



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国家装市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国家装市场需求及投资前景分析报告》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/285346.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

目前，居家装饰行业的市场很大，企业的规模却很小。据不完全统计：2014年，国内城乡居民用于居家装饰的费用高达超过两万亿元大关，但没有一家公司的产值能占到市场份额的1%。造成这种状况的根本原因就是传统家装公司采取的是裁缝铺式的运营模式，即：从客户接待、洽谈、量房、设计、选材、签订合同到现场服务都是由一个人负责，从而导致了工作效率低下，对人员的要求较高。这对企业来说，难以扩大规模，容易形成私单，管理难度加大，并且净利润少。

随着家装行业竞争日趋激烈和互联网工具的普遍运用，互联网和电子商务对客户的影响与日俱增，随着"80后"和"90后"消费群体的崛起，网络成为消费者选择家装公司的一个重要渠道。互联网使得家装主材价格和装修工费完全透明化，客户和家装公司不再是信息不对称。透明化后传统家装企业与电子商务完美对接，使得洽商、设计、材料、家具、饰品、电器、日用品等都在网络上通过电子商务的形式进行消费，产生了众多一站式的现代新型家装企业。有的品牌公司还在京东商城和天猫开设了旗舰店，从事前期的接待咨询工作，各大家装公司也纷纷在网上设店，提供前期的咨询服务，从而达到接单的目的，公司网络营销甚至已占业务量的50%。满足客户个性化定制，提升家装服务和产品品质，附加值的增加使得利润加大。降低成本，绿色环保，工期缩短，标准化施工，资本的优化和整合，都离不开家装企业的产品化运作。只要家装企业的品牌得到大众认可，产品化家装企业必然大有可为。随着今后信息产业的管理和透明化，网络营销和社区营销将在家装公司的营销渠道中占据更大位置。凭借创新的商业模式，完成了由"做装修的"升级为"卖家"的转变，真正实现了客户的拎包入住。在经历了长达9年的探索期后，中国互联网家装市场规模从2012年开始加速增长，2014年市场规模达到1100亿元人民币，同比增长37.0%，预计到2017年时将继续保持较高的增长速度。2015-2017年中国互联网家装市场规模及预测

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 行业发展环境

第一章 家装行业概述

第一节 家装行业定义及分类情况

一、定义

二、分类

第二节 家装行业特征分析

一、产业链分析

二、家装行业在国民经济中的地位

三、家装行业生命周期分析

第三节 最近3-5年中国家装行业经济指标分析

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

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2015-2016年中国家装行业发展现状分析

第一节 中国家装行业发展概述

一、中国家装行业发展历程

二、我国家装行业发展特点分析

三、中国家装行业发展面临问题

四、中国家装行业技术发展现状及趋势

第二节 我国家装行业发展状况

一、2015年中国家装行业发展回顾

二、2016年中国家装企业发展分析

三、2016年我国家装市场发展分析

我国家装行业发展至今，已形成一定的规模，行业内企业众多，2010年我国家装行业市场需求规模达9500亿元，2015年增长至16600亿元。 2010-2015年我国家装市场需求规模（亿元）

年份	需求规模：亿元
2010年	9500
2011年	11000
2012年	12200
2013年	13700
2014年	15100
2015年	16600

2015年我国家装市场需求格局：%

第三节 2015-2016年中国家装行业供需分析

一、2015-2016年中国家装行业需求分析

二、2015-2016年中国家装行业供求分析

第四节 2016年家装行业产量分析

一、2016年我国家装产量分析

二、2017-2022年我国家装产量预测

第五节 2015-2016年中国家装价格走势及影响因素分析

一、2015年中国家装价格回顾

二、家装当前市场价格及评述

三、家装价格影响因素分析

四、2017-2022年家装未来价格走势预测

第六节 对中国家装市场的分析及思考

一、家装市场分析

二、家装市场变化的方向

三、中国家装产业发展的新思路

四、对中国家装产业发展的思考

第三章 我国家装行业进出口分析

第一节 我国家装进口分析

一、家装进口贸易的特点和现状

二、家装主要进口市场分析

第二节 我国女家装出口分析

一、家装出口贸易的特点和现状

二、家装主要出口市场分析

第三节 2017-2022年我国家装进出口预测

第二部分 行业深度分析

第四章 中国家装行业区域市场分析

第一节 2016年华北地区家装行业分析

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场规模情况分析

第二节 2016年东北地区家装行业分析

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场规模情况分析

第三节 2016年华东地区家装行业分析

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场规模情况分析

第四节 2016年华南地区家装行业分析

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场规模情况分析

第五节 2016年华中地区家装行业分析

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场规模情况分析

第六节 2016年西南地区家装行业分析

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场规模情况分析

第七节 2016年西北地区家装行业分析

一、2015-2016年行业发展现状分析

二、2015-2016年市场规模情况分析

第五章 家装行业产业结构分析

第一节 家装产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国家装行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章 我国家装行业产业链分析

