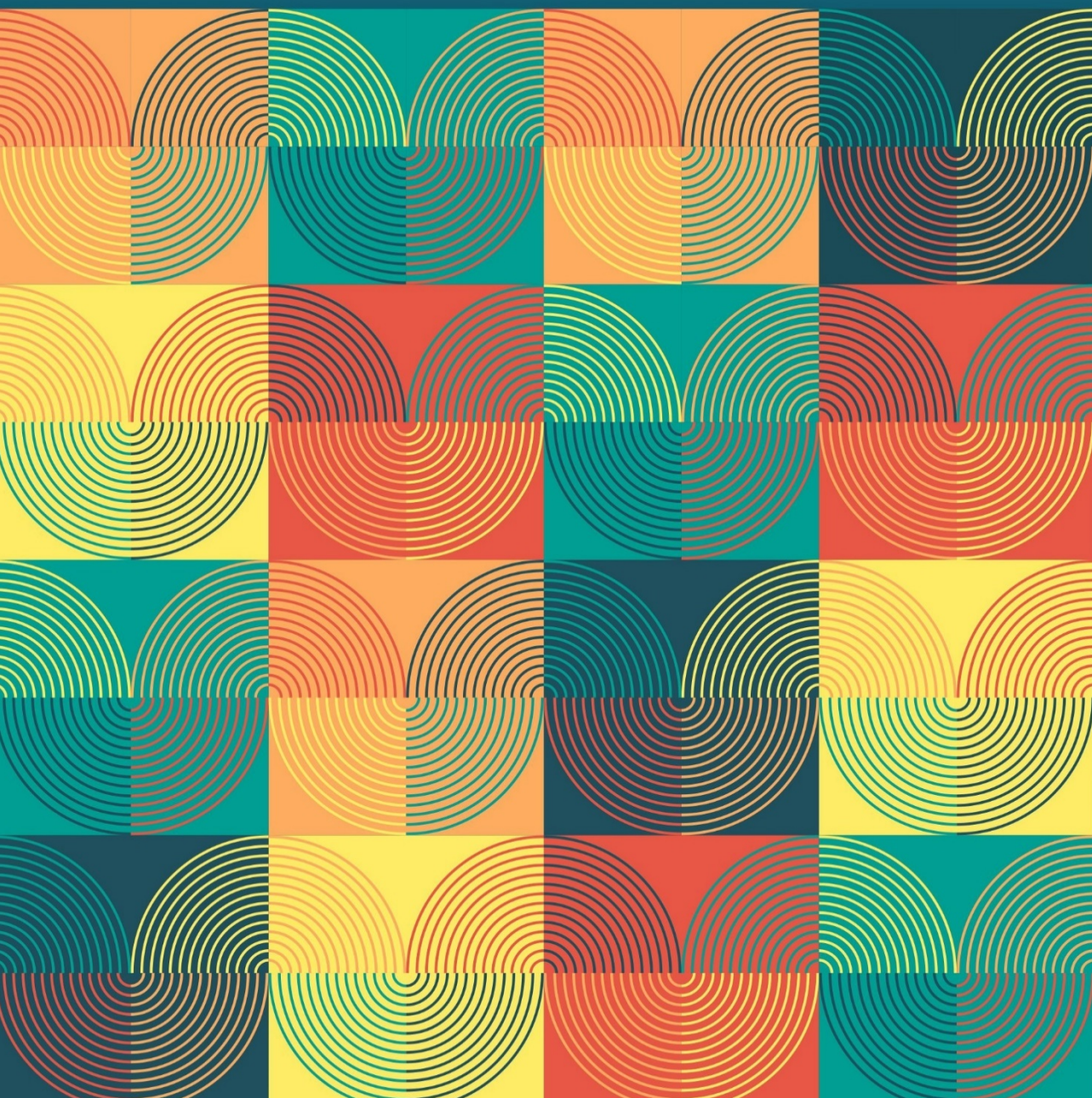


精品决策报告

2023-2028 年家庭装饰装修行业 调研及发展前景趋势预测报告

LIBRARY
COMMERCIAL

可落地执行实战解决方案



报告目录

第一章 2023 年我国家庭装饰装修行业发展分析	6
第一节 2022-2023 年家庭装饰装修行业经济形势分析	6
一、家装市场总产值及增速	6
二、房屋装修行业市场空间	7
三、2.7 亿套旧房焕发局改市场活力	8
四、“大产业小公司”的行业特点	10
五、新房家装的市场空间有限，二次装修与改造房市场潜力大	12
六、人口结构优化促使行业结构调整，政策多向推动助力行业高质量发展	14
七、行业规模持续萎缩，精装房崛起和消费需求升级成为市场增长驱动力	16
第二节 家居装修行业用户画像及主力消费人群	17
一、家居装修行业用户画像	17
二、家居装修行业用户偏好	18
三、家居装修行业主力消费人群	19
第三节 我国住宅装饰行业需求市场特征与特点	20
一、新建住房需求仍有增长空间，带动装修市场增长	21
(1) 城镇化需求	21
(2) 改善性需求	22
(3) 旧房拆迁需求	23

二、存量住房翻新需求释放，将取代新房市场成为家装家居的主要市场.....	25
三、家装家居市场消费主力人群更新，收入和消费水平持续提高，推动家装家居消费升级.....	27
第二章 2023-2028 年家庭装饰装修行业市场竞争形势及趋势预测.....	31
第一节 2023 年家庭装饰装修行业竞争格局与特征分析.....	31
一、住宅装饰行业竞争格局分析.....	31
二、后疫情时代互联网巨头入局家装行业.....	32
三、家装行业空间广阔增速平稳，标准化渗透率不断提升.....	32
四、行业整体数字化水平不断深化，龙头企业积极布局.....	32
五、代表企业通过数字化深度布局形成数据+服务闭环.....	33
六、行业全流程能力有待提高，垂类企业表现优异起到示范作用.....	33
第二节 2023 年家庭装饰装修行业市场竞争形势分析.....	34
一、家庭装饰装修行业品牌竞争情况分析.....	34
二、家庭装饰装修行业竞争策略分析.....	35
