

2018年中国房地产 全装修产业研究报告(简版)



全装联大数据中心



AVC 奥维云网
ALL VIEW CLOUD

广发证券
GF SECURITIES

CRC

每日免费获取报告

- 1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；
- 2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；
- 3、每周分享**经济学人**
- 4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

扫一扫二维码

关注公号

回复：**研究报告**

加入“起点财经”微信群。。



全装联《中国房地产全装修产业研究报告》

版 权 声 明

本报告版权归属全装联大数据中心(全装联、广发证券、奥维云网、世研大数据)所有，未经许可，严禁转载和复制本报告内容。

囿于有限的时间和资源，本报告未能对数千家企业做逐一拜访，结合采用抽样调研、电话采访、现场拜访等多种方式，通过专业研究机构以及大数据公司的专业力量，对全装修行业全产业链上重要房企、部品供应商以及整个产业进行了较为全面的分析，首份报告定有诸多不周全之处，欢迎广大读者对我们研究团队提出批评指正。

本报告的数据均来源于企业考察、问卷调查以及第三方机构监测，但也有部分数据取自网络公开的数据。对于参考引用的第三方数据，本报告均注明了数据来源和参考文献出处，详情见报告具体内容；没有标记出处的均来自于全装联大数据中心，如有不符合实际情况的地方欢迎与我们联系，同时，本报告内容仅供参考，不对应用后产生的任何后果负责。

《中国房地产全装修产业研究报告》出版团队

出 品：全装联大数据中心

专家顾问：高亮辉 全装联商学院专家顾问

出 品 人：陈忠莉 全联房地产商会全装修产业分会秘书长

撰写团队：刘 政 全装联副总经理、全联房地产商会全装修产业分会副秘书长

李 影 奥维云网副总裁

舍静平 奥维云网地产大数据事业部研究总监

张坤莉 奥维云网地产大数据事业部精装研究经理

赵中平 广发证券轻工行业首席分析师

汪 达 广发证券轻工行业资深分析师

付 勇 世研大数据 CEO

韦天水 世研大数据 CTO

美编排版：刘 政 全装联副总经理

目 录

第一章 中国房地产全装修产业发展历程与现状	1
一、全装修产业概述	1
二、全装修行业发展历程	5
三、2018年中国全装修行业发展环境分析	13
第二章 中国全装修市场需求分析	19
一、2018年中国全装修增长分析总述	19
二、2018年一线城市全装修增长率分析	21
三、2018年新一线城市全装修增长率分析;	26
四、2018年二线城市全装修增长率分析	28
五、2018年三、四线城市全装修增长率分析	30
第三章 全装修行业市场结构分析（略）	32
第四章 全装修行业配套部品市场结构分析	33
一、2018全装修市场配套部品规模分析	33
二、TOP20房企全装修市场重点部品配置率	33
三、TOP20房企全装修市场重点部品品牌集中度分析	37
第五章 2018年全装修产业舆情分析	38

一、消费者怎么看待全装修政策	38
二、消费者对全装修的接受度	39
三、消费者心中全装修主要配套部品排名	40
四、2018 年全装修的网络舆情分析	42
第六章 中国全装修行业发展预测分析（略）	45

图 目 录

图表 1:	全装修等级分类及得分.....	2
图表 2:	精装修分类.....	3
图表 3:	日本两代居住宅类型.....	7
图表 4:	日本长寿型住宅图.....	7
图表 5:	住宅装修历史阶段.....	8
图表 6:	房地产开发企业商品房销售额.....	9
图表 7:	房地产开发企业收入增长率.....	10
图表 8:	外出农民工年末月收入.....	11
图表 9:	中国全装修行业发展中存在的问题	11
图表 10:	城镇居民人均可支配收入增长情况	13
图表 11:	城镇人口增长与城镇化情况.....	13
图表 12:	商品房销售面积增长情况.....	14
图表 13:	商品房销售面积增长情况.....	14
图表 14:	大中城市土地供应面积.....	15
图表 15:	建筑业签订合同额增长情况.....	15
图表 16:	全装修政策及要点汇总.....	16
图表 17:	全装修政策实施时间轴线汇总.....	16
图表 18:	装配式建筑政策及要点汇总.....	17
图表 19:	长租公寓政策及要点汇总.....	18
图表 20:	长租公寓补贴政策.....	18
图表 21:	全国房地产商品房销售面积累计值	19
图表 22:	全国房地产商品房销售额累计值	19
图表 23:	2016-2018 年全装修市场规模走势	20
图表 24:	一线城市全装修项目数量.....	21
图表 25:	一线城市全装修项目规模.....	21
图表 26:	北京市房地产市场情况.....	22
图表 27:	北京全装修项目数量.....	22

图表 28: 北京全装修项目规模.....	22
图表 29: 上海市房地产市场情况.....	23
图表 30: 上海全装修项目数量.....	23
图表 31: 上海全装修项目规模.....	23
图表 32: 深圳市房地产市场情况.....	24
图表 33: 深圳全装修项目数量.....	24
图表 34: 深圳全装修项目规模.....	24
图表 35: 广州市房地产市场情况.....	25
图表 36: 广州全装修项目数量.....	25
图表 37: 广州全装修项目规模.....	25
图表 38: 新一线城市全装修项目数量.....	26
图表 39: 新一线城市全装修项目规模.....	26
图表 40: 郑州市房地产市场情况.....	27
图表 41: 郑州全装修项目数量.....	27
图表 42: 郑州全装修项目规模.....	27
图表 43: 二线城市全装修项目数量.....	28
图表 44: 二线城市全装修项目规模.....	28
图表 45: 佛山全装修项目数量.....	29
图表 46: 佛山全装修项目规模.....	29
图表 47: 成都全装修项目数量.....	29
图表 48: 成都全装修项目规模.....	29
图表 49: 三、四线城市全装修项目数量.....	30
图表 50: 三、四线城市全装修项目规模.....	30
图表 51: 惠州全装修项目数量.....	31
图表 52: 惠州全装修项目规模.....	31
图表 53: 江门全装修项目数量.....	31
图表 54: 江门全装修项目规模.....	31
图表 55: 中山市房地产市场情况.....	32
图表 56: 中山全装修项目数量.....	32

图表 57: 中山全装修项目规模.....	32
图表 58: 2017-2018 年全装修市场重点部品配置率.....	33
图表 59: 2018 年全装修 TOP20 房企市场份额	33
图表 60: 2018 年全装修市场重点部品配置率—碧桂园	34
图表 61: 2018 年全装修市场重点部品配置率—恒大	35
图表 62: 2018 年全装修市场重点部品配置率—万科	35
图表 63: 2018 年全装修市场重点部品配置率—保利地产	36
图表 64: 2018 年全装修市场重点部品配置率—融创中国	36
图表 65: TOP20 房企重点部品品牌 TOP3 及份额	37
图表 66: 全装修比例对比.....	38
图表 67: 消费者关心维度排名.....	38
图表 68: 全国重点城市新房全装修比例.....	39
图表 69: 2018 年全国全装修家装消费者年龄分布.....	40
图表 70: 2018 年重点城市消费者全装修接受度	40
图表 71: 厨卫重点部品排名.....	42
图表 72: 卫生间重点部品排名.....	42
图表 73: 配套部品品牌度排名.....	42
图表 74: 舆情趋势走势图	43
图表 75: 热门关键词词云图.....	44

第一章 中国房地产全装修产业发展历程与现状

一、全装修产业概述

1.1 全装修产业的定义及分类

在 2002 年建设部住宅产业化促进中心印发的《商品住宅装修一次到位实施细则》中，政府提出了全装修的概念。全装修住宅是装修一次到位的商品住宅，装修一次到位是指：房屋交钥匙前，所有功能空间的固定面全部铺装或粉刷完成，厨房和卫生间的基本设备全部安装完成。

全装修要求住宅内部所有功能空间全部装修一次到位，销售成品房的价格中包含装修费用，并应在商品房预售合同中单独标明装修标准。按照相关规定，住宅装修设计应该在住宅主体施工动工前进行，住宅装修与土建安装必须进行一体化设计。全装修成品房的第一责任人是房地产开发商，无论房屋本身还是装修工程存在质量问题，房地产开发商都应当负责¹。推行全装修根本目的在于：逐步取消毛坯房，直接向消费者提供全装修成品房；同时规范装修市场，促使住宅装修生产从无序走向有序；贯彻节能、节水、节材和环保方针，鼓励开发住宅装修新材料新部品，带动相关产业发展，提高效率，缩短工期，保证质量，降低造价。

作为全装修的实现方式之一，装配式建筑正在起步。装配式建筑由装配式结构系统、装配式内外护围系统和装配式内装系统组成。建筑、结构、机电和装修一体化协同设计是其基本要求。由于装配式建筑同样要求土建设计与装修设计的一体化，可以满足全装修的设计和施工要求，是全装修实现的有力载体。国家也对装配式建筑的全装修提出了要求。2016 年 9 月国务院办公厅发布的《关于大力发展装配式建筑的指导意见》要求实行装配式建筑装饰装修与主体结构、机电设备协同施工。积极推广标准化、集成化、模块化的装修模式，促进整体厨卫、轻质隔墙等材料、产品和设备管线集成化技术的应用，提高装配化装修水平。

全联房地产商会团体标准 T/CRECC02-2017《住宅全装修评价标准》于 2016 年 12 月 11 日编制组成立大会后，组织开展 8 次小讨论、4 次大讨论及 5 次项目预试评，公开征集意见于 10 月 20 日截止，将于 2019 年 1 月 1 日开始正式实施。在此标准中，拟将住宅全装修预评价和正式评价按照总得分确定星级，从低到高分为一星级、二星级、三星级、四星级、五星级 5 个星级。

¹ 全联房地产商会全装修产业分会秘书长 陈忠莉语

图表1：全装修等级分类及得分

	一星（40%）	二星（50%）	三星（60%）	四星（70%）	五星（80%）	总分
预评价	400	500	600	700	800	1000
正式评价	440	550	660	770	880	1100

来源：全装联大数据中心

1.2 精装修产业的定义及分类

精装修主要是房地产开发商基于房屋销售而推出的市场营销概念，主要是指装修的档次和规格。精装修房往往与毛坯房（初装修房）和简装修房相对。

80年代末期以前，中国装修市场以简装修为主。该阶段计划经济的福利分房在房地产市场中占主导地位。因为分房具有福利性质，室内装修标准相差不多，仅为满足入住即可使用的程度。土建和装修由承建单位一家完成，装修一般较为简单，故称为简装修。

80年代末至90年代末，随着生活水平不断提高和住房商品化，人们不再满足于福利房和一般商品房的装修，开始采购装修产品和材料，替换原有的装修面层。家庭装修市场迅速发展，装修个性化很快取代了原本的简装修。因此房地产开发商开始放弃简装修，转而直接出售毛坯房。毛坯房又称“初装修房”，此类房屋内部大多只有门框或门洞，没有门，墙面地面仅做基础处理而未做表面处理，而屋外全部外饰面，包括阳台、雨罩的外饰面按设计文件完成装修工程，公共部位、公共设施和各种管道等都按设计文件装修完成²。

90年末以后，随着毛坯房装修的弊端不断显现，一批房地产开发商开始在广州、深圳、上海、北京、南京等大城市推出精装修成品住房。同时，由于个人拥有住房产权后对通过住宅精装改善居住环境的要求日益提高，需要购买此类住房的消费者比例逐年上升，精装修房已经成为了重要的市场组成部分³。

精装修的分类没有政府文件的明确规定，下表以单个标杆房企装修标准为例，展现精装修的分类，以及主要房地产开发商的装修标准。

² 张刚. 商品住宅批量精装修关键过程管理研究[D]. 长安大学, 2016.

³ 刘东卫, 伍止超, 武振. 住宅全装修发展概况[J]. 住宅产业, 2017, (01): 17-22.

图表2：精装修分类

A.参考某标杆房企分类 案例一

项目		某标杆房企装修标准提升规划(按可售面积单方造价计算) ABC 三个标准, 投入标准 1200-1500 元;						
		450	600	800	1000	1200	1800	2400
		成功基础标准	加档次(150)	加档次(200)	加功能(200)	加功能(200)	加档次(600)	加档次(600)
装修档次	户内门	96(均价 1150 元/扇)		提升入户门 (20)		提升为入户子母门		提升入户门 (20)
	吊顶	8(埃特板,均价 60 元/m ²)		厨卫吊顶铝扣板(10)				提升吊顶(20)
	木地板	40(均价 132 元 /m ²)		木地板装饰及木套		提升木地板 (30)		提升为轻钢龙骨(30)
	墙砖	40(均价 75 元 /m ²)		入户花园、卫生间、厨房提升石材及墙地砖 (70)				
	地砖	50(均价 88 元 /m ²)	提升客厅地砖(25)				提升阳台砖(10)	
	石材	31(均价 335 元 /m ²)			增加石材套线(10)		提升石材(200)	提升石材 (200)
	涂料	33(均价 12 元 /m ²)			提升为五合一涂料 (10)		提升环保涂料 (10)	
配套功能	装饰造型	0						
	收纳	61(厨柜、洗手台柜)	提升衣柜 (50)/厨柜 (20)	小鞋柜(8) 提升衣柜及厨柜(40)	大入户柜(50)	次卧衣柜(30)	提升橱柜(40)	顶级产品 (100)
	机电及弱电	19(地漏、排气扇、开关、插座、灯具)					提升可视对讲	顶级产品 (100)
	电器设备	18(抽油烟机、炉灶)			提升为西门子三间套 (30)	西门子冰箱 (30)	大冰箱(25)/洗碗机 (15)	顶级产品 (100)
	洁具及五金	40(美标、摩恩)		提升为科勒 (20)	热水器(10)	卫洗丽(30)/提升洁具及小五金(30)		顶级产品 (100)
	空调及新风	0			分体空调 (120)/新风 (30)		提升为中央空调 (250)	
	阳露台景观	0					阳露台、入户花园、私家花园增加景观	

注：本报告将装修标准（成本价）划分为五档，包括经济型（800 元/平米以下）、中档（800-1200 元/平米）、中高档（1200-2000 元/平米）、高档（2000-3500 元/平米）、豪装（3500 元/平米以上）。

