

2012-2016年建筑装饰市场运营态势与战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年建筑装饰市场运营态势与战略咨询研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/116090.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

建筑装饰是建筑装饰装修工程的简称。建筑装饰是为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的物理性能、使用功能和美化建筑物，采用装饰装修材料或饰物对建筑物的内外表面及空间进行的各种处理过程。建筑装饰是人们生活中不可缺少的一部分。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年建筑装饰市场运营态势与战略咨询研究报告》共十四章。首先介绍了建筑装饰行业相关概述、中国建筑装饰产业运行环境等，接着分析了中国建筑装饰业运行的现状，然后介绍了中国建筑装饰行业市场竞争格局。随后，报告对中国建筑装饰做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国建筑装饰业发展前景与投资预测。您若想对建筑装饰产业有个系统的了解或者想投资建筑装饰行业，本报告是您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。

第一章 建筑装饰行业相关概述

第一节 建筑装饰业简述

- 一、建筑装饰行业特点
- 二、建筑装饰材料阐述

第二节 建筑装饰与建筑业

第三节 建筑装饰其综概述

- 一、建筑装饰的功能与手段
- 二、建筑装饰设计
- 三、中国式建筑装饰设计

第二章 2012年世界建筑装饰行业市场发展深度分析

第一节 2012年中国建筑装饰业运行环境分析

- 一、全球经济现状及影响分析
- 二、全球建筑装饰节能与环保分析

第二节 2012年世界建筑装饰业运行概况

- 一、世界建筑业的发展状况
- 二、全球建筑装饰业设计情况分析
- 三、建筑装饰材料市场热点聚焦

第三节 2012年美国建筑装饰行业发展概况分析

- 一、美国的建筑装饰材料特点分析
- 二、美国现代人在家居装饰时更愿意“DIY”

三、美国的建筑装饰行业重视产品多元化发展

四、美国建筑装饰行业发展趋势分析

第四节 2012年其他国家及地区建筑装饰行业发展概述

一、俄罗斯

二、东欧

三、中国香港

第五节 2012-2016年世界建筑装饰产业新趋势分析

第三章 2012年中国建筑装饰产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国建筑装饰产业政策环境分析

一、建筑装饰设计资质分级标准

二、确立行业主管部门，完善建筑装饰的法规建设

三、加强对建筑行业主体资质的管理

四、再生节能建筑材料财政补助资金管理暂行办法

第三节 2012年中国建筑装饰行业社会环境分析

一、商品房迅速升温，放大装修装饰行业规模

二、宏观调控房地产，波及装饰装修行业发展

第四章 2012年中国建筑市场运行形势透析

第一节 2012年中国建筑行业概述

一、中国宏观环境向好支撑建筑业发展迅猛

二、中国建筑业市场进入健康发展轨道

三、中国建筑业历经变革今非昔比

四、中国国有建筑企业的改革之路

五、中国建筑业劳动力发展现状

第二节 2012年中国建筑业发展现状分析

一、2012年建筑商生存环境分析

二、2012年建筑业加大基建投资情况分析

三、中国建筑业集中度和专业协作水平相对较低

四、2012年全国建筑业总产值分析

第五章 2012年中国建筑装饰业运行态势分析

第一节 中国建筑装饰行业发展历程分析

第二节 2012年中国建筑装饰业运行概况

- 一、建筑装饰行业与价值链相关产业关联性大
- 二、家装市场企业众多但业务分散，工装企业数量较少但大型工程集中
- 三、区域分布不均匀
- 四、家装企业违规施工问题严重

第三节 2012年中国建筑装饰行业市场规模分析

- 一、建筑装饰工程总产值逐年攀升
- 二、家庭装饰装修市场热度不减
- 三、公共装饰装修市场逐渐升温

第四节 2012年中国建筑装饰企业分析

- 一、中国建筑装饰企业逐渐做大做强
- 二、中国建筑装饰企业的成本分析与控制分析
- 三、中国建筑装饰企业发展需突破的瓶颈
- 四、中国建筑装饰企业实现变强的途径

