

2021-2027年中国住宅装饰 装修市场评估与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国住宅装饰装修市场评估与战略咨询报告》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/202012/197646.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

近年来，在政策调控背景下，商品房销售面积虽增速放缓但仍保持中高速增长。据数据显示，2019年6月份，房地产开发景气指数（简称“国房景气指数”）为101.68，比5月份提高0.09点。2018年1-6月全国房地产开发景气指数

1-6月份，房地产开发企业房屋施工面积709649万平方米，同比增长2.5%，增速比1-5月份提高0.5个百分点。其中，住宅施工面积487933万平方米，增长3.2%。房屋新开工面积95817万平方米，增长11.8%，增速提高1个百分点。其中，住宅新开工面积70611万平方米，增长15.0%。房屋竣工面积37131万平方米，下降10.6%，降幅扩大0.5个百分点。其中，住宅竣工面积25962万平方米，下降12.8%。2019年1-6月全国房地产施竣工面积及新开工面积 - 2018.1-6绝对

值 同比增速% 房屋施工面积：万平方米 709649 2.50% 其中：住宅 487933 3.20%

办公楼 32525 -0.60% 商业营业用房 92534 -3.30% 房屋新开工面积：万平方米 95817

11.80% 其中：住宅 70611 15.00% 办公楼 2738 -7.40% 商业营业用房 9218 -8.40%

房屋竣工面积：万平方米 37131 -10.60% 其中：住宅 25962 -12.80% 办公楼 1495

-6.00% 商业营业用房 4753 -8.10% 中企顾问网发布的《2021-2027年中国住宅装饰装修市场评估与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国住宅装饰装修行业市场发展环境、住宅装饰装修整体运行态势等，接着分析了中国住宅装饰装修行业市场运行的现状，然后介绍了住宅装饰装修市场竞争格局。随后，报告对住宅装饰装修做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国住宅装饰装修行业发展趋势与投资预测。您若想对住宅装饰装修产业有个系统的了解或者想投资中国住宅装饰装修行业，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 行业概述及发展现状

第一章 住宅装饰装修行业概述 1

第一节 房地产行业概述1

一、房地产行业定义1

二、房地产行业主要领域1

三、房地产行业特点2

四、房地产行业地位3

第二节 住宅装饰装修行业的定义及分类 6

一、住宅装饰装修行业的定义6

二、住宅装饰装修行业分类7

第三节 商业地产行业的投资背景7

一、行业的发展历程7

二、行业的驱动因素9

三、行业发展的必然性12

第二章 全球房地产所属行业市场发展分析 14

第一节 2015-2019年世界房地产市场分析14

一、2017年全球房地产市场分析14

二、2019年全球房地产市场分析15

三、2019年全球房地产市场交易情况16

四、2019年全球房地产市场发展预测16

第二节 中美房地产市场发展对世界的影响分析20

一、中美房地产对各资源供应国的影响20

二、中美房地产对世界经济的影响20

三、2019年中国房地产市场对全球经济复苏的影响20

四、2019年美国房地产对全球经济的影响及预测 21

第三节 日本房地产与中国房地产现状对比分析21

第三章 我国房地产市场发展分析 24

第一节 中国房地产供需分析24

一、住房潜在需求分析24

二、我国购置未开发土地情况24

三、我国房地产价格情况26

四、我国房地产市场调整分析26

第二节 2019年全国房地产市场运行情况 34

一、2019年房地产开发完成情况34

二、2019年商品房销售情况36

三、2019年房地产开发投资资金来源情况分析37

四、2019年全国房地产开发景气指数	38
第三节 2019年我国大中城市房屋市场销售价格指数	40
一、2019年全国70个大中城市房屋销售价格情况	40
二、2019年全国70个大中城市房屋销售价格情况	48
第四节 2019年中国房地产市场发展分析	57
一、2019年中国房地产业发展概述	57
二、2019年中国房地产全行业发展形势	61
三、2019年我国房地产调整空间情况	69
四、2019年中国房地产市场调控分析	72
五、2019年中国房地产市场发展的关键	73

