2026-2031年中国家装（家庭装饰）行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：中国家装行业发展综述
1.1 家装行业概述
1.1.1 家装行业界定分析
1、建筑装饰业界定
2、建筑装饰行业分类
3、住宅装饰界定
4、家装界定
1.1.2 家装工作流程
1.1.3 家装行业监管
1.1.4 家装标准化建设
1、标准建设进程
2、相关标准汇总
1.2 家装产业画像
1.2.1 家装产业链结构梳理
1.2.2 家装产业链生态全景图谱
1.2.3 家装产业链区域热力图
1.3 本报告数据来源及统计标准说明
1.3.1 本报告研究范围界定
1.3.2 本报告权威数据来源
1.3.3 研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球及中国家装行业发展现状
2.1 全球及中国家装发展历程
2.1.1 全球家装发展历程
2.1.2 中国家装发展历程
2.2 全球家装行业发展概况
2.2.1 全球家装市场规模
2.2.2 全球家装竞争格局
2.2.3 全球家装行业发展趋势及前景
2.3 中国家装市场主体分析
2.3.1 家装市场主体类型
2.3.2 家装企业入场方式
2.4 中国家装市场供给/生产
2.4.1 家装企业数量
2.4.2 家装业务模式
1、家装业务模式对比
2、整装模式发展情况
2.4.3 家装产值规模
2.5 中国家装市场需求/销售
2.5.1 家装需求特征
1、旧房翻新存在巨大的增长空间
2、自住房翻新成为家装消费新风向
3、主力消费人群依然是铁打的80后和新晋“老钱族”
4、全屋装修仍是家装消费者的主要装修方式
2.5.2 家装流通体系
1、家装营销渠道
2、家装销售渠道
2.5.3 精装修渗透率

2.6 家装行业产业链整合情况
2.7 中国家装行业经营效益分析
2.7.1 家装企业主要经济指标分析
1、营业收入
2、净利润
2.7.2 家装企业盈利能力分析
2.7.3 家装企业运营能力分析
2.7.4 家装企业偿债能力分析
2.7.5 恒大退市对家装企业经营的冲击
2.8 中国家装行业投融资分析
2.9 中国家装市场规模体量
2.10 中国家装发展痛点分析
2.10.1 家装流程长，步骤多，难以实现标准化
2.10.2 施工交付能力与水平提升缓慢
2.10.3 家装行业设计服务进步不明显
2.10.4 行业缺乏凝聚力
第3章：中国家装市场竞争分析
3.1 家装市场竞争力分析
3.2 家装市场竞争格局分析
3.2.1 全国家装行业竞争现状
1、中国家装行业整体竞争格局
2、中国家装行业竞争梯队
3、中国家装公司排名
3.2.2 一站式家装领先企业布局概况
3.2.3 中国家装行业上市企业竞争力评价
3.2.4 中国家装行业企业标准“领跑者”名单
3.3 家装波特五力模型分析
3.3.1 行业现有竞争者分析
3.3.2 行业潜在进入者威胁
3.3.3 行业替代品威胁分析
3.3.4 行业供应商议价能力分析
3.3.5 行业购买者议价能力分析
3.3.6 行业竞争情况总结
第4章：中国互联网家装发展现状分析
4.1 互联网家装发展背景
4.1.1 数字经济规模持续扩大
4.1.2 传统家装行业痛点明显
4.2 互联网家装发展概况
4.2.1 互联网家装相关产业链
4.2.2 互联网家装行业发展阶段
4.3 互联网家装发展现状分析
4.3.1 互联网家装行业需求特征
4.3.2 互联网家装渗透率
4.3.3 互联网家装行业市场规模
4.3.4 互联网家装行业商业模式
4.3.5 互联网家装行业融资现状
1、中国互联网家装市场投融资概况
2、中国互联网家装市场融资事件汇总
3、中国互联网家装市场融资趋势
4.3.6 互联网家装行业面临挑战
1、缺乏对中小装企的监管，难以保障家装服务品质
2、难以突破家装行业原有格局
3、传统装修“半进化”的搅局
4.3 互联网家装市场竞争分析
4.3.1 互联网家装行业竞争现状
4.3.2 互联网家装行业竞争格局
4.3.3 互联网家装行业竞争力打造
1、构建品牌壁垒
2、产业链优势

