

# 2018年中国住宅全装修行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国住宅全装修行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/329466329466.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

### 一、新型城镇化、绿色建筑与装配式建筑助力全装修渗透率提升

新型城镇化的发展需要产业的支撑和驱动，合理选择产业是新型城镇化成功的重要保障。建筑业是国民经济的支柱产业，具有关联度大、产业链长、集成度高、附加值高、社会贡献拉动效应显著的特点，建筑业的绿色化发展将对我国城镇化过程中拉动地方GDP的增长和就业岗位创造带来不可估量的巨大作用，也会为新型城镇化健康稳定的发展提供强有力的产业支撑。新型城镇化的重点发展方向是智能、绿色和低碳，绿色建筑有望成为市场关注重点，而我国目前取得绿色建筑标识的项目占全国总建筑面积仅约1%。而根据《建筑业发展“十三五”规划》，对于建筑节能及绿色建筑发展目标——城镇新建民用建筑全部达到节能标准要求，能效水平比2015年提升20%，到2020年，城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%，新开工全装修成品住宅面积达到30%，绿色建材应用比例达到40%，装配式建筑面积占新建建筑面积比例达到15%。

“绿色建筑”相关政策的出台，促使建筑装饰企业需求转型升级发展道路。能源紧缺、环境污染严重的发展现状表明，传统高污染、高能耗发展老路不符合市场需求，发展节能、低碳、环保的绿色建筑装饰，是建筑装饰行业的发展趋势的方向，也是建筑装饰行业企业的发展选择。全装修装饰就是要求在土建施工完成后墙体不再拆建，水电点位一次铺设到位，不再重复建设，节约资源、保护环境，完全符合绿色建筑的相关要求。而装配式建筑是指用预制部品部件在工地现场装配而成的建筑，主要包括装配式混凝土建筑、钢结构建筑和现代木结构建筑。通俗的说，就是十多层的高层建筑只需要像搭积木一样拼装起来。这种建筑的优点是建造速度快，受气候条件制约小，节约资源能源，减少施工污染，节约劳动力并且可以提高建筑质量，而“全装修”可以说是装配式建筑发展的终极目标。

图表：全装修是实现绿色建筑的必然选择

### 二、地产行业集中度提升，地产后周期装修行业受益

#### 1、房地产市场回暖，后周期装饰市场有望受益

房屋竣工与新开工以及销售具有很强的相关性，一般而言，房屋销售的提升将在短期内带动新开工面积的提升，竣工面积随之提升，根据历史经验，房屋新开工一般领先于竣工1.5年-2年。2016年房屋住宅销售面积同比增长23%，16年房地产销售市场的火爆带动了16-17年房屋新开工面积增速的提升，2016年和2017年房屋住宅新开工面积同比分别增长9%和11%，而17年房屋住宅竣工面积同比下降7%，预计2018年竣工面积将受益于前期新开工面积的增长，而作为地产后周期的装饰装修行业也将受益于竣工面积的提升。

图表：房屋住宅新开工领先竣工1.5年-2年

图表：16年住宅房屋销售面积同比增长23%

图表：16年-17年房屋住宅新开工面积同比分别增长9%和11%

图表：住宅房屋施工面积近两年明显有所回升

图表：17年住宅房屋竣工面积有所回落

## 2、地产行业集中度提升，助力全装修渗透率提升

地产行业集中度近几年提升迅速，强者恒强，龙头企业往往拥有超越行业的增速。从近三年来看，各梯队房企集中度持续上升。2017年TOP3、TOP10以及TOP20房企销售金额集中度分别达到13%、24%和33%，较2016年分别提升了4个百分点、5个百分点和8个百分点。2017年前三季度TOP3、TOP10以及TOP20房企销售面积集中度分别达到9%、16%和20%，较2016年分别提升了2个百分点、3个百分点和4个百分点。

而大地产商的全装修比重一直都非常高，恒大的全装修比例基本达到100%，万科、碧桂园等大型地产商全装修比例也在90%左右，远远高于其他地产商。全装修比例100%的恒大也是多数全装修企业的大客户，如全筑股份46%的业务来源于恒大，广田集团更是达到了53%。随着地产行业集中度的逐渐提升，全装修渗透率也将随之提升，利好全装修业务的开展。同时，全装修企业和大型地产商进行较好的合作有助于自身提升规模效应，对大楼盘的装修具备规模化效应，在一定程度上降低了自身的成本。

图表：房地产企业销售金额集中度逐年上升

图表：房地产企业销售面积集中度逐年上升

图表：2012年以后恒大一直是全筑股份的最大客户

图表：广田集团：恒大远远领先于公司第二大客户

观研天下发布的《2018年中国住宅全装修行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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。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、住宅全装修T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 2015-2017年中国住宅全装修行业发展概述

#### 第一节 住宅全装修行业发展情况概述

- 一、住宅全装修行业相关定义
- 二、住宅全装修行业基本情况介绍
- 三、住宅全装修行业发展特点分析

#### 第二节 中国住宅全装修行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、住宅全装修行业产业链条分析
- 三、中国住宅全装修行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国住宅全装修行业生命周期分析

- 一、住宅全装修行业生命周期理论概述
- 二、住宅全装修行业所属的生命周期分析

#### 第四节 住宅全装修行业经济指标分析

- 一、住宅全装修行业的赢利性分析
- 二、住宅全装修行业的经济周期分析
- 三、住宅全装修行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国住宅全装修行业进入壁垒分析

- 一、住宅全装修行业资金壁垒分析
- 二、住宅全装修行业技术壁垒分析
- 三、住宅全装修行业人才壁垒分析
- 四、住宅全装修行业品牌壁垒分析
- 五、住宅全装修行业其他壁垒分析