第四章 全球住宅装饰装修所属行业发展分析	75
第一节 全球住宅装饰装修行业发展环境PEST分析	75
一、2019年住宅装饰装修的宏观调控政策分析	75
二、2019年经济环境与住宅装饰装修前景分析	75
三、2019年住宅装饰装修社会环境的区域差异分析	80
四、2019年住宅装饰装修的开发技术分析	89
第二节 全球住宅装饰装修行业总体概述	92
一、2017年全球住宅装饰装修行业发展现状分析	92
二、2019年全球住宅装饰装修行业供需格局分析	92
三、2019年全球住宅装饰装修行业竞争格局分析	93
第三节 主要国家地区住宅装饰装修行业发展分析	99
一、2015-2019年美国住宅装饰装修行业发展分析	99
二、2015-2019年日本住宅装饰装修行业发展分析	105
三、2015-2019年韩国住宅装饰装修行业发展分析	106
四、2015-2019年香港住宅装饰装修行业发展分析	106

第五章 中国住宅装饰装修所属行业发展分析	108
第一节 中国住宅装饰装修行业市场特征分析	108
一、房地产开发资金来源分析	108
二、土地市场分析	108
三、住宅装饰装修开发投资状况分析	111

四、住宅装饰装修需求分析112

五、住宅装饰装修投融资及并购趋势分析113

六、住宅装饰装修价格分析114

第二节 中国住宅装饰装修行业结构分析 114

一、2015-2019年开发投资完成额结构分析114

二、2015-2019年投资资金来源结构分析115

三、2015-2019年投资完成额市场结构分析115

四、2015-2019年销售额市场结构分析116

第三节 我国住宅装饰装修行业发展状况 116

一、2018住宅装饰装修行业发展情况分析 116

二、2019年住宅装饰装修市场特点分析 117

三、2019年住宅装饰装修市场发展分析 125

第四节 中国住宅装饰装修行业供需分析 131

一、2017年中国住宅装饰装修市场供给总量分析 131

二、2019年中国住宅装饰装修市场供给结构分析 133

三、2019年中国住宅装饰装修市场需求总量分析 133

四、2019年中国住宅装饰装修市场需求结构分析 135

五、2019年中国住宅装饰装修市场供需平衡分析 135

第二部分 市场竞争格局与发展前景分析

第六章 住宅装饰装修行业竞争格局分析136

第一节 住宅装饰装修行业集中度分析136

一、住宅装饰装修市场集中度分析136

二、住宅装饰装修企业集中度分析137

三、住宅装饰装修区域集中度分析137

第二节 住宅装饰装修行业主要企业竞争力分析140

一、重点企业资产总计对比分析140

二、重点企业从业人员对比分析141

三、重点企业全年营业收入对比分析141

四、重点企业利润总额对比分析142

五、重点企业综合竞争力对比分析142

第三节 住宅装饰装修行业竞争格局分析 143

- 一、2019年住宅装饰装修行业竞争分析 143
- 二、2019年中外住宅装饰装修产品竞争分析 144
- 三、2015-2019年中外住宅装饰装修竞争分析146
- 四、2015-2019年我国住宅装饰装修市场竞争分析146
- 五、2015-2019年我国住宅装饰装修市场集中度分析147
- 六、2021-2027年国内主要住宅装饰装修企业动向147

第七章 2021-2027年中国住宅装饰装修行业发展形势分析150

第一节 住宅装饰装修行业发展概况 150

在国外，多数发达国家注重住宅标准、节能，目前已不再销售毛坯房。从韩国、日本、美国、法国、德国等主要发达国家住宅装饰装修发展路径来看，由于环保、节能、减排、成本等方面的原因，除德国市场上仍有少量毛坯房出售外，其他国家已经不再允许毛坯房销售，并同时在装修及验收标准、节能材料应用、施工合同细则和纠纷解决机制等方面均做了极为详细的规定。