3、技术优势
4.4 互联网对家装行业的影响分析
4.4.1 互联网家装与传统家装的竞争情况
1、互联网家装的认可度逐渐提升
2、传统家装企业纷纷转型发展
4.4.2 互联网家装与传统家装的促进情况
1、家装行业较为分散，产业链较长，供需两端诸多问题亟待解决
2、互联网家装平台汇集行业资源，解决了家装服务中存在的相关问题
4.4.3 传统家装企业实现互联网化转型的途径
4.5 中国互联网家装发展趋势分析
4.5.1 互联网家装发展趋势分析
1、互联网家装服务的渗透率提升
2、商业模式演进和技术水平升级带动互联网家装平台认可度提升
3、以多种方式为家居装修服务供应商提供全方位业务赋能
4、有望出现过百亿、甚至千亿规模的家装行业巨头
4.5.2 互联网家装发展前景预测
第5章：中国家装产业链相关行业分析
5.1 家装行业上游行业发展及影响分析
5.1.1 家居建材行业发展现状及影响分析
1、家居建材概述
2、家居建材行业发展现状分析
3、家居建材行业发展趋势分析
4、家居建材行业对家装的影响分析
5.1.2 厨卫行业发展及对家装的影响分析
1、厨卫行业发展现状
2、厨卫行业竞争格局
3、厨卫行业发展趋势
4、厨卫行业对家装的影响分析
5.1.3 地板行业发展及对家装的影响分析
1、地板行业发展现状
2、地板行业竞争格局
3、地板行业发展趋势
4、地板行业对家装的影响分析
5.1.4 照明电器行业发展及对家装的影响分析
1、照明电器行业发展现状
2、照明电器行业竞争格局
3、照明电器行业发展趋势
4、照明电器行业对家装的影响分析
5.1.5 家居软装行业发展及对家装的影响分析
1、家居软装行业发展现状
2、家居软装行业竞争格局
3、家居软饰行业发展趋势
4、家居软装市场对家装的影响分析
5.1.6 家具行业发展及对家装的影响分析
1、家具行业发展现状
2、家具行业竞争格局
3、家具销售渠道
4、家具行业发展趋势
5、家具行业对家装的影响分析
5.1.7 建筑涂料行业发展及对家装的影响分析
1、建筑涂料行业发展现状
2、建筑涂料行业竞争格局
3、建筑涂料价格走势
4、建筑涂料行业发展趋势
5、建筑涂料行业对家装的影响分析
5.1.8 门窗行业发展及对家装的影响分析
1、门窗行业发展现状
2、门窗行业竞争格局
3、门窗行业发展趋势

4、门窗行业对家装的影响分析
5.1.9 人造板行业发展及对家装的影响分析
1、人造板行业发展现状
2、人造板行业竞争格局
3、人造板行业发展趋势
4、人造板材价格走势
5、人造板行业对家装的影响分析
5.1.10 建筑陶瓷行业发展及对家装的影响分析
1、建筑陶瓷行业发展现状
2、建筑陶瓷行业竞争格局
3、建筑陶瓷价格走势
4、建筑陶瓷行业发展趋势
5、陶瓷行业对家装的影响分析
5.2 家装行业下游行业发展及影响分析
5.2.1 住宅商品房市场发展及对家装的影响分析
1、住宅商品房市场发展现状
2、住宅商品房市场发展对家装的影响分析
5.2.2 二次装修市场发展及对家装的影响分析
1、全国二手房交易规模
2、全国存量房翻新需求规模
3、二次装修市场发展及对家装的影响分析
5.2.3 改造房市场发展及对家装的影响分析
第6章：中国家装行业重点区域市场分析
6.1 北京市家装市场需求分析
6.1.1 北京市家装需求分析
1、北京市住宅销售面积
2、北京二手住宅交易面积情况
3、北京存量商品住宅市场情况
6.1.2 北京市家装市场规模
6.1.3 北京市家装竞争现状
6.2 上海市家装市场需求分析
6.2.1 上海市家装需求分析
1、上海市住宅销售面积
2、上海市二手住宅交易情况
3、上海市存量商品住宅市场情况
6.2.2 上海市家装市场规模
6.2.3 上海市家装竞争现状
6.3 深圳市家装市场需求分析
6.3.1 深圳市家装需求分析
1、深圳市住宅销售面积情况
2、深圳市二手住宅交易情况
6.3.2 深圳市家装市场规模
6.3.3 深圳市家装竞争现状
6.4 广州市家装市场需求分析
6.4.1 广州市家装需求分析
1、广州市住宅销售面积情况
2、广州市二手住宅交易情况
6.4.2 广州市家装市场规模
6.4.3 广州市家装竞争现状
6.5 南京市家装市场需求分析
6.5.1 南京市家装需求分析
1、南京市住宅销售面积情况
2、南京市二手住宅交易情况
6.5.2 南京市家装市场规模
6.5.3 南京市家装竞争现状
6.6 杭州市家装市场需求分析
6.6.1 杭州市家装需求分析
1、杭州市住宅销售面积情况
2、杭州市二手住宅交易情况

