

中国家装行业发展趋势研究与未来投资预测报告 (2024-2031年)

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《中国家装行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724337.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

1、家装概述

家装全称为家庭住宅装饰，是指对居民住宅(包括新建住宅和原有住宅)室内空间及相关环境进行设计，施工及室内用品配套供应、陈设布置的过程。家装上游为建材家具工厂及经销商、家居软饰工厂及经销商，下游则为C端住户、B端地产开发商等。自上世纪90年代住房市场化改革以来，家装行业发展大致经历了四个阶段，从早期本地小规模装企的起步，到区域型家装公司多元化、规模化发展，再到后期互联网兴起，带动家装行业的模式变革。

家装行业发展历程

时间

发展阶段

行业驱动因素

特点

1997-2007年

起步阶段：从无到有，野蛮生长

1997年我国正式颁布《中华人民共和国建筑法》，建筑装饰行业开始起步，一大批本地、规模较小的住宅装修装饰企业进入市场，家装商业化服务形态逐步形成

家装服务内容单一、低质，政策红利下的野蛮生长阶段，多数企业处于摸索阶段

2008-2014年

扩张阶段：区域发展，差异竞争

城镇化率仍保持高速增长，房地产的大规模开发为家装服务带来了直接需求，区域城市化发展为区域型家装公司的出现和发展提供了土壤

服务模式精细化、多元化发展，区域型装企深耕本地市场，差异化竞争带来一定市场优势

2015-2020年

稳定发展阶段：互联网助力，百花齐放

互联网家装发力，成为家装行业增长新动力，齐家网、土巴兔等流量平台型公司出现，阿里、京东等综合型互联网平台陆续入场，家装产业链上下游各类主体纷纷切入家装赛道，整装服务模式初具雏形

消费升级以及好行业在技术推动下的增效成为行业增长的新兴动力

2021年至今

创新发展阶段：服务家装，以人为本

家装服务从“以房为本”专项“以人为本”消费主导发展，行业服务模式更成熟，效率驱动、规模驱动行业发展

行业集中度进一步提升，多类型市场主体入局家装领域，整装模式快速增长

资料来源：观研天下整理

2、家居消费刺激政策频发，旧城改造利好住房品质升级，推动家装行业发展

近年来，我国城市更新工作持续有序推进。政策端，显现出支持居民旧房装修与城镇老旧小区改造联动，共同形成促进消费合力的部署思路，进一步打开旧房改造的家装市场想象空间。

我国老旧改造小区相关政策情况

序号

名称

发布时间

发布机构

主要有关内容

1

全国住房和城乡建设工作会议

2022.1

住建部

将实施城市更新行动作为推动城市高质量发展的重大战略举措组织推进燃气等城市管道老化更新改造重大工程

2

政府工作报告

2022.3

国务院

有序推进城市更新，加强市政设施和防灾减灾能力建设，开展老旧建筑和设施安全隐患排查整治，再开工改造一批城镇老旧小区，支持加装电梯等设施，推进无障碍环境建设和公共设施适老化改造

3

“十四五”新型城镇化实施方案

2022.6

发改委

有序推进城市更新改造。重点在老城区推进以老旧小区、老旧厂区、老旧街区、城中村等“三区一村”改造为主要内容的城市更新改造，探索政府引导、市场运作、公众参与模式

4

《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》

2022.12

中共中央国务院

加强城镇老旧小区改造和社区建设，补齐居住社区设施短板，完善社区人居环境

5

《关于扎实有序推进城市更新工作的通知》

2023.7

住建部

建立城市体检机制，将城市体检作为城市更新的前提坚持问题导向，划细城市体检单元，从住房到小区、社区、街区、城区，查找群众反映强烈的难点、堵点、痛点问题

6

《关于促进家居消费若干措施的通知》

2023.7

商务部等13部门

鼓励各地结合城镇老旧小区改造等工作，通过政府支持、企业促销等多种方式，支持居民开展旧房装修和局部升级改造鼓励企业开展旧房翻新设计大赛，展示升级改造优秀案例，打造旧房装修和局部改造样板间，推出价格实惠的产品和服务套餐，满足多样化消费需求

7

《关于扎实推进2023年城镇老旧小区改造工作的通知》

2023.7

住建部等七部门

明确改造对象范围，大力改造提升建成年代较早、失养失修失管、设施短板明显、居民改造意愿强烈的住宅小区（含独栋住宅楼），重点改造2000年底前建成需改造的城镇老旧小区