而我国住宅全装修的历史较短，全装修住宅在我国住宅总量中的占比较低，目前全装修住房渗透率仅为20%，与发达国家80%的比例相差甚远，尤其是日本，在住宅产业化的推动下，实现了住宅全装修的工业化，日本目前的全装修渗透率基本已经达到了100%。而即便是上海、深圳、北京这类一线城市，全装修住宅渗透率也仅为30%-40%，未来提升空间巨大。中国全装修房比重远低于发达国家

- 一、住宅装饰装修行业发展特点分析150
 - 二、住宅装饰装修行业投资现状分析151
 - 三、住宅装饰装修行业总产值分析151
- ### 第二节 2015-2019年住宅装饰装修行业市场情况分析 152
- 一、住宅装饰装修行业市场发展分析152
 - 二、住宅装饰装修市场存在的问题153
 - 三、住宅装饰装修市场规模分析154
- ### 第三节 2015-2019年住宅装饰装修产销状况分析 155
- 一、住宅装饰装修产量分析155
 - 二、住宅装饰装修产能分析156
 - 三、住宅装饰装修市场需求状况分析157

第八章 中国住宅装饰装修行业区域市场分析159

第一节 2019年华北地区住宅装饰装修行业分析159

一、2015-2019年行业发展现状分析159

二、2015-2019年市场规模情况分析159

三、2021-2027年市场需求情况分析160

四、2021-2027年行业发展前景预测161

第二节 2019年东北地区住宅装饰装修行业分析161

一、2015-2019年行业发展现状分析161

二、2015-2019年市场规模情况分析162

三、2021-2027年市场需求情况分析162

四、2021-2027年行业发展前景预测163

第三节 2019年华东地区住宅装饰装修行业分析164

一、2015-2019年行业发展现状分析164

二、2015-2019年市场规模情况分析164

三、2021-2027年市场需求情况分析165

四、2021-2027年行业发展前景预测166

第四节 2019年华南地区住宅装饰装修行业分析166

一、2015-2019年行业发展现状分析166

二、2015-2019年市场规模情况分析167

三、2021-2027年市场需求情况分析167

四、2021-2027年行业发展前景预测168

第五节 2019年华中地区住宅装饰装修行业分析169

一、2015-2019年行业发展现状分析169

二、2015-2019年市场规模情况分析169

三、2021-2027年市场需求情况分析170

四、2021-2027年行业发展前景预测171

第六节 2019年西南地区住宅装饰装修行业分析171

一、2015-2019年行业发展现状分析171

二、2015-2019年市场规模情况分析172

三、2021-2027年市场需求情况分析172

四、2021-2027年行业发展前景预测173

第七节 2019年西北地区住宅装饰装修行业分析174

一、2015-2019年行业发展现状分析174

- 二、2015-2019年市场规模情况分析174
- 三、2021-2027年市场需求情况分析175
- 四、2021-2027年行业发展前景预测176

第九章 住宅装饰装修行业投资与发展前景分析 177

第一节 2019年住宅装饰装修行业投资情况分析177

- 一、2019年总体投资结构 177
- 二、2019年投资规模情况 178
- 三、2019年投资增速情况 178
- 四、2019年分地区投资分析179

第二节 住宅装饰装修行业投资机会分析 180

- 一、住宅装饰装修投资项目分析180
- 二、可以投资的住宅装饰装修模式181
- 三、2019年住宅装饰装修投资机会 182
- 四、2019年住宅装饰装修细分行业投资机会 182
- 五、2019年住宅装饰装修投资新方向183

第三节 住宅装饰装修行业发展前景分析 183

- 一、住宅装饰装修市场发展前景分析183
- 二、我国住宅装饰装修市场蕴藏的商机183
- 三、2019年住宅装饰装修市场面临的发展商机185
- 四、2021-2027年住宅装饰装修市场面临的发展商机185