B.参考某标杆房企分类

案例二

某标杆房企标准 1000 元/平方米装修标准设计细则⁴

标准	空间	位置	装修标准设计内容
1000 装修 标准	玄关	地面	标准石材造型拼花，根据空间尺度调整比例。
		天花	吊平天花，沿墙走 80mm 高石膏线，中央装筒灯
		墙身	120mm 高皇室啡地脚线，油米黄色乳胶漆。
	客厅、餐厅	地面	120mm 高皇室啡打线，铺 800*800 米黄色抛光砖。
		天花	周边 100mm 高石膏线，内做 50mm 宽石膏平线。客厅装豪华吸顶水晶灯，餐厅装豪华水晶吊灯。
		墙身	120mm 高皇室啡地脚线。原楼板底四周做 100 高石膏线，中间 45mm 宽石膏腰线，石膏饰线以下油米黄色乳胶漆，以上油白色乳胶漆。
	走廊	地面	标准石材造型拼花，根据空间尺度调整比例。
		天花	梁底高 150mm 处做凹池，100mm 高石膏线修饰池口。根据走廊长度间隔 1200 设置筒灯。
		墙身	做 120mm 高皇室啡地脚线。墙身油米黄色乳胶漆。
	卧室	地面	铺满大美木豆复合实木地板，木地板与门槛石平行铺装。窗台石为埃及米黄石。
		天花	四周 100mm 高石膏线。中央装吸顶灯，主卧室为水晶吸顶灯。
		墙身	100 高木皮饰面地脚线，墙身油米黄色乳胶漆。飘窗台栏杆为铁艺栏杆，配实木扶手。
	衣帽间	地面	满铺大美木豆复合实木地板，木地板与门槛石平行铺装。
		天花	吊平天花，装 4'' 筒灯。
		墙身	100 高木皮饰面地脚线，墙身油米黄色乳胶漆。
	厨房	地面	满铺 300*300mm 防滑砖。
		天花	硅酸钙板叠级造型天花，配 80 高 PU 天花角线。白色嵌入式吸顶灯，预留隐形检查口。
		墙身	墙身做 150mm 高 300*150mm 墙面地脚砖，贴 300*600 墙面砖。配置吸塑橱柜，冰箱上方不做吊柜。易洁板采用 1.0 厚 304 拉丝不锈钢板。
	卫生间	地面	300*300mm 防滑砖，淋浴间及挡水石均为埃及米黄石材。
		天花	80mm 高 PU 天花角线。中央装白色吸顶灯，洗手台上方装防震石英射灯。淋浴间上方装浴霸
		墙身	做 150mm 高 300*150mm 墙面地脚砖，贴 300*600mm 墙面砖，中间 300*100mm 腰线。洗手台为皇室啡石，订做吸塑浴室柜，清镜周边为浅啡网石。
	阳台	地面	297*297mm 防滑砖。
		天花	原天花中央装白色吸顶灯。

⁴ <https://wenku.baidu.com/view/01dc4ec083d049649a665816.html>

C.全装联大数据中心观点综合说明

(将于《2018年中国全装修产业研究报告(完整版)》呈现)

1.3 全装修与精装修的关系

精装修的概念包含了全装修，全装修是符合国家特定要求的一种精装修。全装修是官方概念，而精装修是房地产开发商基于房屋销售而推出的市场营销概念，主要是指装修的档次和规格，不同房地产开发商依据自己的发展策略及市场定位，形成不同的产品标准和配置，无统一性。目前，国家正在逐步出台并完善全装修相关法律法规。但可以肯定的是，精装修必然是全装修，但全装修不一定是精装修⁵。全装修与精装修最重要的区别在于以下两点：

首先，房地产开发商责任范围不同。国家对“全装修”的概念和质量规范进行了明确界定，且相关规定还指出全装修成品房的第一责任人应该是房地产开发商，无论是房屋本身还是装修工程存在质量问题，房地产开发商都应当负责。而“精装修房”出现问题，属于房屋质量范围的，消费者要依据《购房合同》找开发精装修房屋商解决；属于装修工程质量范围的，依据《装修合同》责任主体应为装修公司。因此，从法律和质量层面，全装修成品房都更为严格。

其次，对装修过程的要求不同。全装修要求住宅装修与土建安装必须进行一体化设计，不是毛坯房和装修的简单叠加，更不能出现拆除原来简装修重新装修的情况。而精装修不受此限制，只要最终出售的住宅达到市场上的装修标准即可。

二、全装修行业发展历程

2.1 对标日本全装修行业发展情况

2.1.1 日本部品系统的历史发展

日本历史上不存在毛坯房向精装房过渡的阶段，住宅装修的发展伴随着装配式建筑发展，起步于二战后的五十年代。从部品的角度而言，大致经历了三个阶段：

第一阶段：20世纪50年代 材料工业化兴起的KJ部品制度

当时住宅产业化的焦点是恢复战争创伤，适应城市化发展，解决房荒，重点是住宅建造方式的工业化与建设效率的提高。住宅的装修刚刚进入材料工业化时代，不锈钢橱柜、铝合金窗、强化纤

⁵ 全装联秘书长陈忠莉语

维塑料浴缸等由新材料制作的部品相继被开发并在住宅建造时完成安装。其后，卫生部品、冷暖空调、燃气用具也被采用安装。1959年“公共住宅用标准部品”（即KJ部品系统）被所有公营住宅采用，包括不锈钢厨台、厨房抽风机、钢门、小型洗面器等。KJ部品的尺寸、材料只能由公团规定，可以被看作是部品的专用体系，由日本住宅公团制定生产标准、选用类型，并应用于公共住宅建设中，使得生产单一规格的部品厂商之间不存在良性竞争。

第二阶段：20世纪60年代 部品大规模发展的阶段

到60年代，日本房屋全装修已有了一定程度的发展，构配件与制品的工业化生产和商品化供应发展很快，装修部品进入了大规模开发时代。新部品普及、居住水平提高，典型代表之一是家庭浴室的普及，浴缸、浴室热水器、沐浴设备等应运而生；代表之二是铝合金窗，从1961年推出到1974年达到了87.6%的普及率。

第三阶段：20世纪70年代至今 部品通用体系BL部品制度

70年代初，日本住宅数量已得到满足，人们开始对住宅多样化产生要求，住宅从数量上的增加转向质量上的提高。70年代前通过标准设计建设的大量同质化住宅已不为市场接受。因此1974年以后，日本开始实施BL部品制度，即优良部品认证制度，只是提出了通用部件的最低标准，民间厂家可以变通地自行设计、研发符合要求的多样化适用部品。部品的规格化、标准化以及基本性能方面都得到了全面提高，后期渐渐向集成化靠拢。比如，集成式厨具将水、电、燃气等集为一体，包含了清洗、炊事、照明、排气、储物等功能，在现场只需安装和连接水、电、燃气接头。又如单元式浴室，包括地板、天花板、浴缸、沐浴设备、给排水、照明、换气空调等所有设备。BL部品制度一直沿用至今。

2.1.2 日本适老化住宅发展情况

日本是老龄化问题比较严重的国家，日本从上世纪70年代时进入老龄化社会，据日本总务省公布，日本65岁以上老人人口数量达3514万，占总人口的27.7%，高居全球第一位。因此日本的适老化住宅发展时间较早，日本的适老化住宅可以满足老年人的居住需求，适老化住宅内有许多辅助老年人进行日常活动的辅助设施，可以使他们可以照顾自己或仅依靠少量护理即可实现自理。日本的适老化住宅不仅注重传统家庭养老的习惯同时兼顾对家庭的影响。日本的适老化住宅分为以下几种类型：

A. 日本两代居住宅

日本两代居住宅在上世纪日本进入老龄化社会后开始兴起，由于受日本的传统文化影响，所以日本老年人一般会选择居家养老模式。但是不同代家庭成员之间的饮食、生活作息时间以及兴趣爱

好不同，因此两代居住宅可以同时很好地满足不同代各自的需求。所以两代居住宅在日本很受欢迎，还被形象的称为“一碗汤距离”。两代居设计非常关注老人群体，地段内所有台阶都用缓坡道替代，老人、儿童、残疾人都可方便安全地活动。两代居住宅可具体分为同居寄宿型、同居分住型、邻居和住型以及完全邻居型。

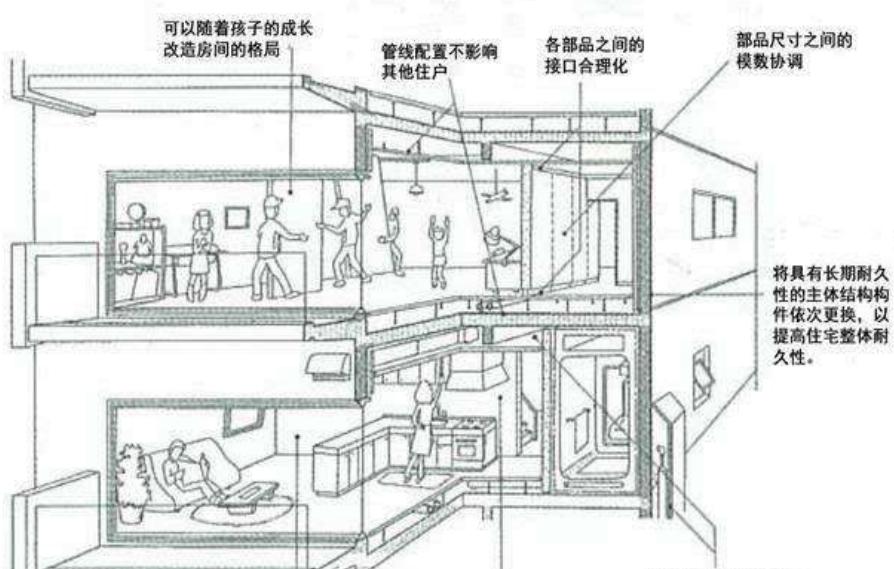
图表3：日本两代居住宅类型



B. 长寿型住宅

人的一生要经历童年、青年、老年这三个阶段，而人们对长期居住的地方怀有感情不愿频繁搬家，因此长寿型住宅便应运而生。长寿型住宅可以满足人生不同阶段的需求。长寿型住宅是在建造之时就考虑未来年老时对房屋的各种需求，提前为年老时的需求设备预留空间，这些预留空间可以在年老时用于增加如扶手等各种辅助设施。等年老时通过部分改造预留空间便可满足老年人的生活需求，使老人可以自己照顾自己。

图表4：日本长寿型住宅图



C.老年公寓

日本老年公寓是面向生活能够基本自理的老年人的租赁式集合住宅。老年住宅为老人提供居家生活以及医疗护理等服务。日本老年公寓分为公立、低费和完全自费老年公寓三种。公立老年公寓包括养护老人之家和特别养护老人之家，公立老年公寓是由政府建设运营，免费提供给家庭条件困难的老人；低费老年公寓也称老人之家，收取费用较低；完全自费老年公寓也称收费老人之家。老年人可以根据自己的经济情况选择不同的老年租赁住宅。

2.2 国内全装修发展概况

2.2.1 中国全装修行业发展历程介绍

我国的住宅装修在过去几十年间，经过了几段波折，可以大致分为以下四个阶段。

图表5：住宅装修历史阶段

阶段	时期	全装修发展
第一阶段	福利装修时期 (20世纪50年代中期至80年代末期)	在计划经济下的福利分房，既然具有“福利”性，住户没有选择的权利，只有接受的权利。室内装修的标准相差无几，但都能达到入住即可使用的程度。个别福利优越的单位还按职位等级确定不同的装修档次。这个阶段可以算作是福利装修的阶段，土建和装修是由承建单位一家完成，装修一般都较为简单。此时的住宅全装修产业与住宅建设紧密相连。
第二阶段	初装修时期 (80年代末期至90年代中期)	随着人民生活水平的提高和住宅商品化的逐步形成，人们不再满足于福利房和一般商品房的装修，开始自己动手采购产品和材料，替换已安装好的设备及装饰面层，甚至不惜代价，拆墙开洞。为此，建设部及许多地方主管部门都发布了有关文件，制定了住宅初装修的标准，起到了正确引导消费者和施工单位的作用。初装修成为这一时期的流行词汇，初装修是区别于精装修提出的室内装修概念。土建施工单位做到初装修的程度就撤出施工现场，房屋建造和装修此时开始逐渐地分离了。
第三阶段	毛坯房时期 (90年代中期至90年代末期)	初装修的标准仍然没能控制住家庭装修的浪潮，装修的个性化很快就取代了初装修。消费者奔波于各大建材市场，装修游击队占据了大部分的家装市场，房地产开发商索性全面放开，放弃了初装修的步骤。除了户门、窗、管子的安装，墙面和地面抹上底灰完毕，其他装修步骤都留给住户，此时毛坯房开始盛行。
第四阶段	全装修兴起 (90年代末期至今)	随着毛坯房装修所显现出的种种弊端及部分消费者对毛坯房装修的厌倦，90年代末，一大批具有超前意识的房地产开发商抓住市场需求的变化，在广州、深圳、上海、北京等大城市推出了全装修成品房，但是目前市场依旧以毛坯房为主导。

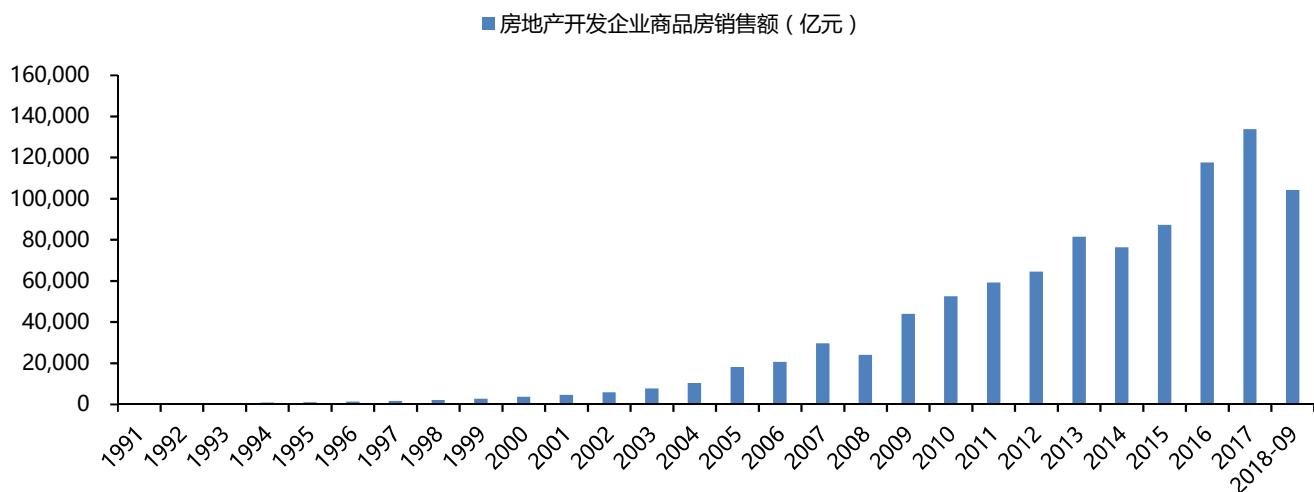
2.2.2 中国全装修行业发展阶段分析

A. 过去毛坯房占主导的原因

(1) 供给端原因：

地产行业过去 20 年发展迅速，商品房市场供不应求推动房屋单位面积均价上涨。全国房地产开发企业的经营总收入一直保持上涨势头，房地产开发商追求周转速度与扩大利润。相对于毛坯房，除了之前施工流程大致相同都是从水电改造到木具、油漆收尾，全装修住宅在交房屋钥匙前，所有功能空间的固定面全部铺装或粉刷完成，厨房和卫生间的设备全部安装完成。毛坯房更少的工序流程和更低的施工成本都和房地产开发商追求利润的目的不谋而合，中小房地产开发商也得以以较低的成本和较高的速度迅速圈地。

