

2024-2030年中国家装（住宅装饰）市场深度评估与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国家装（住宅装饰）市场深度评估与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/418660.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家装（住宅装饰）市场深度评估与行业竞争对手分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 家装行业相关概述 1 1.1 家装行业定义及特点 1 1.1.1 家装行业的定义 1 1.1.2 家装行业的类型 1 1.1.3 家装行业的新概念 1 1.2 家装行业的风格与发展 4 1.2.1 家装行业的风格分类 4 1.2.2 家装行业的新未来 4 1.3 家装行业经营模式分析 5 1.3.1 生产模式 5 1.3.2 采购模式 14 1.3.3 销售模式 14 第二章 家装行业市场特点概述 17 2.1 行业市场概况 17 2.1.1 行业市场特点 17 2.1.2 行业市场化程度 17 2.1.3 行业利润水平的变动趋势及原因 18 2.2 进入本行业的主要障碍 18 2.2.1 资质准入障碍 18 2.2.2 品牌进入障碍 19 2.2.3 设计水平障碍 19 2.2.4 施工及服务品质障碍 20 2.2.5 专业人才障碍 20 2.3 行业的周期性、区域性和季节性特征 20 2.3.1 行业周期分析 20 2.3.2 行业的区域性 21 2.3.3 行业的季节性特征 21 2.4 行业与上下游行业的关联性 21 2.4.1 行业产业链概述 21 2.4.2 与上游行业的关联性 22 2.4.3 与下游行业的关联性 22 2.4.4 与房地产的关联性 23 第三章 中国家装行业发展环境分析 25 3.1 家装行业政治法律环境（P） 25 3.1.1 行业监管体制分析 25 3.1.2 行业主要法律法规 26 3.1.3 行业资质要求 27 3.1.4 行业相关发展规划 27 3.1.5 政策环境对行业的影响 29 3.2 家装行业经济环境分析（E） 29 3.2.1 宏观经济形势分析 29 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析 33 3.3 家装行业社会环境分析（S） 34 3.3.1 家装产业社会环境 34 3.3.2 社会环境对行业的影响 36 3.4 家装行业技术环境分析（T） 36 3.4.1 家装技术现状分析 36 3.4.2 家装技术发展趋势 37 3.4.3 技术环境对行业的影响 38 第四章 中国家装行业发展概述 39 4.1 中国家装行业发展情况概述 39 4.1.1 中国家装行业发展现状 39 4.1.2 中国家装行业市场规模 39 4.2 中国主要地区家装行业发展状况 40 4.2.1 欧洲家装行业发展情况概述 40 4.2.2 美国家装行业发展情况概述 40 4.2.3 日本家装行业发展情况概述 40 4.3 中国家装行业趋势预测分析 41 4.3.1 中国家装行业市场规模预测 41 4.3.2 中国家装行业趋势预测分析 41 第五章 中国家装行业发展概述 42 5.1 中国家装行业发展状况分析 42 5.1.1 中国家装行业发展阶段 42 5.1.2 中国家装行业发展总体概况 43 5.1.3 中国家装行业发展特点分析 44 5.2 家装行业市场规模 44 5.2.1 中国建筑装饰行业市场规模 44 5.2.2 中国家装行业市场规模 45 5.3 中国家装行业面临的困境及对策 46 5.3.1 中国家装行业面临的困境分析 46 5.3.2 中国家装行业发展对策分析 47 第六章 中国家装行业市场运行分析 48 6.1 中国家装行业总体规模分析 48 6.1.1 企业数量增长分析 48 6.1.2 行业收入规模分析 49 6.1.3 行业资产规模分析 49 6.1.4 行业利润规模分析 50 6.2 中国家装行业财务指标分析 50 6.2.1 中国家装行业盈利能力分析 50 6.2.2 中国家装行业偿债能力分析 51 6.2.3