第五节 2012年中国建筑装饰行业主要问题分析

- 一、装修装饰行业市场经营存在混乱现象
- 二、市场主体规模偏小，集团化程度偏低
- 三、从业者队伍的专业技术能力偏低
- 四、资源利用和环保形势严峻

第六节 2012年发展中国建筑装饰业的对策分析

- 一、建筑装饰业高速发展应具备的条件
- 二、建筑装饰企业的发展战略选择

第六章 2012年中国建筑装饰材料运行透析

第一节 2012年中国建筑装饰材料运行简况

- 一、中国新型建筑装饰材料特点分析
- 二、中国建材行业的发展重点
- 三、建材行业的发展方向
- 四、环保建筑装饰材料的发展趋势

第二节 2012年中国建筑装饰材料重点产品市场运行分析

- 一、水泥
- 二、木地板
- 三、涂料
- 四、建筑陶瓷
- 五、玻璃
- 六、石材
- 七、塑料

第三节 2012年中国建筑装饰材料存在问题分析

- 一、产品更新换代能力弱
- 二、产品质量不稳定，产品流通市场混乱
- 三、产品结构的发展不合理

第七章 2012年中国家装行业发展态势分析

第一节 2012年中国家装行业概况分析

- 一、中国家装行业现状分析
- 二、中国家装行业格局的变化
- 三、中国家装业品牌消费的来临
- 四、中国家装业的节能情况分析
- 五、中国家居市场电子商务迅猛发展
- 六、家装业加快洗牌步伐
- 七、家居市场细分带动高端竞争加剧
- 八、家装业里品牌企业的特色

第二节 2012年中国部分城市家装行业情况分析

- 一、2012年北京传统家装面临考验
- 二、西安家装业“新概念”
- 三、合肥家装业引进专业监理公司
- 四、上海家装业推住宅装饰装修服务标准
- 五、中山市家装行业已悄然洗牌

第三节 2012年中国家装行业存在的机遇和问题分析

- 一、家装业面临发展机遇
- 二、家装行业存在的不足
- 三、家装业受到网络消费挑战

第四节 2012-2016年中国家装行业发展前景分析

- 一、家装行业发展趋势
- 二、家居装饰四大流行的趋势分析

第八章 2012年中国建筑装饰行业市场竞争格局分析

第一节 2012年中国建筑装饰行业竞争状况分析

- 一、建筑装饰业的主要竞争因素
- 二、提升建筑装饰企业竞争力的策略分析

第二节 2012年中国建筑装饰行业竞争格局分析

- 一、整体竞争格局：行业缺少规范，竞争无序
- 二、区域竞争格局：区域垄断格局难以跨越
- 三、行业集中度分析

第三节 2012年中国建筑装饰行业竞争行为分析

- 一、建材流通环节不甘寂寞，涌入装饰装修市场
- 二、公装公司切入家装领域，家装队伍迅速膨胀
- 三、合纵联合营销战略成为新型营销策略
- 四、消费者日益理性对价格战不再感冒

第九章 2012年中国建筑装饰行业重点地区分析

第一节 北京

- 一、建筑装饰行业发展状况分析
- 二、建筑装饰行业发展规模分析
- 三、未来发展方向分析

第二节 上海

第三节 广州

第四节 杭州

第五节 成都

第六节 武汉

第十章 2012年中国建筑装饰材料重点行业运营财务指标分析

第一节 佛山市新合铝业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 深圳市康利石材有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 华盟家饰工业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 圣密克洁具（如皋）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 南阳市寅兴实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2012年中国建筑装饰行业流通环节重点企业发展形势分析

第一节 百安居

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第二节 好美家

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第三节 东方家园

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第四节 家得宝

一、企业概况分析

二、企业发展状况分析

三、企业SWOT分析

四、企业未来走向分析

第十二章 2012年中国建筑装饰行业重点企业关键性数据分析

第一节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司（002081）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 深圳金粤幕墙装饰工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 江苏合发装饰工程实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 湖北幸福建筑装饰工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 中冠建筑装饰工程（德州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 中国人民解放军第五七二一工厂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 南阳市寅兴实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 上海光羚五金制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 天津通宝集团有限责任公司第一分公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 北京建工新燕幕墙装饰工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章 2012-2016年中国建筑装饰业前景展望与趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国建筑装饰装修新趋势分析

一、市场容量继续扩大

二、消费者成熟，需求提升

三、政府/协会监管力度日益强化

第二节 2012-2016年中国装饰装修施工企业趋势分析

一、竞争秩序由无序走向有序，企业竞争逐渐规范化

二、走出“电脑设计”误区，回归“工艺美术设计”

三、向上寻求联合活动日益增多，突破区域性营销

第三节 2012-2016年中国装饰装修流通环节趋势分析

一、建材超市复制家电连锁模式快速发展

二、传统摊位制建材市场拱手让出龙头位置，进入批发商角色

三、建材市场走向分散化，专业化

第十四章 2012-2016年中国建筑装饰行业投资前景预测分析

第一节 2012年中国建筑装饰业投资环境分析

第二节 2012-2016年中国建筑装饰行业投资热点领域分析

一、装饰装修流通领域

二、装饰装修监理领域

三、相关人员资格认证/培训领域

四、相关检测仪器制造领域

第三节 2012-2016年中国建筑装饰行业投资风险分析

一、金融风险分析

二、政策风险分析

三、市场风险分析

四、其他风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2012-2016年建筑装饰市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/116090.html>