

2018-2024年中国装潢设计行业市场发展现状调查 与投资价值前景评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国装潢设计行业市场发展现状调查与投资价值前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/311214311214.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、室内装潢设计的相关概述

室内装潢设计是建筑物内部的环境设计，是以一定建筑空间为基础，运用技术和艺术因素制造的一种人工环境，它是一种以追求室内环境多种功能的完美结合，充分满足人们生活，工作中的物质需求和精神需求为目标的设计活动。室内装潢设计是强调科学与艺术相结合，强调整体性、系统性特征的设计，是社会不断发展进步的产物。室内装潢设计可以说是建筑设计的延续和再创造的过程，随着社会文明和高新科技的不断发展，室内装潢设计今后会朝着以下这几种趋势发展：第一，室内装潢设计要回归自然化，也就是既追求现代化，又符合人们的传统审美，更加贴近自然；第二，室内装潢设计会更加艺术化，通过以室内声、光、色和形的完美匹配，加上现代高科技手段，实现高效率和高功能的空间环境；第三，室内装潢设计在今后向着高技术和高情理化的方向发展，不仅重视高新技术的使用，而且还强调人情味，实现技术与情感的完美结合；第四，室内装潢设计要注重个性化，也就是强调人的主体，以满足消费者的满意度为目标来进行空间格局的设计。

图：装潢设计示意图

二、室内装潢设计需要遵循的原则

室内装潢设计主要遵循三大原则，具体如下：

（1）功能性和经济性相统一的原则

功能性和经济性相统一是室内装潢设计中坚持的首要原则，室内装潢设计是一种具有创造性的劳动，是对建筑设计和装修的延续和完善的过程，它的目的就是为了满足人们在日常生活中的各种需求，为人们的生活提供便利。那么从这个角度上看，室内装潢设计就要优化设计室内空间，通过不断完善室内的使用功能来达到功能性和经济性的统一。

（2）整体性和艺术审美的统一

整体性和艺术审美的统一是室内装潢设计中应当坚持的第二大原则，从某种角度来看，室内装潢设计作为独立的设计艺术，是与建筑本身这个整体密不可分的，是以建筑整体为前提和基础的，然后再根据人们的需求重新整合和优化室内空间的各要素，从而满足人们的审美需求。在室内装潢设计的过程中，设计师会以个人的设计创新与建筑空间的完整性进行结合，从而使人们能够在舒适惬意的室内环境内更好地学习、工作和生活。这样，室内装潢设计不仅要在物质层面满足人们的舒适度需求，还要将艺术和人们的视觉审美进行结合，从而最大限度地实现整体性和艺术审美的统一。

（3）创新性和环保型的统一

创新性原则使室内装潢设计的灵魂，但是和普通意义上的艺术创新又有所不同，这种创新需要将设计者的艺术追求和委托设计方的设计意图有效结合起来，然后利用高新技术优化建筑空间，使其具有创新性。此外，随着人们环保意识的不断增强，在室内装潢设计中要求尊重大自然，减少对生态环境的破坏，实现人与自然的和谐统一。因此应当本着环保型的原則，尽量使用环保型材料和技术，从而实现室内装潢设计中室内环境与自然生态相互融合

的效果。 三、常见的室内装潢设计风格

随着社会的不断发展进步，人们的生活水平和生活质量都得到改善，对居住环境也越来越关注和重视。因此，为了更好地满足人们的物质和精神需求，逐渐形成了以下几种设计风格：

（1）中式风格

中式风格主要是以我国的传统文化为基础，通过将现代元素与传统元素进行结合，来提高文学气息。其中中式古典风格使用的主要建材是木材，通过充分发挥木材的物理性能，创造出独特的木结构，并本着构架制的原则来实现建筑构件的规格化。对于室内的横向布局，应当充分利用庭院组织空间，从而实现建筑和环境的协调，还可以通过彩画、雕刻、工艺美术和书法等色彩装饰手段来为室内的环境营造意境，使人们更好享受室内的环境和氛围。