图表6： 房地产开发企业商品房销售额



来源：WIND

(2) 需求端原因

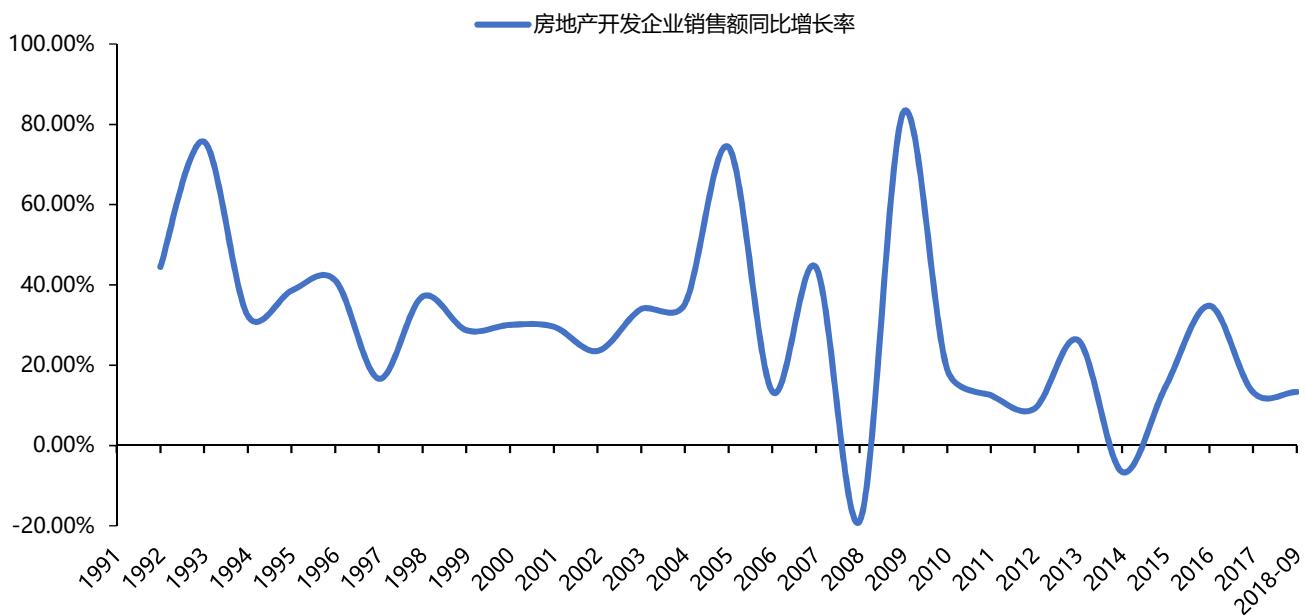
自从我国在 1991 年进行了房地产市场化改革后，房价经历了持续上涨过程，城市商品房的均价上涨速度一度超过了 12%，因此该阶段购房主要以投资性购房为主，不少人购买房产只为涨价后转手。进行个性化装修的房产压缩了市场，不如毛坯房市场广阔，因此市场对毛坯房的需求也较为旺盛。

B.全装修开始兴起的原因

(1) 房地产行业从增量市场转为存量市场

这两年来，我国的房地产行业进入了相对平稳的增长期，体现之一是房地产开发企业收入增速的下降，2014年甚至出现了负增长，市场热度下降。此外，我国的房地产行业有存在泡沫的可能性，两个信号可以体现，一个是房地产投资额占GDP比重过高，二是房价收入比过高。

图表7： 房地产开发企业收入增长率



来源：WIND

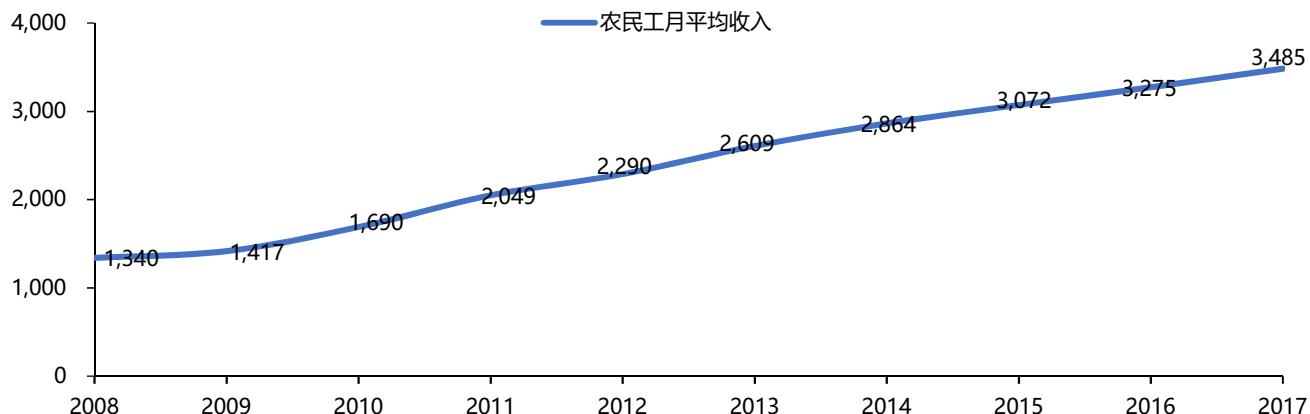
(2) 装配式建筑发展

目前我国已经有31个省市出台了装配式建筑相关的指导意见和配套措施，而装配式建筑的要点是土建装修不分离，从国外的经验来看装配式住宅基本上都是一次到位的全装修成品房，室内装修设计从属于建筑设计范围。装配式建筑的推广必将带动全装修的普及。

(3) 劳动力成本上升

毛坯房的自主装修中农民工占较大比重，而我国农民工人数增速也在2010年达到顶点，之后快速下跌，并且新生代农民工占比提升，两个因素同时导致平均用工成本的上升。全装修由房地产开发商或其外包的装修公司负责，达到规模经济后可以降低用工成本。

图表8：外出农民工年末月收入



来源：中华人民共和国人力资源和社会保障部

(4) 绿色环保理念的推广

以家庭或个人为单位对毛坯房施行自主装修往往伴随着粗放的特征，装修周期长、效率低，装修过程中产生建材垃圾和噪音污染，装修完毕后住户一般还需等待数月后才入住，整个装修过程对于时间、资源的使用存在浪费。近几年国内能源与资源不足的矛盾愈发突出，生态建设和环境保护的形式日益严峻，自主装修已经不符合当下的新常态。与毛坯房相比，因批量施工，全装修成品房的成本会明显降低，质量有保证，而且污染和浪费大大减少，更符合健康、安全和环保的要求。

2.3.3 中国全装修行业发展中存在的问题

我国的全装修行业目前存在的不同程度的问题：国家及地方政策执行不力、消费者信任不足、房屋质量难控、行业标准缺失、个性化需求矛盾、土建与装修脱节、设计管理空白、规模化供应能力不足等。

图表9：中国全装修行业发展中存在的问题

序号	问题	问题释义
1	国家及地方政策执行不力	首先，市场引导方向的政策有待加强。一方面，住宅装修项目繁多、工序复杂、管理难度大、延长开发周期。同时，建设全装修住宅会增加房地产开发商售后质量责任，产生额外的维护保修费用。另一方面，国家和地方层面缺乏强制性推进政策，一些“点式”激励政策不足以激发房地产开发商的积极性。而且多数情况下商品房不做全装修并未影响其销售。因此，开发商在面对开发周期延长、管理难度提升、责任范围增大和市场接受程度不确定等问题时，开发全装修住宅积极性不足，激励引导机制亟待建立。《实施导则》等文件明确规定房地产开发商为全装修成品房的第一责任人，但规定比较笼统。如住宅内设备保修问题，按照产品质量法的规定，设备保修期从出售之日起计算，而全装修成品房保修期是从交房之日起计算。

2	消费者信任不足	消费者对全装修住宅信任度偏低。一方面，毛坯房仍然是住宅市场主流交房模式。消费者多直接与装修公司签订装修合同，进行个性化装修。“点对点”、“人盯人”的监督模式在一定程度上让消费者自我感觉能确保装修质量可控。而全装修住宅，由于材料部品采购过程不透明，装修施工过程监督不能保证，装修监理规范程度不够，直接影响了消费者的信任度。
3	房屋质量 难控	全装修的房屋存在质量隐患。一是装修材料采购环节存在质量隐患，由于监管不严，劣质建材极易混进装修市场，被房地产开发商和装修企业用于全装修住宅，造成质量隐患。由于装修材料的采购、进场验收规范标准尚不健全，部分房地产开发商或装修施工企业为降低成本，采购劣质建材，以次充好的现象时有发生。二是施工过程存在质量隐患。装修从业人员素质偏低，极易导致装修工程存在质量隐患。由于实际工程案例中确实存在全装修住宅质量良莠不齐，使得消费者二次装修的情况屡见不鲜，反而造成浪费与污染。
4	行业标准 缺失	行业内的国家标准或规范虽然多，但是严重滞后，甚至空白，起作用的标准与规范太少，而且大多数行业标准不能与时俱进、细节不够详细，强制力也不够。标准图集与现实严重不符，构造做法及国标图集的40%~50%都不能在现实中使用，但设计和招投标依旧沿用这些做法，结果造成现场管理混乱。
5	个性化需 求矛盾	目前大多数提供全装修的房地产开发商提供的装修样式，无论是从房屋布局结构，还是材料部件，为简化管理，一般会提供几种设计风格，但在根本上无法满足毛坯房时代以来消费者一惯有的个性化装修的需求，市场需求方面存在矛盾。
6	土建与装 修脱节	住宅土建主体工程与装饰装修工程应是不可分割的整体，但当前住宅全装修市场存在“三个脱节”。一是设计脱节，土建设计与装饰装修设计由不同单位完成，且未进行有效整合，造成土建的墙体布局、水电管线等不能满足装修的需要。二是施工脱节，土建与装修施工由不同的单位完成，工序间的交接存在漏洞，装修施工过程中容易破坏土建工序中的隐蔽工程，带来质量隐患。三是管理脱节，一些全装修项目，由不同的施工监理单位对土建与装修进行分别监理，房地产开发商的分管人员也有所不同，造成管理前后不连贯。
7	设计管理 空白	设计管理应该是从装修材料到进场检验、供应、采购、施工和验收的全过程质量控制。但对于目前一些的大型高档精装修房，全过程的把关较难，无法全过程质量控制。
8	规模化供 应能力不 足	全装修住宅开发项目对装修由设计到施工全过程都有明确要求，装修设计要与建筑设计协调，装修施工企业要同时承担几十套、上百套住宅的装修任务，且要保证一致性，这对装修公司的项目管理能力和运作经验提出了非常高的要求。目前，绝大部分部品还没有达到模数化、系列化、规模化生产的要求。全装修工程需要大批量、短期内集中供应各种配套的装修材料及设备，且必须价格适宜，才能满足全装修工程的质量、进度要求。现行的装修材料供应模式较难满足大规模全装修工程的需求。

问题及解决方向

全联房地产商会全装修产业分会基于供给侧结构性改革及美好生活追求下消费升级带来的全装修/精装修成品房发展趋势和顽疾通病的大量存在，通过全装联绿色创新基金、《住宅全装修评价标准》、《中国房地产全装修产业研究报告》、全装联商学院专业培训、【精装中国】标杆行、【绿厦行动】全装修品质万里行、国内外游学考察等一系列服务，整合行业优质资源，凝聚行业有识之士，推动行业走绿色、舒适、健康发展之路！

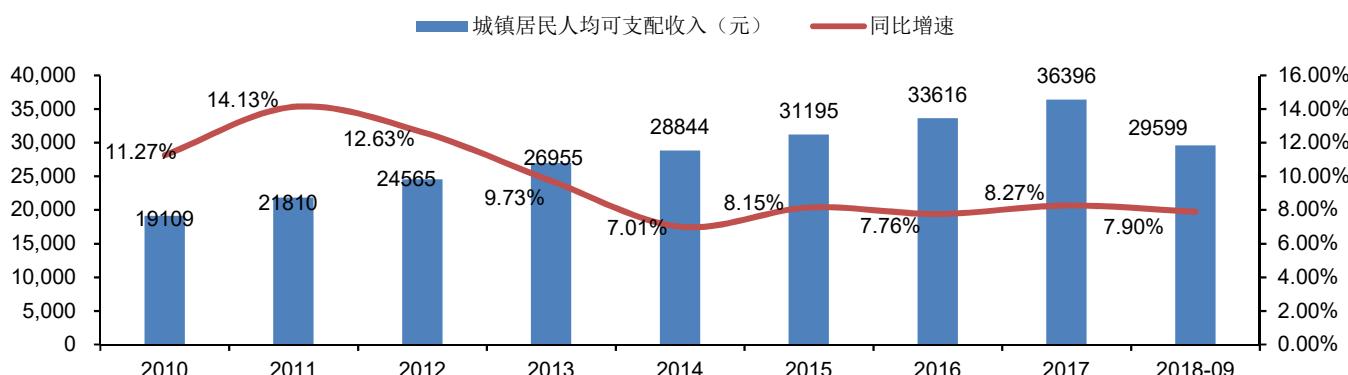
三、2018年中国全装修行业发展环境分析

3.1 宏观经济政策环境

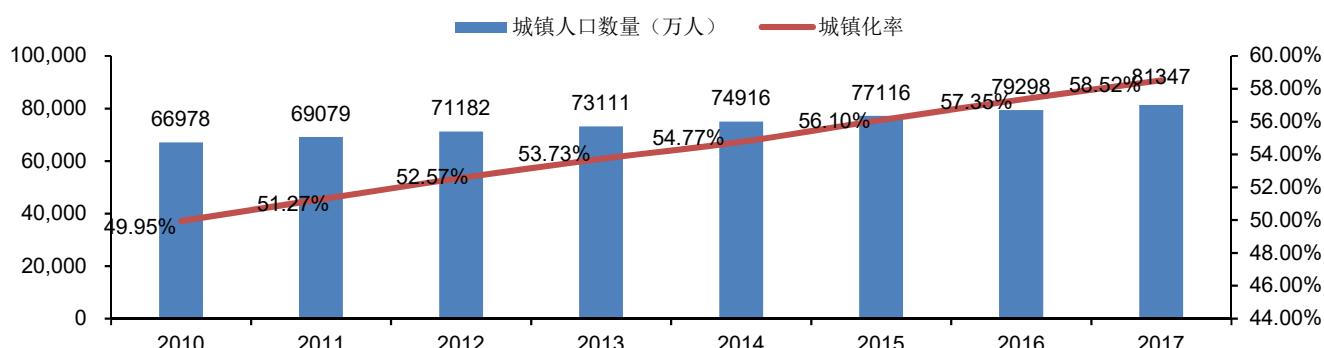
全装修行业与房地产行业密切相关，房地产行业的增速与结构调整都会对全装修产生重要影响。因此，分析全装修行业的发展环境，需要考虑影响房地产行业的政治经济因素。

从经济指标来看，城市化率稳步提升，对整个装修市场的容量增长具有促进作用。城镇居民可支配收入持续平稳增长，使得购买力具有一定保障。

图表10：城镇居民人均可支配收入增长情况



图表11：城镇人口增长与城镇化情况



数据来源：Wind、国家统计局

在政策方面，一线城市控价与二三线城市去产能同步进行。北上广深等一线城市限购、限贷政策越发严格。房价的高涨推动了土地面积的供给，但是房地产销售面积整体下降。另一方面，公积金借款利率第5次下调，期限在五年以下的公积金借款，利率为2.75%；期限在五年以上的公积金借款利率为3.25%。为了鼓励农民工进城买房，各地也陆续出台了各种农民工进城买房的补助方针。在强力的去产能政策影响下，房地产库存持续降低。

图表12：商品房销售面积增长情况



图表13：商品房销售面积增长情况



数据来源: Wind、国家统计局

在房地产结构方面，政府租售同权的政策得到了进一步推进。2016年6月国务院办公厅发布了《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》，规定非户籍人口可以按照规定享受基本的公共服务，引导城镇居民通过租赁解决居住问题。2017年5月，住建部发布了《住房租赁市场和销售管理条例》，进一步规定了承租人可享受的基本公共服务，并鼓励三年以上长租。随后，将广州、深圳、杭州等12个城市列为首批租赁试点。目前中国租赁市场的机构渗透率仅为2%，远低于发达国家。

家 35% 的比例，有着巨大的发展空间。预测到 2020 年，长租公寓达到 1000 万间。房地产结构的改变会对装修市场产生巨大影响，由于小户型和集中式的特点，长租公寓非常适合全装修。同时考虑用于出售和出租的房地产，整体土地供应和建筑速度有所上升，对装修行业的发展是有力的支持。

