

2014-2019年中国别墅装修 市场分析与投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国别墅装修市场分析与投资前景研究报告》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/qitafangchan1408/E64775AFK4.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】2014-08-04

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国别墅装修市场分析与投资前景研究报告》共十二章。介绍了别墅装修行业相关概述、中国别墅装修产业运行环境、分析了中国别墅装修行业的现状、中国别墅装修行业竞争格局、对中国别墅装修行业做了重点企业经营状况分析及中国别墅装修产业发展前景与投资预测。您若想对别墅装修产业有个系统的了解或者想投资别墅装修行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2013年国内外宏观经济逐步回升。2013年中国经济增长呈“V”态势，进入第三季度，国内经济刺激政策发力，在政府投资的对冲下，经济在三季度末企稳后明显回升，中国经济逐步回暖，整个年度GDP增长为7.7%。

建筑装饰行业作为我国国民经济的重要行业，中国经济持续快速增长为其提供了良好的发展条件。2013年，全国建筑装饰行业完成工程总产值2.89万亿元，比2012年增长10.03%，体现了行业在国民经济发展中的基础性和超前性

2014年3月份，我国高端住宅市场供需均集中放量，其中别墅市场成交量价齐涨，均价再跃至历史高位。2014年3月，上海别墅市场成交398套；北京别墅市场共成交3276套；广州别墅市场成交219套；深圳别墅市场成交56套。

“十二五”期间，我国将经历城市化加速期、城市成长关键期和城市价值的提升期。预计2015年，我国城市化率将达到53%左右，年均将提高约1个百分点左右。城镇化提高形成新建的公共、商务设施以及各大中城市自身公共设施的不断完善将持续推动公共建筑装饰的巨大需求。根据《中国建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要》，到2015年，我国建筑装饰行业的产值将达到3.8万亿元，较2010年再增长81%，2010年到2015年年均复合增长率为12.3%，预计2014年我国别墅装修市场规模达到468亿元，到2018年，将突破500亿元，达到510亿元，别墅装修行业增长潜力巨大。

第一章 中国装饰行业发展现状分析 14

第一节 中国装饰行业发展概述 14

一、中国建筑装饰行业发展历程 14

二、中国建筑装饰行业经营模式 15

三、中国建筑装饰行业特性分析 16

四、装饰工程价格形成机制 17

五、装饰行业利润水平分析 17

六、中国装饰行业现存问题	18
第二节 中国装饰行业发展规模分析	20
一、中国建筑装饰行业产值统计	20
二、中国建筑装饰细分市场产值	20
三、中国建筑装饰行业成果分析	22
第三节 中国装饰企业发展分析	24
一、中国建筑装饰企业资质分析	24
二、中国建筑装饰百强企业分析	27
三、中国中小装饰企业发展分析	29
(一) 中小装饰企业发展现状分析	29
(二) 中小装饰企业专业细分趋势	29
(三) 中小装饰企业专业细分原则	30
第四节 中国装饰行业的技术现状分析	31
一、建筑装饰行业的技术水平	31
二、中国装饰行业信息化分析	32
三、中国装饰节能环保技术现状	32
四、中国装饰企业技术管理建议	33
第二章 中国家装市场发展现状分析	37
第一节 中国住宅装饰业主要政策影响分析	37
一、国家政策支持住宅精装修业务发展	37
二、房地产调控政策对住宅精装修化的影响	37
第二节 中国家装市场发展状况分析	38
一、居民消费升级刺激家装需求	38
二、中国住宅装饰市场容量分析	39
三、中国家装行业竞争格局分析	40
四、中国一线城市精装修比例分析	41
五、二三线城市精装修比例分析	42
六、中国住宅精装标准分析	43
第三节 中国家装市场发展机遇和问题分析	44
一、中国家装业面临发展机遇	44
二、中国家装行业面临的挑战	45

