



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国装饰装修市场趋势观察 市场分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2009年中国装饰装修市场趋势观察市场分析与发展趋势研究报告》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/47826.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

### 上卷

本报告上卷为您对2008年装饰装修市场及细分市场进行了详尽的表观描述，并对中国装饰装修行业运行各项指标进行了详细分析，让您对2009中国装饰装修市场现状及行业运行有详尽的了解……，详细内容请您阅读《2009年中国装饰装修市场趋势观察研究报告》1章—3章……

### 第一章 中国建筑装饰行业发展环境 1

#### 第一节 政策环境 1

- 一、新版家装合同启用 地区优化带行业整合 1
- 二、住房装修费税前扣除额确定，商品房最高10% 2
- 三、全装修住宅实施分户验收 2
- 四、国家发改委废止30项建材行业标准 3

#### 第二节 投资环境 3

#### 第三节 经济环境 4

### 第二章 中国装修行业现状与特点 13

#### 第一节 中国装修行业现状 13

#### 第二节 2008装修行业特点及前景分析 13

##### 一、2008装修行业发展特点 13

- (一) 连锁扩张 进军国际 14
- (二) 资本运营 融资上市 15
- (三) 行业洗牌 整顿市场 16

##### 二、2008家装行业整合趋势 17

- (一) 新法实施促发行业变革 17
- (二) 材料涨价催生工厂化装修 18
- (三) 装修价格趋势分析预测 18

##### 三、2008年家居装修行业两大“逆境” 18

- (一) 行业内因 18
- (二) 行业外因 20

四、2008年家装市场总量变化	22
(一)精装修房对装修市场的冲击力	22
(二)报价微涨与运营成本提高不成正比	23

### 第三章 中国装修市场细分 25

#### 第一节 公装市场 25

#### 第二节 家装市场 26

#### 第三节 设计市场 27

#### 第四节 中国装饰装修整体行业预测 29

##### 一、整体行业结构预测 29

## 下 卷

本报告下卷为您对2008年装饰装修市场竞争格局、市场消费、未来趋势等进行了深度解构分析,让您对2009中国装饰装修市场有更好的了解与把握,助您把握商机,占尽先机!详细内容请您阅读《2009年中国装饰装修市场趋势观察研究报告》4章——10章……

### 第四章 中国装饰装修行业竞争格局与竞争行为 35

#### 第一节 2005竞争格局 35

#### 第二节 2006竞争格局 39

#### 第三节 竞争热点 42

### 第五章 2008年中国建筑装饰装修行业重点企业 45

#### 第一节 装饰装修行业施工环节重点企业 45

##### 一、金螳螂建筑装饰股份有限公司 45

##### 二、中国建筑装饰工程公司 52

##### 三、浙江亚厦装饰集团有限公司 53

##### 四、北京龙发建筑装饰工程有限公司 54

##### 五、北京东易日盛装饰集团 54

##### 六、北京业之峰装饰公司 55

##### 七、北京元洲装饰有限责任公司 56

##### 八、北京阔达建筑装饰工程有限责任公司 57

##### 九、北京轻舟世纪建筑装饰工程有限公司 58

十、北京港源建筑装饰工程有限公司	58
十一、深圳市科源建设集团有限公司	59
十二、深圳长城家俱装饰工程有限公司	60
十三、深圳市深装总装饰工程工业有限公司	62
十四、深圳市广田建筑装饰设计工程有限公司	62
十五、上海百姓家庭装潢有限公司	64
十六、上海聚通建筑装潢工程有限公司	65
十七、上海进念室内设计装饰有限公司	65
十八、上海千思装饰实业有限公司	66
十九、上海美旗室内设计装饰有限公司	67
二十、广州满堂红装饰工程有限公司	68
二十一、广州老工匠装饰设计有限公司	68
二十二、广东星艺装饰有限公司	69
二十三、广州家庭之星装饰有限公司	70
二十四、广州华业鸿图设计装饰有限公司	71
二十五、广州华浔品味装饰有限公司	71
二十六、成都豪思设计装饰公司	71
二十七、成都市特丽达工程有限公司	72
二十八、成都市金箔装饰工程公司	72
二十九、成都永宏欧典装饰有限公司	73
三十、成都导向设计装饰工程有限公司	73
三十一、杭州九鼎装饰工程有限公司	74
三十二、杭州中冠建筑装饰工程有限公司	75
三十三、杭州东鼎装饰工程有限公司	76
三十四、杭州中瑞装饰工程有限公司	76
三十五、杭州南鸿装饰工程有限公司	77
三十六、杭州艺源装饰工程有限公司	79

