

2024-2030年中国家装（家庭装饰）市场深度分析与发展前景预测报告

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（家庭装饰）市场深度分析与发展前景预测报告》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/202404/455568.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（家庭装饰）市场深度分析与发展前景预测报告》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1章：中国家装行业发展综述 1.1 家装行业概述 1.1.1 家装行业界定分析（1）建筑装饰业界定（2）建筑装饰行业分类（3）家装（家庭装饰）界定 1.1.2 家装市场业务分类 1.1.3 家装工作流程 1.2 家装行业发展环境分析 1.2.1 行业政策环境分析（1）行业主管部门（2）行业主要标准（3）国家层面出台相关政策分析（4）行业重点发展规划解读 1.2.2 行业经济环境分析（1）国内GDP增长分析（2）固定资产投资分析（3）经济环境对行业的影响 1.2.3 行业社会环境分析（1）我国城镇化发展进程分析（2）城镇化对家装行业的影响（3）居民消费支出水平分析（4）居民消费结构分析（5）消费升级对于家装行业的影响（6）家庭户数的增长分析（7）家庭户增长、家庭人口结构改变与家装行业发展的关系 1.2.4 行业技术环境分析（1）行业技术专利申请数量分析（2）行业技术专利申请人分析（3）行业热门技术发展分析 1.2.5 行业产业环境分析（1）国房景气指数分析（2）房地产开发投资规模分析（3）房地产开发建设规模分析（4）房地产销售规模分析（5）房地产市场供需形势分析 1.3 家装行业发展机遇与威胁分析 1.3.1 家装行业发展机遇分析（1）国民经济快速发展为建筑装饰行业的发展奠定了基础（2）居民消费结构升级将为家庭装饰市场带来巨大的需求 1.3.2 家装行业发展威胁分析（1）受房地产调控政策影响（2）行业集中度偏低，竞争秩序有待规范（3）行业的创新能力不强（4）一手房精装修比例提升，新房家装市场面临冲击

第2章：中国家装行业发展状况分析 2.1 中国家装行业发展概况 2.1.1 中国家装行业发展历程分析 2.1.2 中国家装行业发展特点分析（1）虽然受房地产市场大幅波动影响但行业发展的基本面没有重大变化（2）企业创新发展水平有所提高（3）行业仍处于转型升级过程之中（4）线上线下结合模式成行业发展新特点（5）80、90后成为家装市场两大中坚力量 2.1.3 中国家装行业发展热点分析（1）热点一：智能软装（2）热点二：地产、电商向家装不断渗透（3）热点三：家装迭代升级 定制向整装发力 2.1.4 中国家装行业发展存在问题（1）家装流程长，步骤多，难以实现标准化（2）施工交付能力与水平提升缓慢（3）家装行业设计服务进步不明显（4）行业缺乏凝聚力 2.2 中国家装行业发展规模分析 2.2.1 中国家装行业企业数量规模 2.2.2 中国家装行业市场规模分析 2.3 中国家装行业经营效益分析 2.3.1 中国家装行业领先企业盈利能力分析 2.3.2 中国家装行业领先企业运营能力分析（1）应收账款周转率（2）存货周转率（3）总资产周转率 2.3.3 中国家装行业领先企业偿债能力分析（1）资产负债率（2）流动比率和速