6.6.2 杭州市家装市场规模
6.6.3 杭州市家装竞争现状
6.7 重庆市家装市场需求分析
6.7.1 重庆市家装需求分析
1、重庆市住宅销售面积情况
2、重庆市二手住宅交易情况
6.7.2 重庆市家装市场规模
6.7.3 重庆市家装竞争现状
6.8 天津市家装市场需求分析
6.8.1 天津市家装需求分析
1、天津市住宅销售面积情况
2、天津市二手住宅交易情况
6.8.2 天津市家装市场规模
6.8.3 天津市家装竞争现状
第7章：全球及中国家装企业案例解析
7.1 全球及中国家装企业梳理与对比
7.2 全球家装企业案例分析
7.2.1 The Home Depot
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、家装业务布局
4、家装在华布局
7.2.2 Masco
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、家装业务布局
4、家装在华布局
7.3 中国家装领先企业案例分析
7.3.1 东易日盛家居装饰集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.2 深圳市名雕装饰股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.3 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.4 上海沪佳装饰服务集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析

7、企业发展优劣势分析
7.3.5 深圳中天精装股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业主要资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.6 红蚂蚁装饰股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.7 上海全筑控股集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.8 上海尚海建筑装饰工程有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.9 浙江亚厦装饰股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.3.10 深圳广田装饰集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业资质分析
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.4 中国互联网家装领先企业案例分析
7.4.1 上海齐家网信息科技股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业发展历程
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.4.2 德华兔宝宝装饰新材股份有限公司

1、企业基本信息
2、企业主营业务分析
3、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
7.4.3 土巴兔集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业发展历程
3、企业主营业务分析
4、企业经营情况分析
5、企业经营模式分析
6、企业销售渠道分析
7、企业发展优劣势分析
——展望篇——
第8章：中国家装行业政策环境洞察&发展潜力
8.1 家装行业政策环境洞悉
8.1.1 国家层面家装政策汇总
8.1.2 国家重点政策/规划对家装的影响
1、《“十四五”建筑节能与绿色建筑发展规划》
2、《建筑装饰行业“十四五”发展规划》
8.1.3 政策环境对家装行业发展的影响总结
8.2 家装行业经济因素分析
8.2.1 中国宏观经济现状
1、中国GDP及增长情况
2、中国固定资产投资情况
8.2.2 中国宏观经济发展展望
1、国际机构对中国GDP增速预测
2、国内机构对中国宏观经济指标增速预测
8.2.3 经济因素对家装行业的影响分析
8.2.4 家装行业发展与宏观经济相关性分析
8.3 行业社会环境分析
8.3.1 中国人口规模及增速
8.3.2 中国城镇化水平变化
1、中国城镇化现状
2、中国城镇化趋势展望
8.3.3 中国居民人均可支配收入
8.3.4 中国居民人均消费支出
8.3.5 社会因素对家装行业的影响分析
8.4 家装行业SWOT分析
8.4.1 中国家装行业发展优势
8.4.2 中国家装行业发展劣势
8.4.3 中国家装行业发展机遇
8.4.4 中国家装行业发展威胁
8.5 家装行业发展潜力评估
8.6 家装行业未来关键增长点
8.6.1 城市化进程加速
8.6.2 居民消费升级
8.7 家装行业发展前景预测
8.8 家装行业发展趋势洞悉
8.8.1 新生代消费群体更注重家装质量和追求生活品质
8.8.2 一站式配齐的整装模式逐渐受到新生代消费者的青睐
8.8.3 家装市场供应链面临整合，集中度将加快提升
8.8.4 竞争格局日趋复杂
8.8.5 随着更多的家装企业成功完成数字化转型，未来家装新零售将成为最重要的家装消费新通道
8.8.6 数字化转型将引领家装行业未来发展
8.8.7 家装行业营销获客模式正在发生变化
第9章：中国家装行业投资战略规划策略及建议

