

2022-2028年中国精装房行业 发展态势与投资前景预测报告

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

《2022-2028年中国精装房行业发展态势与投资前景预测报告》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/202201/261903.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

简单来说，精装房就是指经过精致装修的房屋，和“普装、平装、简装”等是对立的。精装房又称“成品房”，精装要求“精致、融合”，同时不失主人公的地位、身份，以及个性和品味，精装房注重的是每一个细节部分的推敲，大到房屋整体空间结构、装修风格的选择，小到一个螺丝钉的样式选择，都很讲究，所以精装房的房主多是家居生活的享受者。对于平装或简装来说，装修过程可能只是在房屋的墙壁刷上一层新的墙面漆或贴上新的壁纸而已，也就是所谓的“翻新”，这种装修的房屋经常用于出租，很少自居；而精装房，在主人公装修的时候，会对整体房屋的布局做出规划，同时会请设计公司绘制出自己喜欢的设计图，然后经过反复的修改最终确定设计图，然后再和装修队商讨具体的装修细节。目前，虽然国家没有强制性要求，但是住建部所提出的要求精装修达到30%再销售，从这一点看来，未来精装修销售可能会成为一种趋势。就比如现在的欧美一些发达国家，在销售房子的全装修率已经达到了80%，而销售精装房确实有好处，能够让资源集中利用，起到节省的效果，这一发展趋势其实也让家装公司的发展更有未来，能够朝着专业化的方向前进。但是，目前我国精装修市场缺少严格的标准和监管。

大多数人买房时，还是对房价比较敏感的，早在之前买房需要公摊面积，所以房价受到公摊面积的影响，已经很模糊了，好在住建部提出以后房屋交易以套内面积计算。但是，如果房子的交易以销售精装房为主的趋势发展下去，那么就又给房价披上了一层“外衣”，让原本就不透明的房价变得更密不透风了，毕竟装修的价值到底是多少，相信只有开发商和装修公司自己心里清楚，而对于买房者来说，是很不利的。全装修政策推行，推动精装房建设发展。2017年4月，住房和城乡建设部印发《建筑业发展“十三五”规划》，要求到2020年新开工全装修成品住宅面积达到30%。此后各地方政府也相继出台了相应的“全装修”地方政策，其中海南、湖北要求全省全面实行全装修。据统计，截止2019年9月全国各地共颁布了有关精装全装的政策83次，涉及27个省市。部分省份精装相关政策要求

在2018年国内商品住宅销量增幅下滑至1.2%的情况下，全国精装修商品住宅开盘规模增幅近60%，达到253万套。同时，精装房也越来越受到消费者青睐。2017年，愿意购买精装房的消费者比例为26.8%，较2007年提升15.9pct，预计2020年可达39.5%。未来精装房将逐渐取代毛坯房，成为一手房地产市场的主要房型。

2016-2019年中国精装修房开盘量走势 数据显示，TOP3 房企恒大、碧桂园和万科在一二线城市 90%以上采用精装修。值得注意的是，目前三四线及以下城市精装全装的渗透率仍不高，上述前三房企在三四线的精装修比率在60%左右，而主要在三四线及以下区域经营的 TOP20 以外的房企精装交付比例较一线房企低，目前四线及以下 仍然以毛坯房交付为主。 ，2018H1 我国一线城市全装修渗透率已经达到86%，二线城市为 50%，而三四线城市仅为 8%，综合来看目前三四线及以下城市精装全装的渗