动比率 2.4 中国家装行业竞争现状分析 2.4.1 中国家装行业市场竞争现状 (1) 全国家装行业竞争现状 (2) 一站式家装领先企业布局概况 (3) 全国头部家装企业经营情况及排名 2.4.2 中国家装行业五力模型分析 (1) 行业现有竞争者分析 (2) 行业潜在进入者威胁 (3) 行业替代品威胁分析 (4) 行业供应商议价能力分析 (5) 行业购买者议价能力分析 (6) 行业竞争情况总结 第3章：中国家装行业上下游行业分析 3.1 家装行业产业链概况 3.2 家装行业上游行业发展及影响分析 3.2.1 家居建材行业发展现状及影响分析 (1) 家装行业主要原材料介绍 (2) 家居建材行业发展现状分析 (3) 家居建材行业发展趋势分析 (4) 家居建材行业对家装的影响分析 3.2.2 厨卫行业发展及对家装的影响分析 (1) 厨卫行业发展现状 (2) 厨卫行业竞争格局 (3) 厨卫行业发展趋势 (4) 厨卫行业对家装的影响分析 3.2.3 地板行业发展及对家装的影响分析 (1) 地板行业发展现状 (2) 地板行业竞争格局 (3) 地板行业发展趋势 (4) 地板行业对家装的影响分析 3.2.4 照明电器行业发展及对家装的影响分析 (1) 照明电器行业发展现状 (2) 照明电器行业竞争格局 (3) 照明电器行业发展趋势 (4) 照明电器行业对家装的影响分析 3.2.5 家居饰品行业发展及对家装的影响分析 (1) 家居饰品行业发展现状 (2) 家居饰品行业竞争格局 (3) 家居饰品行业发展趋势 (4) 家居饰品行业对家装的影响分析 3.2.6 家具行业发展及对家装的影响分析 (1) 家具行业发展现状 (2) 家具行业竞争格局 (3) 家具行业发展趋势 (4) 家具行业对家装的影响分析 3.2.7 建筑涂料行业发展及对家装的影响分析 (1) 建筑涂料行业发展现状 (2) 建筑涂料行业竞争格局 (3) 建筑涂料行业发展趋势 (4) 建筑涂料行业对家装的影响分析 3.2.8 门窗行业发展及对家装的影响分析 (1) 门窗行业发展现状 (2) 门窗行业竞争格局 (3) 门窗行业发展趋势 (4) 门窗行业对家装的影响分析 3.2.9 人造板行业发展及对家装的影响分析 (1) 人造板行业发展现状 (2) 人造板行业竞争格局 (3) 人造板行业发展趋势 (4) 人造板行业对家装的影响分析 3.2.10 建筑陶瓷行业发展及对家装的影响分析 (1) 陶瓷行业发展现状 (2) 陶瓷行业竞争格局 (3) 陶瓷行业发展趋势 (4) 陶瓷行业对家装的影响分析 3.3 家装行业下游行业发展及影响分析 3.3.1 住宅商品房市场发展及对家装的影响分析 (1) 住宅商品房市场发展现状 (2) 住宅商品房市场发展对家装的影响分析 3.3.2 二次装修市场发展及对家装的影响分析 (1) 全国二手房交易规模 (2) 全国存量房翻新需求规模 (3) 二次装修市场发展及对家装的影响分析 3.3.3 改造房市场发展及对家装的影响分析 第4章：中国家装行业互联网发展分析 4.1 互联网家装发展概况 4.1.1 传统家装行业痛点分析 4.1.2 互联网家装相关产业链 4.1.3 互联网家装行业发展阶段 4.2 互联网家装发展现状分析 4.2.1 互联网家装行业市场规模 4.2.2 互联网家装行业商业模式 4.2.3 互联网家装行业融资现状 (1) 中国互联网家装市场投融资概况 (2) 中国互联网家装市场融资事件汇总 (3) 中国互联网家装市场融资趋势 4.2.4 互联网家装行业面临挑战 (1) 缺乏对中小装企的监管，难以保障家装服务品质 (2) 难以突破家装行业原有格局

(3) 传统装修“半进化”的搅局 4.3 互联网家装市场竞争分析 4.3.1 互联网家装行业竞争现状 4.3.2 互联网家装行业竞争格局 4.3.3 互联网家装行业竞争力打造 (1) 构建品牌壁垒 (2) 产业链优势 (3) 技术优势 4.4 互联网对家装行业的影响分析 4.4.1 互联网家装与传统家装的竞争情况 (1) 互联网家装的认可度逐渐提升 (2) 传统家装企业纷纷转型发展 4.4.2 互联网家装与传统家装的促进情况 (1) 家装行业较为分散，产业链较长，供需两端诸多问题亟待解决 (2) 互联网家装平台汇集行业资源，解决了家装服务中存在的相关问题 4.4.3 传统家装企业实现互联网化转型的途径 (1) 广田股份打造“过家家”电商平台 (2) 洪涛股份优装美家 (3) 东易日盛“速美超级家” (4) 其他公司 4.5 中国互联网家装发展趋势分析 4.5.1 互联网家装发展趋势分析 (1) 互联网家装服务的渗透率提升 (2) 商业模式演进和技术水平升级带动互联网家装平台认可度提升 (3) 以多种方式为家居装修服务供应商提供全方位业务赋能 (4) 有望出现过百亿、甚至千亿规模的家装行业巨头 4.5.2 互联网家装发展前景预测