第三部分 赢利水平与企业分析

第十章 中国住宅装饰装修所属行业整体运行指标分析187

第一节 2019年中国住宅装饰装修所属行业总体规模分析187

- 一、企业数量结构分析187
- 二、行业资产规模分析188

第二节 2019年中国住宅装饰装修所属行业产销分析189

- 一、行业销售收入情况分析189
- 二、行业销售收入预测190

第三节 2019年中国住宅装饰装修所属行业财务指标总体分析190

- 一、行业盈利能力分析190

- 二、行业偿债能力分析191
- 三、行业营运能力分析191
- 四、行业发展能力分析191

第十一章 住宅装饰装修行业赢利水平分析 192

第一节 成本分析 192

- 一、2015-2019年住宅装饰装修原材料价格走势192
- 二、2015-2019年住宅装饰装修行业人工成本分析193

第二节 产销存分析194

- 一、2015-2019年住宅装饰装修行业产销情况194
- 二、2015-2019年住宅装饰装修行业资金周转情况195

第三节 盈利水平分析 196

- 一、2015-2019年住宅装饰装修行业价格走势196
- 二、2015-2019年住宅装饰装修行业营业收入情况197
- 三、2015-2019年住宅装饰装修行业毛利率情况198
- 四、2021-2027年住宅装饰装修行业赢利预测199

第十二章 住宅装饰装修行业盈利能力分析 200

第一节 2019年中国住宅装饰装修行业利润总额分析200

- 一、利润总额分析200
- 二、不同规模企业利润总额比较分析201
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析202

第二节 2019年中国住宅装饰装修行业销售利润率203

- 一、销售利润率分析203
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析204
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析205

第三节 2019年中国住宅装饰装修行业总资产利润率分析206

- 一、总资产利润率分析206
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析207
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析208

第四节 2019年中国住宅装饰装修行业产值利税率分析209

- 一、产值利税率分析209

- 二、不同规模企业产值利税率比较分析210
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析211

第十三章 住宅装饰装修重点企业发展分析 212

第一节 大连万达集团 212

- 一、企业概况212
- 二、经营状况 212
 - 1、企业主要经营指标分析 219
 - 2、企业主要财务指标分析 219
- 三、盈利能力分析223

第二节 宝龙地产控股有限公司 228

- 一、企业概况228
- 二、经营状况 229
- 三、盈利能力分析236
- 四、投资风险236

第三节 世茂房地产控股有限公司237

- 一、企业概况237
- 二、经营状况 238
- 三、盈利能力分析241
- 四、投资风险242

第四节 华润置地有限公司 244

- 一、企业概况244
- 二、经营状况 244
- 三、盈利能力分析245
- 四、投资风险247

第五节 保利房地产（集团）股份有限公司248

- 一、企业概况248
- 二、经营状况 249
- 三、盈利能力分析250
- 四、投资风险254

第四部分 投资策略与风险预警

第十四章 住宅装饰装修宏观环境分析 258

第一节 经济环境分析 258

一、行业与经济发展相关性258

二、国家宏观经济发展状况259

三、房地产业发展状况273

四、国家宏观经济发展前景281

第二节 融资环境分析 283

一、金融机构贷款投向分析283

二、中央银行货币政策解读287

第三节 城镇化进程分析290

一、行业与城镇化相关性290

二、国家城镇化进程分析290

三、国家城镇化进程规划292

第四节 消费环境分析 297

一、居民收入水平分析297

二、居民消费水平分析298

第十五章 住宅装饰装修开发及运营模式分析300

第一节 行业地产开发模式分析 300

一、按投资回收划分的模式300

二、按运营主体划分的模式分析301

三、开发运营模式选择分析302

第二节 住宅装饰装修运营模式分析 305

第三节 住宅装饰装修运营模式个案分析 309

第十六章 住宅装饰装修行业投资策略分析 311

第一节 行业发展特征 311

一、行业的周期性311

二、行业的区域性311

三、行业的上下游311

四、行业经营模式312

第二节 行业投资形势分析 313

- 一、行业发展格局313
- 二、行业进入壁垒315
- 三、行业SWOT分析 316
- 四、行业五力模型分析318
- 第三节 住宅装饰装修行业投资效益分析 320
 - 一、2019年住宅装饰装修行业投资状况分析 320
 - 二、2019年住宅装饰装修行业投资效益分析 321
 - 三、2021-2027年住宅装饰装修行业投资方向321
 - 四、2021-2027年住宅装饰装修行业投资建议321
- 第四节 住宅装饰装修行业投资策略研究 324
 - 一、2017年住宅装饰装修行业投资策略 324
 - 二、2019年住宅装饰装修行业投资策略 324
 - 三、2021-2027年住宅装饰装修行业投资策略327
 - 四、2021-2027年住宅装饰装修细分行业投资策略328