透率仍然较低。非精装房的整体占比仍然在 70%左右的水平，在非精装房占比仍很高的情况下，随着 2020 年竣工面积增速的向上好转，非精装房的竣工面积占比相应也会较高，非精装房的消费建材需求将得到提升，这将带来 C 模式的需求释放。精装全装在不同能级城市的渗透率情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国精装房行业发展态势与投资前景预测报告》共十六章。首先介绍了中国精装房行业市场发展环境、精装房整体运行态势等，接着分析了中国精装房行业市场运行的现状，然后介绍了精装房市场竞争格局。随后，报告对精装房做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国精装房行业发展趋势与投资预测。您若想对精装房产业有个系统的了解或者想投资中国精装房行业，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：第一章 研究概述第一节 研究背景第二节 研究内容第三节 研究方法第四节 研究团队第五节 研究结论 第二章 精装房企业兼并重组背景分析第一节 精装房行业兼并重组意义第二节 精装房行业兼并重组背景分析第三节 精装房企业兼并重组特点分析及整体趋势分析第四节 精装房行业兼并重组方式分析第五节 精装房行业兼并重组一般程序分析第六节 精装房行业兼并重组趋势分析第七节 精装房企业兼并重组的障碍一、政策障碍二、组织结构障碍三、资金障碍四、技术障碍 第三章 精装房企业兼并重组案例分析第一节 国外精装房企业兼并重组案例分析一、兼并重组背景与动机二、兼并重组过程分析三、兼并重组案例特点分析四、兼并重组方案与成败经验分析五、兼并重组核心价值与整合战略分析第二节 国内精装房企业兼并重组案例分析一、兼并重组背景与动机二、兼并重组过程分析三、兼并重组案例特点分析四、兼并重组方案与成败经验分析五、兼并重组核心价值与整合战略分析第三节 国内精装房企业兼并重组主体竞争力分析一、发展现状二、投资趋势三、投资区域四、投资特点五、投资产品结构六、市场表现第四节 外资精装房企业在华兼并重组趋势分析一、发展现状二、投资趋势三、投资区域四、投资特点五、投资产品结构六、市场表现 第四章 2015-2019年精装房所属行业总体发展状况第一节 精装房行业特性分析第二节 精装房产业特征与行业重要性第三节 2015-2019年精装房行业发展分析

精装快速推行，2019 年底或提前实现 30%渗透率目标。在中央和地方出台政策不断推进之下，全国推出精装房的开发商数量不断增长，精装房市场规模大幅攀升。2018H1 我国一线城市全装修渗透率已经达到 86%，二线城市为 50%，而三四线城市仅为 8%，综合来看目前三四线及以下城市精装全装的渗透率仍然较低。非精装房的整体占比仍然在 70%左右的水平，在非精装房占比仍很高的情况下，随着 2020 年竣工面积增速的向上好转，非精装房的竣工面积占比相应也会较高，非精装房的消费建材需求将得到提升，这将带来 C 模式的需求释放。 2018 年推出精装

房项目的开发商和精装房项目数量分别同比增长 80%和 72%，精装房市场规模同比增速在 60%左右。精装房渗透率不断提高，2018 年底已达到 27.5%，据预测，2019 年底精装房将达到 336 万套，渗透率达到 32%，提前完成《建筑业发展“十三五”规划》提出的 30%的发展目标，2020 年精装房渗透率还将继续提升 2%。2016-2020E精装房渗透率变化情况

地产行业集中度快速增高，头部地产公司精装房消费建材需求占比提升。前四大房地产开发企业销售金额占比从 2013 年的 6.93%上升至 2018 年的 14.17%。2018 年全国 10 强、100 强房地产企业销售额的市场份额分别为 26.4%、58.1%，同比提升 2.5 和 10.6 个百分点。而一些大型地产商，如恒大、万科、碧桂园精装修比例已接近 100%，华润、绿城、金地等地产商精装修比例也在 50%以上。精装全装渗透率的不断提升将新房装修产生的消费建材需求的渠道入口逐渐交到地产商手中，地产行业集中度提升则将这部分需求向头部地产商集中

