



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、工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、工装市场品牌结构	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，工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。