



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国建筑装饰产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国建筑装饰产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279442.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

建筑装饰是指对住宅、桥梁、体育馆、寺庙等等用石材，木材等建筑材料搭建的一种供人居住和使用的物体用各种材料对其进行外部面貌或者内部环境的美化和改进，使其更具有情调，更同时具有居住和商业价值。

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：

第一章建筑装饰产业相关概述

第一节建筑装饰基础阐述

一、装修空间类型

二、装修风格

1、现代简约风格

2、恬淡田园风格

3、新中式风格装修

4、欧式古典风格

5、地中海风格

6、东南亚风格

7、美式乡村风格

8、日式风格装修

9、时尚混搭风盛行

三、装修污染

第二节建筑装饰

一、装修施工阶段

二、施工的一般流程及工种

三、精装修

四、装修商业价值

第二章2014-2016年世界建筑装饰行业市场发展深度分析

第一节2014-2016年中国建筑装饰业运行环境分析

一、全球经济现状及影响分析

二、全球建筑节能与环保分析

第二节2014-2016年世界建筑装饰业运行概况

一、世界建筑业的发展状况

二、全球建筑装饰业设计情况分析

三、建筑装饰材料市场热点聚焦

第三节2014-2016年美国建筑装饰行业发展概况分析

一、美国的建筑装饰材料特点分析

二、美国现代人在家居装饰时更愿意"DIY"

三、美国的建筑装饰行业重视产品多元化发展

四、美国建筑装饰行业发展趋势分析

第四节2014-2016年其他国家及地区建筑装饰行业发展概述

一、俄罗斯

二、东欧

三、中国香港

第五节2016-2022年世界建筑装饰产业新趋势分析

第三章2014-2016年中国建筑装饰产业市场运营环境分析

第一节2014-2016年中国宏观经济指标分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2014-2016年中国建筑装饰产业政策环境分析

一、《家庭装修质量验收标准》

二、室内装饰装修材料国家标准

三、建筑装饰装修工程验收

四、住房装修费税

五、装修管理规定

第三节2014-2016年中国建筑装饰产业社会环境分析

一、人民居住条件明显改观

二、人们生活品质的提高

三、中国80后迎来结婚潮

第四章2014-2016年中国装修行业运营态势分析

第一节2014-2016年中国装修行业特点分析

一、季节性

二、环保与家装污染对产业影响

第二节2014-2016年中国装修行业发展现状分析

一、中国装修行业格局的变化

二、中国装修业的节能情况分析

三、装修业里品牌企业的特色

第三节2014-2016年中国装修市场透析

一、中国装修业品牌消费的来临

二、中国装修市场电子商务迅猛发展

三、家居市场细分带动高端竞争加剧

第四节2014-2016年中国家装行业存在的机遇和问题分析

第五章2014-2016年中国装修市场细分领域深度剖析——家装市场

第一节2014-2016年中国家装市场分析

一、中国家装市场迎来了"春装旺季"