图表14：大中城市土地供应面积



图表15：建筑业签订合同额增长情况



数据来源：Wind、国家统计局

3.2 全装修行业政策环境概述

2013 年国务院办公厅印发《关于转发发展改革委、住房城乡建设部绿色建筑行动方案的通知》，提出“积极推行住宅全装修，鼓励新建住宅一次装修到位或菜单式装修，促进个性化装修和产业化装修相统一”。从国务院的角度明确了要积极推行住宅全装修工作。2016 年住建部发布《住宅室内装饰装修工程质量验收规范》为全装修住宅的健康发展提供了技术规则和保障。同时住建厅又印发了《关于推进住宅全装修工作的意见》，从加强住宅全装修项目管理、住宅产业化基地建设、相关

政策支持等方面提出了具体要求。2017 年发布的《建筑业发展十三五规划》中提出到 2020 年，城镇绿色建筑占新建建筑比重达到 50%，新开工全装修成品住宅面积达到 30%。

作为全装修的重要实现方式，装配式建筑也受到了大量政策鼓励。2016 年发布的《国务院办公厅关于大力发展装配式建筑的指导意见》要求加大对装配式建筑的支持力度。2017 年 2 月的《国务院办公厅关于促进建筑业持续健康发展的意见》提出力争用 10 年左右的时间，使装配式建筑占新建建筑面积的比例达到 30%。2017 年 3 月，住建部一次性印发《“十三五”装配式建筑行动方案》、《装配式建筑示范城市管理办法》和《装配式建筑产业基地管理办法》三大文件。文件提出到 2020 年全国装配式建筑占新建建筑的比例达到 15%以上，培育 50 个以上装配式建筑示范城市，200 个以上装配式建筑产业基地，500 个以上装配式建筑示范工程，建设 30 个以上装配式建筑科技创新基地。为了响应国家政策和推进住宅全装修，诸多省市也出台了相关政策。

3.2.1 全国各省（市）全装修政策及要点汇总

各个省（市）的政策文件都对本省（市）的全装修比率提出了目标和要求并设立了未来 5-10 年的阶段政策目标，并从税收优惠、减免相关费用等方面鼓励全装修的发展。例如北京市提出市保障房全面推行全装修；上海明确了到 2020 年新建商品房全装修率外环线以内应达到 100% 的阶段性目标；2017 年 8 月河南发布文件规定房地产开发商开发成品住宅发生实际装修成本可按规定在税前扣除。成品住宅项目建筑废弃物处置费，可由地方予以减免。以下是分省（市）的政策文件汇总：

图表16：全装修政策及要点汇总

（将于《2018 年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现）

3.2.2 全装修政策实施时间轴线

图表17：全装修政策实施时间轴线汇总

（将于《2018 年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现）

3.2.3 各地全装修政策解读

不少业内人士认为，全装修顺应了市场潮流的发展，不但是住宅产业化成熟的标志之一，也是我国商品住宅发展的大趋势，将会带来消费者、房地产开发商和政府管理部门等的多赢局面。各省市为推进全装修以及鼓励房地产企业提高全装修商品房的供应比例陆续出台了相关政策文件。以下是部分省份政策解读：

浙江政策最鼓励定制精装

浙江省《关于加快推进住宅全装修工作的指导意见》提出实施菜单式装修。要求住宅全装修要实行菜单式装修和个性化服务相结合。《指导意见》还明确指出交付后消费者不得擅自拆除和破坏相关装修设施。这就要求装修的品质不能过低，且不能实施房地产开发商总包的“千家一面”式的精装修。这是对定制精装最明确的政策鼓励，兼具个性化和实用性的定制精装必然在浙江市场大有作为。

山东政策最有利于装饰企业

《山东省房地产业转型升级实施方案》明确指出2018年新建高层、小高层住宅淘汰毛坯房。对全装修商品住宅，在销售时实行毛坯房和装修分别计价、分别开发票和分别纳税。这项政策很明显是在鼓励房地产开发商与装饰企业合作，房地产开发商负责毛坯交房，装修企业负责精装交付。表面上看是为了解决精装修的售后保障问题，实际上也从某些方面鼓励了定制精装的发展。

河南选择先在郑州试点

2016年印发的《关于加强城市规划建设管理工作的意见》规定到2020年全省新建商品住宅基本实现无毛坯房。郑州航空港经济综合实验区、郑东新区从2016年起新开工商品住宅全部执行成品房标准。河南省先拿航空港区和郑东新区两个区域试点，预计将来会出台更加详细的全装修政策文件，先实现软着陆，再谋求规范化。

四川省要求完善标准体系

《关于推进建筑产业现代化发展的指导意见》指出，到2020年全省基本形成适应建筑产业现代化的市场机制和发展环境。加快制订和完善装配式建筑设计、装配式施工等地方标准，修订计价定额、用工定额。建立部品构件与建筑结构相统一的模数协调系统，研发相配套的计算软件，实现建筑部品的标准化和通用化，尽快形成先进适用的技术标准体系。

3.3 全国各省(市)装配式建筑政策及要点汇总

装配式建筑是全装修的重要实现方式，随着各地陆续推出推进全装修发展的政策，装配式建筑的政策也随之陆续出台。北京市提出到2020年装配式建筑占新建面积比例达30%；深圳、青海、湖南以及吉林等省市对装配式建筑给予面积计算奖励；北京、陕西、福建、江西以及甘肃等省市对于符合条件的企业税收优惠政策；湖南、贵州和云南提出要发展建立装配式建筑产业集群。以下是分省（市）的政策文件汇总：

图表18： 装配式建筑政策及要点汇总

(将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

作为全装修实现的具体形式，各省市出台各项优惠政策促进本省市地区的装配式建筑产业发展，同时各省市关于装配式建筑的相关政策对于房地产开发企业的装配式建筑项目的各项补贴优惠政策更加实际具体。这些政策将会有力地推动装配式建筑在全国的推广与发展。

3.4 全国各省(市)长租公寓政策及要点汇总

近年来政府租售同权的政策得到了进一步推进。2016年国务院发布《关于加快培育和发展住房租赁市场的若干意见》引导城镇居民通过租赁解决居住问题。2017年住建部发布《住房租赁市场和销售管理条例》，鼓励三年以上长租。随后将广州、深圳等12个城市列为首批租赁试点。所以未来长租公寓市场有着巨大的发展空间。以下是全国各省(市)长租公寓政策及要点汇总：

图表19： 长租公寓政策及要点汇总

(将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

长租公寓规模的扩大符合广大尚无力消费者的租房需求，同时长租公寓发展也是推进租购并举住房制度发展的重要组成部分，随着近年国家抑制炒房投机行为调控房地产政策的不断出台，各地也相继推出长租公寓相关政策促进长租公寓发展，长租公寓在政策支持下，发展速度会越来越快，长租公寓市场也会随之不断扩大。

长租公寓补贴政策：

为了响应国家对长租公寓市场的支持，多个城市也出台相应的政策文件。北京和上海市提出加大对金融机构对住房租赁企业的支持力度；广州市政府发布政策提出加大住房公积金的支持力度、落实税收优惠以及打造现代租赁产业总部经济等措施；深圳市政府提出提高货币补贴的比例；杭州市政府将安排1亿元资金用于奖励扶持住房租赁行业中的优秀企业。

下表是各城市政策及要点汇总：

图表20： 长租公寓补贴政策

(将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

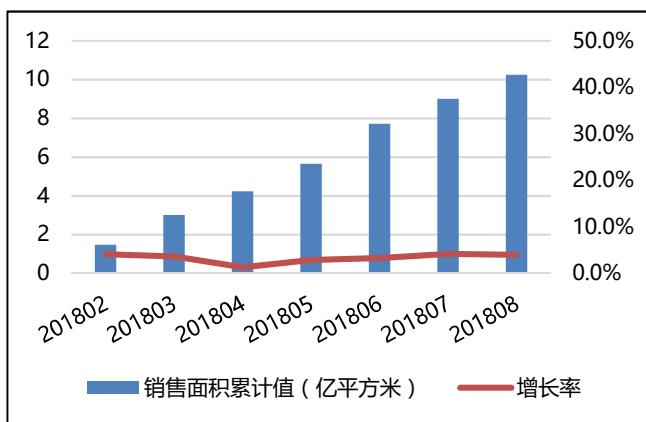
目前出台长租公寓补贴政策的城市数量不多，长租公寓补贴政策尚处于探索阶段。补贴政策主要针对房地产开发企业，对于长租公寓租房者的补贴以及租房相关权益方面的政策较少，未来长租公寓补贴政策将会更加成熟完善。随着国家推进租购并举的住房政策，未来将会有更多的城市推出补贴政策，长租公寓补贴政策的陆续推出将会进一步增加长租公寓的市场规模，同时长租公寓全装修市场规模也会随之扩大。

第二章 中国全装修市场需求分析

一、2018年中国全装修增长分析总述

在“住房不炒”的精神指引下，2018年整体房地产市场增速放缓，房地产行业再度进入稳定发展期。根据国家统计局公布数据显示，2018年1-8月，全国房地产开发投资76519亿元，同比增长10.1%。从销售情况来看，2018年以来商品房销售面积及销售额同比增幅持续收窄，1-8月商品房销售面面积累计102473.53万平方米，同比增长4%；累计销售额89396.01亿元，同比增长14.5%。整体看来，2018年房地产政策效用凸显，行业将会在平稳中度过。

图表21：全国房地产商品房销售面积累计值



图表22：全国房地产商品房销售额累计值

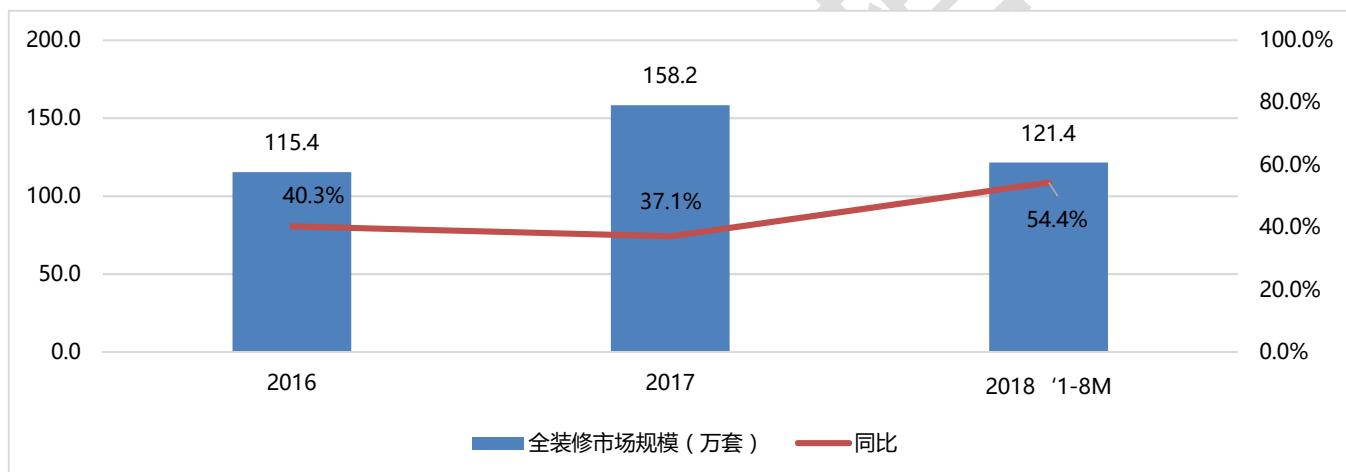


来源：国家统计局

随着全国多个省市地区政府全装修政策的不断出台，房地产全装修市场逐渐进入平稳有序发展阶段。装修行业其实是“大行业、小企业”，经过近30年的快速发展，我国建筑装饰行业已经逐渐走向成熟。但是企业规模小、地区分散，不能够形成整个行业的合力。因此，在满足人们日益变化的需求方面还是有很多的欠缺。在当前政策及市场环境下，全装修市场已然成为房地产下游产业的新蓝海。2013年开始，各大行业仍然在经济寒冬中匍匐前行，装修界新闻不断热闹非凡，中国全装修市场开始规模呈现增势，之后的两年时间，由于在节能环保等方面的优势，再加上城镇化推进、消费升级等原因，全装修产业化获得了国家的大力扶持，市场发展较快。而相比之下，单个客户家装市场受到挤压，成为家居企业趋向精装市场重要原因。全装修是未来家装市场的发展方向，无论与房地产开发商合作、还是面对普通住宅用户，部品企业已经将视线瞄向了这块“蛋糕”。2015年开始房地产市场出现巨大库存压力，对于中国的楼市而言，是风云变幻的一年，中国房地产业在“冷暖交织”中继续探索、转型。总体来看，2015年全国房地产市场整体延续此前的调整回落态势，投资增速持续下滑，新开工和土地购置意愿较低，但在政府一系列刺激政策的带动下，房屋销售形势

有所好转。之后国家积极消除房地产库存压力，房地产市场红利政策大量释放，去库存措施见效，但市场规模推动房价上涨，2017年，中共中央提出“房子是用来住的，不是用来炒的”，大力打压房价，让房地产市场找到居住属性，回归理性。累计年内，全国发布各类房地产调控政策已经超过210次，房地产市场波澜起伏。从全装修市场来看，经过2013年、2014年的激增后，2015年新盘释放缓慢，去库存成为趋势，2016年去库存得到见效，市场得到有效释放，全装修市场规模也同样快速增长，全年全国全装修新开盘项目数量1356个，规模115.4万套，同比增长40.3%。2017年以来，为了抑制增长过快的房价，房地产市场政策不断出台，各地政府不断加码，房地产逐渐平稳发展，但受全装修政策的推动，全装修市场仍然取得了不错的成绩，全年全国全装修新开盘数量1587个，规模158.2万套，同比增长37.1%。到了2018年，各地全装修政策的陆续实施，全装修市场有了较快的增长，1-8月全国全装修新开盘数量1260个，规模121.4万套，同比增长54.4%。

图表23：2016-2018年全装修市场规模走势



来源：全装联大数据中心

虽然全国多个城市推行全装修政策实施，但每个城市的进程不一致，从总体市场来看，一线城市全装修政策出台较早，市场覆盖率较高，目前全装修比例基本实现100%全装修交付，二线城市目前已经成为全装修市场的主力市场，规模最大，另外三、四线城市及其他沿海旅游地区县级市也逐渐加入全装修的队伍，二、三、四线城市逐渐成为全装修市场的主力区域。目前，全国全装修市场渗透率已达23%以上，全国推出全装修项目的城市已经超过210个，2018年全装修项目新增城市26个，从这些数据来看，未来一、二线城市发展全装修市场的趋势已成定局，三、四线城市增长趋势凸显，未来可期。

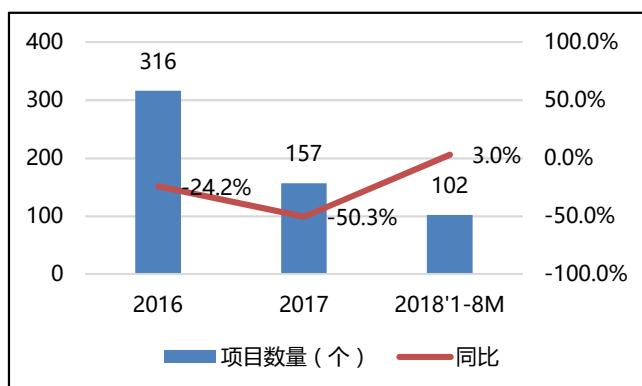
二、2018年一线城市全装修增长率分析

2.1 一线城市全装修总体市场增长率分析

在经济发展、人口各方面远高于其他城市的北京、上海、深圳、广州等一线城市，房价一直是各省市的风向标，2017年以来全国大多数城市政策调控严苛，在严厉的限购限贷政策作用下，一线城市房价上涨得到了抑制。2018年政策依旧严苛，一线城市房地产市场进入低迷期。

