

2017-2022年中国家装产业发展态势及十三五投资 商机研究报告

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《2017-2022年中国家装产业发展态势及十三五投资商机研究报告》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/274300274300.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

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

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）

2015年我国家装市场需求格局：%

中国报告网发布的《2017-2022年中国家装产业发展态势及十三五投资商机研究报告》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。

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

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

(GYZX)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/274300274300.html>