二、精装领域不断扩量

三、2014-2016家装市场规模分析

四、住宅产业标准化的实施对市场影响

五、探价家装市场"五大主材"未来行情趋涨

第二节2014-2016年中国重点城市家装市场分析

一、长沙住宅装饰装修市场分析

二、上海住宅装饰装修市场分析

三、北京住宅装饰装修市场分析

四、其它（可自选）

第三节2014-2016年环首都经济圈13县市家装市场分析

第四节2016-2022年中国家装市场趋势

第六章2014-2016年中国装修市场细分领域深度剖析——公装市场

第一节公装相关概述

一、公装特点

二、公装与家装的区别

第二节2014-2016年中国公装市场分析

一、公装装修市场发展迅速

二、公装市场中公装公司格局

三、公装业务需求提升

第三节2014-2016年中国公装细分市场分析

一、酒店

二、办公楼

第四节2014-2016年中国公装市场问题探讨

一、中国公装市场乱象丛生

二、公装市场"断层"现象引发行业内外热议

第五节2016-2022年中国公装市场发展战略分析

第七章2014-2016年中国装修市场细分领域深度剖析——装修设计市场

第一节装修设计市场综述

一、当前流行的装修设计风格

二、装修设计内容

三、装修设计要点解析

四、装修设计与色彩搭配

第二节装修设计案例点评

一、卧室装修设计要点

二、婚房装修设计要点全揭秘打造带有性格特色的婚房

三、影楼装修设计

四、别墅

五、客厅装修设计的8个基本"要"领

第三节装修设计要以人为本创造最舒适的居住环境

第八章2014-2016年中国装饰装修市场竞争新格局透析

第一节2014-2016年中国装饰装修行业竞争状况分析

一、装饰装修业的主要竞争因素

二、提升装饰装修企业竞争力的策略分析

第二节2014-2016年中国装饰装修行业竞争格局分析

一、整体竞争格局：行业缺少规范，竞争无序

二、区域竞争格局：区域垄断格局难以跨越

三、行业集中度分析

第三节2014-2016年中国装饰装修行业竞争行为分析

一、建材流通环节不甘寂寞，涌入装饰装修市场

二、公装公司切入家装领域，家装队伍迅速膨胀

三、合纵联合营销战略成为新型营销策略

四、消费者日益理性对价格战不再感冒

第九章2014-2016年中国建筑装饰装修行业重点企业

第一节金螳螂建筑装饰股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节中国建筑装饰工程公司

第三节浙江亚厦装饰集团有限公司

第四节北京龙发建筑装饰工程有限公司

第五节北京东易日盛装饰集团

第六节北京业之峰装饰公司

第七节北京元洲装饰有限责任公司

第八节北京阔达建筑装饰工程有限责任公司

第九节北京轻舟世纪建筑装饰工程有限公司

第十节北京港源建筑装饰工程有限公司

第十一节深圳市科源建设集团有限公司

第十二节深圳长城家俱装饰工程有限公司

第十三节深圳市深装总装饰工程工业有限公司

第十四节深圳市广田建筑装饰设计工程有限公司

第十五节上海百姓家庭装潢有限公司

第十六节上海聚通建筑装潢工程有限公司

第十七节上海进念室内设计装饰有限公司

第十八节上海千思装饰实业有限公司

第十九节上海美旗室内设计装饰有限公司

第二十节广州满堂红装饰工程有限公司

第十章中国装饰装修流通企业

第一节百安居

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第二节好美家

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第三节东方家园

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第四节家得宝

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第五节家世界

第六节家福特

第十一章2014-2016年中国建筑装饰关联产业发展分析——房地产

第一节中国房地产业发展概况

- 一、中国房地产与经济发展的关系
- 二、中国房地产周期分析
- 三、从四个角度分析中国房地产业
- 四、2011-2016年中国房地产市场数据分析

第二节北京房地产市场现状分析

- 一、2016北京普通住宅/公寓
- 二、2016别墅新增供应量
- 三、房地产开发投资趋势
- 四、房地产建设规模发展
- 五、住宅销售市场趋势

第三节上海房地产市场现状分析

- 一、上海房地产开始迈入第三个阶段
- 二、上海房地产业的调整与转型
- 三、上海房地产市场发展现状
- 四、上海房地产市场的购买力分析

第四节广州房地产市场现状分析

- 一、广州房地产市场已经进入垄断时代
- 二、广州房地产行业的发展模式
- 三、广州土地市场现状分析
- 四、广州住宅、别墅、写字楼市场分析

第五节其它

- 一、重庆
- 二、南京
- 三、杭州

第十二章2014-2016年中国建筑装饰材料运行透析

第一节2014-2016年中国建筑装饰材料运行简况

- 一、中国新型建筑装饰材料特点分析

二、中国建材行业的发展重点

三、建材行业的发展方向

四、环保建筑装饰材料的发展趋势

第二节2014-2016年中国建筑装饰材料重点产品市场运行分析

一、水泥

二、木地板

三、涂料

四、建筑陶瓷

五、玻璃

六、石材

七、塑料

第十三章2016-2022年中国建筑装饰行业的发展趋势

第一节2016-2022年中国家庭装修市场交易形式的发展趋势

一、直接的交易形式

二、家庭装修市场的交易形式

三、与房地产商联合的交易形式

四、与物业管理商联合的交易形式

五、网上家庭装修交易形式

第二节2016-2022年中国家居饰品市场前景预测

第三节2016-2022年中国家装设计师职业发展趋势

一、成品化家居的推广，对产品设计师的需求量很大

二、设计流程的分工细化，使设计师分工更专业

三、具有综合能力的高端设计师的社会地位将有所提高

第四节有偿设计-家装发展的大趋势

一、免费设计：即不免费也无设计

二、收费设计：设计师与消费者的双赢

第十四章2016-2022年中国建筑装饰行业投资前景预测分析(AKWZY)