在一线城市，全装修基本已经完全渗透，2018年全装修市场规模小幅增长，1-8月新开盘项目数量102个，同比增长3.0%，项目规模7.3万套，同比增长10.7%。

图表24：一线城市全装修项目数量



图表25：一线城市全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

2.2 一线城市单个城市增长率分析

A. 北京

2018 年北京商品房销售面积增速逐月同比下降，楼市成交全面萎缩。1-8 月北京市房地产开发投资 2115 亿元，同比下降 4.6%；商品房施工面积同比增长 4.5%，其中住宅施工面积同比增长 9.1%；商品房竣工面积同比下降 18.7%，其中住宅竣工面积下降 14.0%；商品房销售面积下同比降 32.8%，其中住宅销售面积同比下降 22.7%。

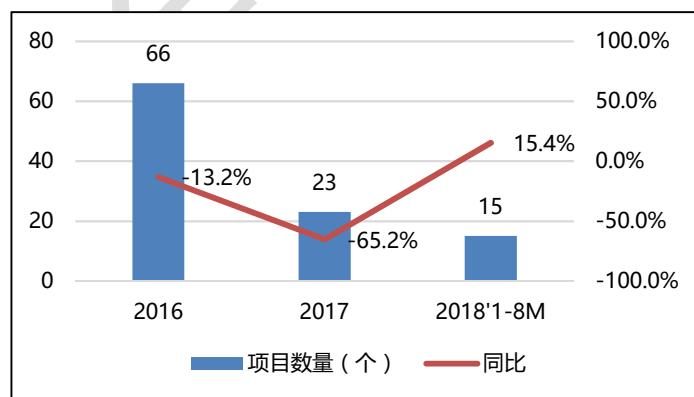
图表26：北京市房地产市场情况

项目	2018年1-8月	同比
房地产开发投资额（亿元）	2115	-4.6%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）施工面积（万平方米）	11844.5	4.5%
商品住宅施工面积（万平方米）	5268.9	9.1%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）新开工面积（万平方米）	1200.8	-3.7%
商品住宅新开工面积（万平方米）	657.7	18.3%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）竣工面积（万平方米）	487.8	-18.7%
商品住宅竣工面积（万平方米）	221.6	-14.0%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）销售面积（万平方米）	354.2	-32.8%
商品住宅销售面积（万平方米）	266.3	-22.7%

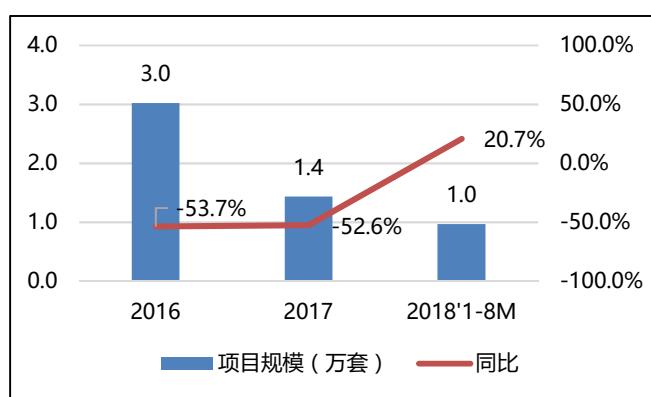
数据来源：北京市统计局

受 2017 年全装修市场严重低迷影响，2018 年在整体房地产市场下滑的大环境下，1-8 月北京全装修市场规模有小幅度增长。2018 年 1-8 月全装修工程市场新开盘项目数量 15 个，同比增长 15.4%，项目规模 1.0 万套，同比增长 20.7%。

图表27：北京全装修项目数量



图表28：北京全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

B.上海

“房住不炒”和“因城施策”方略已见成效，“金九银十”上海楼市出现“哑火”，国庆长假假期，从上海到杭州、合肥等城，出现了一波楼盘大幅降价优惠的小高潮。2018年1-8月上海房地产开发投资2491.14亿元，比去年同期增长5.3%；商品房施工面积同比下降4.7%，其中住宅施工同比下降6.3%；商品房新开工面积同比持平，其中住宅新开工面积同比增长3.3%；商品房竣工面积同比下降0.1%，其中住宅竣工面积同比增长7.8%；商品房销售面积同比下降3.0%，其中住宅销售面积同比下降3.5%。

图表29：上海市房地产市场情况

项目	2018年1-8月	同比
房地产开发投资额（亿元）	2491.14	5.3%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）施工面积（万平方米）	13540.72	-4.7%
商品住宅施工面积（万平方米）	6927.29	-6.3%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）新开工面积（万平方米）	1642.54	0.0%
商品住宅新开工面积（万平方米）	913.93	3.3%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）竣工面积（万平方米）	2049.48	-0.1%
商品住宅竣工面积（万平方米）	1192.85	7.8%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）销售面积（万平方米）	1105.93	-3.0%
商品住宅销售面积（万平方米）	893.39	-3.5%

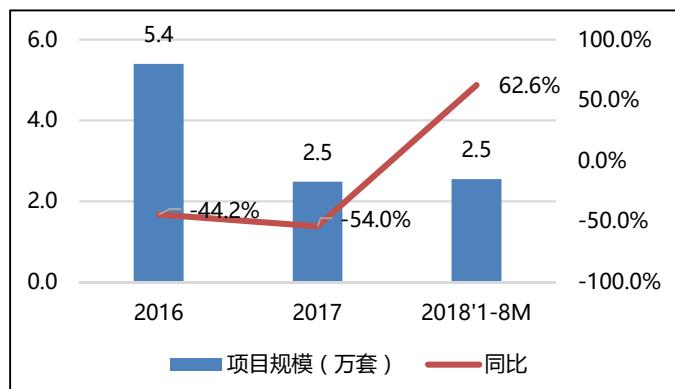
数据来源：上海市统计局

近期以来，沪上多个项目通过降价促销、“买房送车”等活动吸引消费者，不过即使房地产开发商抛出优惠橄榄枝，仍难掩市场逐渐高位回落的趋势，相继出现的大幅打折楼盘，加重了消费者的观望情绪，楼市去化压力会越来越明显，楼盘的降价压力也会越来越大。然而对于全装修市场而言，经过2017年上半年断崖式下跌及2017年下半年的逐渐缓和，2018年市场缓慢复苏。2018年1-8月上海全装修新开盘项目数量40个，同比增长42.9%，项目规模2.5万套，同比增长62.6%。

图表30：上海全装修项目数量



图表31：上海全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

C.深圳

深圳楼市的“金九”也并未出现，楼市疲软，市场观望情绪浓厚。2018年1-7月深圳房地产开发投资1325.9亿元，比去年同期增长16.9%；商品房施工面积同比增长12.7%，其中住宅施工面积同比增长7.7%；商品房竣工面积同比下降31.1%，其中住宅竣工面积同比下降47.0%；商品房销售面积同比增长15.1%。

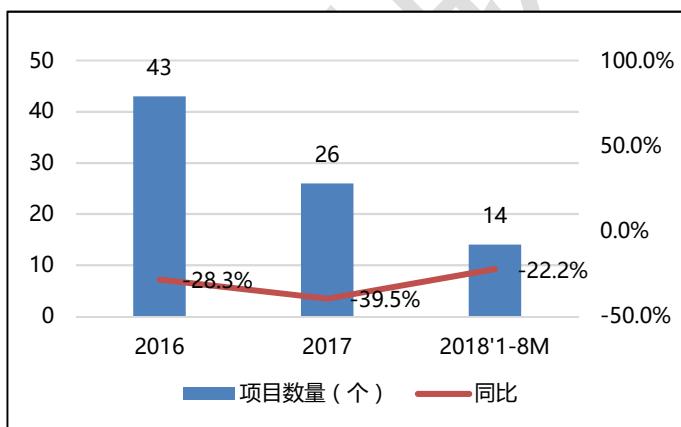
图表32：深圳市房地产市场情况

项目	2018年1-7月	同比
房地产开发投资额（亿元）	1325.9	16.9%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）施工面积（万平方米）	7170.41	12.7%
商品住宅施工面积（万平方米）	3094.41	7.7%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）竣工面积（万平方米）	169.17	-31.1%
商品住宅竣工面积（万平方米）	77.95	-47.0%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）销售面积（万平方米）	385.52	15.1%

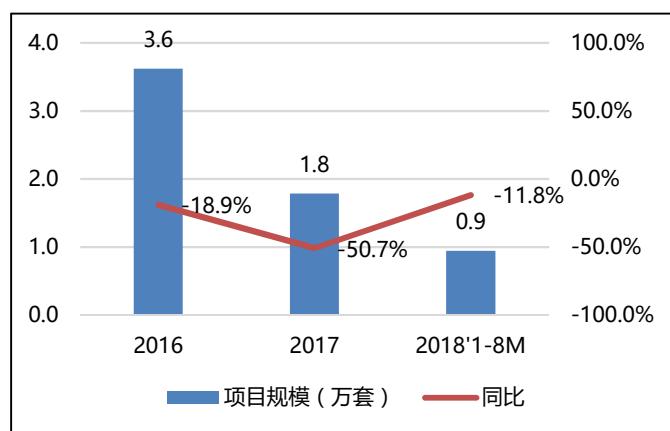
数据来源：深圳市统计局

深圳全装修市场也受到冲击，2018年1-8月全装修新开盘项目数量14个，同比下降22.2%，项目规模0.9万套，同比下降11.8%。

图表33：深圳全装修项目数量



图表34：深圳全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

D 广州

广州楼市降温，2018年1-8月广州市房地产开发投资比去年同期增长8.0%；商品房施工面积同比增长2.0%，其中住宅同比降低0.3%；商品房竣工面积同比增长23.9%，其中住宅同比增长17.3%；商品房销售面积同比降低27.1%。

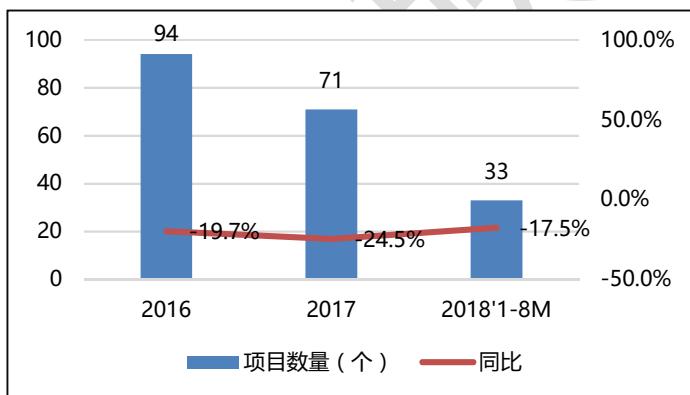
图表35：广州市房地产市场情况

项目	2018年1-8月	同比
房地产开发投资额（亿元）	--	8.0%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）施工面积（万平方米）	10158.29	2.0%
商品住宅施工面积（万平方米）	6005.2	-0.3%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）竣工面积（万平方米）	617.32	23.9%
商品住宅竣工面积（万平方米）	351.11	17.3%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）销售面积（万平方米）	754.23	-27.1%

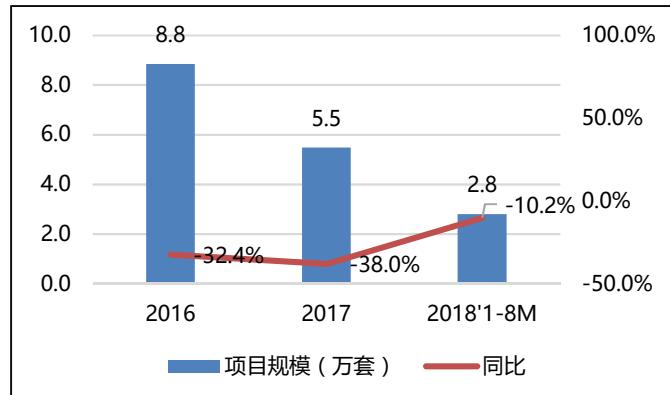
数据来源：广州市统计局

广州全装修市场规模同比小幅度下降，2018年1-8月新开盘项目数量33个，同比下降17.5%，项目规模2.8万套，同比下降10.2%。

图表36：广州全装修项目数量



图表37：广州全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

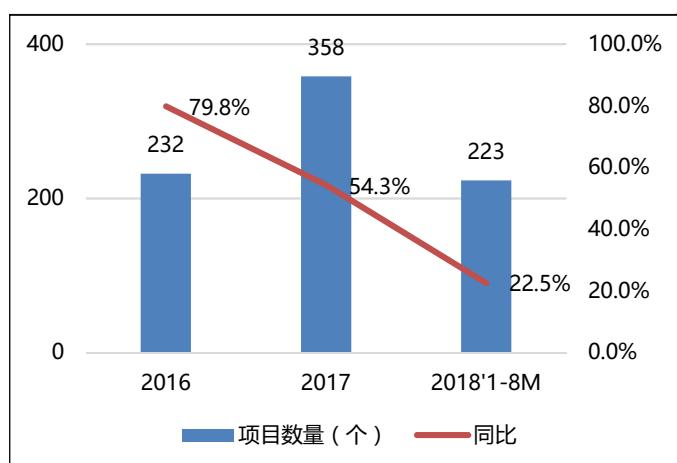
三、2018年新一线城市全装修增长率分析；

3.1 新一线城市全装修总体市场增长率分析

新一线城市拥有雄厚的经济基础、庞大的中产阶层人群以及便利的交通条件，近年来，新一线城市的落户人口越来越多，房地产市场的发展也越来越快。一方面，经济的提升和人口的增多加速了房地产市场的发展；另一方面，宏观政策的调控也促进了房地产市场的健康稳定发展。新一线城市制度愈加完善，发展较为迅速，未来可塑性很强。

在全装修市场，新一线城市的份额一直在20%左右徘徊。据统计，2016年新一线城市全装修市场规模占全国市场的18.5%，2017占全国市场的21.9%，2018年1-8月占全国市场的17.0%，同比下降3.6个百分点。2018年1-8月新一线城市全装修市场新开盘项目个数223个，同比增长22.5%，项目规模20.7万套，同比增长27.5%。

图表38：新一线城市全装修项目数量



图表39：新一线城市全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

3.2 新一线城市单个城市增长率分析

A. 郑州

近年来郑州房地产行业发展迅速，房地产的发展同时带动了当地经济发展，2017年郑州跻身新一线城市行列。受政策影响，2017年房地产市场逐渐趋于平稳，2018年房地产开发投资增速逐渐放缓。2018年1-8月，郑州房地产开发投资额同比增长2.5%；商品房施工面积同比增长15.0%，其中住宅施工面积同比增长16.7%；商品房新开工面积同比下降24.5%，其中住宅新开工面积同比下降21.7%；房地产开发竣工面积同比增长32.0%，其中住宅竣工面积同比增长43.4%。

