

# 2024-2030年中国装饰装修行业市场需求分析及投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国装饰装修行业市场需求分析及投资方向研究报告》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.chyxx.com/research/202110/978542.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

由智研咨询专家团队精心编制的《2024-2030年中国装饰装修行业市场需求分析及投资方向研究报告》（以下简称《报告》）重磅发布，《报告》旨在从国家经济及产业发展的战略入手，分析装饰装修行业未来的市场走向，挖掘装饰装修行业的发展潜力，预测装饰装修行业的发展前景，助力装饰装修业的高质量发展。

本《报告》从2022年全国装饰装修行业发展环境、全球发展态势、行业规模、竞争格局、重点企业等角度进行入手，系统、客观的对我国装饰装修行业发展运行进行了深度剖析，展望2023年中国装饰装修行业发展趋势。《报告》是系统分析2022年度中国装饰装修行业发展状况的著作，对于全面了解中国装饰装修行业的发展状况、开展与装饰装修行业发展相关的学术研究和实践，具有重要的借鉴价值，可供从事装饰装修行业相关的政府部门、科研机构、产业企业等相关人员阅读参考。

装饰装修行业主要是在建筑物的主体结构落成后，对水电、墙体、地板、天花板、景观等进行安装和修饰。按照建筑物的使用性质不同，装饰装修行业可以分为公共建筑装饰（包括酒店、商场等商用建筑以及医院、火车站等市政建筑，简称“公装”）、住宅装饰（简称“家装”）以及幕墙装饰，其中家装根据客户的类型又可分为全装修（最终客户为房地产商）、零散家装（最终客户为个体业主）以及定制家装（房地产商为中介、最终客户为个体业主）。

我国装饰装修面积变动情况而言，随着对外开放的扩大和国内居民消费水平的提高，我国旅游业、会展业、餐饮业等现代服务业也得到了快速的发展，涉外酒店、会展中心、剧院等基础设施进入了大规模建设时期，这些公共建筑工程的建设和使用，不仅扩大了装饰装修行业的市场需求规模，而且对建筑装饰的质量、档次提出了更高的要求，不断推动建筑装饰行业的整体水平向更高层次发展。数据显示，截止2022年我国装饰装修面积达37.91亿平方米，较2021年下降5.93亿平方米，其中公装面积21.07亿平方米，家装面积相对略低，约16.84亿平方米。

金螳螂发展现状而言，金螳螂已连续20年被中装协评为中国建筑装饰百强企业第一名，是中国装饰行业首家上市公司，企业员工近20000人，是绿色、环保、健康的公共与家庭装饰产业的领先企业。就其经营现状而言，2020年企业在疫情背景下逆势发展，总营收提升至312.43亿元，2021年以来随着国内整体商品房地产均价下降，叠加需求持续震荡等因素导致，金螳螂总营收连续两年下降，截止2022年金螳螂总营收仅为218.13亿元，较2021年下降14%左右，细分营收结构而言，其建筑装饰业营收为206.85亿元，占比总营收94.83%。

随着人们生活水平的提高，对装饰装修的需求也日益多样化。人们更希望通过装饰装修来表达自己的个性和生活态度。因此，未来的装饰装修行业将更加注重个性化设计，根据客户需

求进行定制化服务。同时，智能化技术的应用也将成为装饰装修行业的一大趋势，如智能家居、智能照明等，让家居装修更加智能化、便捷化。

随着人们对环保意识的提高，装饰装修行业也在逐步转向绿色环保。在设计和材料选择上，更多的考虑采用可再生、可回收材料，如竹材、石材等。同时，注重节能减排，采用更为环保的设计理念和施工工艺，如利用太阳能、地热等可再生能源，减少对环境的影响。

《2024-2030年中国装饰装修行业市场需求分析及投资方向研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是装饰装修领域从业者把握行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