第5章：家装行业重点省市市场需求分析 5.1 北京市家装市场需求潜力分析 5.1.1 北京市家装需求分析 (1) 北京市住宅销售面积 (2) 北京二手住宅交易面积情况 5.1.2 北京市家装市场规模 5.1.3 北京市家装竞争现状 5.2 上海市家装市场需求潜力分析 5.2.1 上海市家装需求分析 (1) 上海市住宅销售面积 (2) 上海市二手住宅交易情况 5.2.2 上海市家装市场规模 5.2.3 上海市家装竞争现状 5.3 深圳市家装市场需求潜力分析 5.3.1 深圳市家装需求分析 (1) 深圳市住宅销售面积情况 (2) 深圳市二手住宅交易情况 5.3.2 深圳市家装市场规模 5.3.3 深圳市家装竞争现状 5.4 广州市家装市场需求潜力分析 5.4.1 广州市家装需求分析 (1) 广州市住宅销售面积情况 (2) 广州市二手住宅交易情况 5.4.2 广州市家装市场规模 5.4.3 广州市家装竞争现状 5.5 南京市家装市场需求潜力分析 5.5.1 南京市家装需求分析 (1) 南京市住宅销售面积情况 (2) 南京市二手住宅交易情况 5.5.2 南京市家装市场规模 5.5.3 南京市家装竞争现状 5.6 杭州市家装市场需求潜力分析 5.6.1 杭州市家装需求分析 (1) 杭州市住宅销售面积情况 (2) 杭州市二手住宅交易情况 5.6.2 杭州市家装市场规模 5.6.3 杭州市家装竞争现状 5.7 重庆市家装市场需求潜力分析 5.7.1 重庆市家装需求分析 (1) 重庆市住宅销售面积情况 (2) 重庆市二手住宅交易情况 5.7.2 重庆市家装市场规模 5.7.3 重庆市家装竞争现状 5.8 天津市家装市场需求潜力分析 5.8.1 天津市家装需求分析 (1) 天津市住宅销售面积情况 (2) 天津市二手住宅交易情况 5.8.2 天津市家装市场规模 5.8.3 天津市家装竞争现状

第6章：中国家装行业领先企业案例分析 6.1 家装行业企业发展总况 6.2 国内家装领先企业案例分析 (排名不分先后) 6.2.1 东易日盛家居装饰集团股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.2 深圳市名雕装饰股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企

业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.3 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.4 上海沪佳装饰服务集团股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.5 深圳中天精装股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主要资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.6 红蚂蚁装饰股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.7 上海全筑控股集团股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.8 上海尚海建筑装饰工程有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.9 浙江亚厦装饰股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.2.10 业之峰诺华家居装饰集团股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业资质分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.3 互联网家装领先企业案例分析 (排名不分先后) 6.3.1 上海齐家网信息科技股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业发展历程 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.3.2 北京一起网科技股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业发展历程 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.3.3 土巴兔集团股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业发展历程 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业经营模式分析 (6) 企业销售渠道分析 (7) 企业发展优劣势分析 (8) 企业最新发展动向分析 6.3.4 厦门美家帮科技股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业经营模式分析 (5) 企业销售渠道分析 (6)