三、家庭装饰装修企业核心竞争力分析.....	37
第三节 2023-2028 年家庭装饰装修行业市场竞争趋势分析.....	38
一、家庭装饰装修行业竞争格局预测.....	38
二、家庭装饰装修行业竞争态势预测.....	39
第三章 2023-2028 年家庭装饰装修行业发展环境形势分析.....	43
第一节 政策形势分析及预测.....	43

第二节 经济形势分析及预测	44
第三节 社会形势分析及预测	46
第四节 技术形势分析及预测	46
一、绿色环保将成为主流	46
二、智能化装修将成为新风向	47
三、定制化装修将更加流行	47
四、虚拟现实技术将被广泛应用	47
五、设计专业化	47
六、部品部件工厂化、施工装配化	48
七、信息化建设将深化	48
第四章 2023-2028 年家装家居市场总体规模预测	49
第一节 住房装修需求	50
一、新增住房需求数量预测及逻辑	50
(1) 新增城镇化住房需求	50
(2) 新增改善性住房需求预测	51
(3) 拆迁安置需求预测	52
二、存量住房翻新需求	54
三、住房装修总需求	56
第二节 装修价格估算及预测	57
第三节 我国家装家居市场总体规模预测	59
第四节 分地区市场规模预测	60
第五节 增量与存量房装修市场规模预测	61

第五章 2023-2028 年住宅装饰需求趋势.....	63
一、消费升级趋势明显.....	63
二、线上销售占比不断提高.....	63
三、品牌竞争加剧.....	63
四、智能化趋势加速.....	64
五、定制化趋势明显.....	64
六、绿色环保趋势加强.....	64
七、互联网+趋势深入.....	65
八、O2O 势不可挡.....	65
九、电商时代使行业更透明.....	66
第六章 中国家装行业市场发展趋势.....	67
一、传统房地产家装行业精装修转型趋势.....	67
二、整装趋势推动全产业链一体化发展.....	67
三、低线城市增量市场需求持续释放.....	69
四、家装后市场业务场景拓展.....	69
五、存量住宅将成为未来装饰市场需求的重要增长点.....	70
六、住宅装饰行业将朝纵向及横向一体化方向发展.....	70
七、健康、节能、环保是未来住宅装饰行业发展的主题.....	71

