

2020-2026年中国建筑装饰 装修行业发展趋势与市场供需预测报告

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

《2020-2026年中国建筑装饰装修行业发展趋势与市场供需预测报告》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/202006/168499.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

为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的使用功能和美化建筑物，采用装饰装修材料或饰物，对建筑物的内外表面及空间进行的各种处理过程。

在已有的建筑主体上覆盖新的装饰表面，对已有的建筑空间效果的进一步设计，也是对建筑空间不足之处的改进和弥补，使建筑空间满足使用要求、更具个性的一种手段。建筑装饰能够使建筑满足人们的视觉、触觉享受，进一步提高了建筑物的空间质量，因此建筑装饰已成为现代建筑工程不可缺少的部分。

报告目录：

第一章 2019年世界建筑装饰装修行业发展态势分析

第一节 2019年世界建筑装饰装修市场发展状况分析

一、世界建筑装饰装修行业特点分析

二、世界建筑装饰装修市场需求分析

第二节 2019年全球建筑装饰装修市场分析

一、2019年全球建筑装饰装修需求分析

二、2019年全球建筑装饰装修产销分析

三、2019年中外建筑装饰装修市场对比

第二章 中国建筑装饰装修行业发展概况分析

第一节 中国建筑装饰装修行业发展总体概况

第二节 中国建筑装饰装修产业发展成就

第三节 中国建筑装饰装修行业发展前景简析

第三章 建筑装饰装修行业宏观经济环境分析

第一节 2019年全球经济环境分析

一、2019年全球经济运行概况

二、2020-2026年全球经济形势预测

第二节 2019年中国宏观经济环境分析

一、2019年中国宏观经济运行概况

二、2020-2026年中国宏观经济趋势预测

第四章 2019年建筑装饰装修产业相关行业发展概况

第一节 上游行业市场发展分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业新动态及其对建筑装饰装修行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对建筑装饰装修行业的意义

第二节 下游行业市场发展分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
 - (一)房价将逐步回归理性呈现平稳渐进发展的趋势
 - (二)保障性住房将得到加强
 - (三)中国房地产在10年代会经历较快的发展过程
 - (四)目前的房地产价格基本已经达到高位顶点
- 三、市场现状分析
- 四、行业新动态及其对建筑装饰装修行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对建筑装饰装修行业的意义
 - (一)价格竞争
 - (二)质量竞争
 - (三)服务竞争

第五章 2019年中国建筑装饰装修行业发展概况

第一节 2019年中国建筑装饰装修行业发展态势分析

- 一、繁荣的装饰市场随着经济的快速发展
- 二、装饰行业的法律、法规的不断完善逐步规范装饰业
- 三、装饰企业自身素质的不断提高加大了市场的竞争
- 四、业主法律意识提高市场竞争的加大

