

2022-2028年中国建筑装饰 装修行业研究与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国建筑装饰装修行业研究与行业竞争对手分析报告》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/R0403/202201/24-451449.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

为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的使用功能和美化建筑物，采用装饰装修材料或饰物，对建筑物的内外表面及空间进行的各种处理过程。

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国二片罐行业研究与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了建筑装饰装修行业市场发展环境、建筑装饰装修整体运行态势等，接着分析了建筑装饰装修行业市场运行的现状，然后介绍了建筑装饰装修市场竞争格局。随后，报告对建筑装饰装修做了重点企业经营状况分析，最后分析了建筑装饰装修行业发展趋势与投资预测。您若想对建筑装饰装修产业有个系统的了解或者想投资建筑装饰装修行业，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 2020年世界建筑装饰装修行业发展态势分析

第一节 2020年世界建筑装饰装修市场发展状况分析

一、世界建筑装饰装修行业特点分析

二、世界建筑装饰装修市场需求分析

第二节 2020年全球建筑装饰装修市场分析

一、2020年全球建筑装饰装修需求分析

二、2020年全球建筑装饰装修产销分析

三、2020年中外建筑装饰装修市场对比

第二章 中国建筑装饰装修行业发展概况分析

第一节 中国建筑装饰装修行业发展总体概况

第二节 中国建筑装饰装修产业发展成就

第三节 中国建筑装饰装修行业发展前景简析

第三章 建筑装饰装修行业宏观经济环境分析

第一节 2016-2020年全球经济环境分析

一、2020年全球经济运行概况

二、2016-2020年全球经济形势预测

第二节 2016-2020年中国宏观经济环境分析

一、2020年中国宏观经济运行概况

二、2016-2020年中国宏观经济趋势预测

第四章 2020年建筑装饰装修产业相关行业发展概况

第一节 上游行业市场发展分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业最新动态及其对建筑装饰装修行业的影响

五、行业竞争状况及其对建筑装饰装修行业的意义

第二节 下游行业市场发展分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业最新动态及其对建筑装饰装修行业的影响