（2）地中海风格

地中海风格具有很大的吸引力，其风格颜色不仅大胆、明亮而且又简单利落，善于对光线进行捕捉，并从天然中进行取材，这是地中海风格最突出的特点。地中海风格设计的重点是在线地中海当地建筑特设，例如手工漆刷的粉白墙、拱门和半拱门以及橘黄坯土强等。在家具的选用上，色彩主要以色彩度较低、修边浑圆并且线条比较简单的木质家具为主，地面铺设的主要是地砖，但是使用陶砖能够起到更好效果，有利于色彩的调配。对于厨房设计，使用的木材比较少，而是铺设以白色为主的陶砖，从而实现更好的意境。

（3）现代简约风格

现代简约风格追求时尚和现代的简洁和愉悦色彩，强调少即是多，要求舍弃过度的装饰元素。现代简约风格大多使用直白的装饰语言和家具来营造宁静的氛围。从功能上看，现代简约风格主张在有限的空间内将其最大的使用效能发挥出来，并且在选择家具时要从实用的角度出发，让形式服从功能；从空间布局来看，一定要使房屋显得宽敞，尽量不使用过多的家具或者相对繁琐的装潢，而且造型上大多使用几何结构，这样的设计能够体现空间和家具的整体协调一致。

（4）欧式风格

欧式风格的主要特点就是家具和灯饰都具有一定的文化氛围，视角变化十分丰富，具有华丽和优雅的特征。在空间设计上，该风格能够给人深度享受，并且能够充分产线出休闲自然的情调，让人感觉非常舒适。

观研天下发布的《2018-2024年中国装潢设计行业市场发展现状调查与投资价值前景评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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家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。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国装潢设计行业发展概述

第一节2016-2017年装潢设计行业发展情况概述

一、装潢设计行业相关定义

二、装潢设计行业基本情况介绍

三、2016-2017年装潢设计行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国装潢设计行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、装潢设计行业产业链条分析

三、2016-2017年中国装潢设计行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国装潢设计行业生命周期分析

一、装潢设计行业生命周期理论概述

二、2017年装潢设计行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年装潢设计行业经济指标分析

二、2016-2017年装潢设计行业的赢利性分析

四、2016-2017年装潢设计行业的经济周期分析

三、装潢设计行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年中国装潢设计行业进入壁垒分析

一、装潢设计行业技术壁垒分析

二、装潢设计行业规模壁垒分析

三、装潢设计行业品牌壁垒分析

四、装潢设计行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球装潢设计行业市场发展现状分析

第一节 全球装潢设计行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球装潢设计行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲装潢设计行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲装潢设计行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲装潢设计行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年亚洲装潢设计行业市场前景分析

四、2018-2024年亚洲装潢设计发展趋势分析

第四节2016-2017年北美装潢设计行业地区市场分析

一、2016-2017年北美装潢设计行业市场现状分析

二、2016-2017年北美装潢设计行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年北美装潢设计行业市场前景分析

四、2018-2024年北美装潢设计行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟装潢设计行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟装潢设计行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟装潢设计行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2024年欧盟装潢设计行业市场前景分析

四、2018-2024年欧盟装潢设计行业发展趋势分析

第六节2018-2024年世界装潢设计行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球装潢设计行业市场规模预测

一、2018-2024年亚洲装潢设计行业市场规模预测

二、2018-2024年北美装潢设计行业市场规模预测

三、2018-2024年欧盟装潢设计行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国装潢设计产业发展环境分析

第一节6-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节6-2017年中国装潢设计行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国装潢设计产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章2016-2017年中国装潢设计产业运行情况

第一节 中国装潢设计行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国装潢设计行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国装潢设计行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2016-2017年中国装潢设计行业价值情况分析