第二节 2019年中国建筑装饰装修行业发展特点分析

第三节 2019年中国建筑装饰装修行业市场供需分析

第四节 2019年中国建筑装饰装修行业价格分析

第六章 2019年中国建筑装饰装修行业整体运行状况

第一节 2019年建筑装饰装修行业产销分析

第二节 2019年建筑装饰装修行业盈利能力分析

第三节 2019年建筑装饰装修行业偿债能力分析

第四节 2019年建筑装饰装修行业营运能力分析

第七章 2019年中国建筑装饰装修产业政策环境分析

第一节 国际建筑装饰装修行业相关政策法规

一、避免使用能够产生破坏臭氧层的化学物质的结构设备和绝缘材料

二、采用耐久性产品和材料

三、选择不需要维护的建筑材料

四、选择物化能量低的建筑材料

五、购买本地生产的建筑材料

六、购买本地生产的回收再利用的建筑产品

七、在有可能的情况下选用废弃的建筑材料

八、寻求可持续的木材供应

九、避免使用会释放污染物的材料

十、最大限度地减少加压处理木材的使用

第二节 国际建筑装饰装修行业相关政策解读

第三节 中国建筑装饰装修行业相关政策法规

第四节 中国建筑装饰装修行业相关政策解读

第八章 2020-2026年中国建筑装饰装修进出口现状与预测

第一节 建筑装饰装修历史出口总体分析

一、建筑装饰装修出口总量历史汇总

二、建筑装饰装修出口价格历史汇总

第二节 建筑装饰装修历史出口月度分析

一、建筑装饰装修出口总量月度走势

(一)陶瓷

(二)石材

二、建筑装饰装修出口价格月度走势

(一)陶瓷

(二)石材

第三节 建筑装饰装修出口量预测

一、建筑装饰装修出口总量预测

二、建筑装饰装修出口金额预测

(一)陶瓷出口预测

(二)石材出口预测

第四节 建筑装饰装修出口价格预测

第九章 2019年中国建筑装饰装修产业行业重点区域运行分析

第一节 2019年华东地区建筑装饰装修行业运行情况

一、华东地区建筑装饰装修行业产销分析

二、华东地区建筑装饰装修行业盈利能力分析

三、华东地区建筑装饰装修行业偿债能力分析

四、华东地区建筑装饰装修行业营运能力分析

第二节 2019年华南地区建筑装饰装修行业运行情况

一、华南地区建筑装饰装修行业产销分析

二、华南地区建筑装饰装修行业盈利能力分析

三、华南地区建筑装饰装修行业偿债能力分析

四、华南地区建筑装饰装修行业营运能力分析

第三节 2019年华中地区建筑装饰装修行业运行情况

一、华中地区建筑装饰装修行业产销分析

二、华中地区建筑装饰装修行业盈利能力分析

三、华中地区建筑装饰装修行业偿债能力分析

四、华中地区建筑装饰装修行业营运能力分析

第四节 2019年华北地区建筑装饰装修行业运行情况

一、华北地区建筑装饰装修行业产销分析

二、华北地区建筑装饰装修行业盈利能力分析

三、华北地区建筑装饰装修行业偿债能力分析

四、华北地区建筑装饰装修行业营运能力分析

第五节 2019年西北地区建筑装饰装修行业运行情况

一、西北地区建筑装饰装修行业产销分析

二、西北地区建筑装饰装修行业盈利能力分析

三、西北地区建筑装饰装修行业偿债能力分析

四、西北地区建筑装饰装修行业营运能力分析

第六节 2019年西南地区建筑装饰装修行业运行情况

一、西南地区建筑装饰装修行业产销分析

二、西南地区建筑装饰装修行业盈利能力分析

三、西南地区建筑装饰装修行业偿债能力分析

四、西南地区建筑装饰装修行业营运能力分析

第七节 2019年东北地区建筑装饰装修行业运行情况

一、东北地区建筑装饰装修行业产销分析

二、东北地区建筑装饰装修行业盈利能力分析

三、东北地区建筑装饰装修行业偿债能力分析

四、东北地区建筑装饰装修行业营运能力分析

第八节 主要省市集中度及竞争力分析

第十章 2019年中国建筑装饰装修行业市场竞争格局分析

第一节 建筑装饰装修行业主要竞争因素分析

一、行业内企业竞争

二、潜在进入者

三、替代产品威胁

四、供应商议价能力

五、需求客户议价能力

第二节 建筑装饰装修企业国际竞争力比较

一、生产要素

二、市场需求

三、关联行业

四、企业结构与战略

(一)企业资质

(二)高品位工程的招标

(三)管理人员

(四)iso9000质量体系认证

(五)工程质量安全

五、政府扶持力度

第三节 建筑装饰装修行业竞争格局分析

一、建筑装饰装修行业集中度分析

二、建筑装饰装修行业竞争程度分析

第四节 建筑装饰装修行业竞争策略分析

一、金融危机对行业竞争格局的影响

二、2020-2026年建筑装饰装修行业竞争策略分析

三、2020-2026年建筑装饰装修行业竞争格局展望

第十一章 2019年中国建筑装饰装修行业重点企业竞争力分析

第一节 北京建峰建设装饰工程集团

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节 金丰环球装饰工程(天津)有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 北京实创装饰工程有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 北京轻舟世纪建筑装饰工程有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 北京圣点装饰(集团)公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