中国家装行业营运能力分析 51 6.3 中国家装互联网行业的发展状况 52 6.3.1 互联网商业模式在家装行业应用的优势 52 6.3.2 家装互联网企业的商业模式 52 第七章 中国家装行业细分市场调研 56 7.1 家装行业细分市场结构概况 56 7.2 精装修 56 7.2.1 市场发展现状概述 56 7.2.2 行业市场规模分析 61 7.2.3 行业市场潜力分析 62 7.3 旧房改造装修 63 7.3.1 市场发展现状概述 63 7.3.2 行业市场规模分析 65 7.3.3 行业市场潜力分析 66 7.4 毛坯房装修 67 7.4.1 市场发展现状概述 67 7.4.2 行业市场规模分析 67 7.4.3 产品市场潜力分析 68 7.5 建议 68 7.5.1 细分市场评估结论 68 7.5.2 细分市场建议 68 第八章 中国家装行业重点区域发展分析 69 8.1 长三角地区 69 8.1.1 长三角区位与发展优势 69 8.1.2 长三角家装行业典型企业 69 8.1.3 长三角家装行业市场规模 70 8.1.4 长三角家装行业市场前景 70 8.2 珠三角地区 72 8.2.1 珠三角区位与发展优势 72 8.2.2 珠三角家装行业典型企业 72 8.2.3 珠三角家装行业市场规模 73 8.2.4 珠三角家装行业市场前景 73 8.3 环渤海湾地区 74 8.3.1 环渤海湾区位与发展优势 74 8.3.2 环渤海湾家装行业典型企业 74 8.3.3 环渤海湾家装行业市场规模 74 8.3.4 环渤海湾家装行业市场前景 74 第九章 中国家装行业市场竞争格局分析 75 9.1 中国家装行业竞争格局分析 75 9.1.1 家装行业区域分布格局 75 9.1.2 家装行业企业规模格局 75 9.1.3 家装行业主要竞争企业业务特点 75 9.2 中国家装行业竞争五力分析 77 9.2.1 家装行业上游议价能力 77 9.2.2 家装行业下游议价能力 77 9.2.3 家装行业新进入者威胁 78 9.2.4 家装行业现有企业竞争 78 9.3 中国家装行业竞争SWOT分析 79 9.3.1 家装行业优势分析（S） 79 9.3.2 家装行业劣势分析（W） 79 9.3.3 家装行业机会分析（O） 79 9.3.4 家装行业威胁分析（T） 79 9.4 中国家装行业投资兼并重组整合分析 79 9.4.1 投资兼并重组现状 79 9.4.2 投资兼并重组案例 80 9.5 中国家装行业重点企业竞争策略分析 81 第十章 中国家装行业领先企业竞争力分析 83 10.1 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司竞争力分析 83 10.1.1 企业基本情况 83 10.1.2 企业主要产品 83 10.1.3 企业竞争优势 83 10.1.4 企业经营状况 86 10.1.5 企业发展战略 86 10.2 浙江亚厦装饰股份有限公司竞争力分析 88 10.2.1 企业基本情况 88 10.2.2 企业主要产品 88 10.2.3 企业竞争优势 89 10.2.4 企业经营状况 92 10.2.5 企业发展战略 92 10.3 深圳广田装饰集团股份有限公司竞争力分析 92 10.3.1 企业基本情况 92 10.3.2 企业主要产品 93 10.3.3 企业竞争优势 93 10.3.4 企业经营状况 94 10.3.5 企业发展战略 94 10.4 深圳市名雕装饰股份有限公司 95 10.4.1 企业基本情况 95 10.4.2 企业主要产品 95 10.4.3 企业竞争优势 96 10.4.4 企业经营状况 99 10.4.5 企业发展战略 99 10.5 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司竞争力分析 100 10.5.1 企业基本情况 100 10.5.2 企业主要产品 101 10.5.3 企业竞争优势 101 10.5.4 企业经营状况 102 10.5.5 企业发展战略 102 10.6 深圳市建艺装饰集团股份有限公司竞争力分析 103 10.6.1 企业基本情况 103 10.6.2 企业主要产品 103 10.6.3 企业竞争优势 103 10.6.4 企业经营状况 104 10.6.5 企业发展战略 104 10.7 东易日盛家居装饰集团竞争力分析 105 10.7.1 企业基本情况 105 10.7.2 企业主要产品 106 10.7.3 企业竞争优势 107 10.7.4 企业经营状况 114 10.7.5 企业发展

战略 115 10.8 德才装饰股份有限公司竞争力分析 116 10.8.1 企业基本情况 116 10.8.2 企业主要产品 116 10.8.3 企业竞争优势 116 10.8.4 企业经营状况 117 10.8.5 企业发展战略 117 10.9 南京国豪装饰安装工程股份有限公司竞争力分析 117 10.9.1 企业基本情况 117 10.9.2 企业主要产品 118 10.9.3 企业竞争优势 118 10.9.4 企业经营状况 119 10.9.5 企业发展战略 119 10.10 深圳时代装饰股份有限公司竞争力分析 120 10.10.1 企业基本情况 120 10.10.2 企业主要产品 120 10.10.3 企业竞争优势 120 10.10.4 企业经营状况 121 10.10.5 企业发展战略 121 第十一章 中国家装行业发展趋势与前景分析 122 11.1 中国家装市场趋势预测 122 11.1.1 家装市场发展潜力 122 11.1.2 家装市场趋势预测展望 122 11.1.3 家装细分行业趋势预测分析 122 11.2 中国家装行业供需预测 122 11.3.1 中国家装行业供给预测 122 11.3.2 中国家装行业需求预测 123 11.3 影响企业生产与经营的关键趋势 123 11.3.1 市场整合成长趋势 123 11.3.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测 123 11.3.3 企业区域市场拓展的趋势 124 11.3.4 科研开发趋势及替代技术进展 126 11.3.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 126 第十二章 中国家装行业前景调研 127 12.1 家装行业投资特性分析 127 12.1.1 家装行业盈利模式分析 127 12.1.2 家装行业盈利因素分析 127 12.2 家装行业投资机会分析 127 12.2.1 产业链投资机会 127 12.2.2 细分市场投资机会 128 12.2.3 重点区域投资机会 128 12.2.4 产业发展新趋势分析 128 12.3 家装行业投资风险分析 129 12.3.1 家装行业劳动力成本上升风险 129 12.3.2 宏观经济风险 129 12.3.3 原材料和家居产品价格上涨的风险 130 12.3.4 房地产政策调控风险 130 12.3.5 市场竞争风险 130 第十三章 中国家装企业投资规划建议与客户策略分析 131 13.1 家装企业投资前景规划背景意义 131 13.1.1 企业转型升级的需要 131 13.1.2 企业做大做强的需要 131 13.1.3 企业可持续发展需要 131 13.2 家装企业战略规划制定依据 131 13.2.1 国家政策支持 131 13.2.2 行业发展规律 132 13.2.3 企业资源与能力 132 13.2.4 可预期的战略定位 132 13.3 家装企业战略规划策略分析 133 13.3.1 战略综合规划 133 13.3.2 技术开发战略 134 13.3.3 区域战略规划 134 13.3.4 产业战略规划 134 13.3.5 营销品牌战略 135 13.3.6 竞争战略规划 135 13.4 家装中小企业投资前景研究 135 13.4.1 中小企业存在主要问题 135 13.4.2 中小企业投资前景思考 136 第十四章 研究结论及建议 137 14.1 研究结论 137 14.2 建议 137 14.2.1 行业投资策略建议 137 14.2.2 行业投资方向建议 137 14.2.3 行业投资方式建议 138

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418660.html>