企业发展优劣势分析 (7) 企业最新发展动向分析 第7章：中国家装行业前景趋势预测与投资建议 7.1 家装行业发展前景与趋势预测 7.1.1 行业发展前景预测 7.1.2 行业发展趋势预测 (1) 新生代消费群体更注重家装质量和追求生活品质 (2) 一站式配齐的整装模式逐渐受到新生代消费者的青睐 (3) 家装市场供应链面临整合，集中度将加快提升 (4) 竞争格局日趋复杂 (5) 随着更多的家装企业成功完成数字化转型，未来家装新零售将成为最重要的家装消费新通道 (6) 数字化转型将引领家装行业未来发展 (7) 家装行业营销获客模式正在发生变化 7.2 中国家装行业投资潜力分析 7.2.1 行业投资现状分析 7.2.2 行业进入壁垒分析 (1) 品牌壁垒 (2) 设计人才壁垒 (3) 工程质量壁垒 (4) 供应链管理壁垒 (5) 规模化经营壁垒 (6) 精细化管理壁垒 7.2.3 行业运作模式分析 7.2.4 行业投资风险预警 (1) 宏观经济景气度变化的风险 (2) 房地产调控政策的风险 (3) 住宅全装修政策的风险 (4) 人力资源风险 (5) 成本上升导致的经营风险 (6) 市场竞争风险 7.3 家装行业投资策略与建议 7.3.1 行业投资价值分析 7.3.2 行业投资机会分析 (1) 二次装修与改造房市场增长潜力大 (2) 精装房装修市场空间巨大，家装市场新增长点“定制精装模式”开始落地 (3) 装配式内装 (4) 互联网家装渗透率将不断提升，整合化互联网家装平台服务需求增长 (5) 家装与智能家居融合成为家装行业的新热点 (6) 全产业链的服务内容 (7) 供需链智能仓储物流将在家装行业中占据越来越重要的地位 7.3.3 行业投资建议 (1) 严控成本，提高生产效率 (2) 开拓新兴市场和发展中国家市场 (3) 加强人力资源管理，储备企业人才 (4) 保证产品，服务质量 (5) 及时调整营销方向，抓住市场重点 图表目录 图表1：建筑装饰行业的定义和分类 图表2：典型家装工作流程 图表3：家装行业主管部门与自律组织 图表4：截至2022年4月中国家装行业相关标准汇总 图表5：截止到2022年4月中国家装行业相关政策 图表6：我国建筑装饰行业“十三五”主要规划目标 图表7：“十四五”规划对家装行业影响分析 图表8：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%） 图表9：2010-2022年中国固定资产投资额（不含农户）及增速（单位：万亿元，%） 图表10：宏观经济因素与家装行业之间的关系 图表11：2010-2021年中国城镇人口及城镇化率变化分析图（单位：亿人，%） 图表12：中国城市化进程发展阶段 图表13：2010-2021年中国居民人均可支配收入（单位：元） 图表14：2010-2021年中国居民人均消费支出（单位：元） 图表15：2013-2021年中国居民人均消费支出结构（单位：%） 图表16：2017-2020年中国消费者家装支出额度分布（单位：%） 图表17：2017-2020年中国消费者家装支出费用类型（单位：%） 图表18：七次全国人口普查平均家庭户规模（单位：人/户） 图表19：2011-2022年我国家装行业相关技术专利申请数量（单位：项） 图表20：2011-2022年我国家装行业相关技术专利公开数量（单位：项） 图表21：截至2022年04月家装行业相关专利申请人构成（单位：项） 图表22：截至2022年04月中国家装行业相关专利分布领域（前十位）（单位：项） 图表23

：2021年以来全国房地产开发景气指数走势（单位：点） 图表24：2009-2022年中国房地产开发投资额及增速（单位：亿元，%） 图表25：2009-2022年中国房地产开发新开工面积及同比增速（单位：万平方米，%） 图表26：2009-2022年中国房地产开发施工面积及同比增速（单位：万平方米，%） 图表27：2009-2022年中国房地产开发竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%） 图表28：2009-2022年中国商品房销售面积及同比增速（单位：万平方米，%） 图表29：2009-2021年中国房地产开发竣工比走势 图表30：中国家装行业发展历程 图表31：2020年家装市场核心人群年龄分布（单位：%） 图表32：2016-2021年中国家装行业企业数量（单位：万家） 图表33：2016-2021年中国家装行业市场规模（单位：万亿元） 图表34：2016-2021年中国家装行业市场规模（面向个人客户，扣除住宅精装修市场）（单位：万亿元） 图表35：2020年家装行业样本企业主要经济指标分析（单位：万元） 图表36：2018-2021年前三季度建筑装饰行业样本企业毛利率情况（单位：%） 图表37：2015-2021年前三季度家装行业样本企业应收账款周转率（单位：次） 图表38：2015-2021年前三季度家装行业样本企业存货周转率（单位：次） 图表39：2015-2021年前三季度家装行业样本企业总资产周转率（单位：次） 图表40：2015-2021年前三季度家装行业样本企业资产负债率（单位：%） 图表41：2015-2021年前三季度家装行业样本企业流动比率 图表42：2015-2021年前三季度家装行业样本企业速动比率 图表43：2021年中国家装企业数量按注册资本分布（单位：%） 图表44：中国家装行业竞争层次示意图 图表45：中国一站式家装领先企业布局概况 图表46：中国家装行业上市企业汇总（单位：亿元，%） 图表47：家装行业现有企业的竞争分析 图表48：家装行业潜在进入者威胁分析 图表49：家装行业竞争情况总结 图表50：家装产业链介绍 图表51：家装行业主要原材料介绍 图表52：2013-2021年中国家居建材产业市场规模（单位：万亿元，%） 图表53：家居建材行业发展趋势对家装行业影响分析 图表54：2012-2021年中国厨卫电器市场规模及增速（单位：亿元，%） 图表55：2021.4.26-2021.5.02燃气热水器线下市场主要品牌份额（单位：%） 图表56：2021.4.26-2021.5.02电储水热水器线下市场主要品牌份额（单位：%） 图表57：2021.4.26-2021.5.02末端净水线下市场主要品牌份额（单位：%） 图表58：2021.4.26-2021.5.02油烟机线下市场主要品牌份额（单位：%） 图表59：2021.4.26-2021.5.02燃气灶热水器线下市场主要品牌份额（单位：%） 图表60：2021.4.26-2021.5.02消毒柜线下市场主要品牌份额（单位：%） 图表61：2021.4.26-2021.5.02洗碗机线下市场主要品牌份额（单位：%） 图表62：2015-2021年中国具有一定规模的地板企业木竹地板总销量（单位：万平方米，%） 图表63：2021年中国木竹地板销量结构（单位：%） 图表64：2019-2021年中国规模以上照明器具制造企业营业收入及增速（单位：亿元，%） 图表65：43家不同类型的智能照明活跃厂家、平台及运营商 图表66：我国家居饰品行业市场竞争格局 图表67：家居饰品行业发展趋势 图表68：2012-2021年中国家具制造规模以上企业数量及增长情况（单位：家，%