第十七章 住宅装饰装修行业投资风险预警 329

- 第一节 影响住宅装饰装修行业发展的主要因素329
 - 一、2019年影响住宅装饰装修行业运行的有利因素329
 - 二、2019年影响住宅装饰装修行业运行的稳定因素330
 - 三、2019年影响住宅装饰装修行业运行的不利因素335
 - 四、2019年我国住宅装饰装修行业发展面临的挑战336
 - 五、2019年我国住宅装饰装修行业发展面临的机遇336
- 第二节 住宅装饰装修行业投资风险预警 337
 - 一、2021-2027年住宅装饰装修行业市场风险预测337
 - 二、2021-2027年住宅装饰装修行业政策风险预测339
 - 三、2021-2027年住宅装饰装修行业经营风险预测340
 - 四、2021-2027年住宅装饰装修行业技术风险预测342
 - 五、2021-2027年住宅装饰装修行业竞争风险预测343
 - 六、2021-2027年住宅装饰装修行业其他风险预测344

第五部分 住宅装饰装修发展趋势与规划建议

第十八章 住宅装饰装修行业发展趋势分析 348

第一节 2021-2027年中国住宅装饰装修市场趋势分析 348

一、2015-2019年我国住宅装饰装修市场趋势总结348

二、2021-2027年我国住宅装饰装修发展趋势分析348

第二节 2021-2027年住宅装饰装修产品发展趋势分析 350

一、2021-2027年住宅装饰装修产品技术趋势分析350

二、2021-2027年住宅装饰装修产品价格趋势分析351

第三节 2021-2027年中国住宅装饰装修行业供需预测 352

一、2021-2027年中国住宅装饰装修供给预测352

二、2021-2027年中国住宅装饰装修需求预测353

三、2021-2027年中国住宅装饰装修价格预测353

第四节 2021-2027年住宅装饰装修行业规划建议 354

一、住宅装饰装修行业“十三五”整体规划354

二、住宅装饰装修行业“十三五”发展预测359

三、2021-2027年住宅装饰装修行业规划建议371

第十九章 住宅装饰装修企业管理策略建议373

第一节 市场策略分析 373

一、住宅装饰装修价格策略分析373

二、住宅装饰装修渠道策略分析376

第二节 销售策略分析 377

一、媒介选择策略分析377

二、产品定位策略分析380

三、企业宣传策略分析381

第三节 提高住宅装饰装修企业竞争力的策略 382

一、提高中国住宅装饰装修企业核心竞争力的对策382

二、住宅装饰装修企业提升竞争力的主要方向384

三、影响住宅装饰装修企业核心竞争力的因素及提升途径385

四、提高住宅装饰装修企业竞争力的策略389

第四节 我国住宅装饰装修品牌的战略思考 397

一、住宅装饰装修实施品牌战略的意义397

二、住宅装饰装修企业品牌的现状分析399

三、我国住宅装饰装修企业的品牌战略401

四、住宅装饰装修品牌战略管理的策略403

图表目录：

图表：2015-2019年中国住宅装饰装修行业总产值及增长151

图表：2021-2027年中国住宅装饰装修总产值及增长预测152

图表：2015-2019年中国住宅装饰装修市场规模及增长154

图表：2021-2027年中国住宅装饰装修市场规模及增长预测155

图表：2015-2019年中国住宅装饰装修产量及增长155

图表：2021-2027年中国住宅装饰装修产量及增长预测156

图表：2015-2019年中国住宅装饰装修行业产能及增长156

图表：2021-2027年中国住宅装饰装修行业产能及增长预测157

图表：2015-2019年中国房地产竣工面积及增长157

图表：2021-2027年中国房地产竣工面积及增长预测158

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/197646.html>