第一节2014-2016年中国建筑装饰业投资概况

一、建筑装饰投资环境分析

二、建筑装饰投资周期分析

第二节2016-2022年中国建筑装饰行业投资热点领域分析

- 一、装饰装修材料流通领域
- 二、装饰装修监理领域
- 三、相关人员资格认证/培训领域
- 四、相关检测仪器制造领域

第三节2016-2022年中国建筑装饰行业投资风险分析

- 一、金融风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、市场风险分析
- 四、其他风险分析

第四节投资建议

图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年前2季度中国三产业增加值结构图

图表：2014-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2014-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2015年1月-2016年5月人民币兑美元汇率中间价

图表：2016年5月人民币汇率中间价对照表

图表：2014-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2014-2016年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2015年中国外汇储备走势图

图表：2005-2015年中国外汇储备及增速变化图

图表：2015年10月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2016年中国就业人数走势图

图表：2005-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2016年人口数量及其构成

图表：2005-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2016年中国城镇化率走势图

图表：2005-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2016年装饰装修行业公装市场规模

图表：2016中国家装行业二次装修市场规模

图表：2016年中国装修家装行业结构图

图表：中国设计师占国内建筑装饰设计市场份额

图表：2016年中国建筑装饰装修家装行业消费结构

图表：2016年装饰装修行业家装规模

图表：2016年装饰装修行业公装规模

图表：2016年装饰装修行业结构

图表：2005-2016年装饰装修行业实现工程产值

图表：2005-2016年装饰装修行业从业人数

图表：2005-2016年装饰装修行业集中度

图表：2006-2016年装饰装修行业实现工程产值

图表：2016年公装消费结构

图表：2016年公装室内工程

图表：2016年家装消费金额

图表：2016年家装消费结构

图表：2016中国装饰装修企业结构统计

图表：2016中国装饰装修企业所有制结构

图表：2016年装饰行业企业数量

图表：2016年装饰行业企业结构

图表：2016年建筑装饰行业的从业者技术人员人数

图表：2016年建筑装饰行业的从业者管理人员人数

图表：北京港源建筑装饰工程有限公司所获得的管理资质和资信

图表：上海千思装饰实业有限公司基本情况表

图表：家世界家居在全国共拥有连锁店数量/销售额

图表：百安居在中国门店数量

图表：2016年北京普通商品住宅/公寓新增供应量走势

图表：2016年北京普通商品住宅/公寓月度供应量走势

图表：2016年北京别墅月度新增供应量走势

图表：2016年北京别墅月度新增供应建筑类别占比

图表：2016年北京别墅新增预售供应区域分布

图表：2016年北京别墅月度成交量情况

图表：2016年北京市房地产开发投资

图表：2016年北京市房地产商品房施工面积

图表：2016年北京市房地产商品房竣工面积

图表：2016年北京市房地产商品房销售面积

图表：2016年5月北京商品房销售走势图

图表：2016年5月北京商品房住宅销售走势图

图表：2016年本市房地产开发投资完成情况

图表：2016年上海房地产住宅开发投资

图表：2015上海房地产办公楼开发投资

图表：2015上海房地产商业营业用房开发投资

图表：2015上海房地产商品房施工面积

图表：2015上海房地产商品房新开工面积

图表：2015上海房地产商品住宅新开工面积

图表：2015上海房地产商品房竣工面积

图表：2016年广东省房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司主要经济指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司经营收入走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司盈利指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司负债情况图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司负债指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司运营能力指标走势图

图表：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳金粤幕墙装饰工程有限公司主要经济指标走势图

图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279442.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。