

2023-2028年中国装修行业市场全景评估及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国装修行业市场全景评估及投资战略研究报告》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/channel/architecture/878189.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

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 装修产业环境透视

第一章 装修产业相关概述

第一节 装修基础阐述

一、装修空间类型

二、装修风格

1、现代简约风格

2、恬淡田园风格

3、新中式风格装修

4、欧式古典风格

5、地中海风格

6、东南亚风格

7、美式乡村风格

8、日式风格装修

9、时尚混搭风盛行

三、装修污染

第二节 装修

一、装修施工阶段

二、施工的一般流程及工种

三、精装修

四、装修商业价值

第二章 2018-2022年中国装修产业市场运营环境分析

第一节 2018-2022年中国宏观经济指标分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2018-2022年中国装修产业政策环境分析

- 一、《家庭装修质量验收标准》
- 二、室内装饰装修材料国家标准
- 三、建筑装饰装修工程验收
- 四、住房装修费税
- 五、装修管理规定

第三节 2018-2022年中国装修产业社会环境分析

第三章 2018-2022年世界装修行业市场深度分析

第一节 2018-2022年中国装修业运行环境分析

- 一、全球经济现状及影响分析
- 二、全球装修节能与环保分析

第二节 2018-2022年世界装修业运行概况

- 一、世界建筑业的发展状况
- 二、全球装修业设计情况分析
- 三、装修材料市场热点聚焦

第三节 2018-2022年美国装修行业发展概况分析

第四节 2018-2022年其他国家及地区装修行业发展概述

- 一、俄罗斯
- 二、东欧
- 三、中国香港

第五节 2023-2028年世界装修产业新趋势分析

第四章 2018-2022年中国建筑装饰材料运行透析

第一节 2018-2022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 2018-2022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

第二部分 装修行业深度分析

第五章 2018-2022年中国装修行业运营态势分析

第一节 2018-2022年中国装修行业特点分析

- 一、季节性
- 二、环保与家装污染对产业影响

第二节 2018-2022年中国装修行业发展现状分析

- 一、中国装修行业格局的变化
- 二、中国装修业的节能情况分析
- 三、装修业里品牌企业的特色

第三节 2018-2022年中国装修市场透析

- 一、中国装修业品牌消费的来临
- 二、中国装修市场电子商务迅猛发展
- 三、家居市场细分带动高端竞争加剧

第四节 2018-2022年中国家装行业存在的机遇和问题分析

第六章 我国装修所属行业整体运行指标分析

第一节 2018-2022年中国装修所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、装修所属行业资产规模分析
- 四、装修所属行业市场规模分析