图表40：郑州市房地产市场情况

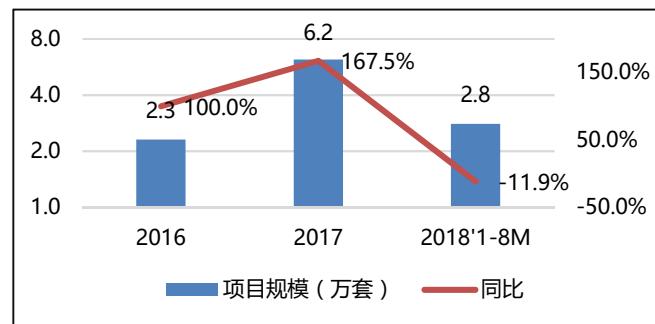
项目	2018年1-8月	同比
房地产开发投资额（亿元）	--	2.5%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）施工面积（万平方米）	16508.17	15.0%
商品住宅施工面积（万平方米）	11315.51	16.7%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）新开工面积（万平方米）	2601.94	-24.5%
商品住宅新开工面积（万平方米）	1843.49	-21.7%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）竣工面积（万平方米）	536.26	32.0%
商品住宅竣工面积（万平方米）	383.8	43.4%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）销售面积（万平方米）	1886.31	17.3%
商品住宅销售面积（万平方米）	1662.13	19.7%

河南省住建厅在2017年8月发布文件要求，2018年1月1日起全省所有市、县新开工建设商品住宅，全部要按照成品住宅设计建设。然而受限售、限购影响，2018年郑州新开工和开盘楼盘明显减少，全装修市场同时受到波及，2018年市场处于下滑趋势。2018年1-8月全装修新开盘项目数量25个，同比下降10.7%，项目规模2.8万套，同比下降11.9%。

图表41：郑州全装修项目数量



图表42：郑州全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

（武汉、东莞、杭州、重庆、西安、青岛等城市信息将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现）

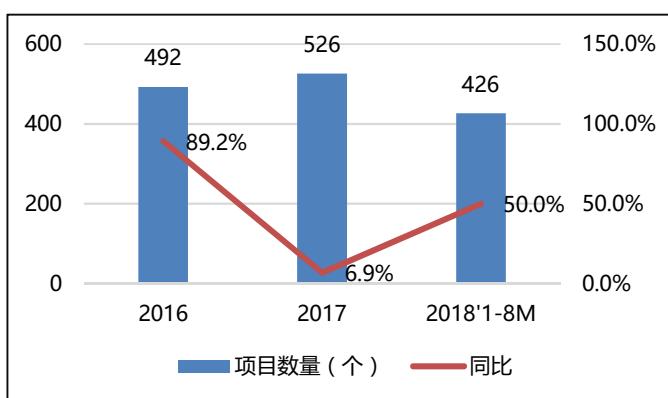
四、2018年二线城市全装修增长率分析

4.1 二线城市全装修总体市场增长率分析

由于一线城市的政策调控及购房压力，未来中国的城市化重心将更多的向各方面都相对宽松的二线城市转移，所以未来中国房地产的“主战场”也将由一线城市逐渐向二线城市过渡，二线城市正面临快速的工业化、城市化，将成为房地产市场新的增长点。2018年1-8月二线城市商品住宅销售价格稳中有涨，各地继续坚持因地制宜、因城施策、综合调控，努力促进房地产市场平稳健康发展。

在全装修市场，二线城市的主力地位逐渐凸显。据统计，2018年1-8月二线城市全装修市场规模占全国市场的35.0%，全装修新开盘项目个数426个，同比增长50%，项目规模42.5万套，同比增长59.2%。

图表43：二线城市全装修项目数量



图表44：二线城市全装修项目规模



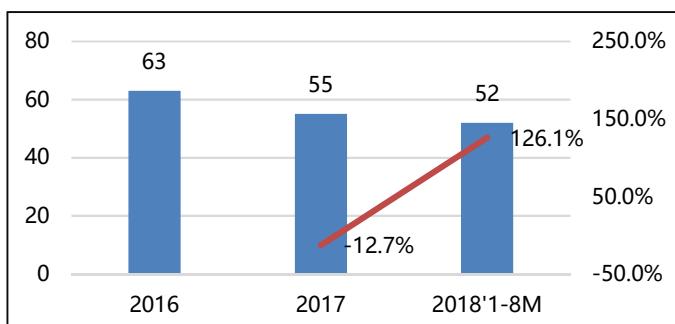
来源：全装联大数据中心

4.2 二线城市重点城市增长率分析

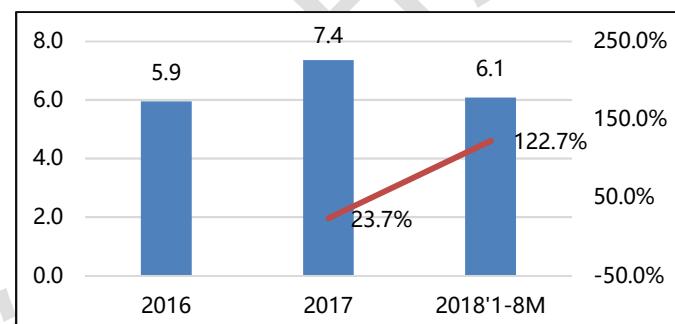
A. 佛山

2018年3月，广东省政府公布了《广东省人口发展规划（2017-2030年）》，该规划提出到2020年佛山人口将超过500万。人口的增加势必带动当地房地产行业的增长，佛山全装修市场在2018年进入增长快车道，1-8月全装修新开盘项目数量52个，同比增长126.1%，项目规模6.1万套，同比增长122.7%。

图表45：佛山全装修项目数量



图表46：佛山全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

B. 成都

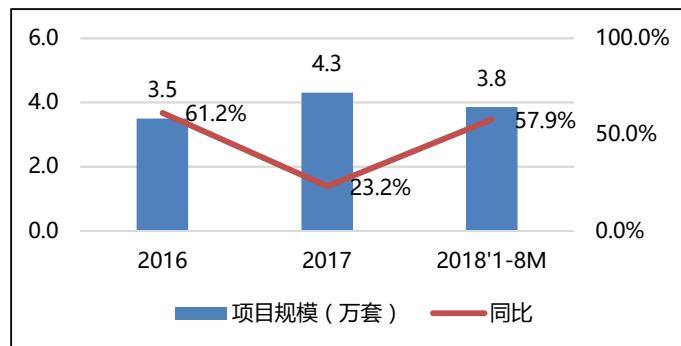
持续调控下的成都楼市，不但没有“金九”，也难现“银十”，在这个国庆黄金周继续呈现低迷行情。国庆长假期间，成都楼市整体平稳，市场逐渐出现了高位回落的现象。2018年1-8月，成都房地产开发投资比去年同期下降16.9%；商品房施工面积17667.1万平方米，同比下降3.2%；房地产开发竣工面积755.8万平方米，同比下降29.3%。

2018年1-8月成都全装修整体市场出现大幅增长的局面，全装修新开盘项目数量43个，同比增长126.3%，项目规模3.8万套，同比增长57.9%。

图表47：成都全装修项目数量



图表48：成都全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

（南宁、昆明、济南等城市信息将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现）

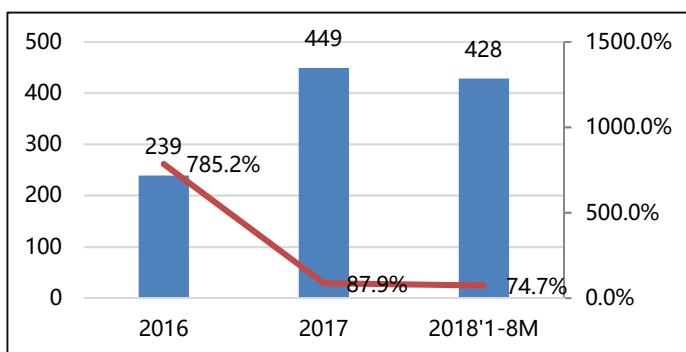
五、2018年三、四线城市全装修增长率分析

5.1 三、四线城市全装修总体市场增长率分析

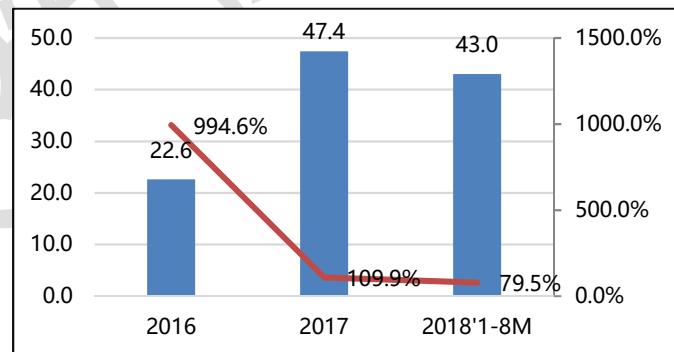
由于限购的实施，无法在一、二线城市买房的人只能退而求其次，到大城市周边的三四线城市买房，外购资金的涌入，引起了三四线城市房价的上涨。另外，在一、二线城市土地价格不断上涨、政策不断收紧的情况下，越来越多的房地产开发商将三四线城市作为其布局的新战场，这也造成了三四线城市楼市的火热。

品牌房地产开发商的进入及全装修的普及，使得三四线城市全装修市场不断升温。据统计，2017年三四线城市全装修市场规模占全国市场的30.0%，2018年1-8月占全国市场的35.4%，增长5.4个百分点。2018年1-8月三四线城市全装修市场新开盘项目个数428个，同比增长74.7%，项目规模43.0万套，同比增长79.5%。

图表49：三、四线城市全装修项目数量



图表50：三、四线城市全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

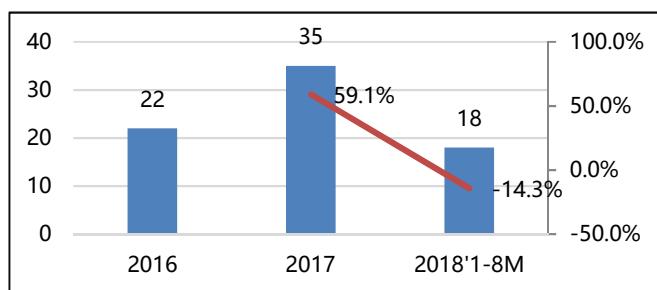
5.2 三、四线重点城市增长率分析

A. 惠州

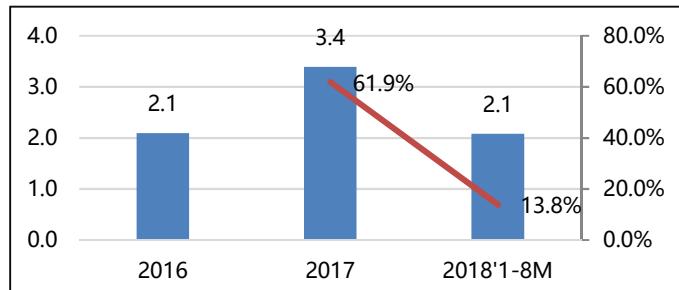
近几年惠州市的交通红利，带来惠州置业者购房心态的变化。从投资到居住，已经有越来越多的“深圳客”和刚需来惠州安家，为惠州房地产市场注入活力。2018年1-8月，惠州房地产开发投资额同比增长12.7%；商品房销售面积1044.8万平方米，同比增长6.5%。2018年惠州房地产回顾上半年市场格局，常态化的楼市调控势头仍占据主流，尽管个别房企仍在销售中出现不和谐声音，

但大环境市场向好，这意味着在前期调控政策的持续发力和深化背景下，惠州楼市正进入价稳量稳的新常态。全装修新开盘项目数量 18 个，同比下降 14.3%，项目规模 2.1 万套，同比增长 13.8%。

图表51：惠州全装修项目数量



图表52：惠州全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

B. 江门

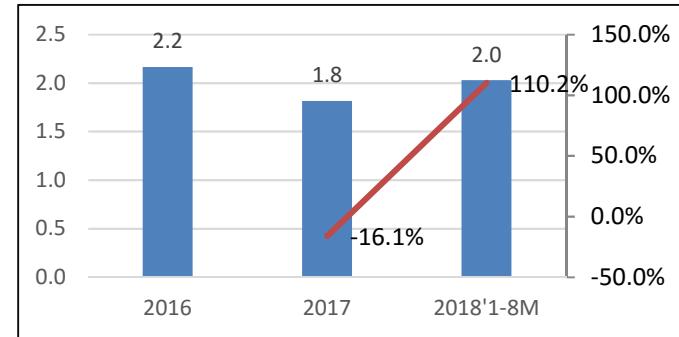
江门由于调控政策加身，市场热度逐步逼降，在后续高价地块逐步入市的预期下，预计楼市量跌价稳，成交量由于价格因素，难以高位突破，而价格涨幅在成交量的拖累下，涨幅收窄，整体偏稳。2018 年 1-8 月江门房地产开发投资额同比增长 40.5%；商品房施工面积同比增长 11.1%，商品房竣工面积同比下降 19.5%，商品房销售面积同比降低 20.1%。¹

受全装修政策的影响，江门全装修市场保持较高的增长率，2018 年 1-8 月全装修项目数量 15 个，同比增长 15.4%，项目规模 2.0 万套，同比增长 110.2%。然而，江门全装修市场仍只占据整体住宅市场的小部分，未来仍有较大市场空间。

图表53：江门全装修项目数量



图表54：江门全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

C. 中山

中山限购政策作用明显投机退市房价平稳。中山房地产开发投资 451.83 亿元，同比增长 9.9%；商品房施工面积 5143.24 万平方米，同比增长 3.5%；商品房竣工面积 430.61 万平方米，同比增长 7.0%；商品房销售面积 482.19 万平方米，同比下降 15.1%。

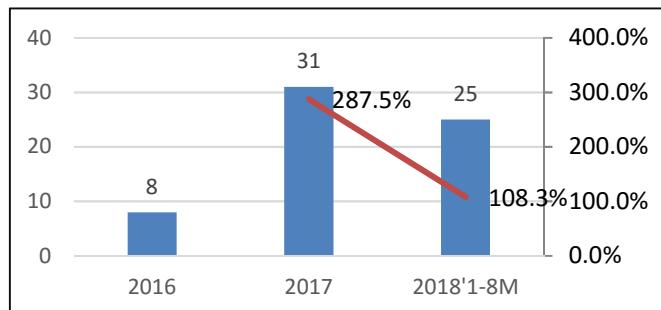
图表55：中山市房地产市场情况

项目	2018年1-8月	同比
房地产开发投资额（亿元）	451.83	9.9%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）施工面积（万平方米）	5143.24	3.5%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）竣工面积（万平方米）	430.61	7.0%
商品房（商品住宅、办公楼、商业非公益用房及其他）销售面积（万平方米）	482.19	-15.1%

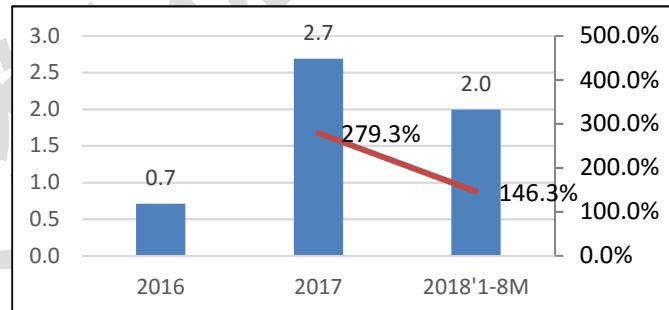
数据来源：中山市统计局

随着全国全装修进程的推进，2018年1-8月中山全装修市场规模同比增长迅速。2018年1-8月中山市全装修新开盘项目数量25个，同比增长108.3%，项目规模2.0万套，同比增长146.3%。