三、2016-2017年中国装潢设计行业区域分布情况

第四节2016-2017年中国装潢设计行业需求情况分析

一、2016-2017年中国装潢设计行业需求分析

二、2016-2017年中国装潢设计行业需求区域分布

第四节2018-2024年中国装潢设计行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国装潢设计市场格局分析

第一节2016-2017年中国装潢设计行业竞争现状分析

一、中国装潢设计行业竞争情况分析

二、中国装潢设计行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国装潢设计行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国装潢设计行业存在的问题

第四节2016-2017年中国装潢设计行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国装潢设计行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国装潢设计市场价格走势分析

第一节2016-2017年装潢设计行业价格影响因素分析

- 一、成本因素
- 二、供需因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第二节2016-2017年中国装潢设计行业价格现状分析

- 一、2016-2017年装潢设计行业平均价格走势回顾分析
- 二、2018年装潢设计行业平均价格走势预测

第三节2018-2024年中国装潢设计行业平均价格走势预测

- 一、价格预测依据
- 二、2018-2024年中国装潢设计行业平均价格走势预测
- 三、2018-2024年中国装潢设计行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国装潢设计行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国装潢设计行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区装潢设计市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华东地区装潢设计市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华中地区装潢设计市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华南地区装潢设计市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2016-2017年华北地区装潢设计市场规模分析

第八章2016-2017年中国装潢设计行业竞争情况

第一节2016-2017年中国装潢设计行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国装潢设计行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国装潢设计行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国装潢设计所属行业数据监测

第一节 中国装潢设计所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国装潢设计所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国装潢设计所属行业财务指标分析

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

第十章 我国装潢设计行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国装潢设计行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国装潢设计行业未来发展前景分析

- 一、2018-2024年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2024年中国装潢设计行业市场机会分析
- 三、2018-2024年中国装潢设计行业投资增速预测
- 第二节2018-2024年中国装潢设计行业未来发展趋势预测
- 第三节2018-2024年中国装潢设计行业市场发展预测
 - 一、2018-2024年中国装潢设计行业市场规模预测
 - 二、2018-2024年中国装潢设计行业市场规模增速预测
 - 三、2018-2024年中国装潢设计行业产值规模预测
 - 四、2018-2024年中国装潢设计行业产值增速预测
- 第四节2018-2024年中国装潢设计行业盈利走势预测
 - 一、2018-2024年中国装潢设计行业毛利润同比增速预测
 - 二、2018-2024年中国装潢设计行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国装潢设计行业投资风险与营销分析

- 第一节2018-2024年装潢设计行业投资风险分析
 - 一、2018-2024年装潢设计行业政策风险分析
 - 二、2018-2024年装潢设计行业技术风险分析
 - 三、2018-2024年装潢设计行业竞争风险分析
 - 四、2018-2024年装潢设计行业其他风险分析
- 第二节2018-2024年装潢设计行业企业经营发展分析及建议
 - 一、2018-2024年装潢设计行业经营模式
 - 二、2018-2024年装潢设计行业生产模式
 - 三、2018-2024年装潢设计行业销售模式
- 第三节2018-2024年装潢设计行业应对策略
 - 一、把握国家投资的契机
 - 二、竞争性战略联盟的实施
 - 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国装潢设计行业发展策略及投资建议

- 第一节2018-2024年中国装潢设计行业品牌战略分析
 - 一、装潢设计企业品牌的重要性
 - 二、装潢设计企业实施品牌战略的意义
 - 三、装潢设计企业品牌的现状分析
 - 四、装潢设计企业的品牌战略
 - 五、装潢设计品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国装潢设计行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2024年中国装潢设计行业战略综合规划分析

- 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

第十四章2018-2024年中国装潢设计行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国装潢设计行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国装潢设计行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年装潢设计行业营销模式
- 二、2018-2024年装潢设计行业营销策略

第三节2018-2024年中国装潢设计行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国装潢设计行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国装潢设计行业投资产品分析

(GYZQJP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/311214311214.html>