

2022-2028年中国商业室内设计行业市场全景调研 及投资规划分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国商业室内设计行业市场全景调研及投资规划分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202111/984488.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2022-2028年中国商业室内设计行业市场全景调研及投资规划分析报告》共十二章。首先介绍了商业室内设计行业市场发展环境、商业室内设计整体运行态势等，接着分析了商业室内设计行业市场运行的现状，然后介绍了商业室内设计市场竞争格局。随后，报告对商业室内设计做了重点企业经营状况分析，最后分析了商业室内设计行业发展趋势与投资预测。您若想对商业室内设计产业有个系统的了解或者想投资商业室内设计行业，本报告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调研数据，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 中国商业室内设计行业界定及发展环境剖析

第一节 商业室内设计行业界定及统计说明

一、商业室内设计行业界定

（一）中国商业室内设计行业的定义

（二）商业室内设计与建筑设计

（三）商业室内设计与装饰装修

二、本行业关联国民经济行业分类

第二节 现代商业环境室内设计的探索

一、现代商业环境室内设计面临的机遇与挑战

二、现代商业环境室内设计的特征

（一）室内设计的商业性

（二）室内设计的展示性

（三）室内设计的服务性

（四）室内设计的休闲性

（五）室内设计的文化性

三、现代商业环境室内设计的发展

（一）融入现代化的设计理念和设计手段

（二）落实好具体的商业发展要求

（三）制定出具体的商业环境室内设计方案

第二章 2017-2021年中国商业室内设计行业市场环境分析

第一节 中国商业室内设计行业政策环境

一、行业监管体系

二、行业发展相关政策规划汇总及解读

三、政策环境对行业发展的影响分析

第二节 中国商业室内设计行业经济环境

一、宏观经济发展现状

二、行业发展与宏观经济相关性分析

第三节 中国商业室内设计行业社会环境

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、生态环境分析

四、城镇化进程分析

五、消费观念与习惯

第四节 中国商业室内设计行业技术环境

一、新技术与新工具在室内设计中的应用

二、室内设计技术环境发展趋势

三、技术环境对行业发展的影响分析

第三章 中国商业室内设计行业发展现状与客户开发策略

第一节 中国商业室内设计行业发展历程及市场特征

一、中国商业室内设计行业发展历程

二、中国室内设计行业经营模式

第二节 商业室内设计行业客户特征与开发管理策略分析

一、商业市场需求

（一）市场需求的概念

（二）市场需求在商业空间中的重要性

（三）以市场需求为主的商业空间设计

二、市场需求为导向的商业空间设计

（一）了解顾客需求及向混合需求的转变

（二）设计顾客体验，从顾客角度思考问题

（三）加入文化价值进行设计

第三节 商业室内设计行业需求和供给规模分析

一、商业室内设计行业需求情况

二、商业室内设计行业供给情况

第四章 商业机构空间室内环境设计对市场营销的影响及对策

第一节 商业机构空间室内环境设计概述

一、商业机构空间室内环境设计的理论概念

二、商业机构空间室内环境设计的基本特征

三、商业机构空间室内环境设计的构成要素

四、商业机构空间室内环境设计的基本要求

第二节 商业机构空间室内环境设计对市场营销的积极作用

一、优化购物环境

二、提升购物体验

三、缓解精神压力

四、促进交易达成

第三节 当前商业机构空间室内环境设计存在的问题

一、设计思想与营销目标脱离

二、设计依据与营销制度脱离

三、设计人员与营销行业脱离

四、设计方案与营销需求脱离

五、设计效果与营销效果脱离

第四节 完善商业机构空间室内环境设计的对策

一、设计理念融入市场营销目标

二、制定针对性的行业标准

三、设计人员实施市场营销培训

四、设计方案融入市场营销元素

五、设计效果中体现市场营销特色

第五章 中国商业室内设计行业竞争格局及重点区域市场分析

第一节 商业室内设计行业波竞争格局分析

一、行业现有竞争者分析

二、行业潜在进入者威胁

三、行业替代品威胁分析

四、行业供应商议价能力分析

五、行业购买者议价能力分析

第二节 中国商业室内设计行业市场格局及集中度分析

一、中国商业室内设计行业市场竞争格局

二、中国商业室内设计行业市场集中度分析

第三节 中国商业室内设计行业区域发展格局及重点区域市场解析

一、北京商业室内设计市场发展

（一）北京商业地产发展规模

（二）北京室内设计市场发展特点

二、上海商业室内设计市场发展

(一) 上海商业地产发展规模

(二) 上海室内设计市场发展特点

三、深圳市商业室内设计市场发展

(一) 深圳商业地产发展规模

(二) 深圳室内设计市场发展特点

第六章 商业室内设计主要企业分析

第一节 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业市场分布及拓展情况

五、企业战略发展趋势

第二节 深圳市杰恩创意设计股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业市场分布及拓展情况

五、企业战略发展趋势

