阶段

图表7：我国室内设计行业主要条例及规范

图表8：“十三五”期间建筑业发展九大目标

图表9：“十三五”绿色建筑规划发展目标

图表10：2017-2019H1中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表11：2017-2019H1中国建筑业总产值及其占GDP的比重（单位：万亿元，%）

图表12：2017-2019H1中国建筑业增加值及其增长情况（单位：亿元，%）

图表13：2017-2019H1建筑业企业签订合同总额、新签合同额及增速（单位：万亿元，%）

图表14：2017-2019H1我国建筑业企业房屋施工面积、竣工面积及增速（单位：亿平方米，%）

图表15：2017-2019年室内设计相关专利申请数量变化图（单位：项）

图表16：2017-2019年室内设计相关专利公开数量变化图（单位：项）

图表17：截至2019年室内设计相关专利申请人Top10（单位：项）

图表18：截至2019年室内设计相关专利分布领域（前十位）（单位：项）

图表19：2017-2019年室内设计行业产值规模（单位：万亿，%）

图表20：2017-2019年中国建筑装饰企业数量（单位：万家）

图表21：2016-2019年建筑装饰市场行业集中度（前五企业）分析（单位：%）

图表22：我国建筑装饰行业现有企业的竞争分析

图表23：室内设计行客户需求

图表24：我国建筑装饰行业现有企业的竞争分析

图表25：卫浴品牌三大阵营

图表26：部分中国知名卫浴产品特点

图表27：卫浴品牌选购策略分析

图表28：中国知名办公家具品牌及概况

图表29：中国知名整体厨房品牌及概况

图表30：瓷砖行业三大梯队格局

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0405/202004/09-342525.html>