。2014-2018TOP10、TOP100 房企销售份额2018 中国房地产企业销售额及增长率一、2015-2019 年精装房行业发展态势分析二、2015-2019年精装房行业发展特点分析三、“十三五”区域产业布局与产业转移第四节 2015-2019年精装房所属行业行业规模情况分析一、行业单位规模情况分析二、行业人员规模状况分析三、行业资产规模状况分析四、行业市场规模状况分析第五节 2015-2019年精装房所属行业行业财务能力分析一、行业盈利能力分析与预测二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析五、行业发展能力分析与预测 第五章 我国精装房所属行业行业运行分析第一节 我国精装房所属行业行业发展状况分析一、我国精装房行业发展阶段二、我国精装房行业发展总体概况三、我国精装房行业发展特点分析四、我国精装房行业商业模式分析第二节 2015-2019年精装房所属行业行业发展现状一、2015-2019年我国精装房行业市场规模二、2015-2019年我国精装房行业发展分析三、2015-2019年中国精装房企业发展分析第三节 2015-2019年精装房所属行业市场情况分析一、2015-2019年中国精装房市场总体概况二、2015-2019年中国精装房市场发展分析第四节 我国精装房所属行业市场价格走势分析一、精装房市场定价机制组成二、精装房市场价格影响因素三、2015-2019年精装房价格走势分析四、“十三五”期间精装房价格走势预测 第六章 “十三五”期间我国精装房所属行业市场供需形势分析第一节 我国精装房市场供需分析一、2015-2019年我国精装房行业供给情况1、我国精装房行业供给分析2、重点企业供给及占有份额二、2015-2019年我国精装房行业需求情况1、精装房行业需求市场2、精装房行业客户结构3、精装房行业需求的地区差异三、2015-2019年我国精装房行业供需平衡分析第二节 精装房产品（服务）市场应用及需求预测一、精装房产品（服务）应用市场总体需求分析1、精装房产品（服务）应用市场需求特征2、精装房产品（服务）应用市场需求总规模二、“十三五”期间精装房行业领域需求量预测1、“十三五”期间精装房行业领域需求产品（服务）功能预测2、“十三五”期间精装房行业领域需

求产品（服务）市场格局预测三、重点行业精装房产品（服务）需求分析预测 第七章 精装房行业并购市场分析第一节 2015-2019年并购市场综述一、2015-2019年并购市场回顾二、2015-2019年海外并购分析三、2015-2019年中国并购市场监测第一节 2022-2028年并购市场发展前景预测一、2022-2028年并购市场前景分析二、2022-2028年并购基金市场前景分析三、2022-2028年民营企业海外并购前景分析第二节 2022-2028年并购市场发展趋势预测一、2022-2028年后并购时代的市场趋势二、2022-2028年中国企业并购发展趋势三、2022-2028年外资并购发展趋势预测 第八章 精装房行业区域性兼并重组机会分析第一节 环渤海经济区一、精装房行业发展特征与竞争力分析二、精装房行业兼并重组可行性与趋势分析第二节 长三角经济区一、精装房行业发展特征与竞争力分析二、精装房行业兼并重组可行性与趋势分析第三节 珠三角经济区一、精装房行业发展特征与竞争力分析二、精装房行业兼并重组可行性与趋势分析第三节 新兴地区一、精装房行业发展特征与竞争力分析二、精装房行业兼并重组可行性与趋势分析 第九章 精装房行业产业链兼并重组机会分析第一节 精装房企业与上下游企业兼并重组背景分析第二节 精装房企业与上下游企业兼并重组案例分析第三节 精装房企业与上下游企业兼并重组趋势分析第四节 精装房企业与上下游企业兼并重组机会分析第五节 精装房企业与其他行业兼并重组机会分析 第十章 精装房行业规模性兼并重组机会分析第一节 大型规模企业兼并重组机会分析第二节 中型规模企业兼并重组机会分析第三节 小型规模企业兼并重组机会分析 第十一章 目标公司调查基本流程第一节 被调查对象主体资格第二节 资产、负债、所有者权益第三节 重大合同第四节 诉讼及行政处罚情况。第五节 保险第六节 职工第七节 税务第八节 环保第九节 外汇第十节 财政第十一节 经营存在的问题第十二节 调查结论 第十二章 项目并购重组研究第一节 精装房项目投资环境分析第二节 精装房行业竞争格局分析第三节 精装房行业财务指标分析参考第四节 精装房行业市场分析与项目投入规模第五节 项目所属的细分市场的市场现状、未来市场空间第六节 项目应用技术方案（产品原料、制造成本、销售成本、利润预期）第七节 目标企业经营状况及经营运作上存在的主要问题第八节 项目运作后的价值预估、成长预期第九节 投资估算与资金筹措第十节 财务与敏感性分析第十一节 收购项目的价值及风险分析第十二节 精装房行业及项目发展趋势预测第十三节 项目调整所需的主要整改措施、投入第十四节 收购成功所需注意的关键要点第十五节 并购项目研究结论与建议 第十三章 中国精装房行业兼并重组风险分析第一节 资产重组风险分析第二节 品牌组合风险分析第三节 技术变动风险分析第四节 生产整合风险分析第五节 人事变动情况分析第六节 企业管理情况分析第七节 销售管理情况分析第八节 企业文化情况分析第九节 企业战略情况分析。第十四章 精装房企业兼并重组中的竞争战略分析第一节 差异化战略分析第二节 成本领先战略分析第三节 市场集中战略分析第四节 并购策略研究一、企业并购注意的问题研究二、企业并购决策的基本原则三、目标公司分析四、目标公司价值估算第五节 企业并购发展策

