

2021-2026年中国家装市场竞争格局及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国家装市场竞争格局及投资战略规划报告》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/channel/fangchan/697969.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

家装，家庭住宅装修装饰的简称。狭义的家装：指室内装饰，是从美化的角度来考虑的，以使室内的空间更美观；广义的家装：包括室内空间的装修。

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：

第一部分 产业环境分析

第一章 家装行业概述

第一节 家装行业定义

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 家装行业发展历程

第三节 家装行业分类情况

一、装修公司分类

二、家装工程

第四节 家装产业链分析

一、家装行业产业链结构

二、家装行业产业链的效益

1、有利于企业成本的降低

2、有利于新企业的出现

3、有利于企业创新氛围的形成

4、有利于打造“区位品牌”

5、有利于区域经济的发展

第二章 2016-2020年中国家装所属行业发展环境分析

第一节 2016-2020年中国经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

1、2020年世界经济形势分析

2、2020年世界经济发展趋势

3、对我国经济的影响

二、国内宏观经济形势分析

1、GDP运行情况

2、固定资产投资情况

3、财政收支状况

4、中国汇率调整

5、对外贸易&进出口

三、2020年宏观经济预测

1、国际形势短期向好，但内生动力依然不足

2、2020年我国经济增长趋势

3、2020年通货紧缩趋势预测

4、2020年的改革趋势预测

第二节 2016-2020年中国家装行业发展政策环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、家装行业标准

1、《住宅室内装饰装修工程质量验收规范》

2、《家庭居室装饰装修质量验收标准2020年》

3、《家居行业经营服务规范》

第三节 2016-2020年中国家装行业发展社会环境分析

一、人口环境

二、居民消费水平分析

1、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

三、工业发展形势分析

四、中国城镇化率

第二部分 行业深度透视

第三章 2016-2020年中国家装所属行业总体发展状况

第一节 中国家装所属行业规模情况分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

第二节 2016-2020年中国家装所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

第三节 中国家装所属行业财务能力分析

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

第四章 中国家装市场供需分析

第一节 家装市场现状分析及预测

一、2016-2020年我国家装行业总产值分析

二、2021-2026年我国家装行业总产值预测

第二节 家装市场需求分析及预测

一、2016-2020年我国家装市场需求分析

二、2021-2026年我国家装市场需求预测

第五章 家装行业发展现状分析

第一节 全球家装行业发展分析

一、全球家装行业发展历程

二、全球家装行业发展现状

三、全球家装行业发展预测

第二节 中国家装行业发展分析

一、2016-2020年中国家装行业发展态势分析

1、属于劳动密集型行业

2、竞争加剧

3、家装行业由成长期向成熟期转化

4、技术发展情况

5、用户要求

6、市场需求（细分）变化

7、规模化、工业化、品牌化发展

二、2016-2020年中国家装行业发展特点分析

三、2016-2020年中国家装行业市场供需分析

第三节 中国家装产业特征与行业重要性

一、为国民经济增长做出了积极贡献

二、对拉动内需和扩大就业作用明显

三、对相关产业的带动作用越来越大

四、推动了人们生活水平的提高

五、推动了人们文化品位的提高

六、对发展文体事业的支持

第四节 家装行业特性分析

第六章 中国家装市场规模分析

第一节 2020年中国家装市场规模分析

第二节 2020年中国家装区域市场规模分析

- 一、2020年东北地区市场规模分析
- 二、2020年华北地区市场规模分析
- 三、2020年华东地区市场规模分析
- 四、2020年华中地区市场规模分析
- 五、2020年华南地区市场规模分析
- 六、2020年西北地区市场规模分析
- 七、2020年西南地区市场规模分析

第三节 2021-2026年中国家装市场规模预测

第七章 家装国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2016-2020年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

- 一、装修费用
- 二、装修项目

第三节 国内产品价格影响因素分析

- 一、材料价格
- 二、工艺水平
- 三、施工管理
- 四、资质规模

第四节 2021-2026年国内产品未来价格走势预测

第八章 家装及其主要上下游产品

第一节 家装上下游分析

一、上游基础供给

- 1、房地产行业
- 2、涂料产业

三、下游需求市场分析

- 1、家具行业
- 2、建材行业

第二节 家装行业产业链分析

- 一、上游行业影响及风险分析
- 二、下游行业风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第三部分 行业竞争格局

第九章 家装产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

一、集成家居

二、智能家居

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第十章 家装行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

1、大公司

2、中小公司

3、马路游击队

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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 家装企业竞争策略分析

一、家装企业核心竞争力特点

二、家装企业核心竞争模式

三、提高家装企业竞争力的策略

第十一章 家装行业重点企业竞争分析

第一节 东易日盛装饰有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第二节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第三节 浙江亚厦装饰股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第四节 深圳广田装饰集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第五节 龙发集团装饰有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第六节 北京业之峰诺华装饰股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第七节 北京元洲装饰集团

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第八节 广东星艺装饰集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业发展战略规划

第四部分 投资发展策略

第十二章 家装行业投资与发展前景分析

第一节 家装行业投资分析

一、家装行业生命周期分析

二、家装行业投资壁垒分析

1、政策壁垒

2、规模经济

3、品牌偏好

4、技术壁垒

三、家装行业投资退出壁垒

四、2020年家装投资机会

第二节 2021-2026年中国家装行业发展预测分析

一、未来家装发展分析

二、未来家装行业技术开发方向

三、总体行业“十四五”整体规划及预测

1、“十四五”期间宏观经济环境及市场形势的分析

2、中国建筑装饰行业“十四五”指导思想

3、中国建筑装饰行业“十四五”发展目标

4、中国建筑装饰行业“十四五”发展的主要措施

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十四五行业发展趋势

第十三章 家装产业用户度分析

第一节 家装产业用户认知程度

第二节 家装产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

六、整体指标评价

第十四章 2021-2026年家装行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前家装存在的问题

第二节 家装未来发展预测分析

一、中国家装发展方向分析

二、2021-2026年中国家装行业发展规模预测

三、2021-2026年中国家装行业发展趋势预测

第三节 2021-2026年中国家装行业投资风险分析

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第十五章 观点与结论(AK HT)

第一节 家装行业营销策略分析及建议

一、家装行业营销模式

二、家装行业营销策略

1、家装行业的产品策略

2、价格策略

3、渠道策略

4、家装行业的促销组合策略

第二节 家装行业企业经营发展分析及建议

一、家居一体化

二、渠道多元品牌发力

第三节 家装行业信息化平台搭建

一、信息化平台

二、家装行业信息化平台搭建

第四节 市场的重点客户战略实施

一、客户群体品级与个性分析

1、客户阶层

2、客户收入

3、家庭组成类型

4、文化素养划分

5、年龄层次划分

6、客户职业划分

二、客户装修个性分析

三、客户的类型分析

四、客户装修消费心理分析

五、客户装修付款方式分析

六、客户装修的需求及审美分析

七、综合业务分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/fangchan/697969.html>