图表56：中山全装修项目数量



图表57：中山全装修项目规模



来源：全装联大数据中心

第三章 全装修行业市场结构分析（略）

【此部分将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现】

第四章 全装修行业配套部品市场结构分析

一、2018全装修市场配套部品规模分析

全装修市场的快速发展带动最大的产业变革即是部品配套产业，面对目前全装、精装的趋势发展，部品企业的零售渠道已经被房地产开发商的工程集采渠道所挤压，大量部品企业开始重视工程市场渠道转化，全装修市场针对不同的项目所配套的部品情况不统一，大部分项目墙面、地面、卫生间和厨房都全部装修交付，小部分项目会在此基础上增加家电。如果按配套率细分，其中建材、厨电、橱柜、卫浴产品为一级配套产品，配置率均在95%以上，消毒柜、热水器、新风系统、空调为二级配套产品，配置率在20%-70%。净水器、电视机、洗衣机、冰箱、电烤箱、微波炉、洗碗机为三级配套产品，配置率均低于20%。随着人们对品质生活的追求，产品的品牌、科技含量、彰显品质的外观、健康环保的理念、舒适的体验是更高消费层次人群的追求，即新风系统、空调、净水器及其他二三级配套家电产品具有更大成长空间。

图表58： 2017-2018年全装修市场重点部品配置率

【此部分将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现】

二、TOP20房企全装修市场重点部品配置率

随着越来越多的房企进入全装修领域，房企之间的竞争日趋激烈，2018年1-8月全装修新增房企接近400家，碧桂园、恒大、万科仍居前三，房地产行业品牌效应逐渐形成，房企的综合实力及品牌影响力也将成为消费者对于住房选择的标准之一。

从市场份额来看，2018年1-8月全装修市场，TOP20房企份额占比为55.7%。除TOP3房企碧桂园、恒大、万科外，其他房企份额占比均不超过5%，其中融创中国、新城控股、华润置地、中海地产份额较高。

图表59： 2018年全装修TOP20房企市场份额

序号	TOP20房企	全装修规模市场份额
1	碧桂园	17.2%
2	恒大	8.9%
3	万科	8.7%
4	保利地产	2.5%

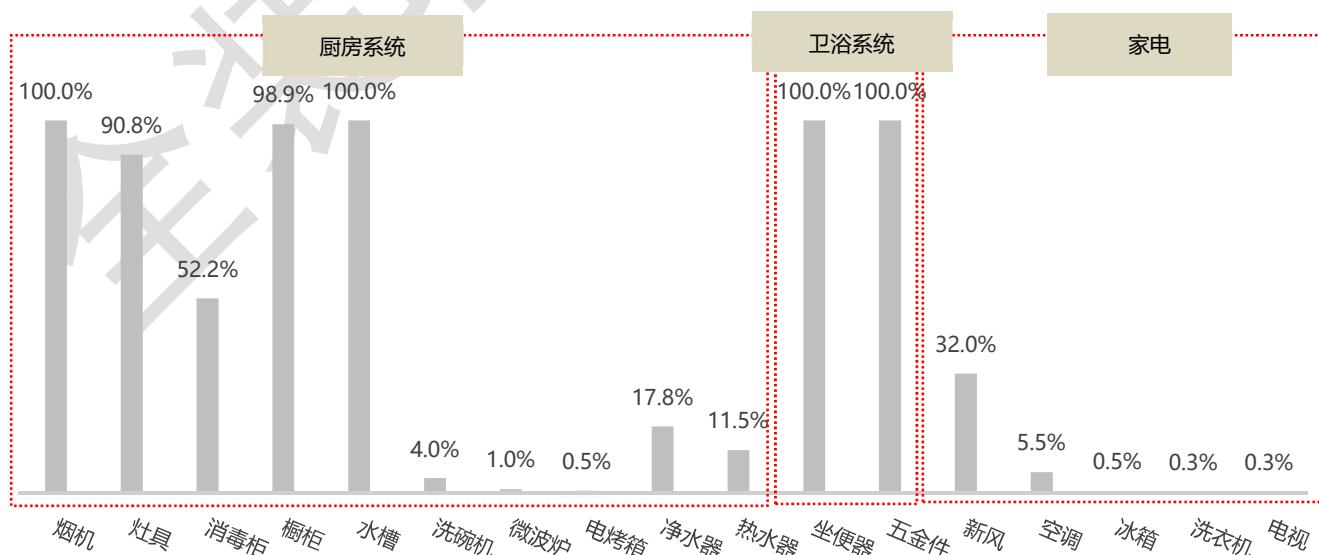
5	融创中国	1.8%
6	新城控股	1.7%
7	华润置地	1.4%
8	中海地产	1.4%
9	中南置地	1.3%
10	阳光城	1.3%
11	龙光集团	1.3%
12	美的置业	1.2%
13	富力地产	1.1%
14	时代地产	1.0%
15	奥园集团	1.0%
16	新力地产	0.9%
17	雅居乐	0.8%
18	绿城中国	0.8%
19	金地集团	0.8%
20	泰禾集团	0.8%

来源：全装联大数据中心，根据 2018 年全装修项目规模排名

A.碧桂园

2018 年碧桂园全装修项目配套部品中坐便器、五金件、烟机、水槽均为标配产品，橱柜、灶具配置率较高，新风系统配置率为 32.0%。

图表60： 2018 年全装修市场重点部品配置率—碧桂园

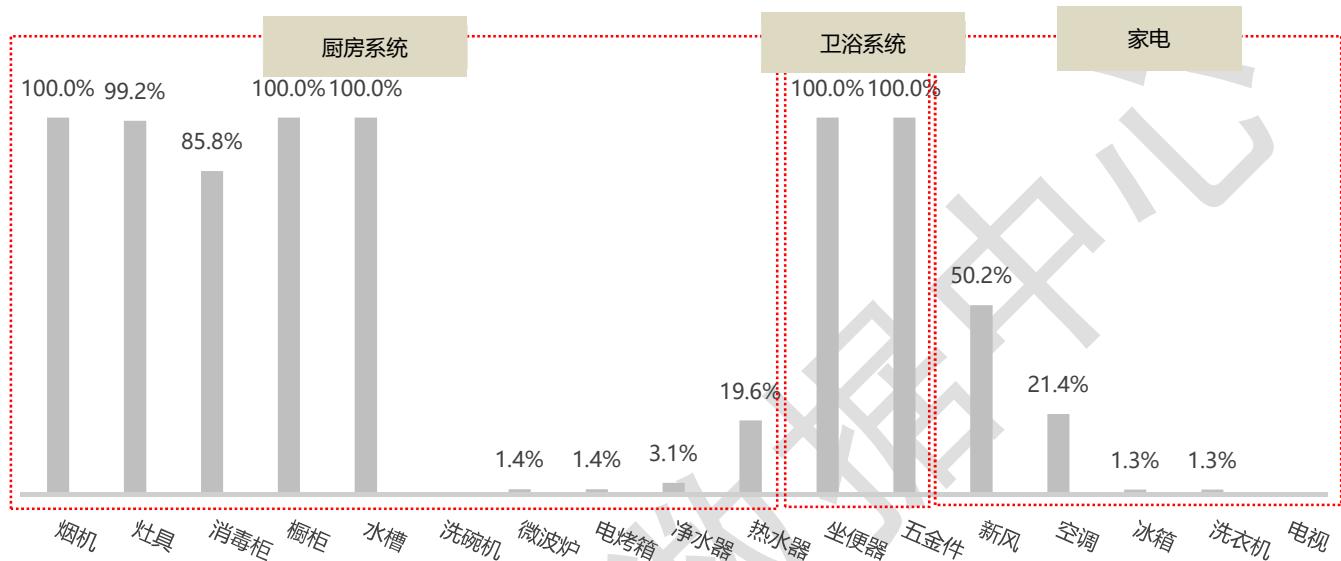


来源：全装联大数据中心

B.恒大

2018年恒大全装修项目配套部品中坐便器、五金件、烟机、橱柜、水槽均为标配产品，厨房三件套配置率高于两件套，新风系统配置率为50.2%，空调、热水器配置率均超过15%。

图表61： 2018年全装修市场重点部品配置率—恒大

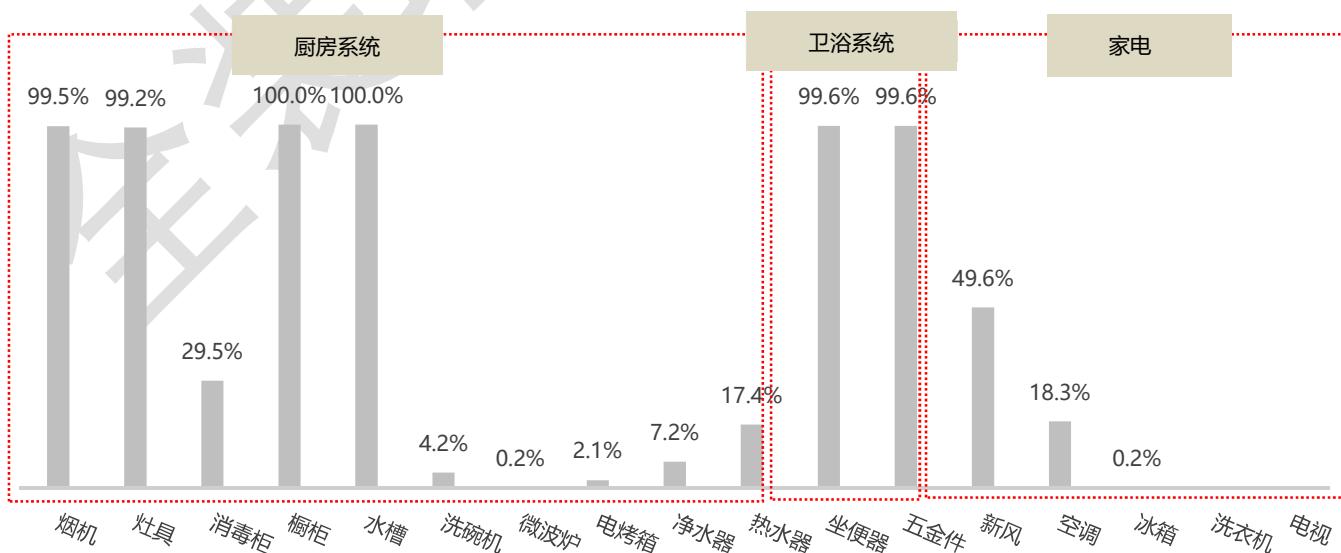


来源：全装联大数据中心

C.万科

2018年万科全装修项目配套部品中橱柜、水槽均为标配产品，坐便器、五金件、烟机、灶具配置率接近100%，厨房两件套配置率远高于三件套，新风系统配置率为49.6%，空调、热水器配置率均超过15%。

图表62： 2018年全装修市场重点部品配置率—万科

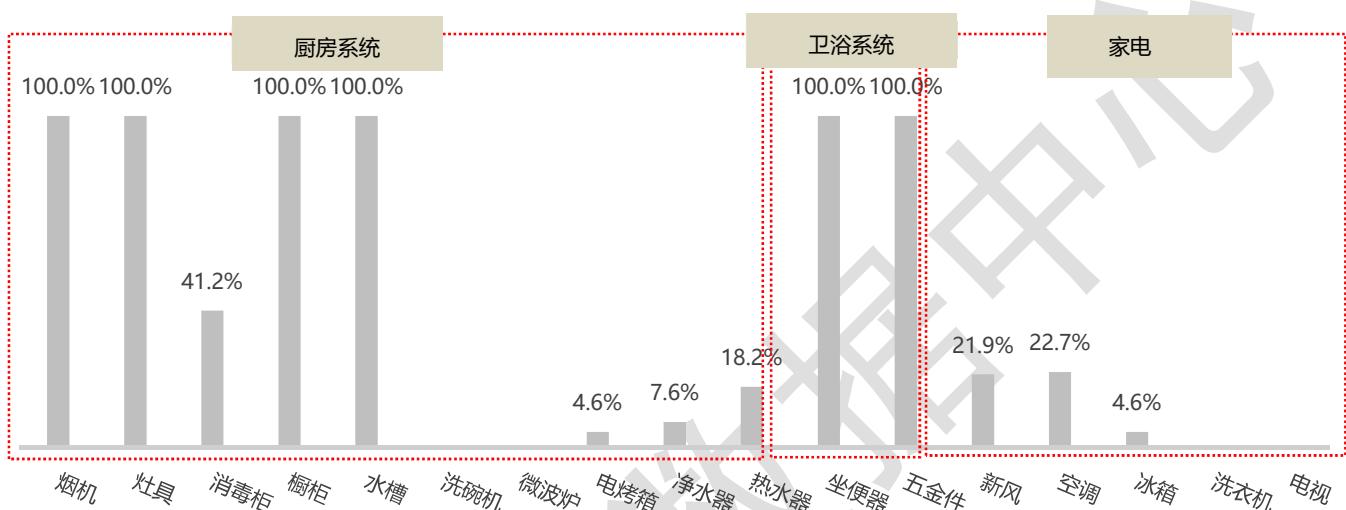


来源：全装联大数据中心

D. 保利地产

2018年保利地产全装修项目配套部品中坐便器、五金件、烟机、灶具、橱柜、水槽均为标配产品，厨房两件套配置率高于三件套，新风系统、空调、热水器配置率分别为21.9%、22.7%、18.2%。

图表63： 2018年全装修市场重点部品配置率—保利地产

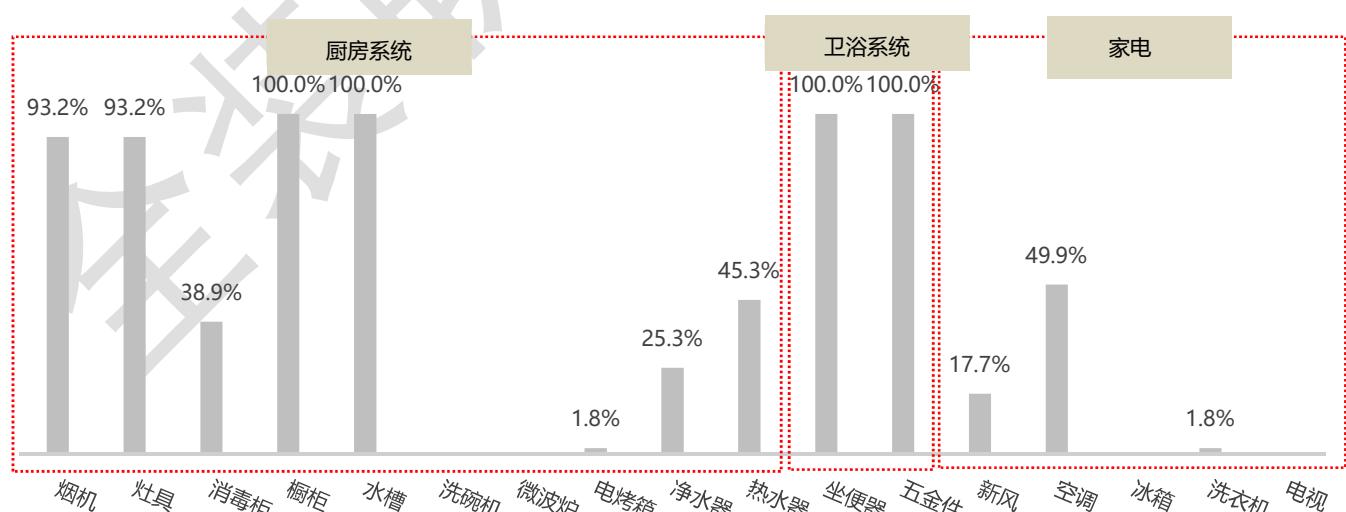


来源：全装联大数据中心

E. 融创中国

2018年融创中国全装修项目配套部品中坐便器、五金件、橱柜、水槽均为标配产品，烟机、灶具配置率均为93.2%，热水器、新风配置率分别为45.3%、49.9%，净水器、新风配置率均超过15%。

