



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国软装市场发展 现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国软装市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/274680.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

20世纪20年代，伴随着历史社会的进步与新技术的蓬勃发展，软装艺术（即当时的装饰派艺术）开始在欧洲起源。20世纪60年代，随着二战的结束，软装设计得以复兴，开始进入快速发展时期。

中国的软装设计起源于改革开放后的沿海地区，新世纪以来，中国人们开始追求更高品质的生活，更加注重采用不同风格的家具、饰品等软装元素展现个人品味与生活情调。

在2005年到2007年期间，迎来了第一个迅猛发展期，并迅速膨胀到三五百亿元的市场规模。2011年至2013年，对于整个家居行业而言，是一个大的调整期，但软装的市场需求却快速成长到上千亿元。

近几年我国软装公司数量增长数量加快，传统装修公司快速转型成新兴的软装公司。2013年我国软装企业数量8000多家，其中规模以上企业数量120家。

2013年我国软装行业市场规模约1150亿元，同比2012年的975亿元增长了17.95%，2014我国软装行业市场规模约为1552亿元。 2007-2015国软装行业市场规模走势图

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 2015年全球软装行业发展分析	1
第一节 2015年全球软装行业发展现状	1
第二节 2015年全球软装行业主要品牌	1
一、全球软装行业主要品牌	1
二、全球软装行业主要品牌市场占有率格局	2
第三节 2015年全球软装行业供求情况	2
一、2009-2015年全球软装行业产量情况	2
二、2009-2015年全球软装行业需求情况	3
三、2009-2015年全球软装行业市场规模	5
第四节 2016-2022年全球软装行业发展趋势（需求市场规模）分析	6

第二章 2015年中国软装产业发展环境分析	16
第一节 2015年中国宏观经济环境分析	16
一、GDP历史变动轨迹分析	16
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	18
三、2009-2015年中国城市化率变化	26
四、2009-2015年中国居民（消费者）收入情况	26
五、2015年中国宏观经济发展预测分析	27
第二节 软装行业主管部门、行业监管体	28
第三节 中国软装行业相关法律法规及政策	29
一、国家"十二五"相关行业规划	29
二、相关产业政策	31
三、出口关税政策	32
第四节 2015年中国软装产业社会环境发展分析	34
一、人口环境分析	34
二、教育环境分析	36
三、文化环境分析	37
四、生态环境分析	39
五、中国城镇化率	41
六、居民的各种消费观念和习惯	42
第三章 2015年中国软装产业发展现状	48
第一节 软装行业的有关概况	48
一、软装的定义	48
二、软装行业的特点	48
第二节 软装的产业链情况	49
一、产业链模型介绍	49
二、软装行业产业链分析	52
第三节 上下游行业对软装行业的影响分析	53
第四章 2015年中国软装行业技术发展分析	95
第一节 中国软装行业技术发展现状	95

第二节 软装行业技术特点（工艺流程或技术）分析	96
第三节 软装行业技术发展趋势分析	98
第五章 2015年中国软装产业运行情况	102
第一节 中国软装行业发展状况	102
一、2007-2015年软装行业市场供给分析	102
二、2007-2015年软装行业市场需求分析	102
三、2007-2015年软装行业市场规模分析	103
第二节 中国软装行业集中度分析	104
一、行业市场区域分布情况	104
二、行业市场集中度情况	105
三、行业企业集中度分析	106
第六章 2015年中国软装市场运行情况	107
第一节 行业最新动态分析	107
一、行业相关动态概述	107
二、行业发展热点聚焦	111
第二节 行业品牌现状分析	113
第三节 行业产品市场价格情况	114
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	115
第七章 2011-2015年中国软装所属行业主要数据监测分析	116
第一节 2011-2015年中国软装所属行业总体数据分析	116
一、2011年中国软装所属行业全部企业数据分析	116
二、2012年中国软装所属行业全部企业数据分析	118
三、2013年中国软装所属行业全部企业数据分析	119
四、2015年中国软装所属行业全部企业数据分析	121
第二节 2011-2015年中国软装所属行业不同规模企业数据分析	123
一、2011年中国软装所属行业不同规模企业数据分析	123
二、2012年中国软装所属行业不同规模企业数据分析	123
三、2013年中国软装所属行业不同规模企业数据分析	124
四、2015年中国软装所属行业不同规模企业数据分析	124