资料来源：观研天下整理

与此同时，自2022年以来，国家政府多次出台刺激家居消费的相关政策文件，主要集中于鼓励绿色家具、智能家具消费，推进旧房装修及提高适老化水平等方面。进入2024年，政府各部门集中出台相关政策、强调推进家装厨卫“焕新”，支持更多存量房、二手房实施旧房装修和局部改造，重点发力存量房装修市场。

2022-2024年3月我国家装行业相关政策情况

时间

发文部门

文件/会议名称

要点

2022年4月

国务院办公厅

《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》

鼓励消费者更换或新购绿色节能家电、环保家具等家居产品

2022年8月

工信部、住房城乡建设部等4部门

《推进家居产业高质量发展行动方案》

从5个方面13项任务推进家居产业高质量发展,提出“增加健康智能绿色产品供给”、“培育智能家居生态”、“加快数字化绿色化转型”、“推动绿色智能家居产品下乡”等任务

2023年7月

商务部、国家发改委、工信部等13部门

《关于促进家居消费的若干措施》

提出4方面、11条政策举措:大力提升供给质量,包括完善绿色供应链、创新培育智能消费;提高家居适老化水平;积极创新消费场景,包括推动业态模式创新发展、支持旧房装修和开展促消费活动等

2024年1月

商务部等9部门

《关于健全废旧家电家具等再生资源回收体系的通知》

到2025年,在全国范围内建设一批废旧家电家具等再生资源回收体系典型城市,培育一批回收龙头企业,推广一批典型经验模式,形成一批政策法规标准

2024年3月

国务院

政府工作报告

推动各类生产设备、服务设备更新和技术改造,鼓励和推动消费品以旧换新

2024年3月

国务院

《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》

明确提出要实施消费品以旧换新行动,开展汽车、家电产品以旧换新,推动家装消费品换新

2024年3月

国务院新闻发布会

商务部

正在部署开展消费品以旧换新工作,正在抓紧研究细化举措,在充分尊重消费者意愿的前提下推动家装厨卫“焕新”,支持更多存量房、二手房实施旧房装修和局部改造

2024年4月

商务部等14部门

《推动消费品以旧换新行动方案》

推动汽车换能、家电换智、家装厨卫“焕新”

资料来源:观研天下整理

3、家装需求逐步转入存量时代,一站式装修模式成为主流

而近几年,随着新房销售走低及存量房的逐步累积,我国家装消费基础正发生变化,存量房需求逐步成为装修主力需求。根据数据,2023年,我国有装修需求的消费者中,二手房需求占比接近60%,其中城市能级越高,二手房装修的占比越高。同时,伴随高线城市房地产

行业逐渐步入存量时代，存量房装修需求占比或逐步提升，2030年存量房装修需求在中国装修需求中的占比有望超70%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

不过，存量房翻新比精装新房、毛坯新房装修复杂，所以大部分消费者倾向于采取全包、整装等高效的一站式装修模式。根据数据，2023年有家装需求的消费者中分别有35%、24%的消费者选择了全包（含人工、辅材、主材）和整装（硬装+软装，拎包入住）等模式，选择半包（含人工、辅材）的消费者占比约40%。

数据来源：观研天下整理

整装模式特征与优劣势分析

资料来源：观研天下整理

4、局改需求红利释放背景下，头部企业以多元化模式相继切入

此外，在房屋旧改造需求的背景下，头部家装企业开始以不同切入点、不同解决模式相继切入旧改行业。例如，欧派家居在2021年即开始推行旧厨改造，强调48小时内完成厨房焕新，而好莱客试图以阳台为切入点布局局改、旧改市场，并推出“莱住”独立阳台、局改品牌。

头部家居企业旧改市场布局情况

家居企业

旧改渠道布局情况

欧派家居

2021年即开始推行旧厨改造，48小时内完成厨房焕新

索菲亚

以“墙地一体”切入旧改赛道，也通过增强与装企的合作渗透旧改市场

我乐家居

推行“7天焕新厨房”活动，还针对二孩时代，上线儿童房魔法焕新套系，并且升级护墙板工艺，使得安装速度更快

好莱客

推出“莱住”独立阳台、局改品牌，以阳台为切入点布局局改、旧改市场

箭牌卫浴

推出的全卫设计翻新改造服务，涵盖测量、拆旧、回收、换新等全过程

资料来源：观研天下整理

5、从增量市场向存量市场过渡，我国家装行业向精细化发展迈进

综上，未来随着增量市场向存量市场逐渐过渡，我国家装行业向精细化发展迈进，市场增长动力充足、未来可期。根据数据显示，2022年我国家装市场规模首次突破三万亿，同比增速为7.8%，预计2025年市场规模将达到37802亿元。