略分析一、企业并购资金的筹集策略二、企业并购后的整合策略三、并购建议 第十五章 新形势下并购财务操作及资产评估处理第一节 目标企业价值评估的必要性以及存在的问题一、目标企业价值评估的必要性二、中国目标企业价值评估存在的问题第二节 国内外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评一、国外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评二、国内企业并购中目标企业价值评估理论与方法研究述评第三节 并购及其对目标企业价值的影响一、企业并购及其效应的产生二、协同效应及其对目标企业价值的影响第四节 目标企业价值的识别一、目标企业价值识别的内容和范围二、目标企业价值识别的步骤第五节 目标企业价值影响因素的分析一、影响目标企业价值的外部因素二、影响目标企业价值的内部诸因素第六节 目标企业价值评估中成本法的运用一、运用成本法对目标企业价值的评估二、成本法评估并购中目标企业价值的优、缺点分析第七节 目标企业价值评估中市场法的运用一、市场法的两种具体方法二、运用市场法对目标企业价值评估的局限性第八节 目标企业价值评估中收益法的运用一、运用收益法时参数的估算二、运用收益法对目标企业价值评估应注意的问题第九节 目标企业价值评估中实物期权法的运用一、知识经济和实物期权法二、运用实物期权法对目标企业价值评估的可行性分析三、实物期权法在目标企业价值评估中的具体应用第十节 目标企业价值评估方法的比较与选择一、各种评估方法运用条件的比较二、评估方法的选择第十六章 精装房行业兼并重组建议第一节 买方建议第二节 卖方建议第三节 研究结论 图表目录 图表：精装房行业生命周期图表：精装房行业产业链结构图表：2015-2019年全球精装房行业市场规模图表：2015-2019年中国精装房行业市场规模图表：2015-2019年精装房行业重要数据指标比较图表：2015-2019年中国精装房市场占全球份额比较图表：2015-2019年精装房行业销售收入图表：2015-2019年精装房行业利润总额图表：2015-2019年精装房行业资产总计图表：2015-2019年精装房行业负债总计图表：2015-2019年精装房行业竞争力分析图表：2015-2019年精装房市场价格走势图：2015-2019年精装房行业主营业务收入图表：2015-2019年精装房行业主营业务成本图表：2015-2019年精装房行业销售费用分析图表：2015-2019年精装房行业管理费用分析图表：2015-2019年精装房行业财务费用分析图表：2015-2019年精装房行业销售毛利率分析图表：2015-2019年精装房行业销售利润率分析图表：2015-2019年精装房行业成本费用利润率分析图表：2015-2019年精装房行业总资产利润率分析图表：2015-2019年中国企业并购完成交易规模统计图表：2015-2019年中国企业并购交易金额行业分布图表：2015-2019年中国企业并购案例数量行业分布图表：2015-2019年中国企业海外并购业务情况分析图表：2015-2019年中国精装房企业并购完成交易规模图表：2015-2019年中国精装房企业兼并重组案例分析

图表：2019年中国并购市场季度分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/261903.html>