三、中国家装市场面临的问题 46

第三章 2013-2014年中国别墅装修行业发展环境分析 48

第一节 2013-2014年中国宏观经济发展环境分析 48

一、中国GDP增长情况分析 48

二、工业经济发展形势分析 49

三、社会固定资产投资分析 50

四、全社会消费品零售总额 51

五、城乡居民收入增长分析 53

六、居民消费价格变化分析 54

七、对外贸易发展形势分析 55

第二节 中国别墅装修业发展的政策环境分析 56

一、中国建筑装饰行业的行政管理体系 56

二、中国建筑业企业资质管理规定 56

三、建筑装饰行业行业资质管理标准 57

四、建筑装饰行业行业主要法律法规 60

五、中国建筑装饰行业国家技术标准 62

六、中国环境标志建筑装饰装修标准 62

七、中国推进住房精装修相关政策分析 63

八、室内装修材料相关标准分析 65

九、建筑装饰纳入营改增试点分析 66

第三节 中国别墅装修行业发展的社会环境分析 67

一、中国人口结构环境分析 67

二、中国城市化的发展进程 68

三、中国居民居住条件改善 69

四、中产阶级生活品质提高 70

五、居民家庭装饰要求提高 71

六、建筑装饰业生态影响分析 71

第四节 中国别墅装修行业发展的技术环境分析 72

一、中国建筑装饰技术介绍 72

二、建筑陶瓷装饰技术发展分析 73

三、国内外建筑装饰科技主要差距 75

第四章 2013-2014年中国别墅市场运行态势分析 76

第一节 中国别墅市场的发展综述 76

- 一、中国别墅市场的发展历程 76
- 二、别墅的南北方差异的体现 76
- 三、中国别墅市场的发展特点 77
- 四、中国别墅市场逐渐走向成熟与理性 78
- 五、中国别墅市场中部力量崛起 79
- 六、中国别墅市场日益凸现中国元素 79

第二节 中国别墅市场运行总况 80

- 一、中国别墅群发展情况 80
- 二、别墅新开工面积 80
- 三、别墅销售面积分析 81
- 四、别墅销售金额分析 82
- 五、别墅市场需求旺盛 83

第三节 中国别墅市场的变化特征分析 83

- 一、产品走向多样化 83
- 二、功能走向多样化 83
- 三、地理区域不断扩张竞争格局形成 83
- 四、消费群体发生异化 84

第四节 中国别墅市场投资概况 84

- 一、别墅市场迎供应高峰 84
- 二、别墅由“度假型”到“自住型” 85
- 三、2013年别墅价量齐升 85
- 四、经济型别墅迎合市场 85
- 五、关于两会对于别墅市场的影响 86

第五章 2013-2014年中国别墅装修行业发展分析 88

第一节 中国别墅装修行业发展概述 88

- 一、中国别墅装修行业发展概况 88
- 二、中国别墅装修市场发展特点 89
- 三、中国别墅装修市场发展动向 89

第二节 中国别墅装修行业发展规模统计 90

一、别墅装修行业市场规模统计	90
二、别墅装修行业市场价格调查	91
三、别墅装修费用分类情况	91
四、政策影响别墅装修市场规模	91
第三节 中国别墅装修重点区域市场分析	92
一、区域市场分布状况	92
二、重点城市别墅成交分析	93
三、重点别墅市场发展历程	94
(一) 北京	94
(二) 上海	94
(三) 深圳	94
(四) 杭州	95
(五) 成都	96
(六) 天津	97
(七) 苏州	97
(八) 无锡	97
(九) 武汉	98
第四节 中国别墅装修市场问题及对策	98

第六章 2013-2014年中国别墅装修市场竞争分析 99

第一节 别墅装修市场竞争分析 99

- 一、建筑装饰行业竞争现状 99
- 二、别墅装修市场竞争格局 100
- 三、别墅装修行业集中度 102
- 四、别墅装修竞争趋势分析 103

第二节 别墅装修企业竞争行为分析 104

- 一、公装企业切入家装领域 104
- 二、“指尖营销”成新策略 105
- 三、别墅价格战重现江湖 106

第三节 别墅装修企业提高竞争力策略分析 106

第七章 中国别墅装修市场营销策略分析 108

第一节 别墅装修市场消费者调研 108

一、消费者特征 108

- (一) 消费者主力人群 108
- (二) 消费者年龄构成 108
- (三) 消费者收入构成 108
- (四) 消费者受教育程度 109
- (五) 购房决策主体的性别 109
- (六) 需求者职业分析 110

