



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国建筑装饰行业 研究年度报告

## 一、调研说明

《2007-2008年中国建筑装饰行业研究年度报告》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/48277.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

建筑装饰行业是随着房地产热潮的逐步兴起，快速成长起来的朝阳产业。近5多年来，伴随中国经济的快速增长以及相关行业的蓬勃发展，建筑装饰行业愈加显示出了其巨大的发展潜力，市场增长空间以平均每年20%左右的速度递增。

本报告通过开展实地调查，分析了我国建筑装饰行业的发展状况及其前景；并用详实的数据对建筑装饰行业的区域布局、产品结构、品牌市场等进行了深入地分析，从2004-2006年，建筑装饰行业步入了一个新的增长阶段，行业年平均增长率达到了19.71%，与2000-2002年相比，整体提高了3.6个百分点。随着房地产行业的不断升温和奥运会的举行，房屋竣工面积逐年增加，2006年达到了53019万平方米，这些因素都给建筑装饰行业提供了难得的发展契机，行业整体呈现出了强大的发展潜力。。。。。

本报告在对建筑装饰行业市场进行分析的同时，也将行业主力厂商的重点信息收入其中，并对行业内的上市公司企业进行深入的财务分析；在市场集中度分析方面，本报告力求全面反映建筑装饰行业市场占有率的真实情况，深入挖掘市场CR4和CR8等核心市场数据，并在此基础上对产业价值链进行深度的剖析，是建筑装饰方面极具研究价值的行业性分析报告。

### 【 目录 】

目录 3

图目录 7

表目录 8

一、行业简介 9

(一) 行业定义及范围界定 9

(二) 发展历史回顾 9

1、建筑装饰行业的快速起步期（1978-1988年） 9

2、建筑装饰行业的震荡期（1989—1993年） 10

4、建筑装饰行业的稳步发展期（1994-2000年） 11

## 5、建筑装饰行业的快速发展期（2001-2006年） 11

### 二、宏观环境分析 12

#### (一) 政策分析 12

- 1、宏观政策导向 12
- 2、确立行业主管部门，完善建筑装饰的法规建设 12
- 3、加强对建筑行业主体资质的管理 13
- 4、倡导节能、环保型建筑装饰 13

#### (二) 经济分析 14

- 1、经济增长 14
- 2、对外贸易 16
- 3、固定资产投资 17
- 4、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 18
- 5、存贷款利率变化 19

