



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/281310.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

建筑装饰按照服务对象划分，可分为公共建筑装饰（简称“公装”）和家庭住宅装饰（简称“家装”）。随着中国经济持续高增长、城镇化进程加快、居民生活水平及对生活质量追求的提高，消费者用于装饰及改善住房环境、提升居住质量的消费支出，已逐渐成为家庭生活开支中的重要组成部分，装饰需求迅速增长有力的推动着住宅装修行业稳步、健康发展，住宅装饰行业已发展成为建筑业中的支柱性子产业之一。

根据统计数据，2013年我国住宅装饰行业市场规模已达13,500亿元，到2014年增至15,100亿元，同比增长11.85%。 2006-2014 年全国住宅装饰市场规模（亿元）

从需求方来看，客户对住宅装饰的需求由简单的功能性需求向居家文化载入转变；从自己购买材料并全流程跟进，到交由住宅装饰公司全面提供服务转变；

从供给方来看，为满足客户需求，提高市场占有率，获得更大市场空间，行业内企业出现了纵向一体化和横向一体化的发展趋势。

住宅装饰企业纵向一体化主要是将业务链条向上游建筑装饰材料的方向延伸；横向一体化是为了扩大生产规模、降低成本、巩固企业的市场地位、提高竞争力、增强企业实力而与相关行业企业进行联合的一种战略。与传统模式相比，住宅装饰一体化服务模式具有如下优势：

随着人们生活品质的提高及对绿色健康生活的向往，业主在进行住宅装饰时，在满足使用功能、美观、个性化需求等传统需求基础上，对节能环保等要素也日益重视；我国政府近年来也相继出台了一系列室内装饰节能和环保方面的管理措施，健康、节能、环保已经成为住宅装饰行业的主题之一。住宅装饰节能和环保，需要从装饰材料、设计、施工等环节全方位体现：更多的使用高品质、新型环保材料；设计应遵循简洁、实用的原则，减少材料的浪费，保证居室的品位与空间；施工上做到合理设计流程，科学使用材料、部品、设备和设施，减少现场材料加工量，降低对施工现场的环境影响等。

我国住宅装饰行业经过二十余年的发展，已经形成较为明显的竞争格局，综合企业规模、品牌知名度、市场影响力、专业服务能力等多种因素，行业内企业总体形成三个梯队的竞争格局：中国住宅装饰三个梯队争格局：

第一梯队主要是一体化住宅装饰公司，其特点是不同程度地向行业纵向及横向发展，拥有面对客户的全过程服务能力，企业规模大，综合实力强，服务范围涵盖高中低端市场。

第二梯队主要是传统住宅装饰企业、大型家居卖场的家装公司或部门，其特点是综合服务

能力及专业水平有限，缺乏可复制的商业模式，地域局限性强，主要服务于中低端市场。

第三梯队主要是国内小规模设计公司、无资质的装修施工游击队，其只能提供简单设计或施工等某一类服务，规模非常小，专业性不强，不规范现象严重，特别是售后服务没保障，集中于低端市场。

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：

第一部分 建筑装饰行业发展现状

第一章 我国建筑装饰行业发展现状 1

第一节 中国建筑装饰行业发展概述 1

一、中国建筑装饰行业发展历程 1

二、中国建筑装饰行业发展面临的问题 3

三、中国建筑装饰行业技术发展现状及趋势 4

1、技术水平现状

我国住宅装饰行业起步较晚，但随着科学技术的发展和人们对生活环境质量要求的提高，住宅装饰装修已发展成为集建筑学、美学、光学、声学、环保生态等多学科及建材、冶金、精加工、轻纺、化学、机械制造等多种产业的综合体。住宅装饰行业在设计、施工和材料等各方面的技术都有了长足的进步。

（1）设计技术现状

在我国住宅装饰行业发展的前期，住宅装饰的设计一般由人工手绘完成。随着计算机技术的发展，出现了圆方绘图软件、中望CAD等功能强大的辅助设计软件，所生成的设计图纸逐渐有了3D图、立体图、效果图等多种形式。特别是信息技术的发展，各种设计资源已经可以进行电子化存储和传输，为后来的设计提供了极大的便利及丰富的设计资源，有效地缩短了设计周期和促进设计水平的提高。

（2）施工技术现状

目前我国住宅装饰行业施工技术正处于先进施工方式与落后施工方式、新工艺技术和老工艺技术并存的过渡期。一方面，传统的木、油、瓦、电、水等建筑业工种的施工现场手工制作与组装技术仍大量存在；另一方面，越来越多的工业产品直接在装饰工程上进行装配，如