二、消费者买建材态度 110

- (一) 消费者买建材时的考虑 110
- (二) 消费者对建材城的选择 111

三、消费者对装修市场了解程度 111

四、消费者获取装修信息的渠道 112

- (一) 消费者获取装修信息的渠道 112
- (二) 消费者对建材广告的态度 112
- (三) 消费者对宣传媒体的选择 112
- (四) 网络对家装消费者的影响 113

五、消费者选择装修公司的渠道 113

第二节 别墅装修市场营销方式分析 113

一、展会营销 113

二、广告营销 114

三、会务营销 114

四、电话营销 115

五、网络营销 115

六、小区营销 115

七、业务员营销 117

八、差异化营销 117

第三节 别墅装修市场营销状况分析 117

一、家居家装业营销渠道变革 117

二、别墅装修业营销形势分析 118

三、别墅装修业营销策略分析 118

四、别墅装修业营销趋势分析 118

第八章 中国装修材料行业发展分析 119

第一节 装修材料行业发展分析 119

一、装修材料行业发展概况 119

二、装修材料行业发展现状 120

三、装修建材行业发展规模 121

四、建筑装饰装修材料发展趋势 121

第二节 主要装修材料市场分析 122

一、装饰用石材行业分析 122

（一）建筑装饰天然石材选择 122

（二）新型装饰石材产品分析 123

（三）新型装饰石材产品分析 124

（四）天然大理石建筑板材产量 126

（五）天然花岗石建筑板材产量 126

二、涂料行业发展情况 127

（一）家装涂料行业历程 127

（二）家装涂料发展潮流 128

（三）涂料产量规模统计 129

（四）涂料产品供应商 129

三、建筑陶瓷业发展分析 130

（一）建筑卫生陶瓷的分类 130

（二）建筑卫生陶瓷产业现状 130

（三）卫生陶瓷制品产量规模 132

（四）卫生陶瓷制品供应商 132

四、木地板业发展分析 133

（一）木地板行业发展历程 133

（二）木地板市场发展现状 133

（三）主要板材产量规模统计 135

（四）主要板材产品供应商 138

五、家具行业发展分析 138

（一）家具行业发展概况 138

（二）家具市场发展现状 140

（三）家具产量规模统计 140

- (四) 家具行业市场前景 140
- 六、其他装修材料市场分析 141
 - (一) 中国玻璃行业发展概况 141
 - (二) 中国灯饰发展规模分析 142

第九章2014年中国别墅装修行业重点厂商分析 144

第一节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司 144

- 一、企业基本情况分析 144
- 二、企业所备资质分析 144
- 三、企业经营情况分析 145
- 四、企业主要经济指标 146
- 五、企业盈利能力分析 146
- 六、企业偿债能力分析 147
- 七、企业运营能力分析 147
- 八、企业成本费用分析 148

第二节 浙江亚厦装饰股份有限公司 148

- 一、企业基本情况分析 148
- 二、企业所备资质分析 149
- 三、企业经营情况分析 149
- 四、企业主要经济指标 150
- 五、企业盈利能力分析 151
- 六、企业偿债能力分析 151
- 七、企业运营能力分析 151
- 八、企业成本费用分析 152

第三节 深圳市洪涛装饰股份有限公司 153

- 一、企业基本情况分析 153
- 二、企业所备资质分析 153
- 三、企业经营情况分析 153
- 四、企业主要经济指标 155
- 五、企业盈利能力分析 155
- 六、企业偿债能力分析 156
- 七、企业运营能力分析 156

八、企业成本费用分析 156

第四节 深圳广田装饰集团股份有限公司 157

一、企业基本情况分析 157

二、企业所备资质分析 157

三、企业经营情况分析 158

四、企业主要经济指标 159

五、企业盈利能力分析 159

六、企业偿债能力分析 160

七、企业运营能力分析 160

八、企业成本费用分析 160

第五节 深圳瑞和建筑装饰股份有限公司 161

一、企业基本情况分析 161

二、企业所备资质分析 161

三、企业经营情况分析 161

四、企业主要经济指标 163

五、企业盈利能力分析 163

六、企业偿债能力分析 163

七、企业运营能力分析 164

八、企业成本费用分析 164

第六节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司 165

一、企业基本情况分析 165

二、企业所备资质分析 165

三、企业经营情况分析 165

四、企业主要经济指标 167

五、企业盈利能力分析 167

六、企业偿债能力分析 168

七、企业运营能力分析 168

八、企业成本费用分析 168

第七节 北京东方雨虹防水技术股份有限公司 169

一、企业基本情况分析 169

二、企业所备资质分析 169

三、企业经营情况分析 169

- 四、企业主要经济指标 170
- 五、企业盈利能力分析 171
- 六、企业偿债能力分析 171
- 七、企业运营能力分析 172
- 八、企业成本费用分析 172

