

2022-2028年中国装饰装潢 行业全景调查与投资前景评估报告

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

《2022-2028年中国装饰装潢行业全景调查与投资前景评估报告》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/202203/273303.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

装修的工程概念由“装”和“修”构成，“装”为安装，是指水、暖、通风、电的安装；“修”为修缮，是指房屋结构的调整和防水。装修是满足日常生活的基础，是一切居室工程的大纲。没有装修就不可能有装饰，没有装修的装饰是没有基础和浮华的装饰。

装饰的工程概念是装修加粉饰，是在装修基础上的升华，重视视觉美感与触觉舒适感。“轻装修、重装饰”的说法显然是本末倒置，装修和装饰本相互依存，是国人生活进步的提升的重要标致。

“修、饰并重”是对传统“轻装修、重装饰”装修理念的全面革新，是设计理念和工程理念的完全执行，“修、饰并重”必将让消费者家居生活更方便，居室环境更舒适。

装饰是装修加粉饰，可以理解为装饰是装修的升级。在保证能够方便的生活的基础上，再考虑“视觉大餐”的品质享受。所以满足生活是前提，然后才能升级，如果一味强调升级而基础没有做好，相信每个人都明白那只能是自欺之举。

装潢是装饰加潢裱，可以理解为装饰的升级，“潢裱”范围广，在书画装裱的高工艺之一，在其它的行业中也代表高工艺。我们可以这样理解，装饰是璞玉，需要精美包装，可以说装潢是对装饰的深加工和精细包装；我们也可以这样理解，装潢是居室工程中较精细的工艺和最文化的底蕴。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国装饰装潢行业全景调查与投资前景评估报告》共十五章。首先介绍了装饰装潢行业市场发展环境、装饰装潢整体运行态势等，接着分析了装饰装潢行业市场运行的现状，然后介绍了装饰装潢市场竞争格局。随后，报告对装饰装潢做了重点企业经营状况分析，最后分析了装饰装潢行业发展趋势与投资预测。您若想对装饰装潢产业有个系统的了解或者想投资装饰装潢行业，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 行业发展现状

第一章 装饰装潢行业发展概述

第一节 装饰装潢的概念

一、装饰装潢的定义

二、装饰装潢的特点

三、装饰装潢的分类

第二节 装饰装潢行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 装饰装潢市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 全球装饰装潢行业发展分析

第一节 世界装饰装潢行业发展分析

第二节 全球装饰装潢市场分析

一、2019年全球装饰装潢需求分析

二、2019年欧美装饰装潢需求分析

三、2019年中外装饰装潢市场对比

第三节 2015-2019年主要国家或地区装饰装潢行业发展分析

一、2015-2019年美国装饰装潢行业分析

二、2015-2019年日本装饰装潢行业分析

三、2015-2019年欧洲装饰装潢行业分析

第三章 我国装饰装潢行业发展分析

第一节 中国装饰装潢行业发展状况

一、2019年装饰装潢行业发展状况分析

二、2019年中国装饰装潢行业发展动态

三、2019年装饰装潢行业经营业绩分析

四、2019年我国装饰装潢行业发展热点

第二节 中国装饰装潢市场供需状况

一、2019年中国装饰装潢行业供给能力

二、2019年中国装饰装潢市场供给分析

三、2019年中国装饰装潢市场需求分析

四、2019年中国装饰装潢产品价格分析

第三节 我国装饰装潢市场分析

一、2019年装饰装潢市场分析

二、2019年装饰装潢市场的走向分析

第四章 中国装饰装潢所属行业经济运行分析

第一节 中国装饰装潢所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国装饰装潢所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国装饰装潢所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 我国建材所属行业进出口分析

第一节 我国建材产品所属行业进口分析

一、进口总量分析

二、进口结构分析

三、进口区域分析

第二节 我国建材产品所属行业出口分析

一、出口总量分析

二、出口结构分析

三、出口区域分析

第三节 我国建材产品所属行业进出口预测

一、建材进口预测

二、建材出口预测

第六章 2015-2019年关联产业发展分析

第一节 房地产行业发展分析

一、2015-2019年行业发展现状

二、2015-2019年市场需求分析

三、2015-2019年市场规模分析

四、2015-2019年市场竞争分析

五、2022-2028年行业发展形势

第二节 建材行业发展分析

一、2015-2019年行业发展现状

二、2015-2019年市场需求分析

三、2015-2019年市场规模分析

四、2015-2019年市场竞争分析

五、2022-2028年行业发展形势

第二部分 行业竞争格局

第七章 装饰装潢行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 装饰装潢行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2015-2019年装饰装潢行业竞争格局分析

一、2019年装饰装潢行业竞争分析

二、2019年中外装饰装潢产品竞争分析

三、2015-2019年国内外装饰装潢竞争分析

四、2015-2019年我国装饰装潢市场竞争分析

五、2015-2019年我国装饰装潢市场集中度分析

六、2022-2028年国内主要装饰装潢企业动向

第八章 装饰装潢企业竞争策略分析

第一节 装饰装潢市场竞争策略分析

一、2019年装饰装潢市场增长潜力分析

二、2019年装饰装潢主要潜力品种分析

三、现有装饰装潢产品竞争策略分析

四、潜力装饰装潢品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 装饰装潢企业竞争策略分析

一、贸易战对装饰装潢行业竞争格局的影响

二、贸易战后装饰装潢行业竞争格局的变化

三、2022-2028年我国装饰装潢市场竞争趋势

四、2022-2028年装饰装潢行业竞争格局展望

五、2022-2028年装饰装潢行业竞争策略分析

六、2022-2028年装饰装潢企业竞争策略分析

第九章 主要装饰装潢企业竞争分析

第一节 东易日盛（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第二节 业之峰（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第三节 龙发装饰（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第四节 星艺装饰（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第五节 欧坊装潢（一线品牌）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第六节 元洲装饰（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第七节 轻舟装饰（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第八节 九鼎装饰（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第九节 城市人家（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第十节 阔达装饰（中国驰名商标）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