金属材料装饰、玻璃制品的装饰、复合性材料的装饰、木制品部品集成装饰等技术的应用带来了装饰工程施工本质的变化。

（3）材料技术现状

随着生活水平的提高，人们对健康、环保的居住环境的要求越来越高，这促使上游建筑材料商加大对建筑材料在节能、环保等方面的研发投入。2008年10月1日我国正式实施了《民用建筑节能条例》，建筑节能、绿色住宅作为一种强制性标准在全国推行，绿色、环保、节能型等新型建筑材料、保温材料及绿色装饰装修材料将进一步推广和普及。

2、技术发展趋势

（1）设计专业化

随着行业的发展和竞争的日益激烈，专业化程度要求会越来越高，设计专业化主要体现在设计的分工将会越来越细。住宅装饰设计的各个部分将会有专门的人才去研究，因此，会产生越来越多的专业设计技术，例如灯光照明布局设计、软装设计等。有分工就有协同，特别是设计方案是一个有机的整体，这需要专业化的人才通过协作的方式去完成，这也将促进协同设计相关技术的发展。

（2）部品部件工厂化、施工装配化

住宅装饰业将逐步走向部品生产工厂化和现场施工装配化的新型工业化道路。工厂化生产和装配化施工就是将建筑装饰的内容模块化、部品化，采用新材料通过规范的工序流程、数控等先进技术的应用，提高部品的附加价值，最终通过现场安装、拼装、组装式施工满足消费者需求。实现产品、部品生产工厂化和现场施工装配式，将有效提高生产效率和效益，提高工程质量、缩短工期、减少现场污染等。

（3）信息化建设将深化

住宅装饰工程涉及环节多、辅助材料多、工序复杂、动态性强，信息化建设虽然难度较大，但却非常有必要。目前信息化技术已经在住宅装饰行业得到了普及，但大部分都只进行了最基础的建设，应用的模块比较少，信息的集成度还很低。未来，住宅装饰行业的竞争将越来越体现在企业的资源整合能力上，良好的信息化平台有助于提高企业整合内、外各种资源的能力，这将促使企业投入更多的精力和资金来深化信息系统的建设，以提高企业的核心竞争能力。

第二节 我国建筑装饰行业发展状况 7

一、2012-2015年中国建筑装饰行业发展回顾	7
二、2012-2015年建筑装饰行业发展情况分析	12
三、2012-2015年我国建筑装饰市场特点分析	13

四、2012-2015年我国建筑装饰市场发展分析	20
第三节 中国建筑装饰行业供需分析	22
一、2012-2015年中国建筑装饰市场供给总量分析	22
二、2012-2015年中国建筑装饰市场供给结构分析	23
三、2012-2015年中国建筑装饰市场需求总量分析	24
四、2012-2015年中国建筑装饰市场需求结构分析	25
五、2012-2015年中国建筑装饰市场供需平衡分析	31
第二章 中国建筑装饰行业经济运行分析	34
第一节 我国建筑装饰行业总体规模分析	34
一、我国建筑装饰行业资产分析	34
二、我国建筑装饰行业负债分析	35
三、我国建筑装饰行业所有者权益分析	35
第二节 我国建筑装饰行业生产效益分析	36
一、企业数量情况	36
二、计算劳动生产率的平均人数	36
三、按总产值计算的劳动生产率	37
四、人均竣工产值	38
五、人均施工面积	39
六、人均竣工面积	39
第三节 我国建筑装饰行业经营规模分析	40
一、我国建筑装饰行业企业营业额	40
二、我国建筑装饰行业企业收入	40
三、我国建筑装饰行业企业费用	41
第四节 我国建筑装饰行业经营效益分析	42
一、我国建筑装饰行业企业利润分析	42
二、我国建筑装饰行业总承包和专业承包企业基本分析	43
三、我国建筑装饰行业总承包和专业承包企业经济效益	44
第三章 建筑装饰行业盈利能力分析	46
第一节 2012-2015年中国建筑装饰行业利润总额分析	46
一、利润总额分析	46

二、不同规模企业利润总额比较分析	49
三、不同所有制企业利润总额比较分析	51
第二节 2012-2015年中国建筑装饰行业销售利润率	52
一、销售利润率分析	52
二、不同规模企业销售利润率比较分析	52
三、不同所有制企业销售利润率比较分析	55
第三节 2012-2015年中国建筑装饰行业总资产利润率分析	55
一、总资产利润率分析	55
二、不同规模企业总资产利润率比较分析	57
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析	58
第四节 2012-2015年中国建筑装饰行业产值利税率分析	58
一、产值利税率分析	58
二、不同规模企业产值利税率比较分析	59
三、不同所有制企业产值利税率比较分析	59

