

2018-2023年中国建筑装饰产业市场规模现状分析与投资发展趋势研究报告

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《2018-2023年中国建筑装饰产业市场规模现状分析与投资发展趋势研究报告》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/fangwuzhuangshi/297129297129.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

我国建筑声学装饰发展有利与不利因素分析

1、有利因素

(1) 宏观经济平稳快速增长为行业发展提供了良好的外部发展条件

2011—2015年，我国国内生产总值由483,300亿元增长到689,052亿元，年均复合增速为7.31%，当前，我国宏观经济经过几年的高速增长，呈现出缓中趋稳的特点，2015年GDP增速为6.9%，显示中国经济运行仍处在稳步发展阶段。

2011-2015年我国国民生产总值图 数据来源：观研天下数据中心整理

另一方面，我国居民人均可支配收入一直保持稳定增长态势，国家统计局公布2015年全年全国居民人均可支配收入为21,966元，比上年名义增长8.9%，扣除价格因素实际增长7.4%。超过同期6.9%的GDP增速。宏观经济增长和居民生活水平的不断提高带动了文化市场的扩张，这就从需求层面给声学装饰行业的发展带来了巨大商机。

2012-2016年全国居民人均可支配收入及增速 数据来源：观研天下数据中心整理

(2) 国家对文化产业的鼓励政策支持促进了声学装饰行业的发展

党中央、国务院明确提出推动文化产业成为国民经济支柱性行业。近年来，我国出台多个涉及文化产业政策性文件，在财税、金融、准入、土地、投资等多方面给予优惠，扶持文化产业发展。

2011年3月，《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》及党的十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，明确提出“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”、“构建现代文化产业体系”等重大任务。

2012年2月，文化部正式向社会发布《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》，提出“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%，2015年比2010年至少翻一番，实现倍增的奋斗目标。

2014年3月，文化部、人民银行、财政部联合发布《关于深入推进文化金融合作的意

见》，提出要结合当前金融改革和文化产业发展的新趋势，突出改革创新精神，发挥市场配置资源的决定性作用，在建立文化金融合作部际会商机制、完善文化金融中介服务体系、加大财政对文化金融的扶持力度以及推动文化企业直接融资等方面深入推进文化金融合作。

2015年1月，中共中央办公厅、国务院办公厅联合发布《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》，对加快构建现代公共文化服务体系，推进基本公共文化服务标准化、均等化，保障人民群众基本文化权益做了全面部署，提出要提升公共文化设施建设、管理和服务水平，健全公共文化设施布局、土地使用、建设规模、设计和施工规范以及技术要求等标准。按照城乡人口发展和分布，坚持均衡配置、严格预留、规模适当、功能优先、经济适用、节能环保的原则，合理规划建设各类公共文化设施。

2015年5月，文化部、财政部、新闻出版总署、广电总局、体育总局联合发布《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》，对政府向社会力量购买公共文化服务的购买主体、承接主体、购买内容、购买机制、资金保障、监管机制、绩效评价等内容作出了规定，并明确提出了目标。

2016年3月，《国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》提出了“十三五”时期公共文化服务体系基本建成，文化产业成为国民经济支柱性产业的目标。深化文化体制改革，实施重大文化工程，完善公共文化服务体系、文化产业体系、文化市场体系。推动基本公共文化服务标准化、均等化发展，引导文化资源向城乡基层倾斜，创新公共文化服务方式，保障人民基本文化权益。推动文化产业结构优化升级，发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，扩大和引导文化消费。

随着相关文化政策的密集出台，文化产业迎来良好的发展机遇，市场规模不断扩大。大剧院、社区剧院、音乐厅、博物馆、展览馆等作为文化传播的重要载体，将迎来新的建设热潮，未来文化建筑装饰行业市场空间广阔。

（3）供给改革与消费升级促进消费重心向文化、教育、旅游、体育等领域转移，加快推动行业发展

随着改革开放的不断深入，我国经济得以快速稳定发展，城乡居民收入水平不断提高，居民人均消费性支出逐年增加，购买能力不断增强。当人们的衣食住行等初级的、物质层面的消费需求得到满足之后，文化需求日益强烈。文化成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，丰富的精神文化生活成为我国人民的热切愿望。国家亦高度重视文化事业的发展，将扩大和满足人民基本文化消费需求作为社会主义文化建设的基本任务，各大中城市大剧院、音乐

厅、博物馆、展览馆等公共设施不断完善。目前相当一部分居民的消费升级重心开始向文化、教育、旅游等领域转移，为文化产业的发展提供了更广泛的市场需求。作为文化建筑建设的重要参与方，声学装饰行业未来发展前景良好。

(4) 城镇化的稳步推进，为建筑声学装饰行业带来强劲动力

我国城镇化发展迅速，2003年至2015年期间，城镇化率以平均每年1.31个百分点的速度提高，城镇人口平均每年增长2,049万人。2015年，我国城镇人口比重达到56.10%，比2003年上升了15.57个百分点。《国家新型城镇化规划(2014-2020年)》更是提出了人文城市建设的目标，将文化设施作为重点项目推进。城镇化建设带来的文化设施建设需求将为建筑声学装饰行业带来强劲动力。

