

# 2018年中国全装修成品房市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国全装修成品房市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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/fangwuzhuangshi/332091332091.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

1999年国务院办公厅发布的《关于推进住宅产业化提高住宅质量的若干意见》文件，是我国全装修成品房市场的起点。

全装修成品房市场发展一共经历了三个阶段：

- (1) 探索阶段，1999年至2005年，国家主要的工作是普及理念；
- (2) 发展阶段：2006年至2013，部分地区和企业开始试点；
- (3) 推进阶段：2013年后，各地陆续出台鼓励全装修成品房政策。

2016年以来，各地政策出台更加密集，全装修成品房取代毛坯房、清水房已是大势所趋，中国房地产业迎来了“全装修成品房”大时代。

根据住建部2002年出台的《商品住宅装修一次到位实施细则》相关规定，住宅全装修是指在住宅交付使用前，所有功能空间的固定面全部铺装或粉刷完成，厨房和卫生间的基本设备全部安装完毕。其中，给水排水、燃气供应、通风与空调、照明供电以及智能化等系统基本安装到位，厨房、卫生间等基本配套设备部品完备，使住宅具备基本使用功能。

图表：全装修成品房等概念界定 全装修成品房环保节约，美丽中国不可或缺。与毛坯房相比，全装修成品房可减少装修过程中的资源浪费、环境和噪声污染，有利于保证房屋结构安全，也更符合居民对健康和环保的要求，是未来建筑行业的发展方向，更是建设美丽中国的必然选择。无论从政策环境、行业内地产商战略还是消费者购房、装修意识来看，全装修成品房取代毛坯房已势不可挡。

### 一、政策大环境：中央政策持续推进，各省市逐步落实

推广成品房的政策起源于住建部在1999年发布的《关于推进住宅产业化现代化提高住宅质量的若干意见的通知》，首次提出鼓励一次装修到位住宅；2002年，进一步推出《商品住宅装修一次到位实施导则》，对全装修房做出明确的定义和规范；2008年住房和城乡建设部发布的《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》，明确提出要求各地制定出台相关扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或采用菜单式装修模式，分步实施，逐步达到取消毛坯房、直接向消费者提供全装修成品房的目标。2016年，国家发改委、住房和城乡建设部提出“绿色建筑行动方案”，在第八条“推动建筑工业化”中申明要积极推行住宅全装修，鼓励新建住宅一次装修到位或菜单式装修，促进个性化装修和产业化装修相统一；实现提高资源利用效率，节能减排约束性目标，掀起了各省“成品房时代”的序幕。

图表：中央政府部门相关政策 图表：地方政府部门相关政策 总结来看：政策推行主体方面，先中央提出后地方逐步落实；区域方面，华南和华东地区领先，西南和华北地区正在快速布局；城市规模方面，一线城市政策推动早，省会城市相继出台政策。根据中国社科院调查数据，2016年，Top25城市、三四线城市成品房全装修规模占总体成品房全装修规模的比例分别为60%、40%，三四线城市占比逐年提升。

图表：全装修成品房在大小城市的市场规模比例（%） 我国全装修比例仍偏低，发展

空间较大。目前我国一线城市北京、上海、深圳等，商品房占新建住宅比例均在60%以上，南京、苏州等地占比20%以下，全国平均水平约20%左右，相比发达国家平均80%的全装修比例，我国全装修比例仍偏低，发展空间较大。根据建筑业十三五规划，2020年我国新开工全装修成品住宅面积达到30%；浙江省、河南省、海南省等地均提出，在2020年基本实现商品住宅全装修。

图表：全装修商品房在不同国家及城市的建设面积占比（%）

## 二、房企亦变革：政策稳步推进下，商品房成房企开发主流

从地产开发商的角度来看，在政策的稳步推进和支持下，商品房项目也日益成为房企开发的主流。目前万科、恒大等开发商已基本实现全装修，保利、绿地、绿城、金地等也逐渐提高了全装修商品房的比例。但达到80%以上比例的房企仍是极少数，部分房企处于50%-60%的水平。