## 第一章 装饰装修行业发展综述

### 1.1 装饰装修行业定义及分类

#### 1.1.1 行业定义

#### 1.1.2 行业主要材料分类

#### 1.1.3 行业主要商业模式

### 1.2 装饰装修行业特征分析

#### 1.2.1 产业链分析

#### 1.2.2 装饰装修行业在国民经济中的地位

#### 1.2.3 装饰装修行业生命周期分析

##### 1、行业生命周期理论基础

##### 2、装饰装修行业生命周期

### 1.3 最近3-5年中国装饰装修行业经济指标分析

#### 1.3.1 赢利性

#### 1.3.2 成长速度

#### 1.3.3 附加值的提升空间

#### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

#### 1.3.5 风险性

#### 1.3.6 行业周期

#### 1.3.7 竞争激烈程度指标

#### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 装饰装修行业运行环境分析

## 2.1 装饰装修行业政治法律环境分析

### 2.1.1 行业管理体制分析

### 2.1.2 行业主要法律法规

### 2.1.3 行业相关发展规划

## 2.2 装饰装修行业经济环境分析

### 2.2.1 国际宏观经济形势分析

### 2.2.2 国内宏观经济形势分析

### 2.2.3 产业宏观经济环境分析

## 2.3 装饰装修行业社会环境分析

### 2.3.1 装饰装修产业社会环境

### 2.3.2 社会环境对行业的影响

### 2.3.3 装饰装修产业发展对社会发展的影响

## 2.4 装饰装修行业技术环境分析

### 2.4.1 装饰装修技术分析

### 2.4.2 装饰装修技术发展水平

### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国装饰装修行业运行分析

### 3.1 我国装饰装修行业发展状况分析

#### 3.1.1 我国装饰装修行业发展阶段

#### 3.1.2 我国装饰装修行业发展总体概况

#### 3.1.3 我国装饰装修行业发展特点分析

### 3.2 2019-2023年装饰装修行业发展现状

#### 3.2.1 2019-2023年我国装饰装修行业市场规模

#### 3.2.2 2019-2023年我国装饰装修行业发展分析

### 3.3 区域市场分析

#### 3.3.1 区域市场分布总体情况

#### 3.3.2 2019-2023年重点省市市场分析

##### 1、广东省（包含深圳）装饰装修市场

##### 2、上海市装饰装修市场

##### 3、北京市装饰装修市场

##### 4、山东省装饰装修市场

##### 5、浙江省装饰装修市场

##### 6、江苏省装饰装修市场

##### 7、重庆地区装饰装修市场

- 8、四川地区装饰装修市场
- 9、湖南地区装饰装修市场
- 10、湖北地区装饰装修市场
- 11、天津地区装饰装修市场
- 12、福建省装饰装修市场
- 13、安徽省装饰装修市场
- 3.4 装饰装修细分产品/服务市场分析
  - 3.4.1 细分产品/服务特色
  - 3.4.2 2019-2023年细分产品/服务市场规模及增速
  - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 装饰装修产品/服务价格分析
  - 3.5.1 2019-2023年装饰装修价格走势
  - 3.5.2 影响装饰装修价格的关键因素分析
    - 1、成本
    - 2、工艺
    - 3、施工管理
    - 4、其他
  - 3.5.3 2024-2030年装饰装修产品/服务价格变化趋势
  - 3.5.4 主要装饰装修企业价位及价格策略

#### 第四章 我国装饰装修行业整体运行指标分析

- 4.1 2019-2023年中国装饰装修行业总体规模分析
  - 4.1.1 企业数量结构分析
  - 4.1.2 人员规模状况分析
  - 4.1.3 行业资产规模分析
  - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2019-2023年中国装饰装修行业产销情况分析
  - 4.2.1 我国装饰装修行业工业总产值
  - 4.2.2 我国装饰装修行业工业销售产值
  - 4.2.3 我国装饰装修行业产销率
- 4.3 2019-2023年中国装饰装修行业财务指标总体分析
  - 4.3.1 行业盈利能力分析
  - 4.3.2 行业偿债能力分析
  - 4.3.3 行业营运能力分析
  - 4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国装饰装修行业供需形势分析

### 5.1 装饰装修行业供给分析

#### 5.1.1 2019-2023年装饰装修行业供给分析

#### 5.1.2 2024-2030年装饰装修行业供给变化趋势

#### 5.1.3 装饰装修行业区域供给分析

### 5.2 2019-2023年我国装饰装修行业需求情况

#### 5.2.1 装饰装修行业需求市场

#### 5.2.2 装饰装修行业客户结构

#### 5.2.3 装饰装修行业需求的地区差异

### 5.3 装饰装修市场应用及需求预测

#### 5.3.1 装饰装修应用市场总体需求分析

##### 1、装饰装修应用市场需求特征

##### 2、装饰装修应用市场需求总规模

#### 5.3.2 2024-2030年装饰装修行业领域需求量预测

##### 1、2024-2030年装饰装修行业领域需求产品/服务功能预测

##### 2、2024-2030年装饰装修行业领域需求产品/服务市场格局预测

#### 5.3.3 重点行业装饰装修产品/服务需求分析预测

## 第六章 装饰装修行业产业结构分析

### 6.1 装饰装修产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国装饰装修行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国装饰装修行业产业链分析

