

2020年中国家装行业分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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年中国家装行业分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/456369456369.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

我国家居产业链涉及的主体有建材家居软饰工厂及经销商、物流运输服务商、装修公司、设计师、施工队、用户等。其产业链流程涉及前期施工准备，中期硬装、后期软装三个环节。前期工作主要包括施工涉及、材料选择、尺寸测量等，中期硬装施工主要涉及主体拆迁、水电工程、泥瓦工程、木工工程等，后期软装和家电进场，完成家装整体装修过程。

装修概念主要以房间设计、装修、家具布置、富有情趣的小装点，产业分为前期施工准备，中期硬装、后期软装等三个环节。家装产业链中后期流程

信息来源：公开资料整理

为先维护公共利益及市场次序，国家对装饰装修行业进行严格监督管理，以确保工程质量安全。国家出台多项专业资质标准，以规范行业健康操作。家装行业准入资质汇总情况

资质类别

标准文件

具体内容

建筑装饰装修工程专业承包企业资质

建筑装饰装修工程专业承包企业资质等级标准

建筑装饰分为一级、二级资质标准，其中，一级企业：可承担各类建筑装饰装修工程，以及与装修工程直接配套的其他工程设施。二级企业：可承担单项合同额2000万元以下的建筑装饰装修工程，以及与装修工程直接配套的其他工程的施工。

建筑装饰工程设计专项资质

建筑装饰工程设计专项资质标准

标准设一级、二级、三级三个级别，其中，甲级可承担建筑装饰工程项目的主体工程及其配套工程设计，其设计范围和规模不受限制。乙级可以承担1000万元以下的建筑装饰主体工程和配套工程设计。丙级可以承担500万元以下的建筑装饰工程（仅限住宅装饰装修）的建筑工程项目的装饰装修设计。

建筑装饰装修工程设计与施工资质

建筑装饰装修工程设计与施工资质标准

标准设一级、二级、三级三个级别，取得一级资质的企业可承担各类建筑装饰装修工程的规模不受限制（建筑幕墙工程除外）；取得二级资质的企业可承担单项合同额不高于1200万元的建筑装饰装修工程（建筑幕墙工程除外）；取得三级资质的企业可承担单项合同额不高于300万元的建筑装饰装修工程（建筑幕墙工程除外）。

信息来源：观研天下整理

衣、食、住、行是人们不可缺少的基本条件，近年来，我国家装市场整体发展较平稳，时间显示，2017年我国家装市场总产值达到1.91万亿元，比2016年增加了1,300亿元，同比

增长7.30%；随着城镇快速发展及二次装修需求不断扩大，预测，2020年家装市场规模有望达到2.4万亿元。2014我国二次住房装修规模为0.39万亿元，2017年上升到0.6万亿元，复合增幅率达15.44%。2018年市场规模将达到0.69万亿元。

2008-2020年中国家装行业市场总产值及增长情况

数据来源：住房建设委

2014-2018年中国住房二次装修产值统计及增长情况

数据来源：住房建设委

家装行业内不同经营类型特点分析情况

特点/模式

装修队

传统家装企业

标准文件

具体内容

服务内容

提高基层施工

提供简单设计、基础施工，主材定制及软装搭配缺少

主要解决客户、装修公司及建材商的信息撮合问题

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

已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

已施工现场管理为主，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、供应链、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 and 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

信息来源：观研天下整理

2016-2017年期间，我国家装行业融资市场处于低迷状态，2018年开始反弹，家企业获得上亿元级别融资。数据显示，2018年家装行业市场共发生融资事件数量60起，融资金额达到了213.98亿元，同比增长699.03%。其中，主要以A轮及以下融资为主，A轮融资企业数量为29家，占比总融资量的48.3%。