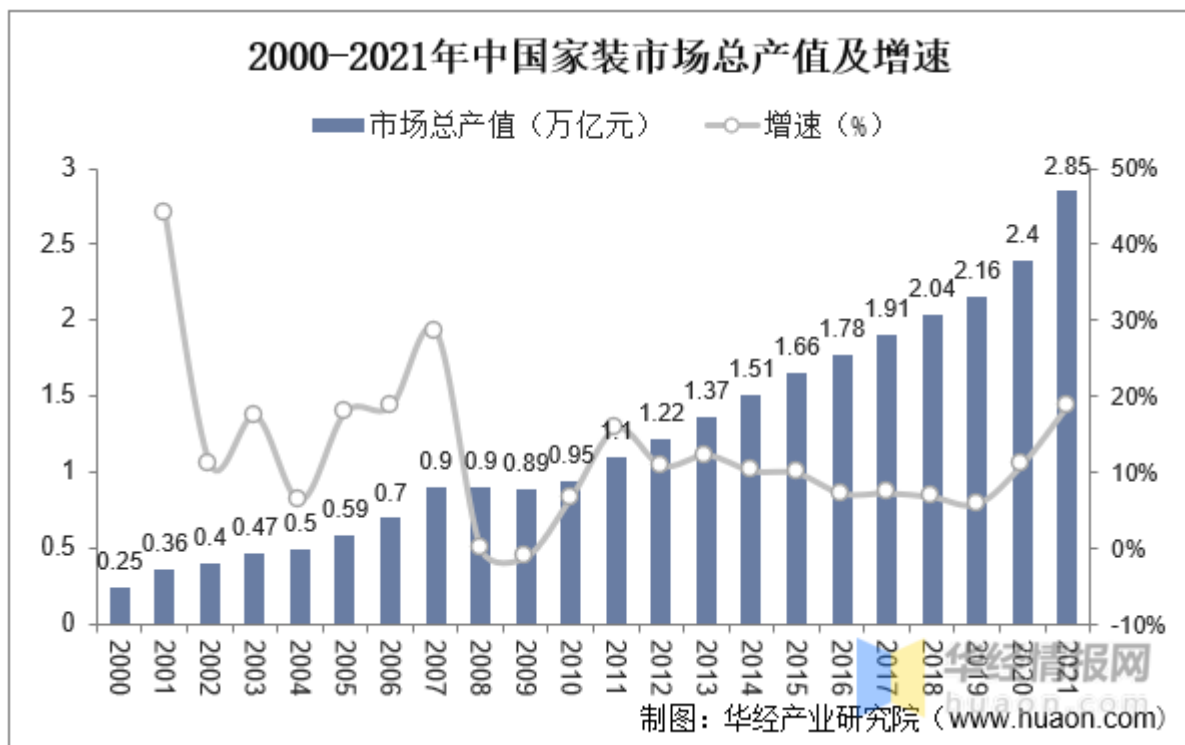
第一章 2023 年我国家庭装饰装修行业发展分析

第一节 2022-2023 年家庭装饰装修行业经济形势分析

一、家装市场总产值及增速

伴随上游房地产行业兴起、城镇化率和人均消费水平提升、以及近年地产政策调整和人口红利减退，家装行业历经快速扩张、调整及发展期，已步入成熟发展阶段，据统计，截至 2021 年我国家装行业总产值达到 2.85 万亿元，同比增长 18.75%。

图表 1 2000-2021 年中国家装市场总产值及增速



资料来源：中国建筑装饰协会，华经产业研究院整理

二、房屋装修行业市场空间

随着近年来我国住宅装修行业市场竞争的越来越激烈，不乏出现了不少企业为了更大更优先的抢占市场份额，大面积的扩张开发分店。根据中国建筑装饰协会统计数据来看，我国在整个住宅装饰行业将会呈现出快速发展的新态势，产值增长率将达到平均每年 20%左右的增速。

中国建筑装饰协会数据显示，2021 年家装行业的市场规模大概为 2.85 万亿元，年增速约为 18.89%，整个大家居产业链估计已经突破 5 万亿。自去年底将家居家装与租房业务提升至战略高度后，贝壳家居家装板块迅速布局。一直以来，贝壳将家装赛道视为一个重要的增量空间。调研发现，我国家装行业不仅基数大，且随着老房改造需求的不断释放，以及精装修政策的激励等，预计未来五年有望维持近两位数的复合增长，成为住房存量时代万亿级子赛道。

中国房屋装修行业目前市场规模达到 3.54 万亿，2015 年到 2020 年复合增长率为 11.1%；其中家装建材市场为 1.06 万亿，复合增长率为 5.5%；家装软装市场为 1.59 万亿，复合增长率为 15.5%；家装服务市场为 0.88 万亿，复合增长率为 11.1%。按目前的增长速度，预计到 2025 年我国房屋装修行业整体将达到 6 万亿。