第一节 家装行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 家装上游行业分析

一、家装成本构成

二、2015-2016年上游行业发展现状

三、2017-2022年上游行业发展趋势

四、上游行业对家装行业的影响

第三节 家装下游行业分析

一、家装下游行业分布

二、2015-2016年下游行业发展现状

三、2017-2022年下游行业发展趋势

四、下游需求对家装行业的影响

第三部分 行业竞争格局

第七章 家装行业竞争格局分析

第一节 家装行业集中度分析

一、家装市场集中度分析

二、家装企业集中度分析

三、家装区域集中度分析

第二节 家装行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

第三节 家装行业竞争格局分析

一、2016年家装行业竞争分析

二、2016年中外家装企业竞争分析

三、2015-2016年我国家装市场竞争分析

四、2017-2022年国内主要家装企业动向

第八章 2015-2016年中国家装行业发展形势分析

第一节 家装行业发展概况

- 一、家装行业发展特点分析
- 二、家装行业投资现状分析
- 三、家装行业总产值分析
- 四、家装行业技术发展分析

第二节 2015-2016年家装行业市场情况分析

- 一、家装行业市场发展分析
- 二、家装市场存在的问题
- 三、家装市场规模分析

第三节 2015-2016年家装产销状况分析

- 一、家装产量分析
- 二、家装产能分析
- 三、家装市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第九章 中国家装行业整体运行指标分析

第一节 2016年中国家装行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2016年中国家装行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2016年中国家装行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第四节 产销运存分析

- 一、2015-2016年家装行业产销情况
- 二、2015-2016年家装行业库存情况
- 三、2015-2016年家装行业资金周转情况

第五节 盈利水平分析

- 一、2015-2016年家装行业价格走势
- 二、2015-2016年家装行业营业收入情况
- 三、2015-2016年家装行业毛利率情况
- 四、2015-2016年家装行业赢利能力

第十章 家装重点企业发展分析

第一节 百安居

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析
- 五、主要客户分析
- 六、技术实力分析
- 七、经营状况分析
- 八、竞争优势分析
- 九、战略规划分析

第二节 北京今朝装饰公司

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析
- 五、主要客户分析
- 六、技术实力分析
- 七、经营状况分析
- 八、竞争优势分析
- 九、战略规划分析

第三节 东易日盛集团

- 一、企业发展概况
- 二、产销规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、营销网络分析
- 五、主要客户分析
- 六、技术实力分析
- 七、经营状况分析
- 八、竞争优势分析
- 九、战略规划分析

第四节 博洛尼装饰集团

- 一、企业发展概况
- 二、产品结构分析
- 三、营销网络分析
- 四、主要客户分析
- 五、技术实力分析
- 六、经营状况分析
- 七、竞争优势分析
- 八、战略规划分析

第五节 龙发装饰公司

- 一、企业发展概况
- 二、产品结构分析
- 三、营销网络分析
- 四、主要客户分析
- 五、技术实力分析
- 六、经营状况分析
- 七、竞争优势分析
- 八、战略规划分析

第六节 元洲装饰公司

- 一、企业发展概况
- 二、产品结构分析
- 三、营销网络分析
- 四、技术实力分析

五、经营状况分析

六、竞争优势分析

七、战略规划分析

第七节 阔达装饰

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第八节 轻舟装饰公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、经营状况分析

四、生产基地布局

五、技术实力分析

六、竞争优势分析

第九节 实创装饰公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、经营状况分析

四、生产基地布局

五、技术实力分析

六、竞争优势分析

第十节 业之峰装饰集团

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、经营状况分析

四、生产基地布局

五、技术实力分析

六、竞争优势分析

第十一章 2017-2022年家装行业投资前景

第一节 2017-2022年家装市场发展前景

- 一、2017-2022年家装市场发展潜力
- 二、2017-2022年家装市场发展前景展望
- 三、2017-2022年家装细分行业发展前景分析

第二节 2017-2022年家装市场发展趋势预测

- 一、2017-2022年家装行业发展趋势
- 二、2017-2022年家装市场规模预测
- 三、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2017-2022年中国家装行业供需预测

- 一、2017-2022年中国家装行业供给预测
- 二、2017-2022年中国家装行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2022年家装行业投资环境分析

第一节 家装行业政治法律环境分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业相关发展规划

第二节 家装行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济形势分析
- 二、国内宏观经济形势分析
- 三、产业宏观经济环境分析

第三节 家装行业社会环境分析

- 一、家装产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、家装产业发展对社会发展的影响

第四部分 投资策略分析

第十三章 家装行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2016年家装行业投资效益分析

第四节 2016年家装行业投资策略研究

第五节 中国家装制造行业的投资建议

一、家装制造行业投资现状分析

二、家装制造行业最新投资动向

三、家装制造行业投资及信贷建议

第十四章 2017-2022年家装行业投资机会与风险

第一节 家装行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 2017-2022年家装行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 2017-2022年家装行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、供求风险及防范
- 三、宏观经济波动风险及防范
- 四、关联产业风险及防范
- 五、其他风险及防范

第十五章 2017-2022年家装行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年中国家装市场趋势分析

- 一、2015-2016年我国家装市场趋势总结
- 二、2017-2022年我国家装发展趋势分析

第二节 2017-2022年家装产品发展趋势分析

- 一、2017-2022年家装产品技术趋势分析
- 二、2017-2022年家装产品价格趋势分析

第三节 2017-2022年中国家装行业供需预测

- 一、2017-2022年中国家装供给预测
- 二、2017-2022年中国家装需求预测

第四节 2017-2022年家装行业规划建议

第十六章 研究结论及投资建议

第一节 家装行业研究结论

第二节 家装行业投资价值评估

第三节 家装行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：家装的分类

图表：家装产业链结构

图表：2015-2016年中国家装行业需求

图表：2015-2016年中国家装行业供求

图表：2016年我国家装产量

图表：2017-2022年我国家装产量预测

图表：2015年中国家装价格回顾

图表：2016年中国家装进口量

图表：2016年中国家装出口量

图表：2017-2022年我国家装进出口预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285346.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。