

2020年中国家装市场前景研究报告- 产业规模现状与发展规划趋势

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《2020年中国家装市场前景研究报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/433198433198.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

家装，是家庭住宅装修装饰的简称。狭义上，家装是指室内装饰，是从美化的角度来考虑的，使室内的空间更美观；广义上，家装还包括室内空间的装修。现流行的家装风格可分为八大类：现代前卫风格、现代简约风格、雅致主义风格、现代中式风格、新古典风格、欧式古典风格、美式乡村主义以及地中海风格。

现流行家装风格分类

资料来源：公开资料整理

我国家装行业起步较晚，始于20世纪90年代初期，但发展却是非常快速的，我国家装行业大致经历了四大阶段，随着网络时代的到来，互联网家装兴起，我国家装行业不断进行转型升级。

我国家装行业发展历程

资料来源：公开资料整理

随着房地产市场逐步进入成熟期以及新一轮消费升级的到来，近年来我国家装行业保持稳健发展，2020年叠加疫情影响，我国家装行业总产值在五年内首度下滑，达2万亿元，同比下降10.7%，但整体仍维持高位。

2015-2020年我国家装行业总产值

数据来源：中国建筑装饰协会

其中，得益于网络时代的到来，近年来我国互联网家装行业兴起，发展迅速，逐渐成为家装行业增长的新动力。数据显示，截至2019年我国互联网家装行业市场规模增为3861.7亿元，同比增长12.2%，渗透率已达16.9%；预计2020年市场规模有望达4216.6亿元，同比增长9.2%，渗透率也将提升至19.2%。

2016-2020年我国互联网家装行业市场规模变化

数据来源：公开资料整理

2016-2020年我国互联网家装渗透率变化

数据来源：公开资料整理

而在行业保持稳定增长下，我国家装行业进入者也不断增多，按行业主要参与者划分，目前我国家装行业相关企业主要可分为四大类：装修队、传统家装企业、互联网家装企业、整体家装服务商。