第三部分 行业前景预测

第十章 装饰装潢行业发展趋势分析

第一节 2019年发展环境展望

一、2019年宏观经济形势展望

二、2019年政策走势及其影响

三、2019年国际行业走势展望

第二节 2019年装饰装潢行业发展趋势分析

一、2019年技术发展趋势分析

二、2019年产品发展趋势分析

三、2019年行业竞争格局展望

第三节 2022-2028年中国装饰装潢市场趋势分析

一、2015-2019年装饰装潢市场趋势总结

二、2022-2028年装饰装潢发展趋势分析

三、2022-2028年装饰装潢市场发展空间

四、2022-2028年装饰装潢产业政策趋向

五、2022-2028年装饰装潢技术革新趋势

六、2022-2028年装饰装潢价格走势分析

第十一章 未来装饰装潢行业发展预测

第一节 未来装饰装潢需求与消费预测

一、2022-2028年装饰装潢产品消费预测

二、2022-2028年装饰装潢市场规模预测

三、2022-2028年装饰装潢行业总产值预测

四、2022-2028年装饰装潢行业销售收入预测

五、2022-2028年装饰装潢行业总资产预测

第二节 2022-2028年中国装饰装潢行业供需预测

一、2015-2019年中国装饰装潢供给预测

二、2022-2028年中国装饰装潢产量预测

三、2022-2028年中国装饰装潢需求预测

四、2022-2028年中国装饰装潢供需平衡预测

五、2022-2028年中国装饰装潢产品价格预测

六、2022-2028年主要装饰装潢产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 装饰装潢行业投资现状分析

第一节 2018年装饰装潢行业投资情况分析

- 一、2018年总体投资及结构
- 二、2018年投资规模情况
- 三、2018年投资增速情况
- 四、2018年分行业投资分析
- 五、2018年分地区投资分析
- 六、2018年外商投资情况

第二节 2019年装饰装潢行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年分行业投资分析
- 五、2019年分地区投资分析
- 六、2019年外商投资情况

第十三章 装饰装潢行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2015-2019年我国宏观经济运行情况
- 二、2022-2028年我国宏观经济形势分析
- 三、2022-2028年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2019年装饰装潢行业政策环境
- 二、2019年国内宏观政策对其影响
- 三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2019年社会环境发展分析
- 三、2022-2028年社会环境对行业的影响

第十四章 装饰装潢行业投资机会与风险

第一节 行业投资收益率比较及分析

一、2019年相关产业投资收益率比较

二、2015-2019年行业投资收益率分析

第二节 装饰装潢行业投资效益分析

一、2015-2019年装饰装潢行业投资状况分析

二、2022-2028年装饰装潢行业投资效益分析

三、2022-2028年装饰装潢行业投资趋势预测

四、2022-2028年装饰装潢行业的投资方向

五、2022-2028年装饰装潢行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响装饰装潢行业发展的主要因素

一、2022-2028年影响装饰装潢行业运行的有利因素分析

二、2022-2028年影响装饰装潢行业运行的稳定因素分析

三、2022-2028年影响装饰装潢行业运行的不利因素分析

四、2022-2028年我国装饰装潢行业发展面临的挑战分析

五、2022-2028年我国装饰装潢行业发展面临的机遇分析

第四节 装饰装潢行业投资风险及控制策略分析

一、2022-2028年装饰装潢行业市场风险及控制策略

二、2022-2028年装饰装潢行业政策风险及控制策略

三、2022-2028年装饰装潢行业经营风险及控制策略

四、2022-2028年装饰装潢行业技术风险及控制策略

五、2022-2028年装饰装潢同业竞争风险及控制策略

六、2022-2028年装饰装潢行业其他风险及控制策略

第十五章 装饰装潢行业投资战略研究（ ）

第一节 装饰装潢行业发展战略研究

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 对我国装饰装潢品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、装饰装潢实施品牌战略的意义

三、装饰装潢企业品牌的现状分析

四、我国装饰装潢企业的品牌战略

五、装饰装潢品牌战略管理的策略

第三节 装饰装潢行业投资战略研究

一、2019年建材行业投资战略研究

二、2019年装饰装潢行业投资战略研究

三、2022-2028年装饰装潢行业投资形势

四、2022-2028年装饰装潢行业投资战略（ ）

图表目录：

图表：装饰装潢产业链分析

图表：国际装饰装潢市场规模

图表：国际装饰装潢生命周期

图表：2015-2019年中国装饰装潢行业市场规模

图表：2015-2019年全球装饰装潢产业市场规模

图表：2015-2019年装饰装潢重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国装饰装潢行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国装饰装潢行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国装饰装潢行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国装饰装潢竞争力分析

图表：2022-2028年中国装饰装潢产能预测

图表：2022-2028年中国装饰装潢消费量预测

图表：2022-2028年中国装饰装潢市场前景预测

图表：2022-2028年中国装饰装潢市场价格走势预测

图表：2022-2028年中国装饰装潢发展前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/273303.html>