2005-2015年我国城镇化率统计 数据来源：观研天下数据中心整理

(5) 国家推广绿色环保建筑，加快推动声环境工程市场的增长

人们对居住、工作、娱乐、生活的噪声、震动等声环境的品质需求正在快速提升，国家《绿色建筑评价标准》(JGJ/T229-2010)规定场地内环境噪声应符合《声环境质量标准》(GB3096)：限制了建筑室内允许噪声级别、围护结构隔声等级、毗邻城市交通干道的建筑外墙、窗户、外门隔声性能；规定学校、医院、旅馆、办公楼、车站、体育场馆、商业中心等大型建筑的人员密集场所，空调机房、通风机房、发电机房、水泵房等由噪声污染的设备用房等建筑的顶棚、楼面、墙面和门窗采用相应的吸声和隔声措施。伴随着国家绿色建筑的推行，声环境工程的市场存在巨大市场容量。

2、不利因素

(1) 原材料价格波动和劳动力成本上升

建筑声学装饰工程产值60%以上是由材料的价值转化而成，建筑材料价格的波动，对建筑声学装饰工程成本有直接的影响。同时，建筑声学装饰行业属于劳动密集型行业，在工程施工过程中需要大量的劳务用工。近年来，随着经济的发展、城市生活成本的上升、“人口红利”的逐渐消失，我国劳动力成本上升趋势较为明显，可能导致企业盈利下降，经营风险加大。

(2) 客户对建筑声学认知水平不足

国内部分运营管理方（业主）对建筑声学的认知度、重视度不够，忽略了对建筑声学的考虑，招标定价时一般参照普通装修装饰工程标准，对行业发展造成不利影响。

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

【报告目录】

第一章 我国建筑装饰行业发展现状

第一节 中国建筑装饰行业发展概述

- 一、中国建筑装饰行业发展历程
- 二、中国建筑装饰行业发展面临问题
- 三、中国建筑装饰行业技术发展现状及趋势

第二节 我国建筑装饰行业发展状况

- 一、2015-2017年中国建筑装饰行业发展回顾
- 二、2015-2017年建筑装饰行业发展情况分析
- 三、2015-2017年我国建筑装饰市场特点分析
- 四、2015-2017年我国建筑装饰市场发展分析

第三节 中国建筑装饰行业供需分析

- 一、2015-2017年中国建筑装饰市场供给总量分析
- 二、2015-2017年中国建筑装饰市场供给结构分析
- 三、2015-2017年中国建筑装饰市场需求总量分析
- 四、2015-2017年中国建筑装饰市场需求结构分析
- 五、2015-2017年中国建筑装饰市场供需平衡分析

第二章 中国建筑装饰行业经济运行分析

第一节 我国建筑装饰行业总体规模分析

- 一、我国建筑装饰行业资产分析
- 二、我国建筑装饰行业负债分析
- 三、我国建筑装饰行业所有者权益分析

第二节 我国建筑装饰行业生产效益分析

- 一、企业数量情况
- 二、计算劳动生产率的平均人数
- 三、按总产值计算的劳动生产率
- 四、人均竣工产值
- 五、人均施工面积
- 六、人均竣工面积

第三节 我国建筑装饰行业经营规模分析

- 一、我国建筑装饰行业企业营业额
- 二、我国建筑装饰行业企业收入
- 三、我国建筑装饰行业企业费用

第四节 我国建筑装饰行业经营效益分析

- 一、我国建筑装饰行业企业利润分析
- 二、我国建筑装饰行业总承包和专业承包企业基本分析
- 三、我国建筑装饰行业总承包和专业承包企业经济效益

第三章 建筑装饰行业盈利能力分析

第一节 2015-2017年中国建筑装饰行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2015-2017年中国建筑装饰行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2015-2017年中国建筑装饰行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2015-2017年中国建筑装饰行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析

- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第四章 2015-2017年中国建筑装饰行业发展形势分析

第一节 建筑装饰行业发展概况

- 一、建筑装饰行业发展特点分析
- 二、建筑装饰行业投资现状分析
- 三、建筑装饰行业总产值分析
- 四、建筑装饰行业技术发展分析

第二节 2015-2017年建筑装饰行业市场情况分析

- 一、建筑装饰行业市场发展分析
- 二、建筑装饰市场存在的问题
- 三、建筑装饰市场规模分析

第三节 2015-2017年建筑装饰产销状况分析

- 一、建筑装饰产品产量分析
- 二、建筑装饰产品产能分析
- 三、建筑装饰市场需求状况分析

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

第二部分 建筑装饰行业深度分析

第五章 中国建筑装饰细分市场分析

第一节 住宅建筑装饰市场分析

- 一、2015-2017年行业发展现状分析
- 二、2015-2017年市场规模情况分析
- 三、2018-2023年市场需求情况分析
- 四、2018-2023年行业发展前景预测
- 五、2018-2023年行业投资风险预测