我国家装行业相关企业类型

特点/模式

装修队

传统家装企业

互联网家装企业

整体家装服务商

服务内容

提供基础施工

提供简单设计、基础施工，主材定制及软装搭配较少

以基础装修工程为主，附加值较低，缺乏全产业链盈利的能力

提供方案设计、专业施工、材料定制、软装搭配及精装后家居选购的无界服务方案

服务布局

无固定店面

门店数量有限、规模较小

主要依托互联网进行线上布局，部分开设线下店面。

以线下精选店面体验式服务为基础，以线上多渠道推广为辅助的创新服务布局；

线下店面设置样板间和建材馆，对设计风格、配套建材进行展示，并配备专业导购；线上平

台借助智能化、便捷化、科学

化的云系统，提供高效、便捷服务

项目管理

现场施工缺乏系统性监管

以施工现场管理为主，信息化管理能力有限

主要依靠合作的装修公司进行管理

搭建贯穿项目关键节点的智能管理系统，客户、供应商、施工及管理人员登录系统即可实时

监控

售后服务

通常无法提供售后服务

企业规模较小，可能存在售后拖沓的情形

多数企业没有专门的家装业务售后服务团队，主要依靠合作的装修公司进行售后维修

提供售前、售中、售后的无界服务，客户报修便捷，响应及时

潜在风险

客源不稳定

以基础装修工程为主，附加值较低，缺乏全产业链盈利的能力

广告投入较大，客户转化率较低；口碑依赖于合作的装修公司和建材商的服务能力

对综合配套能力、研发创新能力要求较高，边际扩张的资本投入需求大资料来源：公开资料

整理

目前我国家装行业市场竞争较为激烈，行业相关代表企业有上海齐家网信息科技股份有限公司、深圳市彬讯科技有限公司、爱空间科技(北京)有限公司等。

我国家装行业相关代表企业

企业名称

品牌

简介

上海齐家网信息科技股份有限公司

齐家网

深度打造融合线上线下的家装新模式，专注于装修、建材、家居垂直领域的电子商务平台，建材家居一站式解决方案服务提供商

深圳市彬讯科技有限公司

土巴兔

国内知名互联网家装平台，为用户提供供应商匹配、先装修后支付、装修分期、装修质检及家居电商等一站式服务

爱空间科技(北京)有限公司

爱空间lkongjian

知名标准化互联网家装品牌，专注于通过互联网+思维实现家装行业的标准化/产业化，集线上交易/全程监控和线下体验为一体的新型家装企业

苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

金螳螂·家

金螳螂旗下家装品牌，以家为核心的深度垂直服务闭环一站式家居服务平台，从事设计/装修/家具/软装/家电/智能/舒适系统等领域

青岛有住信息技术有限公司

有住

青岛有住信息技术有限公司，国内知名垂直型互联网装修平台，专业从事互联网装修产品研发的一站式互联网在线装修平台

爱蜂巢(苏州)电子商务有限公司

家装e站

创建于2010年，标准家装服务的互联网品牌，标准设计/标准主材/标准施工的线上购物与线下家装服务交易平台

北京一起网科技股份有限公司

一起装修17house

专注于整体家装服务和建材家具团购服务，集建材/家装/家具垂直领域为一体的一站式装修服务平台，颇具实力的装修家居行业大型服务网站

杭州群核信息技术有限公司

酷家乐

国内知名的室内装修效果图在线设计平台，以分布式并行计算和多媒体数据挖掘为技术核心，推出的智能VR室内设计平台

万科链家(北京)装饰有限公司

万链Vanlian

由于2015年万科、链家合力打造，致力于解决家庭装修烦恼，提供家装解决方案

广东橙家科技有限公司

橙家OHOME

国内新兴互联网家装品牌，碧桂园核心联盟企业，专业提供高品质环保美学整体家装服务的一站式装修企业资料来源：公开资料整理

综上所述，我国家装行业整体保持向好发展趋势，市场竞争较为激烈，行业集中度较低，呈现出“大行业,小企业”的特点。展望未来，随着房地产市场逐渐进入存量时代，我国家装行业发展将有所趋缓，企业经营模式将有所改变，网络家装成为行业发展重要方向。（shz）

观研报告网发布的《2021年家装市场前景研究报告 各类行业报告库》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。

行业报告是业内企业、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、橙子电商机构、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。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、PEST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】

第一部分 产业环境分析

第一章 家装行业概述

第一节 家装行业定义

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 家装行业发展历程

第三节 家装行业分类情况

一、装修公司分类

二、家装工程

第四节 家装产业链分析

一、家装行业产业链结构

二、家装行业产业链的效益

- 1、有利于企业成本的降低
- 2、有利于新企业的出现
- 3、有利于企业创新氛围的形成
- 4、有利于打造“区位品牌”
- 5、有利于区域经济的发展

第二章 2017-2021年中国家装行业发展环境分析

第一节 2017-2021年中国经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

- 1、2020年世界经济形势分析
- 2、2020年世界经济发展趋势
- 3、对我国经济的影响

二、国内宏观经济形势分析

- 1、GDP运行情况
- 2、固定资产投资情况
- 3、财政收支状况
- 4、中国汇率调整
- 5、对外贸易&进出口

三、2020年宏观经济预测

- 1、国际形势短期向好，但内生动力依然不足
- 2、2020年我国经济增长趋势
- 3、2020年通货紧缩趋势预测
- 4、2020年的改革趋势预测

第二节 2017-2021年中国家装行业发展政策环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、家装行业标准

- 1、《住宅室内装饰装修工程质量验收规范》
- 2、《家庭居室装饰装修质量验收标准》

3、《家居行业经营服务规范》

第三节 2017-2021年中国家装行业发展社会环境分析

一、人口环境

二、居民消费水平分析

1、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

三、工业发展形势分析

四、中国城镇化率

第二部分 行业深度透视

第三章 中国家装行业总体发展状况

第一节 中国家装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 中国家装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 中国家装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