第三节 2011-2015年中国软装所属行业不同所有制企业数据分析	124
一、2011年中国软装所属行业不同所有制企业数据分析	124
二、2012年中国软装所属行业不同所有制企业数据分析	125
三、2013年中国软装所属行业不同所有制企业数据分析	125
四、2015年中国软装所属行业不同所有制企业数据分析	126
第八章 2015年中国软装行业竞争情况	127
第一节 行业经济指标分析	127
一、赢利性	127
二、附加值的提升空间	127
三、进入壁垒 / 退出机制	128
四、行业周期	128
第二节 行业竞争结构分析	129
一、现有企业间竞争	129
二、潜在进入者分析	129
三、替代品威胁分析	129
四、供应商议价能力	130
五、客户议价能力	130
第三节 行业国际竞争力比较	130
第九章 2015年软装行业重点生产企业分析	133
第一节 深圳广田装饰集团股份有限公司	133
一、企业简介	133
二、企业经营数据	134
三、企业产品分析	137
第二节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司	139
一、企业简介	139
二、企业经营数据	140
三、企业产品分析	143
第三节 深圳市洪涛装饰股份有限公司	146
一、企业简介	146
二、企业经营数据	149

三、企业产品分析	152
第四节 浙江亚厦装饰股份有限公司	153
一、企业简介	153
二、企业经营数据	153
三、企业产品分析	157
第五节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司	158
一、企业简介	158
二、企业经营数据	159
三、企业产品分析	163
第十章 2016-2022年软装行业发展预测分析	165
第一节 2016-2022年中国软装行业未来发展预测分析	165
一、中国软装行业发展方向及投资机会分析	165
二、2016-2022年中国软装行业发展规模分析	167
三、2016-2022年中国软装行业发展趋势分析	168
第二节 2016-2022年中国软装行业供需预测	171
一、2016-2022年中国软装行业供给预测	171
二、2016-2022年中国软装行业需求预测	171
第三节 2016-2022年中国软装行业价格走势分析	172
第十一章 2016-2022年中国软装行业投资风险预警	173
第一节 中国软装行业存在问题分析	173
第二节 中国软装行业政策投资风险	173
一、政策和体制风险	173
二、技术发展风险	174
三、市场竞争风险	174
四、原材料压力风险	175
五、经营管理风险	175
第十二章 2016-2022年中国软装行业发展策略及投资建议	176
第一节 软装行业发展策略分析	176
一、坚持产品创新的领先战略	176

二、坚持品牌建设的引导战略	176
三、坚持工艺技术创新的支持战略	176
四、坚持市场营销创新的决胜战略	177
五、坚持企业管理创新的保证战略	177
第二节 软装行业市场的关键客户战略实施	177
一、实施关键客户战略的必要性	177
二、合理确立关键客户	178
三、对关键客户的营销策略	179
四、强化关键客户的管理	179
五、实施关键客户战略要重点解决的问题	180
第三节 投资建议	182
一、重点投资区域建议	182
二、重点投资产品建议	183

图表目录：

图表：全球部分软装企业

图表：2009-2015年全球软装行业市场产值区域分布格局

图表：2009-2015年全球软装行业细分市场规模（亿美元）

图表：2009-2015年全球软装行业细分市场格局变动趋势

图表：2009-2015年全球软装行业市场规模

图表：2011-2015年我国家用纺织制成品制造行业规模以上企业数量

图表：2011-2015年我国家用纺织制成品制造行业资产总计

图表：2011-2015年我国家用纺织制成品制造行业销售收入统计

图表：2015年我国家用纺织制成品制造业分企业性质统计（千元）

图表：2015年我国家用纺织制成品制造业销售收入分布图（按企业性质）

图表：2015年我国家用纺织制成品制造行业收入额TOP10

图表：2015年我国家用纺织制成品制造行业销售收入分省市统计

图表：2007-2015年我国家居日用品行业市场供给分析

图表：2011-2015年我国家居日用品行业细分市场供给分析

图表：2015年我国家居日用品行业供给市场格局

图表：2007-2015年我国家居日用品行业市场需求分析

图表：2015年我国家居日用品行业需求市场格局



图表：2011-2015年我国家居日用品行业细分市场需求分析  
图表：2011-2015年我国日用塑料杂品制造行业规模以上企业数量  
图表：2011-2015年我国日用塑料杂品制造行业资产总计  
图表：2011-2015年我国日用塑料杂品制造行业销售收入统计  
图表：2011-2015年我国日用塑料杂品制造行业利润统计  
图表：1990年以来我国GDP与建筑业增长变化情况  
图表：改革开放以来我国建筑业占GDP比重  
图表：2007-2015年我国软装行业企业数量情况  
图表：2007-2015年我国软装行业市场规模情况  
图表：2015年我国软装行业细分行业市场规模  
图表：2015年我国软装行业细分领域市场规模  
图表：2015年中国软装行业市场区域消费结构  
图表：2015年中国软装行业集中度  
图表：2015年中国软装行业企业区域分布  
图表：2016-2022年我国软装行业市场发展规模预测分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274680.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。