### 第二章 2015-2017年全球住宅全装修行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球住宅全装修行业发展历程回顾

#### 第二节 全球住宅全装修行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲住宅全装修行业地区市场分析

- 一、亚洲住宅全装修行业市场现状分析
- 二、亚洲住宅全装修行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲住宅全装修行业市场前景分析

#### 第四节 北美住宅全装修行业地区市场分析

- 一、北美住宅全装修行业市场现状分析

- 二、北美住宅全装修行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美住宅全装修行业市场前景分析
- 第五节 欧盟住宅全装修行业地区市场分析
  - 一、欧盟住宅全装修行业市场现状分析
  - 二、欧盟住宅全装修行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧盟住宅全装修行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界住宅全装修行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球住宅全装修行业市场规模预测
- 第三章 2015-2017年中国住宅全装修产业发展环境分析
  - 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、全社会消费品零售总额
    - 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 中国住宅全装修行业政策环境分析
    - 一、行业监管体制现状
    - 二、行业主要政策法规
  - 第三节 中国住宅全装修产业社会环境发展分析
    - 一、人口环境分析
    - 二、住宅全装修环境分析
    - 三、文化环境分析
    - 四、生态环境分析
    - 五、消费观念分析
- 第四章 2015-2017年中国住宅全装修行业运行情况
  - 第一节 中国住宅全装修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 中国住宅全装修行业市场规模分析
  - 第三节 中国住宅全装修行业供应情况分析
  - 第四节 中国住宅全装修行业需求情况分析
  - 第五节 中国住宅全装修行业供需平衡分析

## 第六节 中国住宅全装修行业发展趋势分析

## 第五章 中国住宅全装修所属行业运行数据监测

### 第一节 中国住宅全装修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 中国住宅全装修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 中国住宅全装修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 2015-2017年中国住宅全装修市场格局分析

### 第一节 中国住宅全装修行业竞争现状分析

#### 一、中国住宅全装修行业竞争情况分析

#### 二、中国住宅全装修行业主要品牌分析

### 第二节 中国住宅全装修行业集中度分析

#### 一、中国住宅全装修行业市场集中度分析

#### 二、中国住宅全装修行业企业集中度分析

### 第三节 中国住宅全装修行业存在的问题

### 第四节 中国住宅全装修行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国住宅全装修行业竞争力分析

#### 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 2015-2017年中国住宅全装修行业需求特点与价格走势分析

#### 第一节 中国住宅全装修行业消费特点

#### 第二节 中国住宅全装修行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第二节 住宅全装修行业成本分析

#### 第三节 住宅全装修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

#### 第四节 中国住宅全装修行业价格现状分析

#### 第五节 中国住宅全装修行业平均价格走势预测

##### 一、中国住宅全装修行业价格影响因素

##### 二、中国住宅全装修行业平均价格走势预测

##### 三、中国住宅全装修行业平均价格增速预测

### 第八章 2015-2017年中国住宅全装修行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国住宅全装修行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区住宅全装修市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区住宅全装修市场规模分析

##### 四、华东地区住宅全装修市场规模预测

#### 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、华中地区住宅全装修市场规模分析

##### 四、华中地区住宅全装修市场规模预测

#### 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、华南地区住宅全装修市场规模分析



## 第九章 2015-2017年中国住宅全装修行业竞争情况

### 第一节 中国住宅全装修行业竞争结构分析（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 中国住宅全装修行业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 中国住宅全装修行业竞争环境分析（住宅全装修T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 住宅全装修行业企业分析（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、公司优劣势分析

### 第二节 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、公司优劣势分析

第三节 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、公司优劣势分析

第四节 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、公司优劣势分析

第五节 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、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国住宅全装修行业发展前景分析与预测

第一节 中国住宅全装修行业未来发展前景分析

一、住宅全装修行业国内投资环境分析

二、中国住宅全装修行业市场机会分析

三、中国住宅全装修行业投资增速预测

第二节中国住宅全装修行业未来发展趋势预测

第三节中国住宅全装修行业市场发展预测

一、中国住宅全装修行业市场规模预测

二、中国住宅全装修行业市场规模增速预测

三、中国住宅全装修行业产值规模预测

四、中国住宅全装修行业产值增速预测

五、中国住宅全装修行业供需情况预测

第四节中国住宅全装修行业盈利走势预测

一、中国住宅全装修行业毛利润同比增速预测

二、中国住宅全装修行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国住宅全装修行业投资风险与营销分析

第一节 住宅全装修行业投资风险分析

一、住宅全装修行业政策风险分析

二、住宅全装修行业技术风险分析

三、住宅全装修行业竞争风险分析

四、住宅全装修行业其他风险分析

第二节 住宅全装修行业企业经营发展分析及建议

一、住宅全装修行业经营模式

二、住宅全装修行业销售模式

三、住宅全装修行业创新方向

第三节 住宅全装修行业应对策略

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2018-2024年中国住宅全装修行业发展策略及投资建议

第一节 中国住宅全装修行业品牌战略分析

一、住宅全装修企业品牌的重要性

二、住宅全装修企业实施品牌战略的意义

三、住宅全装修企业品牌的现状分析

四、住宅全装修企业的品牌战略

五、住宅全装修品牌战略管理的策略

## 第二节中国住宅全装修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 中国住宅全装修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 2018-2024年中国住宅全装修行业发展策略及投资建议

### 第一节中国住宅全装修行业产品策略分析

- 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 中国住宅全装修行业定价策略分析

### 第二节中国住宅全装修行业营销渠道策略

- 一、住宅全装修行业渠道选择策略
- 二、住宅全装修行业营销策略

### 第三节中国住宅全装修行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国住宅全装修行业重点投资区域分析
- 二、中国住宅全装修行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/329466329466.html>