## 7.1 装饰装修行业产业链分析

### 7.1.1 产业链结构分析

### 7.1.2 主要环节的增值空间

### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

## 7.2 装饰装修上游行业分析

### 7.2.1 装饰装修产品成本构成

### 7.2.2 2019-2023年上游行业发展现状

### 7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势

### 7.2.4 上游供给对装饰装修行业的影响

## 7.3 装饰装修下游行业分析

### 7.3.1 装饰装修下游行业分布

### 7.3.2 2019-2023年下游行业发展现状

### 7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

### 7.3.4 下游需求对装饰装修行业的影响

## 第八章 我国装饰装修行业渠道分析及策略

### 8.1 装饰装修行业渠道分析

#### 8.1.1 渠道形式及对比

#### 8.1.2 各类渠道对装饰装修行业的影响

#### 8.1.3 主要装饰装修企业渠道策略研究

### 8.2 装饰装修行业用户分析

#### 8.2.1 用户认知程度分析

#### 8.2.2 用户需求特点分析

#### 8.2.3 用户购买途径分析

### 8.3 装饰装修行业营销策略分析

#### 8.3.1 中国装饰装修营销概况

#### 8.3.2 装饰装修营销策略探讨

#### 8.3.3 装饰装修营销发展趋势

## 第九章 我国装饰装修行业竞争形势及策略

### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

#### 9.1.1 装饰装修行业竞争结构分析

##### 1、现有企业间竞争

##### 2、潜在进入者分析

##### 3、替代品威胁分析



- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结
- 9.1.2 装饰装修行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 装饰装修行业集中度分析
- 9.1.4 装饰装修行业SWOT分析
- 9.2 中国装饰装修行业竞争格局综述
- 9.2.1 装饰装修行业竞争概况
  - 1、中国装饰装修行业竞争格局
  - 2、装饰装修行业未来竞争格局和特点
  - 3、装饰装修市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国装饰装修行业竞争力分析
  - 1、我国装饰装修行业竞争力剖析
  - 2、我国装饰装修企业市场竞争的优势
  - 3、国内装饰装修企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 装饰装修市场竞争策略分析