第十章 2014-2019年中国别墅装修产业发展趋势预测分析 174

第一节 2014-2019年中国别墅装修产业发展趋势分析 174

- 一、别墅装修技术发展方向分析 174
- 二、别墅装修行业发展趋势分析 174

第二节 2014-2019年中国别墅装修行业发展前景预测 176

- 一、用户需求变化预测 176
- 二、竞争格局发展预测 176
- 三、渠道发展变化预测 176

第三节 2014-2019年中国别墅装修产业市场规模预测分析 177

第四节 2014-2019年中国别墅装修产业市场盈利预测分析 177

第十一章 2014-2019年中国别墅装修产业发展战略分析 179

第一节 2014-2019年中国别墅装修行业发展战略研究 179

- 一、技术开发战略 179
- 二、产业战略规划 179
- 三、业务组合战略 179
- 四、营销战略规划 180
- 五、区域战略规划 180
- 六、企业信息化战略规划 180

第二节 2014-2019年中国别墅装修市场重点客户战略实施 180

- 一、实施重点客户战略的必要性 180
- 二、企业重点客户的鉴别与确定 183
- 三、企业重点客户的开发与培育 184
- 四、实施重点客户战略要需解决的问题 188

第三节 2014-2019年中国别墅装修品牌战略思考 194

- 一、企业品牌的重要性 194

- 二、实施品牌战略意义 194
- 三、品牌定位注意问题 194
- 四、品牌战略管理策略 194

第十二章 2014-2019年中国别墅装修行业投资风险预警及投资策略分析 197

第一节 2014-2019年中国别墅装修行业投资环境预测 197

第二节 2014-2019年中国别墅装修产业投资风险分析 197

一、宏观经济风险 197

二、产业政策风险 198

三、市场需求风险 198

四、资质技术风险 199

五、市场竞争风险 199

六、关联产业风险 199

第三节 博思数据关于别墅装修产业投资建议 199

一、提高工程文化创意 199

二、发展节能环保装饰 200

图表目录

图表 1 中国建筑装饰行业的五个发展阶段 14

图表 2 中国建筑装饰工程发包模式 15

图表 3 国外建筑装饰工程发包模式 16

图表 4 2007-2013年中国建筑装饰行业产值统计 20

图表 5 2010-2013年中国公共建筑装饰工程总产值统计 21

图表 6 2010-2013年中国建筑幕墙工程总产值统计 21

图表 7 2010-2013年中国住宅装饰装修工程总产值统计 22

图表 8 中国建筑装饰细分行业单位面积装修投入比较图 22

图表 9 “十二五”期间装饰企业数量将进一步减少 25

图表 10 有资质企业占比将进一步提高 25

图表 11 三大因素强化上市公司龙头地位 26

图表 12 建筑装饰行业中的垫资行为 27

图表 13 建筑装饰百强企业营业收入均值及增长率 28

图表 14 建筑装饰行业部分公司业务特点介绍 28

图表 15 中国装饰业百强主要企业资质数量对比	29
图表 16 精装修住宅与普通住宅对比情况表	38
图表 17 主要年份中国居民人均住宅面积预测分析	39
图表 18 驱动力角度分析我国住宅精装修市场容量巨大	40
图表 19 普通家装行业领军企业产值情况	41
图表 20 中国重点地区住宅精装修占总体装修比例情况	42
图表 21 部分二三线城市新开楼盘精装修比例	43
图表 22 中国精装修房的产品配备情况	44
图表 23 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图	48
图表 24 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计	49
图表 25 2013-2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图	50
图表 26 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	51
图表 27 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	52
图表 28 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计	52
图表 29 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	54
图表 30 2008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图	54
图表 31 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图	55
图表 32 2009-2014年中国进出口总额增长趋势图	56
图表 33 中国建筑装饰行业行业主要法律法规	61
图表 34 中国鼓励新建商品住宅一次性装修到位的政策	63
图表 35 2008-2013年中国人口总量增长趋势图	68
图表 36 2013年中国人口数量及其构成情况统计	68
图表 37 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图	69
图表 38 中国城乡居民人均住宅面积情况	70
图表 39 中国城镇家庭居民人均居住消费支出情况	70
图表 40 1998-2013年中国别墅、高档公寓新开工面积情况统计	81
图表 41 1998-2013年中国别墅、高档公寓销售面积统计	81
图表 42 1998-2013年中国别墅、高档公寓销售额统计	82
图表 43 2009-2013年中国别墅装修市场规模趋势图	90
图表 44 别墅装修报价单上的费用分类	91
图表 45 中国别墅、高档公寓分地区销售金额情况统计	92
图表 46 中国别墅、高档公寓分地区销售金额结构图	93

图表 47 四大城市别墅成交情况	94
图表 48 上市公司占建筑装饰总体产值的比例情况	101
图表 49 装饰行业公司数量变化情况	101
图表 50 装饰行业百强企业市场占有率情况	102
图表 51 高端别墅消费者年龄构成情况	108
图表 52 高端别墅消费者收入情况	109