9.1 家装行业进入与退出壁垒
9.1.1 进入壁垒
1、品牌壁垒
2、设计人才壁垒
3、工程质量壁垒
4、供应链管理壁垒
5、规模化经营壁垒
6、精细化管理壁垒
9.1.2 退出壁垒
1、资产专用性导致的沉没成本
2、劳动合同与人员安置成本
3、法规与政策限制
9.2 家装行业投资风险预警
9.2.1 宏观经济景气度变化的风险
9.2.2 房地产调控政策的风险
9.2.3 住宅全装修政策的风险
9.2.4 人力资源风险
9.2.5 成本上升导致的经营风险
9.2.6 市场竞争风险
9.3 家装行业投资机会分析
9.3.1 二次装修与改造房市场
9.3.2 精装房装修市场
9.3.3 装配式内装
9.3.4 互联网家装平台服务
9.3.5 家装与智能家居融合
9.3.6 全产业链服务
9.3.7 家装供需链智能仓储物流
9.4 家装行业投资价值评估
9.5 家装行业投资策略建议
9.5.1 严控成本，提高生产效率
9.5.2 加强人力资源管理，储备企业人才
9.5.3 保证产品，服务质量
9.5.4 及时调整营销方向，抓住市场重点
9.6 家装行业可持续发展建议
9.6.1 多元化业务拓展
9.6.2 加强品牌建设和市场营销
9.6.3 完善产业链布局

图表目录

图表1：建筑装饰行业的定义和分类
图表2：典型家装工作流程
图表3：家装行业主管部门与自律组织
图表4：截至2025年家装标准化建设进程（单位：项）
图表5：截至2025年中国家装行业相关标准汇总-部分汇总
图表6：家装产业链介绍
图表7：家装产业链生态全景图谱
图表8：家装产业链区域热力图
图表9：本报告研究范围界定
图表10：本报告权威数据来源
图表11：本报告研究方法及统计标准
图表12：全球家装行业发展历程
图表13：中国家装行业发展历程
图表14：2021-2025年全球家装市场规模（单位：亿美元）
图表15：2009-2025年美国家装市场规模（单位：亿美元）
图表16：2025年全球家装市场销售额分布情况（单位：%）

图表17：2026-2031年全球家装行业市场规模预测（单位：亿美元）
图表18：中国家装市场主体类型
图表19：中国家装企业进场方式
图表20：2011-2025年中国家装企业注册数量（单位：家）
图表21：家装业务模式对比
图表22：整装模式优劣势对比
图表23：2020-2025年中国整装模式渗透率（单位：%）
图表24：家装企业布局整装情况
图表25：2017-2025年中国家装行业产值情况（单位：万亿元）
图表26：2020-2025年中国装修房屋的房龄情况（单位：%）
图表27：2020-2025年中国家装需求房屋来源分布情况（单位：%）
图表28：2021-2025年中国家装房屋装修后用途分布情况（单位：%）
图表29：2025年中国家装消费者装修方式的选择（单位：%）
图表30：中国家装行业营销渠道分析
图表31：中国家装行业销售渠道分析
图表32：2017-2025年中国精装修渗透率（单位：%）
图表33：家装上下游企业布局家装业务历程
图表34：2019-2025年中国家装行业代表性上市企业营业收入情况（单位：亿元）
图表35：2019-2025年中国家装行业代表性上市企业净利润情况（单位：亿元）
图表36：2019-2025年中国家装行业代表性上市企业毛利率情况（单位：%）
图表37：2019-2025年中国家装行业代表性上市企业总资产周转率情况（单位：%）
图表38：2019-2025年家装行业代表性上市企业资产负债率情况（单位：%）
图表39：恒大退市对家装企业经营的冲击分析
图表40：家装企业转型策略对比
图表41：截至2025年中国家装服务市场投融资事件汇总
图表42：2017-2025年中国家装市场规模测算（单位：万亿元）
图表43：2017-2025年中国家装市场规模（单位：万亿元）
图表44：2017-2025年中国家装市场规模结构（单位：万亿元）
图表45：中国家装市场竞争力分析
图表46：2025年中国家装企业市场集中度情况（单位：%）
图表47：中国家装行业竞争梯队-根据家装业务营收（单位：亿元）
图表48：2024家装公司十大品牌榜单
图表49：中国一站式家装领先企业布局概况
图表50：中国家装行业上市企业竞争力评价（单位：亿元，%）
图表51：2024住宅装饰和装修领域“工程施工服务”企业标准“领跑者”名单
图表52：家装行业现有企业的竞争分析
图表53：家装行业潜在进入者威胁分析
图表54：家装行业竞争情况总结
图表55：2011-2025年中国网络零售额规模（单位：万亿元）
图表56：2016-2025年中国网络购物用户规模及占整体网民比例情况（亿人，%）
图表57：中国传统家装行业痛点分析
图表58：中国互联网家装相关产业链
图表59：中国互联网家装行业发展阶段具体描述
图表60：2025年中国互联网家装接受度（单位：%）
图表61：2017-2025年中国互联网家装渗透率（单位：%）
图表62：2017-2025年中国互联网家装行业市场规模（线上交易额）（单位：亿元）
图表63：中国互联网家装商业模式分析
图表64：2014-2025年中国互联网家装市场投融资事件数量及金额规模（单位：起，亿元）
图表65：截至2025年中国互联网家装市场投融资事件汇总
图表66：中国互联网家装市场竞争格局
图表67：中国传统家装行业痛点分析
图表68：互联网家装对传统家装痛点解决分析
图表69：中国传统家装企业互联网化转型的途径
图表70：2026-2031年中国互联网家装行业市场规模及渗透率预测（线上交易额）（单位：亿元，%）
图表71：家装行业主要原材料介绍
图表72：2018-2025年中国建材市场规模及增速（单位：万亿元，%）
图表73：家居建材行业发展趋势对家装行业影响分析
图表74：2013-2025年中国厨卫电器市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表75：2025年中国房地产商品住宅精装修市场厨电品牌20强