数据来源：观研天下整理

6、智能房屋有望将家装变为蓝海市场，行业玩家类型多样，新进入者面临诸多挑战

值得注意的是，技术变革所带来的应用层改变，也为家装行业创造出新的需求。未来，随着科技进步，智能房屋逐渐被越来越多的中产用户所选择，这已成为一个红海市场中的蓝海新趋势。

而在政策和科技因素加入到装修和家居投入之后，整个家装行业规模也开始随之增大。也就正是这些增量，吸引来自各行各业的市场参与者，进入到这个看似已经竞争过度的家装行业中来。

从家装行业参与者来看，除传统家装企业外，家居、房地产等行业产业链上的相关主体均有布局家装赛道，并且凭借自身资源禀赋打造差异化竞争优势。例如，传统家装企业与全屋定制企业大都采用重运营布局模式，在产品、施工和管控能力方面优势更为显著；房产中介企业，其具备获取上游购房者流量的优势且由于自身主营房产交易经纪业务，对目标群体的流量获取精准。因此，多类型主体切入家装服务场景为家装行业发展带来新活力，巨头涌现，未来市场竞争度将进一步提升。

我国家装行业各类型企业竞争特点

企业类型

差异化优势

竞争难点

代表性企业

一站式整装企业

信息化和数字化程度高，可通过技术手段提升效率，且产品受众面较广
较为考验施工和服务能力

爱空间

平台型家装企业

具备电商基因和思维，以营销获客为抓手主打流量变现

管控力度有待加强

土巴兔

全屋定制企业

与传统家装相比更聚焦于家居

对定制品之外的环节（如硬装方面）需要时间积累

欧派

传统家装企业

以设计为导向，通过掌握设计入口来把握消费决策权，施工、交付能力较强

服务属性有待提升

业之峰

家居建材卖场

作为线下场景不可或缺的载体，在场景打造方面有经验

在家装赛道的用户认可度有待提升

居然之家（居然乐屋）

地产开发/物业企业

有获得购房者/居民等流量的能力

专业化认可度有待加强

碧桂园（凤凰家装）

房产中介公司

有获得上游购房者流量的优势，相对于互联网广域获客更为精准

自身孵化难，需要资本投入

贝壳（被窝、圣都、爱空间）

资料来源：观研天下整理

那么新进入者而言，该如何在饱和度较高的家装行业中存活呢？目前，我国家装行业新进入者主要面对线下经营成本和线上营销费用的压力。在线下经营成本方面，家装最主要的是财务压力，家装公司必须配备相应的工人、设备，并且店面会占据开销比例较高，如一家中型装修公司，每年店面房租要100多万，算上广告费、员工工资等，显性成本就在1000万元以上。

在线上营销方面，近年来随着新房成交量减少，家装销售模式逐渐从地推向互联网营销为主，获客成本显著地增加。目前，许多家装公司的客单成本就达到3500元。如果通过互联网渠道获客，装修公司的成本就会占到销售额的20%左右，尤其是随着竞争日趋激烈，新型装修公司将会进行持续性、大规模的互联网营销费用投入，这将侵蚀其整体的盈利情况。因此，对于新进入者来说，通过打造完整的会员服务体系、供应链整合、产业链整合、小店模式、营销数字化等方式，提升家装消费者的全生命周期体验成为提升运营效率、强化用户粘性的重要环节，节省营销开销。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

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，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、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国家装行业发展概述

第一节 家装行业发展情况概述

- 一、家装行业相关定义
- 二、家装特点分析
- 三、家装行业基本情况介绍
- 四、家装行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、家装行业需求主体分析

第二节 中国家装行业生命周期分析

- 一、家装行业生命周期理论概述
- 二、家装行业所属的生命周期分析

第三节 家装行业经济指标分析

- 一、家装行业的赢利性分析
- 二、家装行业的经济周期分析
- 三、家装行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球家装行业市场发展现状分析

第一节 全球家装行业发展历程回顾

第二节全球家装行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲家装行业地区市场分析

- 一、亚洲家装行业市场现状分析
- 二、亚洲家装行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家装行业市场前景分析

第四节北美家装行业地区市场分析

- 一、北美家装行业市场现状分析
- 二、北美家装行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美家装行业市场前景分析