目前，我们从全球范围的角度上来看，在发达国家和地区，精装修比例较发展中国家和一些相对落后地区高，以日本、美国、欧洲等为首的发达地区达到 80%以上，根据业内专业统计数据显示，我国的精装房渗透率已提升到了 32%，但相比较于处在成熟期的国家低近一半之多，我国该行业目前任处在成长期，随着政策的管控和行业管理制度的逐步完善，发展空间巨大。

三、2.7 亿套旧房焕发局改市场活力

中国建筑材料流通协会会长秦占学曾表示，以存量房产再装修来促进家居高质量发展，是当前带动消费升级的核心点。目前，以局部改造、二次装修为代表的存量房翻新日渐成为国内家居市场的重要驱动力。

这一判断并非空穴来风。国家统计局数据显示，截至目前，中国至少有 2.7 亿套房龄超 20 年的旧房，有装修和改善的强烈需求。对旧房总量与旧改市场的分析，一些研究机构亦有结论。据海通证券的分析，存量房旧改 2021 年到 2026 年的年均复合增长为 8.7%，预计渠道规模占比从 2021 年的 27.7%，提升至 2026 年的 32.1%。

在市场需求层面，因用户厨房和卫生间使用频率高、相关产品的老化周期快，未来几年在存量市场中会诞生很多细分领域的新消费，包括厨房空间、卫生间空间等局部装修改造正在成为二次装修的流量入口。

土巴兔大数据研究院近日发布的《2023 装修消费洞察报告》显示，对比装修预算，基础装修预算为 5-12 万元的业主占比高达 60%，占了大半。排名随后的是预算 5 万元以下的，占比近 20%。业内人士分析称，5 万元以下预算的用户占比之所以有所提升，是因为当前的市场主要还是以存量房为主，局改的需求有所提升，厨房、卫生间等空间的局改需求旺盛。

投射到现实，不少消费者遭遇旧房装修陈旧、功能落后，想改造却难以实现的切身难点。其中局部改造翻新与新房装修大有不同，是在原有空间更为复杂的现状基础上的二次升级，对于企业的设计多元化，产品适配性以及服务标准化等都提出更高的要求，这对拥有相关优势的企业也成为机遇。

家居企业重兵布局

在物企纷纷入局家装局改业务的同时，各大家居品牌也持续在优势产品与服务策略上积极探索，对局部装修改造市场保持了较高热情。

据搜狐焦点家居不完全统计，梵客家装、百安居、爱空间、业之峰装饰、金隅天坛整装、被窝家装等装企均早已涉猎旧房改造业务。据悉，百安居已经推出七天爆改卫生间、六天爆改厨房等单项装修业务；梵客集团专门成立了做局改翻新的品牌“梵客微装”，并将卫生间翻新、厨房翻新、墙面翻新也做成套餐形式，方便消费者选择。

定制企业、家居单品类领跑企业同样布局局改市场，抓紧调结构，增空间的新动能。

欧派家居在 2023 年半年报中指出，欧派家居以厨卫空间的存量旧改业务为突破切入口，逐步拓展局改市场；金牌厨柜从年初开始就加大在局改市场的投入，成立局改事业部，将局改业务作为公司五大核心市场重点布局；好莱客以阳台定制切入存量房及局改；恒洁卫浴全新推出的“恒洁闪装”服务，提供 3 小时快速全卫换装+8 大免费服务，也满足了近几年不断涌现的卫浴局改，快改需求。

针对家居局部焕新这一市场需求，在常见的厨房、卫生间、阳台等几大空间内，焕新品类囊括了瓷砖、地板、涂料、木门、系统门窗、厨柜等，不少品牌推出包含产品、施工、搬运、清洁一条龙焕新服务，以期用服务、性价比和时效取胜。

四、“大产业小公司”的行业特点

家装家居行业产业链冗长，产品多样化，需求个性化程度较高，这导致市场集中度较低，形成了“大产业小公司”的行业特点。第一，家装家居行业产业链冗长。从住房装修链条来看，房屋装修要经过家装设计、主体拆改、水电工程、泥瓦工程、水木工程、油漆工程、安装工程等硬装环节以及家具配饰和家电进场等软装环节。从参与主体来看，家装行业包括

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/737155160163006026>