第二节 星级酒店建筑装饰市场分析

- 一、2015-2017年行业发展现状分析
- 二、2015-2017年市场规模情况分析
- 三、2018-2023年市场需求情况分析
- 四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第三节 商业营业用房建筑装饰市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第四节 公共建筑建筑装饰市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第五节 建筑卫生陶瓷市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第六节 建筑门窗市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场规模情况分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第六章 中国建材行业细分产品分析

第一节 整体厨房市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场容量及占比分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第二节 洁具市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场容量及占比分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第三节 建筑幕墙市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场容量及占比分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第四节 木作市场分析

一、2015-2017年行业发展现状分析

二、2015-2017年市场容量及占比分析

三、2018-2023年市场需求情况分析

四、2018-2023年行业发展前景预测

五、2018-2023年行业投资风险预测

第三部分 建筑装饰市场竞争格局

第七章 建筑装饰行业竞争格局分析

第一节 建筑装饰行业集中度分析

一、建筑装饰市场集中度分析

二、建筑装饰企业集中度分析

三、建筑装饰区域集中度分析

第二节 建筑装饰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

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 建筑装饰行业竞争格局分析

一、2017年建筑装饰行业竞争分析

二、2017年中外建筑装饰竞争分析

三、2015-2017年我国建筑装饰竞争分析

四、2015-2017年国内主要建筑装饰企业动向

第八章 建筑装饰及产业链重点企业发展分析

第一节 建筑装饰重点企业发展分析

- 一、金螳螂建筑装饰股份有限公司
- 二、中国建筑装饰工程公司
- 三、浙江亚厦装饰集团有限公司
- 四、北京龙发建筑装饰工程有限公司
- 五、深圳市科源建设集团有限公司
- 六、TOTO企业

- 七、美标（中国）有限公司

第二节 房地产企业发展分析

- 一、万科企业股份有限公司
- 二、绿城房地产集团有限公司
- 三、恒大集团
- 四、世茂集团

第四部分 建筑装饰行业发展前景与管理策略

第九章 2018-2023年建筑装饰行业发展前景分析

第一节 2018-2023年影响建筑装饰行业发展的主要因素

- 一、影响建筑装饰行业运行的有利因素
- 二、影响建筑装饰行业运行的稳定因素
- 三、影响建筑装饰行业运行的不利因素
- 四、我国建筑装饰行业发展面临的挑战
- 五、我国建筑装饰行业发展面临的机遇

第二节 2018-2023年建筑装饰行业发展前景分析

- 一、建筑装饰市场发展前景分析
- 二、我国建筑装饰市场蕴藏的商机
- 三、全球经济低迷下建筑装饰市场的发展前景
- 四、我国建筑装饰市场面临的发展商机
- 五、2018-2023年建筑装饰市场面临的发展商机

第十章 建筑装饰行业发展趋势分析

第一节 2018-2023年中国建筑装饰市场趋势分析

- 一、2015-2017年我国建筑装饰市场趋势总结
- 二、2018-2023年我国建筑装饰发展趋势分析

第二节 2018-2023年建筑装饰发展趋势分析

一、2018-2023年建筑装饰技术趋势分析

二、2018-2023年建筑装饰价格趋势分析

第三节 2018-2023年中国建筑装饰行业规模预测

一、2018-2023年中国建筑装饰供给预测

二、2018-2023年中国建筑装饰需求预测

三、2018-2023年中国建筑装饰价格预测

四、2018-2023年中国建筑装饰市场规模预测

五、2018-2023年中国建筑装饰市场容量预测

第四节 2018-2023年中国建筑装饰细分市场规模预测

一、2018-2023年住宅建筑装饰市场规模及容量预测

二、2018-2023年酒店建筑装饰市场规模及容量预测

三、2018-2023年商业营用房建筑装饰市场规模及容量预测

四、2018-2023年公共建筑装饰市场规模及容量预测

第五节 2018-2023年建筑装饰行业规划建议

一、2018-2023年建筑装饰行业整体规划

二、2018-2023年建筑装饰行业发展预测

三、2018-2023年建筑装饰行业规划建议

第十一章 建筑装饰企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、建筑装饰价格策略分析

二、建筑装饰渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高建筑装饰企业竞争力的策略

一、提高中国建筑装饰企业核心竞争力的对策

二、建筑装饰企业提升竞争力的主要方向

三、影响建筑装饰企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高建筑装饰企业竞争力的策略

第四节 对我国建筑装饰品牌的战略思考

一、建筑装饰实施品牌战略的意义

二、建筑装饰企业品牌的现状分析

三、我国建筑装饰企业的品牌战略

四、建筑装饰品牌战略管理的策略

图表目录

图表：2017年我国建筑装饰行业市场销售产值分季度统计

图表：2015-2017年我国建筑装饰行业市场容量统计图

图表：2015-2017年中国建筑装饰行业总资产及增长

图表：2015-2017年中国建筑装饰行业总负债及增长

更多图表详见正文（GSLWK）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/297129297129.html>