第二节 2018-2022年中国装修所属行业财务指标总体分析

- 一、装修所属行业盈利能力分析
- 二、装修所属行业偿债能力分析
- 三、装修所属行业营运能力分析
- 四、装修所属行业发展能力分析

第三部分 装修市场全景分析

第七章 2018-2022年中国装修市场细分领域深度剖析—家装市场

第一节 2018-2022年中国家装市场分析

第二节 2018-2022年中国重点城市家装市场分析

- 一、长沙住宅装饰装修市场分析
- 二、上海住宅装饰装修市场分析
- 三、北京住宅装饰装修市场分析
- 四、其它（可自选）

第三节 2018-2022年环首都经济圈13县市家装市场分析

第四节 2023-2028年中国家装市场趋势

第八章 2018-2022年中国装修市场细分领域深度剖析—公装市场

第一节 公装相关概述

- 一、公装特点
- 二、公装与家装的区别

第二节 2018-2022年中国公装市场分析

- 一、公装装修市场发展迅速
- 二、公装市场中公装公司格局
- 三、公装业务需求提升

第三节 2018-2022年中国公装细分市场分析

- 一、酒店
- 二、办公楼

第四节 2018-2022年中国公装市场问题探讨

- 一、中国公装市场乱象丛生
- 二、公装市场“断层”现象引发行业内外热议

第五节 2023-2028年中国公装市场发展战略分析

第九章 2018-2022年中国装修市场细分领域深度剖析—装修设计市场

第一节 装修设计市场综述

- 一、当前流行的装修设计风格
- 二、装修设计内容
- 三、装修设计要点解析
- 四、装修设计与色彩搭配

第二节 装修设计案例点评

- 一、卧室装修设计要点
- 二、婚房装修设计要点全揭秘打造带有性格特色的婚房
- 三、影楼装修设计
- 四、别墅
- 五、客厅装修设计的8个基本“要”领

第三节 装修设计要以人为本创造最舒适的居住环境

第四部分 装修行业竞争格局分析

第十章 2018-2022年中国建筑装关联产业发展分析—房地产

第一节 中国房地产业发展概况

- 一、中国房地产与经济的关系
- 二、中国房地产周期分析
- 三、从四个角度分析中国房地产业
- 四、2023-2028年中国房地产市场数据分析

第二节 北京房地产市场现状分析

- 一、2018-2022年北京普通住宅/公寓
- 二、2018-2022年别墅新增供应量
- 三、房地产开发投资趋势
- 四、房地产建设规模发展
- 五、住宅销售市场趋势

第三节 上海房地产市场现状分析

- 一、上海房地产开始迈入第三个阶段
- 二、上海房地产业的调整与转型
- 三、上海房地产市场发展现状
- 四、上海房地产市场的购买力分析

第四节 广州房地产市场现状分析

- 一、广州房地产市场已经进入垄断时代
- 二、广州房地产行业的发展模式
- 三、广州土地市场现状分析
- 四、广州住宅、别墅、写字楼市场分析

第五节 其它

- 一、重庆
- 二、南京
- 三、杭州

第十一章 2018-2022年中国装饰装修市场竞争新格局透析

第一节 2018-2022年中国装饰装修行业竞争状况分析

- 一、装饰装修业的主要竞争因素
- 二、提升装饰装修企业竞争力的策略分析

第二节 2018-2022年中国装饰装修行业竞争格局分析

- 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 2018-2022年中国装饰装修行业竞争行为分析

- 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

第十二章 装修行业领先企业经营形势分析

第一节 江苏钟凯丽建设工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第二节 上海市建筑装饰工程集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第三节 深圳市华辉装饰工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第四节 陕西建工装饰集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第五节 业之峰诺华家居装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营指标分析

三、企业业务范围分析

四、企业经典案例分析

五、企业发展前景分析

第五部分 装修行业发展前景展望

第十三章 2023-2028年中国装修行业的发展趋势

第一节 2023-2028年中国家庭装修市场交易形式的发展趋势

一、直接的交易形式

二、家庭装修市场的交易形式

三、与房地产商联合的交易形式

四、与物业管理商联合的交易形式

五、网上家庭装修交易形式

第二节 2023-2028年中国家居饰品市场前景预测

第三节 2023-2028年中国家装设计师职业发展趋势

- 一、成品化家居的推广，对产品设计师的需求量很大
- 二、设计流程的分工细化，使设计师分工更专业
- 三、具有综合能力的高端设计师的社会地位将有所提高

第四节 有偿设计-家装发展的大趋势

- 一、免费设计：即不免费也无设计
- 二、收费设计：设计师与消费者的双赢

第六部分 装修行业发展战略研究

第十四章 装修行业发展战略研究

第一节 装修行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国装修品牌的战略思考

- 一、装修品牌的重要性
- 二、装修实施品牌战略的意义
- 三、装修企业品牌的现状分析
- 四、我国装修企业的品牌战略
- 五、装修品牌战略管理的策略

第三节 装修经营策略分析

- 一、装修市场细分策略
- 二、装修市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、装修新产品差异化战略

第四节 装修行业投资战略研究

- 一、2023-2028年装修行业投资战略
- 二、2023-2028年装修行业投资战略
- 三、2023-2028年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 装修行业研究结论及建议（HJ ZJH）

第二节 装修子行业研究结论及建议

第三节 装修行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：装修行业生命周期

图表：装修行业产业链结构

图表：2018-2022年全球装修所属行业市场规模

图表：2018-2022年中国装修所属行业市场规模

图表：2018-2022年装修所属行业重要数据指标比较

图表：2018-2022年中国装修市场占全球份额比较

图表：2018-2022年装修所属行业利润总额

图表：2018-2022年装修所属行业资产总计

图表：2018-2022年装修所属行业负债总计

图表：2018-2022年装修所属行业竞争力分析

图表：2018-2022年装修市场价格走势

图表：2018-2022年装修所属行业主营业务收入

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/architecture/878189.html>