第四章 2012-2015年中国建筑装饰行业发展形势分析 60

第一节 建筑装饰行业发展概况 60

一、建筑装饰行业发展特点分析	60
二、建筑装饰行业投资现状分析	61
三、建筑装饰行业总产值分析	62

据统计,2014年建筑装饰行业实现总产值3.16万亿元,相较前一年总产值2.89万亿元,同比增长9.34%。2003年以来,我国建筑装饰行业发展进入了"黄金时期",行业产值由2003年的0.72万亿元提高至2014年的3.16万亿元,年平均复合增速约为14%,基本高于同期GDP增速2到6个百分点,预期2015年至2020年,国内装饰市场总需求每年将达3.51-5.94万亿元,总需求年平均复合增速约11%。2003-2014年全国建筑装饰行业总产值(亿元)

四、建筑装饰行业技术发展分析 63

第二节 2015年建筑装饰行业市场情况分析 65

一、建筑装饰行业市场发展分析	65
二、建筑装饰市场存在的问题	66
三、建筑装饰市场规模分析	68

第三节 2015年建筑装饰产销状况分析 70

一、建筑装饰产品产量分析	70
二、建筑装饰产品产能分析	71
三、建筑装饰市场需求状况分析	72
第四节 产品发展趋势预测	75
一、产品发展新动态	75
二、技术新动态	76
三、产品发展趋势预测	81

第二部分 建筑装饰行业深度分析

第五章 中国建筑装饰细分市场分析	85
第一节 住宅建筑装饰市场分析	85
一、2012-2015年行业发展现状分析	85
二、2012-2015年市场规模情况分析	90
三、2016-2022年市场需求情况分析	92
四、2016-2022年行业发展前景预测	96
五、2016-2022年行业投资风险预测	97
第二节 星级酒店建筑装饰市场分析	99
一、2012-2015年行业发展现状分析	99
二、2012-2015年市场规模情况分析	99
三、2016-2022年市场需求情况分析	100
四、2016-2022年行业发展前景预测	101
五、2016-2022年行业投资风险预测	102
第三节 商业营业用房建筑装饰市场分析	103
一、2012-2015年行业发展现状分析	103
二、2012-2015年市场规模情况分析	104
三、2016-2022年市场需求情况分析	104
四、2016-2022年行业发展前景预测	106
五、2016-2022年行业投资风险预测	106
第四节 公共建筑建筑装饰市场分析	108
一、2012-2015年行业发展现状分析	108
二、2012-2015年市场规模情况分析	108
三、2016-2022年市场需求情况分析	109

四、2016-2022年行业发展前景预测	112
五、2016-2022年行业投资风险预测	112
第五节 建筑卫生陶瓷市场分析	115
一、2012-2015年行业发展现状分析	115
二、2012-2015年市场规模情况分析	118
三、2016-2022年市场需求情况分析	121
四、2016-2022年行业发展前景预测	123
五、2016-2022年行业投资风险预测	125
第六节 建筑门窗市场分析	127
一、2012-2015年行业发展现状分析	127
二、2012-2015年市场规模情况分析	129
三、2016-2022年市场需求情况分析	129
四、2016-2022年行业发展前景预测	130
五、2016-2022年行业投资风险预测	131
 第六章 中国建材行业细分产品分析	 135
第一节 整体厨房市场分析	135
一、2012-2015年行业发展现状分析	135
二、2012-2015年市场容量及占比分析	136
三、2016-2022年市场需求情况分析	136
四、2016-2022年行业发展前景预测	138
五、2016-2022年行业投资风险预测	139
第二节 洁具市场分析	140
一、2012-2015年行业发展现状分析	140
二、2012-2015年市场容量及占比分析	141
三、2016-2022年市场需求情况分析	142
四、2016-2022年行业发展前景预测	143
五、2016-2022年行业投资风险预测	143
第三节 建筑幕墙市场分析	145
一、2012-2015年行业发展现状分析	145
二、2012-2015年市场容量及占比分析	146
三、2016-2022年市场需求情况分析	148