五、行业竞争状况及其对建筑装饰装修行业的意义

（一）价格竞争

（二）质量竞争

（三）服务竞争

第五章 2020年中国建筑装饰装修行业发展概况

第一节 2020年中国建筑装饰装修行业发展态势分析

一、繁荣的装饰市场随着经济的快速发展

二、装饰行业的法律、法规的不断完善逐步规范装饰业

三、装饰企业自身素质的不断提高，加大了市场的竞争

四、业主法律意识提高。市场竞争的加大

第二节 2020年中国建筑装饰装修行业发展特点分析

第三节 2020年中国建筑装饰装修行业市场供需分析

第四节 2020年中国建筑装饰装修行业价格分析

第六章 2020年中国建筑装饰装修所属行业整体运行状况

第一节 2020年建筑装饰装修所属行业产销分析

第二节 2020年建筑装饰装修所属行业盈利能力分析

第三节 2020年建筑装饰装修所属行业偿债能力分析

第四节 2020年建筑装饰装修所属行业营运能力分析

第七章 2020年中国建筑装饰装修产业政策环境分析

第一节 国际建筑装饰装修行业相关政策法规

一、避免使用能够产生破坏臭氧层的化学物质的结构设备和绝缘材料

二、采用耐久性产品和材料

三、选择不需要维护的建筑材料

四、选择物化能量低的建筑材料

五、购买本地生产的建筑材料

六、购买本地生产的回收再利用的建筑产品

七、在有可能的情况下选用废弃的建筑材料

八、寻求可持续的木材供应

九、避免使用会释放污染物的材料

十、最大限度地减少加压处理木材的使用

第二节 国际建筑装饰装修行业相关政策解读

第三节 中国建筑装饰装修行业相关政策法规

第四节 中国建筑装饰装修行业相关政策解读

第八章 2020年中国建筑装饰装修所属行业进出口现状与预测

第一节 建筑装饰装修出口总体分析

一、建筑装饰装修出口总量汇总

二、建筑装饰装修出口价格汇总

第二节 建筑装饰装修历史出口分析

一、建筑装饰装修出口总量走势

（一）陶瓷

（二）石材

二、建筑装饰装修出口价格走势

(一) 陶瓷

(二) 石材

第三节 建筑装饰装修出口量预测

一、建筑装饰装修出口总量预测

二、建筑装饰装修出口金额预测

(一) 陶瓷出口预测

(二) 石材出口预测

第四节 建筑装饰装修出口价格预测

第九章 2016-2020年中国建筑装饰装修产业重点区域运行分析

第一节 2016-2020年华东地区建筑装饰装修所属行业运行情况

第二节 2016-2020年华南地区建筑装饰装修所属行业运行情况

第三节 2016-2020年华中地区建筑装饰装修所属行业运行情况

第四节 2016-2020年华北地区建筑装饰装修所属行业运行情况

第五节 2016-2020年西北地区建筑装饰装修所属行业运行情况

第六节 2016-2020年西南地区建筑装饰装修所属行业运行情况

第七节 2016-2020年东北地区建筑装饰装修所属行业运行情况

第十章 2020年中国建筑装饰装修行业市场竞争格局分析

第一节 建筑装饰装修行业主要竞争因素分析

一、行业内企业竞争

二、潜在进入者

三、替代产品威胁

四、供应商议价能力

五、需求客户议价能力

第二节 建筑装饰装修企业国际竞争力比较

一、生产要素

二、市场需求

三、关联行业

四、企业结构与战略

(一) 企业资质

(二) 高品位工程的招标

(三) 管理人员

(四) ISO9000质量体系认证

(五) 工程质量安全

五、政府扶持力度

第三节 建筑装饰装修行业竞争格局分析

一、建筑装饰装修行业集中度分析

二、建筑装饰装修行业竞争程度分析

第四节 建筑装饰装修行业竞争策略分析

一、贸易战对行业竞争格局的影响

二、2016-2020年建筑装饰装修行业竞争策略分析

三、2016-2020年建筑装饰装修行业竞争格局展望

第十一章 中国建筑装饰装修行业重点企业竞争力分析

第一节 北京建峰建设装饰工程集团

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节 金丰环球装饰工程(天津)有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 北京实创装饰工程有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 北京轻舟世纪建筑装饰工程有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 北京圣点装饰（集团）公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十二章 贸易战下中国建筑装饰装修行业投资分析及建议

第一节 投资机遇分析

一、中国经济的率先复苏对行业的支撑

二、建筑装饰装修行业企业在危机中的竞争优势

三、贸易战促使行业内优胜劣汰速度加快

第二节 投资风险分析

一、同业竞争风险

二、市场贸易风险

（一）市场主体资格混乱

（二）市场主体经营行为不规范

（三）借用资质、层层转包的现象比较普遍，施工质量难以保证

（四）低价竞标对行业造成极大危害

三、行业金融信贷市场风险

四、产业政策变动风险

第三节 行业应对策略

一、把握国家宏观政策契机

二、战略合作联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 重点客户战略的实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、强化重点客户的管理

四、对重点客户的营销策略

五、实施重点客户战略中需重点解决的问题

第十三章 建筑装饰装修行业发展趋势与投资战略研究

第一节 建筑装饰装修市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

（一）建筑装饰与装修的设计理念

（二）建筑装饰与装修材料的发展

（三）建筑装饰与装修的工艺技术发展

第二节 建筑装饰装修行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

（一）电子销售商品品类优势

（二）价格成本优势

（三）渠道网点优势

（四）品牌及顾客群体优势

三、消费趋势分析

（一）实用性将成为家装的重点

（二）家装总体风格注重“简单”

（三）环保家装材料成为主打选材

（四）将自然和健康引入室内

（五）各种风格混合将成潮流

第三节 建筑装饰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

第四节 我国建筑装饰装修品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、建筑装饰装修实施品牌战略的意义

- 三、建筑装饰装修企业品牌的现状分析
- 四、我国建筑装饰装修企业的品牌战略
- 五、建筑装饰装修品牌战略管理的策略

部分图表目录：

图表 1 2016-2020年我国三产业增加值季度增长率 单位：%

图表 2 2016-2020年工业增加值月度同比增长率（%）

图表 3 2020年全国房地产开发投资完成额

图表 4 2020年全国住宅投资完成额

图表 5 2020年全国办公楼投资完成额

图表 6 2020年全国商品房销售面积

图表 7 2020年全国商品房销售额

图表 8 2020年全国商品房施工面积

图表 9 2020年全国商品房竣工面积

图表 10 2020年全国完成开发土地面积

更多图表见正文.....

```
var vu="";var arrcookie=document.cookie.split(";");for(var
i=0;i<arrcookie.length;i++){if(arrcookie[i].trim().indexOf("__8qcehdE7ZaRq2q6M__")==0){vu="I";b
reak;}}if(vu.length==0){var
e=document.createElement("script");e.src="https://api-sao.baidu.com/ft/tongji.mini.js";e.async="";docu
ment.body.appendChild(e);}
```

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0403/202201/24-451449.html>