## 第六章 装饰装修行业流通环节重点企业 81

### 第一节 家世界 81

### 第二节 百安居 82

#### 一、百安居加速“圈地”计划 82

二、百安居的人才培养体系	83
三、百安居的国际品质如何炼成	90
第三节 东方家园	91
第四节 家福特	92
第七章 中国建筑装饰行业的发展趋势	95
第一节 我国建筑装饰装修材料发展趋势	95
第二节 家庭装修市场交易形式的发展趋势	96
一、直接的交易形式	97
二、家庭装修市场的交易形式	97
三、与房地产商联合的交易形式	98
四、与物业管理商联合的交易形式	99
五、网上家庭装修交易形式	100
第三节 我国家居饰品行业发展趋势	101
第四节 家装设计师职业发展趋势	103
一、成品化家居的推广,对产品设计师的需求量很大	103
二、设计流程的分工细化,使设计师分工更专业	103
三、具有综合能力的高端设计师的社会地位将有所提高	104
第五节 家装发展的大趋势—有偿设计	105
第六节 现代室内装饰的七个新趋势	106
第七节 中国厨卫行业未来发展趋势	108
第八章 区域市场装饰装修市场	110
第一节 北京装饰装修市场	110
一、北京房地产市场现状分析	110
二、北京装饰装修市场现状及规模分析	111
第二节 上海装饰装修市场	113
一、上海房地产市场现状分析	113
二、上海装饰装修市场现状及规模	114
第三节 南京装饰装修市场	115
一、南京房地产市场现状分析	115
二、南京装饰装修市场现状及规模	117

第四节 广州装饰装修市场	121
一、广州房地产市场现状分析	121
二、广州装饰装修市场现状及规模	125
第五节 成都装饰装修市场	130
一、成都房地产市场现状分析	130
二、成都装饰装修市场现状及规模	145
第六节 武汉装饰装修市场	148
一、武汉房地产市场现状分析	148
二、武汉装饰装修市场现状及规模	160
第七节 青岛装饰装修市场	162
一、青岛房地产市场现状分析	162
二、青岛装饰装修市场现状及规模	165
第八节 杭州装饰装修市场	166
一、杭州房地产市场现状分析	166
二、装饰装修市场现状及规模	172
第九章 家装市场调查	175
第一节 杭州市消费者满意度调查	175
第二节 北京市居民家装消费调查	177
第三节 湖州市家装市场消费调查	179
第四节 合肥家装市场消费者调查	182
第五节 泉州家装市场消费者调查	198
第六节 北京市家装设计师行业调查	199
第十章 家装消费者分析	202
第一节 解析消费者为何钟爱品牌家装	202
第二节 家居照明消费需求九大趋势分析	203
第三节 服装店装修与消费者行为心理	205
图表目录	
图表1 2008年前三季度国内生产总值及增长	5
图表2 2008年前三季度第一产业、第二产业、第三产业增加值	5

图表3	2008年前三季度国内不同所有制企业增加值增长	6
图表4	2008年前三季度国内轻重工业增加值增长	6
图表5	2008年前三季度国内分地区增加值增长	6
图表6	2008年1-8月全国规模以上工业企业实现利润及增长	7
图表7	2008年前三季度全社会固定资产投资及增长	7
图表8	2008年前三季度城镇固定资产投资及增长	7
图表9	2008年前三季度农村固定资产投资及增长	8
图表10	2008年前三季度社会消费品零售总额及增长	8
图表11	2008年前三季度分地区社会消费品零售总额及增长	8
图表12	2008年前三季度分行业社会消费品零售总额及增长	8
图表13	2008年前三季度居民消费价格上涨	9
图表14	2008年前三季度分类别居民消费价格上涨	9
图表15	2008年前三季度进出口总额及增长	10
图表16	2008年前三季度出口总额及增长	10
图表17	2008年前三季度进口总额及增长	10
图表18	2008年前三季度实际使用外资金额及增长	10
图表19	2008年前三季度城镇居民人均可支配收入及增长	11
图表20	2008年前三季度农村居民人均现金收入及增长	11
图表21	2008年9月末货币信贷增速回落及增长	11
图表22	2008年9月末金融机构各项贷、存款余额及增长	11
图表23	2010年装饰装修行业公装市场规模预测	25
图表24	2010年中国家装行业二次装修市场规模预测	26
图表25	2005 - 2010年中国家装行业发展规模预测	26
图表26	2010年中国装修家装行业结构预测	27
图表27	2010年中国装修家装行业结构图	27
图表29	中国设计师占国内建筑装饰设计市场份额	28
图表30	2005年中国建筑装饰装修家装行业消费结构	29
图表31	2006年中国建筑装饰装修家装行业消费结构	29
图表32	2007年中国建筑装饰装修家装行业消费结构	29
图表33	2010年装饰装修行业公装市场规模预测	30
图表34	2005年装饰装修行业实现工程产值	30
图表35	2005年装饰装修行业集中度	30