第五节欧洲家装行业地区市场分析

- 一、欧洲家装行业市场现状分析
- 二、欧洲家装行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲家装行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界家装行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球家装行业市场规模预测

第三章 中国家装行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对家装行业的影响分析

第三节中国家装行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对家装行业的影响分析

第五节中国家装行业产业社会环境分析

第四章 中国家装行业运行情况

第一节中国家装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

第二节中国家装行业市场规模分析

- 一、影响中国家装行业市场规模的因素
- 二、中国家装行业市场规模
- 三、中国家装行业市场规模解析

第三节中国家装行业供应情况分析

一、中国家装行业供应规模

二、中国家装行业供应特点

第四节中国家装行业需求情况分析

一、中国家装行业需求规模

二、中国家装行业需求特点

第五节中国家装行业供需平衡分析

第五章 中国家装行业产业链和细分市场分析

第一节中国家装行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、家装行业产业链图解

第二节中国家装行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对家装行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对家装行业的影响分析

第三节我国家装行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国家装行业市场竞争分析

第一节中国家装行业竞争现状分析

一、中国家装行业竞争格局分析

二、中国家装行业主要品牌分析

第二节中国家装行业集中度分析

一、中国家装行业市场集中度影响因素分析

二、中国家装行业市场集中度分析

第三节中国家装行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国家装行业模型分析

第一节中国家装行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国家装行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国家装行业SWOT分析结论

第三节中国家装行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国家装行业需求特点与动态分析

第一节中国家装行业市场动态情况

第二节中国家装行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节家装行业成本结构分析

第四节家装行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国家装行业价格现状分析

第六节中国家装行业平均价格走势预测

- 一、中国家装行业平均价格趋势分析
- 二、中国家装行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国家装行业所属行业运行数据监测

第一节中国家装行业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

第二节中国家装行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国家装行业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 2019-2023年中国家装行业区域市场现状分析

第一节中国家装行业区域市场规模分析

- 一、影响家装行业区域市场分布的因素
- 二、中国家装行业区域市场分布

第二节中国华东地区家装行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区家装行业市场分析
 - (1) 华东地区家装行业市场规模
 - (2) 华东地区家装行业市场现状
 - (3) 华东地区家装行业市场规模预测

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、华中地区家装行业市场分析

- (1) 华中地区家装行业市场规模
- (2) 华中地区家装行业市场现状
- (3) 华中地区家装行业市场规模预测

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、华南地区家装行业市场分析

- (1) 华南地区家装行业市场规模
- (2) 华南地区家装行业市场现状
- (3) 华南地区家装行业市场规模预测

第五节华北地区家装行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区家装行业市场分析

- (1) 华北地区家装行业市场规模
- (2) 华北地区家装行业市场现状
- (3) 华北地区家装行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区家装行业市场分析

- (1) 东北地区家装行业市场规模
- (2) 东北地区家装行业市场现状
- (3) 东北地区家装行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区家装行业市场分析

- (1) 西南地区家装行业市场规模
- (2) 西南地区家装行业市场现状
- (3) 西南地区家装行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区家装行业市场分析

- (1) 西北地区家装行业市场规模
- (2) 西北地区家装行业市场现状
- (3) 西北地区家装行业市场规模预测

第十一章 家装行业企业分析（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、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国家装行业发展前景分析与预测

第一节中国家装行业未来发展前景分析

一、家装行业国内投资环境分析

二、中国家装行业市场机会分析

三、中国家装行业投资增速预测

第二节中国家装行业未来发展趋势预测

第三节中国家装行业规模发展预测

一、中国家装行业市场规模预测

二、中国家装行业市场规模增速预测

三、中国家装行业产值规模预测

四、中国家装行业产值增速预测

五、中国家装行业供需情况预测

第四节中国家装行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国家装行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国家装行业进入壁垒分析

一、家装行业资金壁垒分析

二、家装行业技术壁垒分析

三、家装行业人才壁垒分析

四、家装行业品牌壁垒分析

五、家装行业其他壁垒分析

第二节家装行业风险分析

一、家装行业宏观环境风险

二、家装行业技术风险

三、家装行业竞争风险

四、家装行业其他风险

第三节中国家装行业存在的问题

第四节中国家装行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国家装行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国家装行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国家装行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节家装行业营销策略分析

一、家装行业产品策略

二、家装行业定价策略

三、家装行业渠道策略

四、家装行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724337.html>