图表76：厨卫行业发展趋势对家装行业影响分析
图表77：2016-2025年中国具有一定规模的地板企业木竹地板总销量（单位：万平方米，%）
图表78：2025年中国木板市场主要厂商市场份额（单位：%）
图表79：地板行业发展趋势对家装行业影响分析
图表80：2020-2025年中国规模以上照明器具制造企业营业收入及增速（单位：亿元，%）
图表81：43家不同类型的智能照明活跃厂家、平台及运营商
图表82：照明电器行业发展趋势对家装行业影响分析
图表83：2017-2025年中国家居软装市场规模（单位：亿美元）
图表84：2025年中国家居软装市场品牌排行榜TOP10
图表85：家居软装行业发展趋势
图表86：家居软装市场对家装行业的影响分析
图表87：2018-2025年中国规模以上家具行业营业收入及利润情况（单位：亿元）
图表88：中国家具行业企业入场方式分析
图表89：2025年中国家具行业品牌竞争梯队-根据营业收入
图表90：家具主要销售渠道分析
图表91：中国家具制造行业发展趋势分析
图表92：家具市场对家装行业的影响分析
图表93：2013-2025年中国建筑涂料产量及增长率（单位：万吨，%）
图表94：2025年中国涂料企业销售收入（单位：亿元）
图表95：我国建筑涂料行业市场竞争梯队-根据销售收入（单位：亿元）
图表96：2018 -2024年中国涂料、油墨、颜料及类似产品制造工业PPI走势图(上年同月=100)
图表97：建筑涂料行业发展趋势对家装行业影响分析
图表98：2019-2025年中国门窗市场规模（单位：亿元）
图表99：我国门窗行业企业总体特征
图表100：门窗行业发展趋势对家装行业影响分析
图表101：2013-2025年中国人造板制造行业产量及增速（单位：万立方米，%）
图表102：我国人造板行业市场竞争格局
图表103：2021-2025年中国人造板制造工业生产者出厂价格指数（上年同月=100）
图表104：人造板行业发展趋势对家装行业影响分析
图表105：2012-2025年中国建筑陶瓷行业规模以上企业销售收入（单位：亿元）
图表106：2025年中国建筑陶瓷产能区域分布（单位：亿平方米，%）
图表107：2025年中国瓷砖产能前20强陶企（单位：条，亿平方米）
图表108：2011-2025年佛山陶瓷价格指数-建筑陶瓷系列走势图
图表109：陶瓷行业发展趋势对家装行业影响分析
图表110：2018-2025年中国住宅商品房销售面积及同比增速（单位：亿平方米，%）
图表111：住宅商品房市场发展趋势对家装行业影响分析
图表112：2011-2025年中国二手住宅交易套数及面积（单位：万套，亿平方米）
图表113：2026-2031年中国存量房翻新面积及增速（单位：万平方米，%）
图表114：二次装修市场发展趋势对家装行业影响分析
图表115：改造房市场发展趋势对家装行业影响分析
图表116：：2018-2025年北京住宅商品房销售面积与增长情况（单位：万平方米，%）
图表117：2017-2025年北京二手住宅交易面积走势（单位：万平方米）
图表118：2019-2025年北京存量商品住宅累计成交建筑面积（单位：万平方米）
图表119：2020-2025年北京市家装市场规模（单位：亿元）
图表120：2025年北京市十大家装品牌
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！