我国商品房建设总套数方面，根据中国社科院调查数据，房地产前50强企业占较大份额，商品房建设占比为59.30%；非50强企业商品房建设占比为40.70%。

图表：房地产50强企业在商品房市场中所占份额大 图表：部分房地产企业2016年全装修商品房占比（%）

## 三、消费者意识转变叠加行业不断规范，商品房消费意愿提升

随着居民可支配收入的提高，国民对居住和生活环境越来越关心，加之生活节奏变快，消费者消费意识也逐步发生变化，从注重价格到注重品质、环保和便捷性。全装修商品房因能较好满足新一代消费者环保和便捷的消费需求，因而越来越受到购房者青睐。在全装修市场的发展不断规范下，据中国社科院公开资料显示，有意愿购买商品房的消费者比例逐步提升，从2007年的10.90%提升至2017年一季度的26.80%。

商品房市场发展不断规范，全装修商品房质量疑虑逐渐消除。为打消购房者对于全装修工程质量差的疑虑，避免开发商以次充好、牟取暴利，各地相继出台有关全装修设计规范/准则，对各项工程验收进行了详细规范，确立了开发单位为住宅装修质量的第一责任人，负责相应的售后服务。

成品住宅装修可通过“菜单式装修”和丰富的软装满足消费者个性化需求。全装修范围为“硬装”，没有对最能体现个性化的“软装”做出限制。多地全装修设计规范要求开发企业推行菜单式装修，提供多样化的装修风格。如《四川省成品住宅装修工程技术标准》规定，成品住宅项目开发商需提供至少4套装修模式供购房者选择。

图表：全国部分地区全装修设计规范/准则 图表：有购买全装修商品房意愿的消费者占比（%）

观研天下发布的《2018年中国全装修商品房市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、全装修成品房T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国全装修成品房行业发展概述

#### 第一节 全装修成品房行业发展情况概述

- 一、全装修成品房行业相关定义
- 二、全装修成品房行业基本情况介绍
- 三、全装修成品房行业发展特点分析

#### 第二节 中国全装修成品房行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、全装修成品房行业产业链条分析
- 三、中国全装修成品房行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国全装修成品房行业生命周期分析

- 一、全装修成品房行业生命周期理论概述
- 二、全装修成品房行业所属的生命周期分析

#### 第四节 全装修成品房行业经济指标分析

- 一、全装修成品房行业的赢利性分析
- 二、全装修成品房行业的经济周期分析
- 三、全装修成品房行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国全装修成品房行业进入壁垒分析

- 一、全装修成品房行业资金壁垒分析
- 二、全装修成品房行业技术壁垒分析

三、全装修成品房行业人才壁垒分析

四、全装修成品房行业品牌壁垒分析

五、全装修成品房行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球全装修成品房行业市场发展现状分析

第一节 全球全装修成品房行业发展历程回顾

第二节 全球全装修成品房行业市场区域分布情况

第三节 亚洲全装修成品房行业地区市场分析

一、亚洲全装修成品房行业市场现状分析

二、亚洲全装修成品房行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲全装修成品房行业市场前景分析

第四节 北美全装修成品房行业地区市场分析

一、北美全装修成品房行业市场现状分析

二、北美全装修成品房行业市场规模与市场需求分析

三、北美全装修成品房行业市场前景分析

第五节 欧盟全装修成品房行业地区市场分析

一、欧盟全装修成品房行业市场现状分析

二、欧盟全装修成品房行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟全装修成品房行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界全装修成品房行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球全装修成品房行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国全装修成品房产业发展环境分析

第一节 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 中国全装修成品房行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国全装修成品房产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、全装修成品房环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国全装修成品房行业运行情况

第一节 中国全装修成品房行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国全装修成品房行业市场规模分析

第三节 中国全装修成品房行业供应情况分析

第四节 中国全装修成品房行业需求情况分析

第五节 中国全装修成品房行业供需平衡分析

第六节 中国全装修成品房行业发展趋势分析

第五章 中国全装修成品房所属行业运行数据监测

第一节 中国全装修成品房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 中国全装修成品房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 中国全装修成品房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