(一)企业偿债能力分析

(二)企业运营能力分析

(三)企业盈利能力分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十二章 中国建筑装饰装修行业投资分析及建议

第一节 投资机遇分析

一、中国经济的率先复苏对行业的支撑

二、建筑装饰装修行业企业在危机中的竞争优势

三、金融危机促使行业内优胜劣汰速度加快

第二节 投资风险分析

一、同业竞争风险

二、市场贸易风险

(一)市场主体资格混乱

(二)市场主体经营行为不规范

(三)借用资质层层转包的现象比较普遍，施工质量难以保证

(四)低价竞标对行业造成极大危害

三、行业金融信贷市场风险

四、产业政策变动风险

第三节 行业应对策略

一、把握国家宏观政策契机

二、战略合作联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 重点客户战略的实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、强化重点客户的管理

四、对重点客户的营销策略

五、实施重点客户战略中需重点解决的问题

第十三章 建筑装饰装修行业发展趋势与投资战略研究

第一节 建筑装饰装修市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

(一)建筑装饰与装修的设计理念

(二)建筑装饰与装修材料的发展

(三)建筑装饰与装修的工艺技术发展

第二节 建筑装饰装修行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

(一)电子销售商品品类优势

(二)价格成本优势

(三)渠道网点优势

(四)品牌及顾客群体优势

三、消费趋势分析

(一)实用性将成为家装的重点

(二)家装总体风格注重“简单”

(三)环保家装材料成为主打选材

(四)将自然和健康引入室内

(五)各种风格混合将成潮流

第三节 建筑装饰装修行业发展战略研究

- 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

第四节 对我国建筑装饰装修品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、建筑装饰装修实施品牌战略的意义
- 三、建筑装饰装修企业品牌的现状分析
- 四、我国建筑装饰装修企业的品牌战略
- 五、建筑装饰装修品牌战略管理的策略

图表目录：

图表1 2019年我国三产业增加值季度增长率单位：%

图表2 2016-2019年工业增加值月度同比增长率(%)

图表3 2019年全国房地产开发投资完成额

图表4 2019年全国住宅投资完成额

图表5 2019年全国办公楼投资完成额

图表6 2019年全国商品房销售面积

图表7 2019年全国商品房销售额

图表8 2019年全国商品房施工面积

图表9 2019年全国商品房竣工面积

图表10 2019年全国完成开发土地面积

图表11 2019年全国购置土地面积

图表12 2019年分地区房地产开发投资情况

图表13 2019年分地区住宅建设完成情况

图表14 2019年我国建筑装饰装修行业工业总产值及增长情况

图表15 2019年我国建筑装饰装修行业工业总产值及增长对比

图表16 建筑装饰装修行业细分市场产值比例

图表17 2019年中国建筑装饰装修行业盈利能力对比图

图表18 2019年中国建筑装饰装修行业资产负债率对比图

图表19 2019年中国建筑装饰装修行业负债与所有者权益比率对比图

图表20 2019年中国建筑装饰装修行业营运能力对比图

图表21 2019年我国陶瓷行业出口额及增长情况

图表22 2019年我国陶瓷行业出口额及增长对比

图表23 2019年我国石材行业出口额及增长情况

图表24 2019年我国石材行业出口额及增长对比

图表25 2020-2026年我国陶瓷行业出口额预测图

图表26 2020-2026年我国石材行业出口额预测图

图表27 2019年华东地区建筑装饰装修行业盈利能力对比图

图表28 2019年华东地区建筑装饰装修行业资产负债率对比图

图表29 2019年华东地区建筑装饰装修行业负债与所有者权益比率对比图

图表30 2019年华东地区建筑装饰装修行业营运能力对比图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/168499.html>