

2015-2020年中国软装行业 市场分析及投资建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国软装行业市场分析及投资建议研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qtzzh1504/943827A3XN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2024-12-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

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年我国软装行业市场规模约为1552亿元。

2007-2015年中国软装行业市场规模走势图

博思数据发布的《2015-2020年中国软装行业市场分析及投资建议研究报告》共十二章。首先介绍了中国软装行业发展环境，接着分析了中国软装行业规模及消费需求，然后对中国软装行业市场供需分析进行了重点分析，最后分析了中国软装行业面临的机遇及趋势预测。您若想对中国软装行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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监测数据，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 2014年全球软装行业发展分析 | 1 |
| 第一节 2014年全球软装行业发展现状 | 1 |
| 第二节 2014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 2014年全球软装行业供求情况 | 2 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 一、2009-2014年全球软装行业产量情况 | 2 |
| 二、2009-2014年全球软装行业需求情况 | 3 |
| 三、2009-2014年全球软装行业市场规模 | 5 |
| 第四节 2015-2020年全球软装行业发展趋势（需求市场规模）分析 | 6 |
| 第二章 2014年中国软装产业发展环境分析 | 16 |
| 第一节 2014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、2009-2014年中国城市化率变化 | 26 |
| 四、2009-2014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 2014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 2014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 2014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 2014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、2007-2014年软装行业市场供给分析 | 102 |
| 二、2007-2014年软装行业市场需求分析 | 102 |
| 三、2007-2014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 2014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 2011-2014年中国软装所属行业主要数据监测分析 | 116 |
| 第一节 2011-2014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、2014年中国软装所属行业全部企业数据分析 | 121 |
| 第二节 2011-2014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、2014年中国软装所属行业不同规模企业数据分析 | 124 |
| 第三节 2011-2014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、2014年中国软装所属行业不同所有制企业数据分析 | 126 |
| 第八章 2014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 2014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 2015-2020年软装行业发展预测分析 | 165 |
| 第一节 2015-2020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、2015-2020年中国软装行业发展规模分析 | 167 |
| 三、2015-2020年中国软装行业发展趋势分析 | 168 |
| 第二节 2015-2020年中国软装行业供需预测 | 171 |
| 一、2015-2020年中国软装行业供给预测 | 171 |
| 二、2015-2020年中国软装行业需求预测 | 171 |
| 第三节 2015-2020年中国软装行业价格走势分析 | 172 |
| 第十一章 2015-2020年中国软装行业投资前景预警 | 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前景 | 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 2015-2020年中国软装行业投资策略及投资建议 | 176 |
| 第一节 软装行业投资策略分析 | 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 软装行业市场重点客户战略实施 | 177 |
| 一、实施重点客户战略的必要性 | 177 |
| 二、合理确立重点客户 | 178 |

| | |
|--------------------|-----|
| 三、对重点客户的营销策略 | 179 |
| 四、强化重点客户的管理 | 179 |
| 五、实施重点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：2009-2014年全球软装行业市场产值区域分布格局

图表：2009-2014年全球软装行业细分市场规模（亿美元）

图表：2009-2014年全球软装行业细分市场格局变动趋势

图表：2009-2014年全球软装行业市场规模

图表：2011-2014年我国家用纺织制成品制造行业规模以上企业数量

图表：2011-2014年我国家用纺织制成品制造行业资产总计

图表：2011-2014年我国家用纺织制成品制造行业销售收入统计

图表：2014年我国家用纺织制成品制造业分企业性质统计（千元）

图表：2014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：2014年我国家用纺织制成品制造行业收入额TOP10

图表：2014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：2007-2014年我国家居日用品行业市场供给分析

图表：2011-2014年我国家居日用品行业细分市场供给分析

图表：2014年我国家居日用品行业供给市场格局

图表：2007-2014年我国家居日用品行业市场需求分析

图表：2014年我国家居日用品行业需求市场格局

图表：2011-2014年我国家居日用品行业细分市场需求分析

图表：2011-2014年我国日用塑料杂品制造行业规模以上企业数量

图表：2011-2014年我国日用塑料杂品制造行业资产总计

图表：2011-2014年我国日用塑料杂品制造行业销售收入统计

图表：2011-2014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：2007-2014年我国软装行业企业数量情况

图表：2007-2014年我国软装行业市场规模情况

图表：2014年我国软装行业细分行业市场规模

图表：2014年我国软装行业细分领域市场规模

图表：2014年中国软装行业市场区域消费结构

图表：2014年中国软装行业集中度

图表：2014年中国软装行业企业区域分布

图表：2015-2020年我国软装行业市场发展规模预测分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1504/943827A3XN.html>