第六章 2015-2017年中国全装修成品房市场格局分析

第一节 中国全装修成品房行业竞争现状分析

## 一、中国全装修成品房行业竞争情况分析

## 二、中国全装修成品房行业主要品牌分析

### 第二节 中国全装修成品房行业集中度分析

#### 一、中国全装修成品房行业市场集中度分析

#### 二、中国全装修成品房行业企业集中度分析

### 第三节 中国全装修成品房行业存在的问题

### 第四节 中国全装修成品房行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国全装修成品房行业竞争力分析

#### 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

## 第七章 2015-2017年中国全装修成品房行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国全装修成品房行业消费特点

### 第二节 中国全装修成品房行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 全装修成品房行业成本分析

### 第四节 全装修成品房行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国全装修成品房行业价格现状分析

### 第六节 中国全装修成品房行业平均价格走势预测

#### 一、中国全装修成品房行业价格影响因素

#### 二、中国全装修成品房行业平均价格走势预测

#### 三、中国全装修成品房行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国全装修成品房行业区域市场现状分析

### 第一节 中国全装修成品房行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地全装修成品房市场分析

#### 一、华东地区概述



## 二、华东地区经济环境分析

### 三、华东地区全装修成品房市场规模分析

### 四、华东地区全装修成品房市场规模预测

## 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、华中地区全装修成品房市场规模分析

### 四、华中地区全装修成品房市场规模预测

## 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、华南地区全装修成品房市场规模分析

## 第九章 2015-2017年中国全装修成品房行业竞争情况

### 第一节 中国全装修成品房行业竞争结构分析（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 中国全装修成品房行业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 中国全装修成品房行业竞争环境分析（全装修成品房T）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 全装修成品房行业企业分析（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

## 第十一章 2018-2024年中国全装修成品房行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国全装修成品房行业未来发展前景分析

#### 一、全装修成品房行业国内投资环境分析

#### 二、中国全装修成品房行业市场机会分析

#### 三、中国全装修成品房行业投资增速预测

### 第二节 中国全装修成品房行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国全装修成品房行业市场发展预测

#### 一、中国全装修成品房行业市场规模预测

#### 二、中国全装修成品房行业市场规模增速预测

#### 三、中国全装修成品房行业产值规模预测

#### 四、中国全装修成品房行业产值增速预测

#### 五、中国全装修成品房行业供需情况预测

### 第四节 中国全装修成品房行业盈利走势预测

#### 一、中国全装修成品房行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国全装修成品房行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2018-2024年中国全装修成品房行业投资风险与营销分析

### 第一节 全装修成品房行业投资风险分析

#### 一、全装修成品房行业政策风险分析

#### 二、全装修成品房行业技术风险分析

#### 三、全装修成品房行业竞争风险

#### 四、全装修成品房行业其他风险分析

### 第二节 全装修成品房行业企业经营发展分析及建议

#### 一、全装修成品房行业经营模式

#### 二、全装修成品房行业销售模式

#### 三、全装修成品房行业创新方向

### 第三节 全装修成品房行业应对策略

- 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年中国全装修成品房行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国全装修成品房行业品牌战略分析

- 一、全装修成品房企业品牌的重要性
- 二、全装修成品房企业实施品牌战略的意义
- 三、全装修成品房企业品牌的现状分析
- 四、全装修成品房企业的品牌战略
- 五、全装修成品房品牌战略管理的策略

### 第二节 中国全装修成品房行业市场重点客户战略实施

- 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 中国全装修成品房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年中国全装修成品房行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国全装修成品房行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国全装修成品房行业定价策略分析

### 第二节 中国全装修成品房行业营销渠道策略

- 一、全装修成品房行业渠道选择策略
- 二、全装修成品房行业营销策略

第三节中国全装修成品房行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国全装修成品房行业重点投资区域分析

二、中国全装修成品房行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/332091332091.html>