图表 53 高端别墅消费者受教育程度	109
图表 54 高端别墅消费者购房决策主体的性别比例	110
图表 55 高端别墅消费者职业情况	110
图表 56 2009-2013年中国建材工业销售收入增长趋势图	121
图表 57 2008-2014年中国天然大理石建筑板材产量统计	126
图表 58 2008-2014年中国天然花岗石建筑板材产量统计	126
图表 59 2008-2014年中国涂料产量统计	129
图表 60 中国百强家居企业之涂料生产企业名单	129
图表 61 2012-2014年中国卫生陶制品制造行业经济指标统计	131
图表 62 2008-2014年中国卫生陶瓷制品产量统计	132
图表 63 中国陶瓷生产企业十强名单	132
图表 64 2008-2014年中国人造板产量统计	135
图表 65 2008-2014年中国胶合板产量统计	135
图表 66 2008-2014年中国纤维板产量统计	136
图表 67 2008-2014年中国刨花板产量统计	136
图表 68 2008-2014年中国人造板表面装饰板产量统计	137
图表 69 2008-2014年中国实木木地板产量统计	137
图表 70 2008-2014年中国复合木地板产量统计	138
图表 71 中国百强家居企业之板材生产企业六强名单	138
图表 72 2012-2014年中国家具制造行业经济指标统计	139
图表 73 2010-2013年中国家具制造行业销售收入变化趋势图	140
图表 74 2007-2013年中国家具产品产量情况	140
图表 75 2012-2014年中国玻璃制品行业经济指标统计	141
图表 76 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司施工资质情况	144
图表 77 2013年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司经营情况表	145
图表 78 2013年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司业务结构情况	146

图表 79 2011-2014年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司收入与利润统计	146
图表 80 2011-2014年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司资产与负债统计	146
图表 81 2011-2014年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司盈利能力情况	147
图表 82 2011-2014年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司偿债能力情况	147
图表 83 2011-2014年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司运营能力情况	147
图表 84 2011-2014年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司成本费用统计	148
图表 85 2014年苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司成本费用结构图	148
图表 86 2013年浙江亚厦装饰股份有限公司分业务主营业务收入情况表	149
图表 87 2013年浙江亚厦装饰股份有限公司业务结构情况	150
图表 88 2013年浙江亚厦装饰股份有限公司分地区主营业务收入情况表	150
图表 89 2011-2014年浙江亚厦装饰股份有限公司收入与利润统计	150
图表 90 2011-2014年浙江亚厦装饰股份有限公司资产与负债统计	151
图表 91 2011-2014年浙江亚厦装饰股份有限公司盈利能力情况	151
图表 92 2011-2014年浙江亚厦装饰股份有限公司偿债能力情况	151
图表 93 2011-2014年浙江亚厦装饰股份有限公司运营能力情况	152
图表 94 2011-2014年浙江亚厦装饰股份有限公司成本费用统计	152
图表 95 2014年浙江亚厦装饰股份有限公司成本费用结构图	152
图表 96 2013年深圳市洪涛装饰股份有限公司分行业分行业/产品收入情况表	154
图表 97 2013年深圳市洪涛装饰股份有限公司业务结构情况	154
图表 98 2013年深圳市洪涛装饰股份有限公司分地区主营业务收入情况表	154
图表 99 2011-2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司收入与利润统计	155
图表 100 2011-2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司资产与负债统计	155
图表 101 2011-2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司盈利能力情况	155
图表 102 2011-2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司偿债能力情况	156
图表 103 2011-2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司运营能力情况	156
图表 104 2011-2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司成本费用统计	156
图表 105 2014年深圳市洪涛装饰股份有限公司成本费用结构图	157
图表 106 2013年深圳广田装饰集团股份有限公司分行业分产品收入情况表	158
图表 107 2013年深圳广田装饰集团股份有限公司业务结构情况	158
图表 108 2013年深圳广田装饰集团股份有限公司分地区主营业务收入情况表	158
图表 109 2011-2014年深圳广田装饰集团股份有限公司收入与利润统计	159
图表 110 2011-2014年深圳广田装饰集团股份有限公司资产与负债统计	159