第三节 深圳市广田装饰集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业市场分布及拓展情况

五、企业战略发展趋势

第四节 浙江亚厦装饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业市场分布及拓展情况

五、企业战略发展趋势

第五节 深圳市洪涛装饰股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

四、企业市场分布及拓展情况

五、企业战略发展趋势

第六节 大连纬图建筑设计装饰工程有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析
- 四、企业市场分布及拓展情况
- 五、企业战略发展趋势

第七节 上海全筑建筑装饰集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析
- 四、企业市场分布及拓展情况
- 五、企业战略发展趋势

第八节 广东天霸设计有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析
- 四、企业市场分布及拓展情况
- 五、企业战略发展趋势

第九节 中建一局集团装饰工程有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析
- 四、企业市场分布及拓展情况
- 五、企业战略发展趋势

第十节 深圳木呈设计有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析
- 四、企业市场分布及拓展情况
- 五、企业战略发展趋势

第七章 中国商业空间设计市场下游需求分析

第一节 商办用地市场供需状况分析

- 一、商办用地供给状况分析
- 二、商办用地需求状况分析

(一) 商业用地成交面积分析

(二) 商业用地成交价格分析

(三) 商业用地成交价格分析

三、商办用地供需平衡分析

第二节 商业地产市场新增供给与需求规模分析

一、商业地产开发投资规模分析

二、商业地产新增供给规模分析

三、商业地产市场需求规模分析

第三节 商业地产设计市场需求分析与趋势预测

一、办公空间设计的定义与特点分析

二、办公空间设计领先企业市场拓展策略分析

三、办公空间设计市场发展趋势与前景分析

(一) 发展趋势

(二) 发展前景

第八章 2022-2028年商业室内设计可持续发展趋势分析

第一节 传统装饰元素在新中式风格室内空间设计中的应用

一、传统装饰元素概述

(一) 地域性

(二) 实用性

二、传统装饰元素在新中式风格室内空间设计中的应用意义

三、传统装饰元素在新中式风格室内空间设计中的应用思路

(一) 与应用场所的主题一致

(二) 以思维意识和活动空间为载体

四、传统装饰元素在新中式风格商业室内空间设计中的应用

(一) 装饰材质的应用

(二) 装饰色彩的应用

(三) 装饰意境的应用

第二节 室内商业空间设计与可持续发展设置

一、室内商业空间设计与可持续发展设置的关系

二、室内商业空间的景观设计方法

(一) 景观设计融入空间

(二) 合理植物分布与配置

三、室内商业空间的景观设计原则

(一) 室内商业空间的美观性原则

(二) 室内商业空间的人性化原则

(三) 室内商业空间的整体性原则

(四) 室内商业空间的创造性原则

第九章 2022-2028年中国商业室内设计行业市场投资策略建议

第一节 2022-2028年中国商业室内设计行业市场前景

一、2022-2028年商业室内设计行业发展潜力评估

二、2022-2028年商业室内设计行业市场规模预测

三、商业室内设计行业建设发展趋势预判

第二节 中国商业室内设计行业投资特性

一、行业进入与退出壁垒

二、行业投资风险预警

第三节 中国商业室内设计行业投资价值与投资机会

第四节 中国商业室内设计行业投资策略与可持续发展建议

一、行业投资策略与建议

二、行业可持续发展建议

第十章 2022-2028年商业室内设计行业投资机会与风险防范

第一节 2022-2028年商业室内设计行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、室内设计行业投资机遇

第二节 2022-2028年商业室内设计行业投资前景及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十一章 商业室内设计行业投资前景研究

第一节 商业室内设计行业投资前景研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国商业室内设计品牌的战略思考

一、室内设计品牌的重要性

二、室内设计实施品牌战略的意义

三、室内设计企业品牌的现状分析

四、我国室内设计企业的品牌战略

五、室内设计品牌战略管理的策略

第三节 商业室内设计经营策略分析

一、室内设计市场细分策略

二、室内设计市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、室内设计新产品差异化战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 商业室内设计行业研究结论及建议

第二节 商业室内设计行业投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议（ZY ZS）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202111/984488.html>