四、2016-2022年行业发展前景预测	148	
五、2016-2022年行业投资风险预测	151	
第四节 木作市场分析	152	
一、2012-2015年行业发展现状分析	152	
二、2012-2015年市场容量及占比分析	153	
三、2016-2022年市场需求情况分析	155	
四、2016-2022年行业发展前景预测	155	
五、2016-2022年行业投资风险预测	155	
第三部分 建筑装饰市场竞争格局		
第七章 建筑装饰行业竞争格局分析	158	
第一节 建筑装饰行业集中度分析	158	
一、建筑装饰市场集中度分析	158	
二、建筑装饰企业集中度分析	159	
三、建筑装饰区域集中度分析	160	
第二节 建筑装饰行业主要企业竞争力分析	161	
一、重点企业资产总计对比分析	161	
二、重点企业从业人员对比分析	162	
三、重点企业全年营业收入对比分析	163	
四、重点企业利润总额对比分析	163	
五、重点企业综合竞争力对比分析	164	
第三节 建筑装饰行业竞争格局分析	164	
一、2015年建筑装饰行业竞争分析	164	
二、2015年中外建筑装饰竞争分析	165	
三、2012-2015年我国建筑装饰竞争分析	169	
四、2012-2015年国内主要建筑装饰企业动向	170	
第八章 建筑装饰及产业链重点企业发展分析		172
第一节 建筑装饰重点企业发展分析	172	
一、金螳螂建筑装饰股份有限公司	172	
二、中国建筑装饰工程公司	180	
三、浙江亚厦装饰集团有限公司	185	

四、北京龙发建筑装饰工程有限公司 194

五、深圳市科源建设集团有限公司 196

六、TOTO企业 202

七、美标（中国）有限公司 206

第二节 房地产企业发展分析 210

一、万科企业股份有限公司 210

二、绿城房地产集团有限公司 231

三、恒大集团 238

四、世茂集团 251

第四部分 建筑装饰行业发展前景与管理策略

第九章 2016-2022年建筑装饰行业发展前景分析 260

第一节 2016-2022年影响建筑装饰行业发展的主要因素 260

一、影响建筑装饰行业运行的有利因素 260

二、影响建筑装饰行业运行的稳定因素 264

三、影响建筑装饰行业运行的不利因素 269

四、我国建筑装饰行业发展面临的挑战 271

五、我国建筑装饰行业发展面临的机遇 272

第二节 2016-2022年建筑装饰行业发展前景分析 275

一、建筑装饰市场发展前景分析 275

二、我国建筑装饰市场蕴藏的商机 276

三、全球经济低迷下建筑装饰市场的发展前景 278

四、我国建筑装饰市场面临的发展商机 281

五、2016-2022年建筑装饰市场面临的发展商机 281

第十章 建筑装饰行业发展趋势分析 284

第一节 2016-2022年中国建筑装饰市场趋势分析 284

一、2012-2015年我国建筑装饰市场趋势总结 284

二、2016-2022年我国建筑装饰发展趋势分析 299

第二节 2016-2022年建筑装饰发展趋势分析 310

一、2016-2022年建筑装饰技术趋势分析 310

二、2016-2022年建筑装饰价格趋势分析 313

第三节 2016-2022年中国建筑装饰行业规模预测 321

- 一、2016-2022年中国建筑装饰供给预测 321
- 二、2016-2022年中国建筑装饰需求预测 322
- 三、2016-2022年中国建筑装饰价格预测 324
- 四、2016-2022年中国建筑装饰市场规模预测 326
- 五、2016-2022年中国建筑装饰市场容量预测 327

第四节 2016-2022年中国建筑装饰细分市场规模预测 331

- 一、2016-2022年住宅建筑装饰市场规模及容量预测 331
- 二、2016-2022年酒店建筑装饰市场规模及容量预测 332
- 三、2016-2022年商业营用房建筑装饰市场规模及容量预测 333
- 四、2016-2022年公共建筑装饰市场规模及容量预测 336

第五节 2016-2022年建筑装饰行业规划建议 341

- 一、2016-2022年建筑装饰行业整体规划 341
- 二、2016-2022年建筑装饰行业发展预测 349
- 三、2016-2022年建筑装饰行业规划建议 351

第十一章 建筑装饰企业管理策略建议 358

第一节 市场策略分析 358

- 一、建筑装饰价格策略分析 358
- 二、建筑装饰渠道策略分析 359

第二节 销售策略分析 360

- 一、媒介选择策略分析 360
- 二、产品定位策略分析 363
- 三、企业宣传策略分析 364

第三节 提高建筑装饰企业竞争力的策略 365

- 一、提高中国建筑装饰企业核心竞争力的对策 365
- 二、建筑装饰企业提升竞争力的主要方向 367
- 三、影响建筑装饰企业核心竞争力的因素及提升途径 373
- 四、提高建筑装饰企业竞争力的策略 375

第四节 对我国建筑装饰品牌的战略思考 380

- 一、建筑装饰实施品牌战略的意义 380
- 二、建筑装饰企业品牌的现状分析 382

三、我国建筑装饰企业的品牌战略 384

四、建筑装饰品牌战略管理的策略 386

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015-2020年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测

图表：建筑装饰行业产业链

图表。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281310.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。