) 图表69：2015-2021年中国家具制造行业规模以上企业营业收入统计及增长情况（单位：亿元，%） 图表70：中国家具制造行业整体竞争格局 图表71：2012-2021年中国建筑涂料产量（单位：万吨，%） 图表72：我国涂料行业市场竞争格局 图表73：2016-2021年中国铝门窗幕墙行业总体产值（单位：亿元） 图表74：我国门窗行业企业总体特征 图表75：人造板产品应用结构（单位：%） 图表76：2012-2021年中国人造板制造行业产量及增速（单位：万立方米，%） 图表77：我国人造板行业市场竞争格局 图表78：2011-2021年中国建筑陶瓷行业规模以上企业销售收入（单位：亿元） 图表79：2010-2021年中国住宅商品房销售面积及同比增速（单位：万平方米，%） 图表80：2010-2021年中国二手住宅交易套数及面积（单位：万套，亿平方米） 图表81：2016-2025年中国存量房翻新面积及增速（单位：万平方米，%） 图表82：中国传统家装行业痛点分析 图表83：中国互联网家装相关产业链 图表84：中国互联网家装行业发展阶段具体描述 图表85：2016-2021年中国互联网家装行业市场规模（线上交易额）（单位：亿元，%） 图表86：中国互联网家装商业模式分析 图表87：2014-2022年中国互联网家装市场投融资事件数量及金额规模（单位：起，亿元） 图表88：2017年以来中国互联网家装市场投融资事件汇总 图表89：中国互联网家装市场竞争格局 图表90：中国传统家装企业互联网化转型的途径 图表91：2022-2027年中国互联网家装行业市场规模及渗透率预测（线上交易额）（单位：亿元，%） 图表92：2010-2021年北京市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%） 图表93：2016-2021年北京二手住宅交易面积走势（单位：万平方米） 图表94：2016-2021年北京市家装市场规模（单位：亿元） 图表95：2021年北京市家装市场领先品牌分析 图表96：2010-2021年上海市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%） 图表97：2016-2021年上海市二手住宅交易情况（单位：万平方米） 图表98：2016-2021年上海市家装市场规模走势（单位：亿元） 图表99：2021年上海市家装企业排名 图表100：2010-2021年深圳市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%） 图表101：2016-2021年深圳市二手住宅交易情况（单位：万平方米） 图表102：2016-2021年深圳市家装市场规模（单位：亿元） 图表103：2021年深圳市家装市场领先品牌分析 图表104：2010-2021年广州市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%） 图表105：2016-2021年广州市二手住宅交易情况（单位：万平方米） 图表106：2016-2021年广州市家装市场规模走势（单位：亿元） 图表107：2021年广州市家装市场领先品牌分析 图表108：2010-2021年南京市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%） 图表109：2016-2021年南京市二手住宅交易情况（单位：万平方米） 图表110：2016-2021年南京市家装市场规模（单位：亿元） 图表111：2021年南京市家装市场领先品牌分析 图表112：2010-2021年杭州市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%） 图表113：2016-2021年杭州市二手住宅交易情况（单位：万平方米） 图表114：2016-2021年杭州市家

装市场规模（单位：亿元） 图表115：2021年杭州市家装市场领先品牌分析 图表116
：2010-2021年重庆市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%） 图表117
：2016-2021年重庆市二手住宅交易情况（单位：万平方米） 图表118：2016-2021年重庆市家
装市场规模走势（单位：亿元） 图表119：2021年重庆市家装市场领先品牌分析 图表120
：2010-2021年天津市住宅销售面积及其同比增速走势（单位：万平方米，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/455568.html>