2012-2018年中国家装行业投资事件数量统计情况

数据来源：住房建设委

2012-2018年中国家装行业融资金额统计情况

数据来源：住房建设委

随着社会生活品质的提升，人们追求高端及便捷的生活，全屋定制出现被广泛接受，我国定制家具行业迎来快速发展。根据2018年家装行业关键词热度排行显示，全屋定制排名第一，其次是家具新零售和智能家居。

全屋定制兴起原因分析情况

信息来源：观研天下整理

随着家居行业的洗牌，大批家装企业倒闭后，互联网家装热度逐渐衰减，智能家居和定制家居逐渐受到消费者的青睐。根据2018年家装行业关键词热度排行，全屋定制与智能家居分别位列第一位和第三位。在消费升级的时代，全屋定制和智能家居是未来的主要发展趋势

从2018年家装行业融资企业业务领域分布来看，智能家居企业比较受资本市场青睐。其中，共有23家智能家居企业获得投资，占获投资企业总数的46.94%。其中包括BroadLink、云丁科技、涂鸦智能、绿米、源码智能等企业。此外，设计类技术型企业、家装新零售企业也获得资本市场重视

2018年中国家装关键词热点排行分析情况

数据来源：住房建设委

2018年中国家装行业投融资企业主营业务分布情况

数据来源：住房建设委（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国家装行业分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》

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。

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】

第一章 2017-2020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、家装行业基本情况介绍
- 三、家装行业发展特点分析

第二节 中国家装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家装行业产业链条分析
- 三、中国家装行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 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
- 第四节 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
- 第五节 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

第二章 2017-2020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 欧盟家装行业地区市场分析
 - 一、欧盟家装行业市场现状分析
 - 二、欧盟家装行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟家装行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界家装行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球家装行业市场规模预测

第三章 中国家装产业发展环境分析

- 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、全社会消费品家装总额

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

第三节 中国家装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 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

第三节 中国家装行业供应情况分析

第四节 中国家装行业需求情况分析

第五节 中国家装行业供需平衡分析

第六节 中国家装行业发展趋势分析

第五章 中国家装所属行业运行数据监测

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、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 2017-2020年中国家装市场格局分析

第一节 中国家装行业竞争现状分析

一、中国家装行业竞争情况分析

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分析

二、中国家装行业企业集中度分析

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

第五节 中国家装行业竞争力分析

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 2017-2020年中国家装行业需求特点与动态分析

第一节 中国家装行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国家装行业价格影响因素

二、中国家装行业平均价格走势预测

三、中国家装行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区家装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家装市场规模分析

四、华东地区家装市场规模预测

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、华中地区家装市场规模分析

四、华中地区家装市场规模预测

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、华南地区家装市场规模分析

四、华南地区家装市场规模预测

第九章 2017-2020年中国家装行业竞争情况

第一节 中国家装行业竞争结构分析（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 中国家装行业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 中国家装行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国家装行业市场发展预测

- 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

- 一、中国家装行业毛利润同比增速预测
- 二、中国家装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家装行业投资风险与营销分析

第一节 家装行业投资风险分析

- 一、家装行业政策风险分析
- 二、家装行业技术风险分析
- 三、家装行业竞争风险分析
- 四、家装行业其他风险分析

第二节 家装行业企业经营发展分析及建议

- 一、家装行业经营模式
- 二、家装行业销售模式
- 三、家装行业创新方向

第三节 家装行业应对策略

- 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 2021-2026年中国家装行业发展战略及规划建议

第一节 中国家装行业品牌战略分析

- 一、家装企业品牌的重要性
- 二、家装企业实施品牌战略的意义

三、家装企业品牌的现状分析

四、家装企业的品牌战略

五、家装品牌战略管理的策略

第二节 中国家装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 中国家装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 2021-2026年中国家装行业发展策略及投资建议

第一节 中国家装行业产品策略分析

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 中国家装行业定价策略分析

第三节 中国家装行业营销渠道策略

一、家装行业渠道选择策略

二、家装行业营销策略

第四节 中国家装行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家装行业重点投资区域分析

二、中国家装行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/456369456369.html>