#### (三) 技术分析 20

- 1、技术发展回顾 20
- 2、技术发展现状及前景 21

#### (四) 社会分析 21

- 1、城市化进程分析 21
- 2、人口规模分析 22
- 3、就业环境分析 23

### 三、市场分析 25

#### (一) 市场规模分析 25

- 1、建筑装饰工程总产值逐年攀升 25
- 2、家庭装饰装修市场热度不减 27
- 3、公共装饰装修市场逐渐升温 28

#### (二) 产品结构 29

- 1、公装与家装的产品结构 29

#### (三) 市场结构 32

- 1、以区域划分的市场结构 32
- 2、以建筑装修流程划分的市场结构 33

#### (四) 品牌市场结构 34

##### 1、家装市场品牌结构 34

##### 2、公装市场品牌结构 37

#### (五) 市场特征 37

##### 1、建筑装饰行业与价值链相关产业关联性大 37

##### 2、家装市场企业众多但业务分散，公装企业数量较少但大型工程集中 37

##### 3、区域分布不均匀 37

##### 4、家装企业违规施工问题严重 38

### 四、市场竞争分析 39

#### (一) 集中度分析 39

##### 1、建筑装饰企业产值市场占有率 39

##### 2、行业不同性质主体市场占有率 40

#### (二) 市场产业链分析 41

#### (三) 行业生命周期分析 42

### 五、主要厂商分析 44

#### (一) 企业资质评价 44

#### (二) 行业主力厂商分析 44

##### 1. 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司 44

##### 2. 浙江亚厦装饰股份有限公司 47

##### 3. 深圳市深装总装饰工程工业有限公司 48

##### 4. 中国建筑装饰工程公司 48

##### 5. 深圳市洪涛装饰工程有限公司 49

#### (三) 家装企业分析 50

### 六、行业发展趋势分析 52

#### (一) 行业发展趋势 52

##### 1、企业的横向兼并、联合更为广泛 52

##### 2、企业销售模式更加专业化 52

##### 3、进行连锁化特许经营 52

#### (二) 行业规模预测 53

### (三) 行业结构预测 60

## 七、行业发展策略与建议 62

### (一) 主要问题 62

- 1、装饰装修行业市场经营存在混乱现象 62
- 2、市场主体规模偏小，集团化程度偏低 62
- 3、从业者队伍的专业技术能力偏低 62
- 4、是资源利用和环保形势严峻 63

### (二) 产品策略 63

- 1、积极推进信息化施工建设，提高工程产品管理水平 63
- 2、推动产品科技进步，促进行业技术升级 63

### (三) 渠道策略 64

- 1、从项目总承包入手，取得装饰装修工程的承包权 64
- 2、构建装饰企业的战略联盟 64

### (四) 品牌策略 65

- 1、以装饰设计为龙头，打造装饰品牌 65
- 2、完善工程质量和售后服务 65

### (五) 营销策略 65

- 1、重视发展配套产业，形成企业规模经营 65
- 2、加强国际交流，促进国际合作，开拓国际市场 65

### (六) 服务策略 66

- 1、提升从业者队伍素质，建立标准化服务体系 66

## 附录：行业专家 66

## 图目录

图 1 2002-2006年中国国内生产总值及增长速度 14

图 2 2002-2006年工业增加值及增长率 16

图 3 2002-2006年进出口总额及其增长速度 17

图 4 2002-2006年固定资产投资及增长率 18

图 5 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 19

图 6 1997-2007年中国存款利率变动情况 19

图 7 1997-2007年中国贷款利率变动情况	20
图 8 1978-2006年城镇人口比重	22
图 9 1986-2006年中国人口数量与增长率情况	22
图 10 2006-2007年全国就业市场供需情况	23
图 11 2000-2006年建筑装饰工程总产值	26
图 12 2000-2006年家庭装饰装修产值	27
图 13 2000-2006年公共建筑装饰装修产值	28
图 14 2000-2006年公装与家装产品结构	29
图 15 2004-2006年建筑装饰行业各地区市场结构	32
图 16 2005-2006年建筑百强企业总产值与行业总产值对比	39
图 17 2004-2006年百强企业产值增长率与行业产值增长率	40
图 18 2000-2006年商品房与住宅竣工面积	41
图 19 2007年一季度与二季度金螳螂获利能力比较	45
图 20 2007年一季度与二季度金螳螂偿债能力比较	45
图 21 2007年一季度与二季度金螳螂营运能力比较	46
图 22 2007年一季度与二季度金螳螂发展能力比较	47
图 23 建筑装饰总产值与GDP的散点图与相关图	53
图 24 建筑装饰总产值与城镇家庭人均可支配收入的散点图与相关图	54
图 25 建筑装饰总产值与固定资产投资额的散点图与相关图	54
图 26 2007-2011年建筑装饰总产值预测值	59

## 表目录

表 1 2000-2006年建筑装饰行业总产值占建筑业产值、GDP比重	26
表 2 2006年公共建筑装饰与家庭装饰装修结构规模	31
表 3 2006年家装行业主要品牌	35
表 4 家庭建材连锁业品牌结构	36
表 5 主要家庭建材品牌	36
表 6 产业生命周期主要特征列表	42
表 7 2005年家装行业企业销售排名	50
表 8 权威机构对未来五年内GDP的预测	57
表 9 2007年-2011年国内生产总值预测值	58
表 10 权威机构对未来五年内固定资产投资额的预测	59

表 11 2007-2011年固定资产投资额和城镇家庭人均可支配收入预测值 59

表 12 2007-2011年预测值 60

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48277.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。