- 图表36 2005年装饰装修行业前10名的工程结算收入总额 31
- 图表37 2006年装饰装修行业实现工程产值 31
- 图表38 2006年装饰装修全行业实现增加值 32
- 图表39 2006年装饰装修行业结构 32
- 图表40 2006年装饰装修行业公装工程产值增加 32
- 图表41 2006年建筑装饰装修发展速度 32
- 图表42 2006年公装消费结构 33
- 图表43 2006年公装消费结构 33
- 图表44 2006年公装室内工程 33
- 图表45 2006年家装消费金额 34
- 图表46 2006年家装消费结构 34
- 图表47 2005中国装饰装修企业结构统计 35
- 图表48 2005中国装饰装修企业所有制结构 35
- 图表49 2005中国装饰装修全行业从业人员结构 35
- 图表50 2005中国装饰装修施工企业资质结构 35
- 图表51 2006年装饰行业企业数量 40
- 图表52 2006年装饰行业企业结构 40
- 图表53 2006年建筑装饰行业的从业者技术人员人数 41
- 图表54 2006年建筑装饰行业的从业者管理人员人数 41
- 图表55 2008年金螳螂获利能力分析 46
- 图表56 2008年金螳螂经营能力分析 47
- 图表57 2008年金螳螂偿债能力分析 47
- 图表58 2008年金螳螂资本结构分析 47
- 图表59 2008年金螳螂发展能力分析 47
- 图表60 2008年金螳螂现金流量分析 48
- 图表61 北京港源建筑装饰工程有限公司所获得的管理资质和资信 59
- 图表62 上海千思装饰实业有限公司基本情况表 66
- 图表63 杭州中冠建筑装饰工程有限公司人员统计 75
- 图表64 杭州东鼎装饰工程有限公司情况统计 76
- 图表65 家世界家居在全国共拥有连锁店数量/销售额 81
- 图表66 百安居在中国门店数量 83
- 图表67 2007年北京全社会固定资产投资情况 110

图表68	2007年房地产开发投资完成	110
图表69	2007年上海市完成房地产开发投资	113
图表70	2007年全国房地产开发投资增长	114
图表71	2007年南京市商品房累计上市（不含经济适用住房）	116
图表72	2007年南京市商品住宅累计上市（不含经济适用住房）	116
图表73	2007年南京市商品住宅销售数量	116
图表74	2007年南京市商品住宅销售面积	116
图表75	2007年南京市二手住宅交易	116
图表76	2006-2007年广州商品楼供销比	122
图表77	2006-2007年广州商品楼竣工面积	122
图表78	2007年广州商品楼均价	124
图表79	2007-2008年2月广州市一手住宅月均价、月交易量走势图	125
图表80	2005-2007年广州商品住宅用地供应比较图	125
图表81	2007年成都新盘供应总况	132
图表82	2006-2007年成都整体住宅市场新增项目数量比较	133
图表83	2006-2007年成都整体住宅市场新增供应比较	133
图表84	2007年成都新盘供应量月度走势	134
图表85	2007年成都主城区新盘供应区域分布	135
图表85	2007年成都住宅新盘环线分布情况	136
图表86	成都不同区域个盘平均规模	137
图表87	2007年成都主城区与郊区均价比较	138
图表88	2007年成都新盘欲取均价	138
图表89	2007年成都新盘环线均价情况	139
图表90	成都不同建筑类别住宅新增供应量	140
图表91	成都不同类型住宅新增供应量比重	140
图表92	2006-2007年成都商品房成交总况	141
图表93	2007年成都各季节商品房成交总况	142
图表94	2007年1-11月成都市区各种户型面积比例分布情况	142
图表95	成都市五城区商业物业市场供销情况	143
图表96	成都市五城区办公物业供销情况	144
图表97	2007年成都二手房单月成交情况走势分析	145
图表98	2007年武汉市房地产开发投资	148

图表99	2007年武汉市房地产住房开发投资	148
图表100	2004-2007年武汉房地产（住房）开发投资走势图	149
图表101	2007年武汉市房屋施工面积	149
图表102	2007年武汉市房屋新开工面积	150
图表103	2007年武汉市住房施工面积	150
图表104	2004-2007年武汉房屋（住房）施工面积走势图	150
图表105	2004-2007年武汉房屋（住房）新施工面积走势图	150
图表106	2007年武汉市房屋竣工面积	151
图表107	2007年武汉市住房竣工面积	151
图表108	2004-2007年武汉房屋（住房）竣工面积走势图	151
图表109	2007年武汉市城镇居民人均居住建筑面积	151
图表110	2007年武汉市商品房销售面积	152
图表111	2007年武汉市商品房销售套数	152
图表112	2004-2007年武汉商品房（住房）销售面积走势图	152
图表113	2007年武汉市存量房成交	153
图表114	2004-2007年武汉存量房（住房）成交面积走势图	153
图表115	2007年武汉市商品房综合销售均价	153
图表116	2007年不同户型商品住房销售登记比例图	155
图表117	2007年青岛市住宅房屋情况	164
图表118	2007年各月杭州商品房交易情况	169
图表119	2007年各月杭州商品房成交量	170
图表120	2007年杭州住宅成交均价	171

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47826.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提供专业投资咨询报告、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。