## 第十章 装饰装修行业领先企业经营形势分析

### 10.1 金螳螂建筑装饰股份有限公司

- 10.1.1 企业概况
- 10.1.2 企业优势分析
- 10.1.3 产品/服务特色
- 10.1.4 企业经营状况
- 10.1.5 企业发展规划

### 10.2 中国建筑装饰工程公司

- 10.2.1 企业概况
- 10.2.2 企业优势分析
- 10.2.3 产品/服务特色
- 10.2.4 企业经营状况
- 10.2.5 企业发展规划

### 10.3 亚厦股份

- 10.3.1 企业概况
- 10.3.2 企业优势分析
- 10.3.3 产品/服务特色
- 10.3.4 企业经营状况

### 10.3.5 企业发展规划

## 10.4 深圳广田装饰集团股份有限公司

### 10.4.1 企业概况

### 10.4.2 企业优势分析

### 10.4.3 产品/服务特色

### 10.4.4 企业经营状况

### 10.4.5 企业发展规划

## 10.5 深圳市洪涛装饰股份有限公司

### 10.5.1 企业概况

### 10.5.2 企业优势分析

### 10.5.3 产品/服务特色

### 10.5.4 企业经营状况

### 10.5.5 企业发展规划

## 10.6 中航三鑫股份有限公司

### 10.6.1 企业概况

### 10.6.2 企业优势分析

### 10.6.3 产品/服务特色

### 10.6.4 企业经营状况

### 10.6.5 企业发展规划

## 10.7 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司

### 10.7.1 企业概况

### 10.7.2 企业优势分析

### 10.7.3 产品/服务特色

### 10.7.4 企业经营状况

### 10.7.5 企业发展规划

## 10.8 北京龙发建筑装饰工程有限公司

### 10.8.1 企业概况

### 10.8.2 企业优势分析

### 10.8.3 产品/服务特色

### 10.8.4 企业经营状况

### 10.8.5 企业发展规划

## 10.9 深圳市科源建设集团有限公司

### 10.9.1 企业概况

### 10.9.2 企业优势分析

### 10.9.3 产品/服务特色

10.9.4 企业经营状况

10.9.5 企业发展规划

10.10 TOTO企业

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 产品/服务特色

10.10.4 企业经营状况

10.10.5 企业发展规划

## 第十一章 2024-2030年装饰装修行业投资前景

11.1 2024-2030年装饰装修市场发展前景

11.1.1 2024-2030年装饰装修市场发展潜力

11.1.2 2024-2030年装饰装修市场发展前景展望

11.1.3 2024-2030年装饰装修细分行业发展前景分析

11.2 2024-2030年装饰装修市场发展趋势预测

11.2.1 2024-2030年装饰装修行业发展趋势

11.2.2 2024-2030年装饰装修市场规模预测

11.2.3 2024-2030年装饰装修行业应用趋势预测

11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测

11.3 2024-2030年中国装饰装修行业供需预测

11.3.1 2024-2030年中国装饰装修行业供给预测

11.3.2 2024-2030年中国装饰装修行业需求预测

11.3.3 2024-2030年中国装饰装修供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2024-2030年装饰装修行业投资机会与风险

12.1 装饰装修行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

## 12.2 2024-2030年装饰装修行业投资机会

### 12.2.1 产业链投资机会

### 12.2.2 细分市场投资机会

### 12.2.3 重点区域投资机会

## 12.3 2024-2030年装饰装修行业投资风险及防范

### 12.3.1 政策风险及防范

### 12.3.2 技术风险及防范

### 12.3.3 运营风险及防范

### 12.3.4 宏观经济波动风险及防范

### 12.3.5 关联产业风险及防范

### 12.3.6 其他风险及防范

## 第十三章 装饰装修行业投资战略研究

### 13.1 装饰装修行业发展战略研究

#### 13.1.1 战略综合规划

#### 13.1.2 技术开发战略

#### 13.1.3 业务组合战略

#### 13.1.4 区域战略规划

#### 13.1.5 产业战略规划

#### 13.1.6 营销品牌战略

#### 13.1.7 竞争战略规划

### 13.2 对我国装饰装修品牌的战略思考

#### 13.2.1 装饰装修品牌的重要性

#### 13.2.2 装饰装修实施品牌战略的意义

#### 13.2.3 装饰装修企业品牌的现状分析

#### 13.2.4 我国装饰装修企业的品牌战略

#### 13.2.5 装饰装修品牌战略管理的策略

### 13.3 装饰装修经营策略分析

#### 13.3.1 装饰装修市场细分策略

#### 13.3.2 装饰装修市场创新策略

#### 13.3.3 品牌定位与品类规划

#### 13.3.4 装饰装修新产品差异化战略

### 13.4 装饰装修行业投资战略研究

#### 13.4.1 2023年装饰装修行业投资战略

#### 13.4.2 2024-2030年装饰装修行业投资战略

### 13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

### 14.1 装饰装修行业研究结论

### 14.2 装饰装修行业投资价值评估

### 14.3 装饰装修行业投资建议

#### 14.3.1 行业发展策略建议

#### 14.3.2 行业投资方向建议

#### 14.3.3 行业投资方式建议

### 图表目录：部分

图表：建筑装饰行业分类

图表：装饰装修产业链分析

图表：行业生命周期曲线

图表：2019-2023年世界经济增长率预测结果

图表：2019-2023年全球新兴经济体GDP增长率预测值

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度

图表：2003-2023年我国装饰行业总产值增速

图表：2006-2023年总人口和自然增长率

图表：2019-2023年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2019-2023年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2023年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2019-2023年装饰行业需求情况

图表：2019-2023年我国装饰装修行业市场规模

图表：装饰装修行业企业区域分布总体情况

图表：2019-2023年广东省生产总值及增长速度

图表：2023年广东省房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：广东省各类建筑材料产品产量增长率

图表：2019-2023年广东省公共装修装饰市场规模

图表：2019-2023年广东省住宅装修装饰市场规模

图表：深圳市民选择装饰公司考虑因素情况

图表：2019-2023年上海市生产总值及其增长速度

图表：2019-2023年上海市公共装修装饰市场规模

图表：2019-2023年上海市住宅装修装饰市场规模

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978542.html>