图表 111 2011-2014年深圳广田装饰集团股份有限公司盈利能力情况 159

图表 112 2011-2014年深圳广田装饰集团股份有限公司偿债能力情况 160

图表 113 2011-2014年深圳广田装饰集团股份有限公司运营能力情况 160

图表 114 2011-2014年深圳广田装饰集团股份有限公司成本费用统计 160

图表 115 2014年深圳广田装饰集团股份有限公司成本费用结构图 161

图表 116 2013深圳瑞和建筑装饰股份有限公司分行业分产品收入情况表 162

图表 117 2013年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司业务结构情况 162

图表 118 2013年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司分地区主营业务情况表 162

图表 119 2011-2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司收入与利润统计 163

图表 120 2011-2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司资产与负债统计 163

图表 121 2011-2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司盈利能力情况 163

图表 122 2011-2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司偿债能力情况 164

图表 123 2011-2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司运营能力情况 164

图表 124 2011-2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司成本费用统计 164

图表 125 2014年深圳瑞和建筑装饰股份有限公司成本费用结构图 165

图表 126 2013东易日盛家居装饰股份有限公司分业务主营业务收入情况表 166

图表 127 2013年东易日盛家居装饰集团股份有限公司业务结构情况 166

图表 128 2013年东易日盛家居装饰集团股份有限公司分地区收入情况表 166

图表 129 2011-2014年东易日盛家居装饰集团股份有限公司收入与利润统计 167

图表 130 2011-2014年东易日盛家居装饰集团股份有限公司资产与负债统计 167

图表 131 2011-2014年东易日盛家居装饰集团股份有限公司盈利能力情况 167

图表 132 2011-2014年东易日盛家居装饰集团股份有限公司偿债能力情况 168

图表 133 2011-2014年东易日盛家居装饰集团股份有限公司运营能力情况 168

图表 134 2011-2014年东易日盛家居装饰集团股份有限公司成本费用统计 168

图表 135 2013北京东方雨虹防水技术股份有限公司分行业分产品主营业务收入情况 170

图表 136 2013北京东方雨虹防水技术股份有限公司业务结构情况 170

图表 137 2011-2014年北京东方雨虹防水技术股份有限公司收入与利润统计 171

图表 138 2011-2014年北京东方雨虹防水技术股份有限公司资产与负债统计 171

图表 139 2011-2014年北京东方雨虹防水技术股份有限公司盈利能力情况 171

图表 140 2011-2014年北京东方雨虹防水技术股份有限公司偿债能力情况 172

图表 141 2011-2014年北京东方雨虹防水技术股份有限公司运营能力情况 172

图表 142 2011-2014年北京东方雨虹防水技术股份有限公司成本费用统计 172

图表 143 2014年北京东方雨虹防水技术股份有限公司成本费用结构图 173

图表 144 家装消费者需求分析 176

图表 145 2014-2019年中国别墅装修市场规模预测趋势图 177

图表 146 2014-2019年中国别墅装修市场盈利规模预测趋势图 178

图表 147 重点客户管理与企业战略规划 181

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitafangchan1408/E64775AFK4.html>