第四章 中国家装市场供需分析

第一节 家装市场现状分析及预测

一、2017-2021年我国家装行业总产值分析

二、2021-2026年我国家装行业总产值预测

第二节 家装市场需求分析及预测

一、2017-2021年我国家装市场需求分析

二、2021-2026年我国家装市场需求预测

第五章 家装行业发展现状分析

第一节 全球家装行业发展分析

一、全球家装行业发展历程

二、全球家装行业发展现状

三、全球家装行业发展预测

第二节 中国家装行业发展分析

一、2017-2021年中国家装行业发展态势分析

1、属于劳动密集型行业

2、竞争加剧

3、家装行业由成长期向成熟期转化

4、技术发展情况

5、用户要求

6、市场需求（细分）变化

7、规模化、工业化、品牌化发展

二、2017-2021年中国家装行业发展特点分析

三、2017-2021年中国家装行业市场供需分析

第三节 中国家装产业特征与行业重要性

一、为国民经济增长做出了积极贡献

二、对拉动内需和扩大就业作用明显

三、对相关产业的带动作用越来越大

四、推动了人们生活水平的提高

五、推动了人们文化品位的提高

六、对发展文体事业的支持

第四节 家装行业特性分析

第六章 中国家装市场规模分析

第一节 2021年中国家装市场规模分析

第二节 2021年中国家装区域市场规模分析

一、2021年东北地区市场规模分析

二、2021年华北地区市场规模分析

三、2021年华东地区市场规模分析

四、2021年华中地区市场规模分析

五、2021年华南地区市场规模分析

第三节 2021-2026年中国家装市场规模预测

第七章 家装国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2017-2021年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

一、装修费用

二、装修项目

第三节 国内产品价格影响因素分析

一、材料价格

二、工艺水平

三、施工管理

四、资质规模

第四节 2021-2026年国内产品未来价格走势预测

第八章 家装及其主要上下游产品

第一节 家装上下游分析

一、上游基础供给

1、房地产行业

2、涂料产业

三、下游需求市场分析

1、家具行业

2、建材行业

第二节 家装行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第三部分 行业竞争格局

第九章 家装产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

一、集成家居

二、智能家居

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第十章 家装行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

1、大公司

2、中小公司

3、马路游击队

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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 家装企业竞争策略分析

一、家装企业核心竞争力特点

二、家装企业核心竞争模式

三、提高家装企业竞争力的策略

第十一章 家装行业重点企业竞争分析

第一节 东易日盛装饰有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 浙江亚厦装饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 深圳广田装饰集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 龙发集团装饰有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 北京业之峰诺华装饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 北京元洲装饰集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节 广东星艺装饰集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 投资发展策略

第十二章 家装行业投资与发展前景分析

第一节 家装行业投资分析

一、家装行业生命周期分析

二、家装行业投资壁垒分析

1、政策壁垒

2、规模经济

3、品牌偏好

4、技术壁垒

三、家装行业投资退出壁垒

四、2021年家装投资机会

第二节 2021-2026年中国家装行业发展预测分析

一、未来家装发展分析

二、未来家装行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

1、“十三五”期间宏观经济环境及市场形势的分析

2、中国建筑装饰行业“十三五”指导思想

3、中国建筑装饰行业“十三五”发展目标

4、中国建筑装饰行业“十三五”发展的主要措施

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十三五行业发展趋势

第十三章 家装产业用户度分析

第一节 家装产业用户认知程度

第二节 家装产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

六、整体指标评价

第十四章 2021-2026年家装行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前家装存在的问题

第二节 家装未来发展预测分析

一、中国家装发展方向分析

二、2021-2026年中国家装行业发展规模预测

三、2021-2026年中国家装行业发展趋势预测

第三节 2021-2026年中国家装行业投资风险分析

- 一、宏观经济风险与规避
- 二、行业政策风险与规避
- 三、原料市场风险与规避
- 四、市场竞争风险与规避
- 五、技术风险分析与规避
- 六、下游需求风险与规避

第十五章 专家观点与结论

第一节 家装行业营销策略分析及建议

- 一、家装行业营销模式
- 二、家装行业营销策略
 - 1、家装行业的产品策略
 - 2、价格策略
 - 3、渠道策略
 - 4、家装行业的促销组合策略

第二节 家装行业企业经营发展分析及建议

- 一、家居一体化
- 二、渠道多元品牌发力

第三节 家装行业信息化平台搭建

- 一、信息化平台
- 二、家装行业信息化平台搭建

第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、客户群体品级与个性分析
 - 1、客户阶层
 - 2、客户收入
 - 3、家庭组成类型
 - 4、文化素养划分
 - 5、年龄层次划分
 - 6、客户职业划分
- 二、客户装修个性分析
- 三、客户的类型分析
- 四、客户装修消费心理分析
- 五、客户装修付款方式分析
- 六、客户装修的需求及审美分析
- 七、综合业务分析

图表详见报告正文 (GYSYL)

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/433198433198.html>