图表64： 2018年全装修市场重点部品配置率—融创中国



来源：全装联大数据中心

(新城控股、华润置地、中海地产、中南置地、阳光城、龙光集团、美的置业、富力地产、时代地产、奥园集团、新力地产、雅居乐、绿城中国、金地集团、泰禾集团将于《2018 年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

三、TOP20 房企全装修市场重点部品品牌集中度分析

(将于《2018 年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

图表65：TOP20 房企重点部品品牌 TOP3 及份额

(将于《2018 年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

第五章 2018 年全装修产业舆情分析

一、消费者怎么看待全装修政策

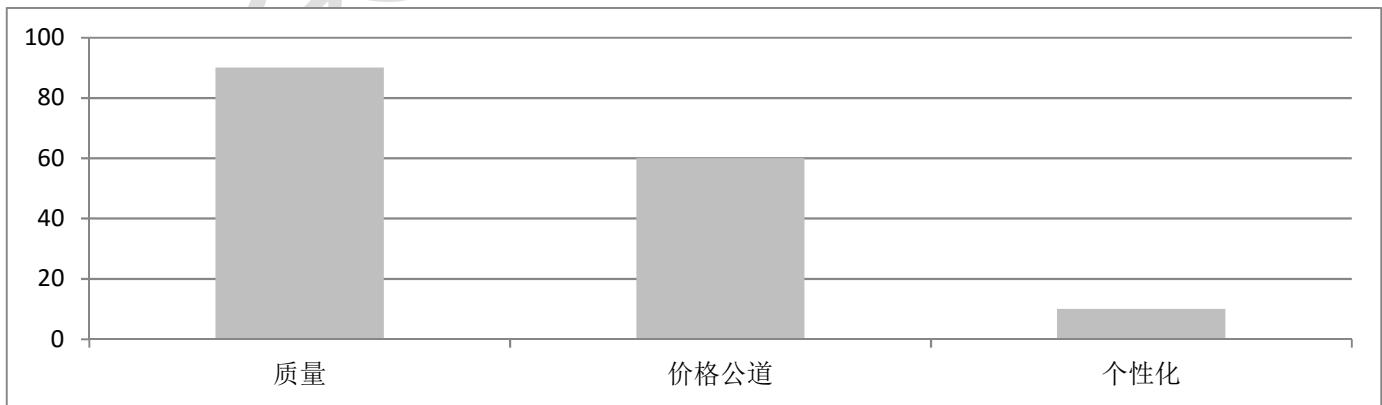
2016年各地陆续出台全装修的相关条例，也就是说，“毛坯房”将逐步退出房地产的历史舞台。面对房地产市场“全装修”交付趋势的迫近，不少没有接触过全装修的房企也开始接触并学习全装修，全装修有着比毛坯更长的供应链、更多的供应商和更多的施工技术管控要点，对于房企来说既是机会也是挑战。

图表66：全装修比例对比



地方政府多在提倡的“菜单式装修与个性化服务相结合”、“毛坯房和全装修分别计价”其实都是定制精装相比于传统精装交付的优势所在。定制精装既能实现政府要求的精装交付、又能满足客户的个性化需求、还能实现装修合同另签以保证售后服务质量。也可以说，定制精装就是为全装修时代专门定制的产品，它适应全装修时代的市场需求虽然住宅全装修的好处多多，但时下很多国人仍一时难以接受。这种“难以接受”表面看是观念问题，背后却是对住宅全装修的种种担忧：由房地产开发商统一装修房子，质量如何保证，价格是否公道，能否满足消费者的个性化需求。

图表67：消费者关心维度排名

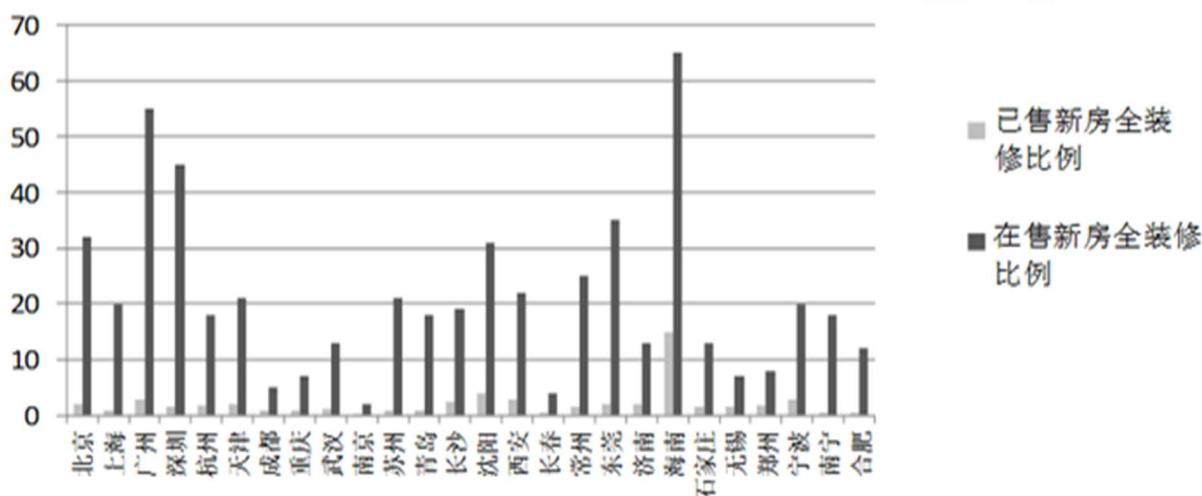


所以，推行住宅全装修，重在转变消费者的观念，而促进观念转变之根本，则在于让人们切实享受到住宅全装修的种种好处，这无疑比教育宣传引导要管用得多。

二、消费者对全装修的接受度

经过市场调查得出结论，起码有 50%以上的人要求全装修。但是，我们注意到，在不同的城市是不一样的，有的城市特别是二、三线城市目前很难接受全装修；虽然全国各地不太一样，但是如果一个地区有 50% 的人需要全装修，就说明全装修有市场，消费者对全装修的接受度越来越高。尤其在广州、上海等地，全装修成品房的接受程度比北京高。可见，全装修是有市场的，需要不同档次全装修的人会越来越多，市场需求会越来越大。

图表68：全国重点城市新房全装修比例



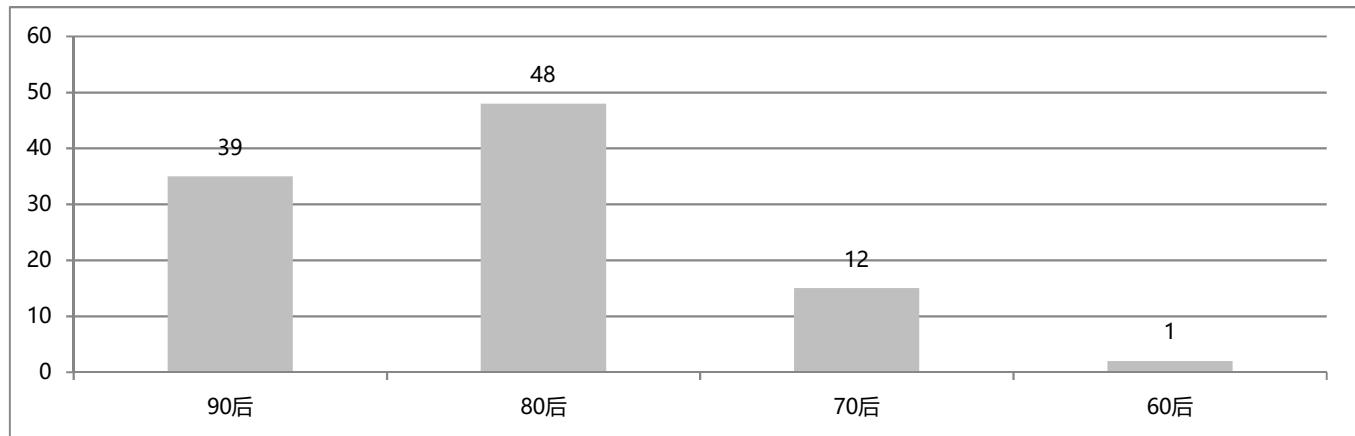
对于消费者而言，观念升级转型需要一定的时间，在中国的传统观念中，“居者有其屋”的思想根深蒂固，尤其是对于已步入中老年的消费者来说，房屋在物质生活中占据首要地位，因此他们对于室内的装修更愿意于亲力亲为，对于全装修概念的接受程度有限。因此房地产开发商在对全装修成品房进行市场营销时往往面临消费者观念的障碍。其次，对于全装修成品房质量存在顾虑。目前全装修成品房标准依然模糊，至今仍缺乏一套系统的全装修质量验收标准。在大多数全装修成品房屋的纠纷中，全装修理解的不一致是“罪魁祸首”。

但是近年来全装修客户满意度指数逐年上升，2018 年对 30 个交付的全装修楼盘、上千户家庭调查显示，上海全装修住宅消费者满意度指数已达 81.15%，对墙体保温与隔音满意度为 82.79%，同比上升 6.44%；门窗保温与隔音满意度为 84.32%，同比上升 4.42%。因此，在全装修住宅质量有保障的前提下，会有越来越多的消费者购买全装修住宅。

随着经济社会的发展，现代人的住宅消费观念也在发生变化。第一，对于 80 后、90 后来说，不愿意花时间投入零碎的装修之中；第二，这类群体消费观念较前卫，虽然常常追求个性化事物，

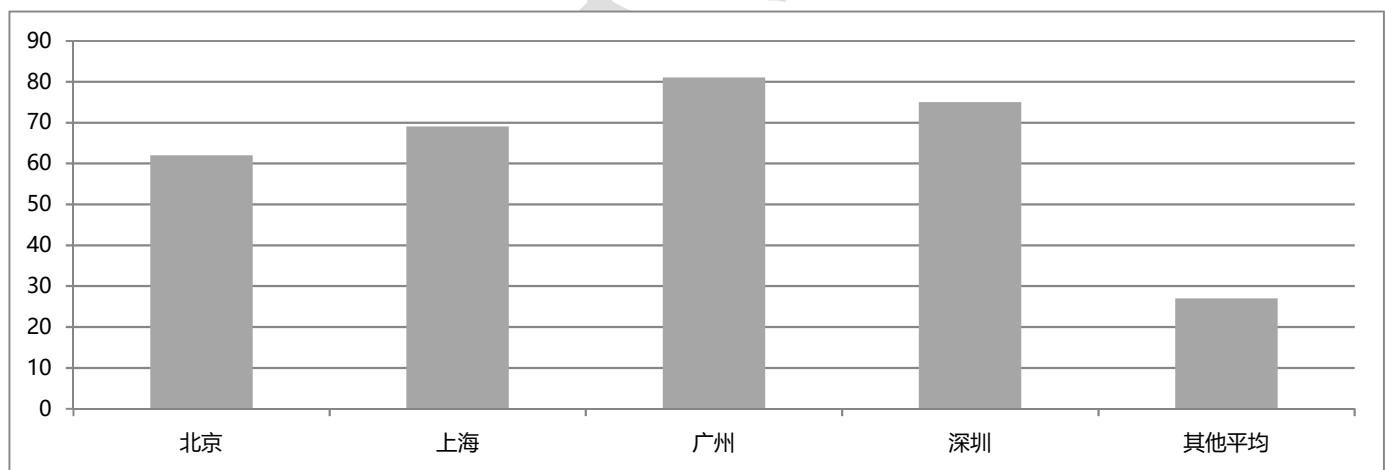
但是对于标准化的产品接受程度较老一代更高，全装修住宅配备了标准化且高质量的基本设施，正好符合他们的消费观。第三，全装修住宅满足了年轻人对于高生活品质的需求。

图表69： 2018年全国全装修家装消费者年龄分布



数据表明，经济发达地区全装修住宅的市场份额正以每年 15%-20% 的速率增长，在 2018 年，部分一线城市的消费者对全装修成品房的接受度也已分别达到了：北京 62%，上海 69%，深圳 75%，广州 81%。因此，随着消费者消费观念的转型升级，公众对于全装修住房的接纳程度会越来越高。

图表70： 2018年重点城市消费者全装修接受度



三、消费者心中全装修主要配套部品排名

通过部品化集成的方式实现全装修住宅的装配化，不仅是房地产开发商加快施工速度、保证部品品质，解决施工质量通病、增加住宅卖点的手段，也关系到住宅终端客户在使用过程中的安

全、健康和舒适，因此全装修住宅对部品的把控绝不仅仅是精装修房交付时的美观，还要保证部品在全寿命周期的功能、耐久、环保和装饰性的维护、保持。

全装修住宅部品质量的把控重点主要是在交楼标准中包含的橱柜、卫生间洁具、地板、衣柜、收纳等木作产品或材料。住宅部品从作为产品的属性来说主要是把控以下五个方面：

(1) 功能性

功能性是指部品作为某类特定产品所应承担的一些功能。如整体橱柜的壁柜或吊柜应具有一定力学强度，满足其在规定的负荷范围内具有充分的强度而保证不产生破坏和影响使用。

(2) 耐久性

耐久性是保证部品在设计使用寿命内能够正常工作的一系列指标。如整体橱柜需要抽屉反复开闭的耐用度、合页门反复开闭的耐用度等指标来保证在使用年限内抽屉和合页门在反反复开闭使用后的顺畅。

(3) 安全性

安全性是保证部品在正常使用情况下不造成人们的生命、财产的伤亡或损失以及考虑到并尽可能的规避在非正常操作情况下造成的危险。如整体橱柜的柜板材料的燃烧性能应符合相应国家现行标准的要求，与人体有接触的部分无不规则边缘、外翻、尖锐的突起，门扇和抽屉无引起夹手危险的缝隙等。

(4) 环保性

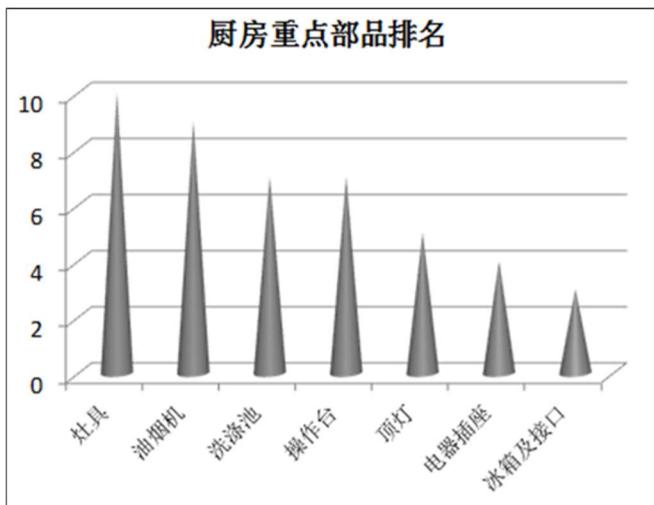
环保性主要是控制一些建筑材料和装修材料中对人体有害物质的限量，如木作产品中的甲醛释放量，涂料类中的苯、二甲苯等挥发性物质的释量，天然石材的放射性等。

(5) 装饰性

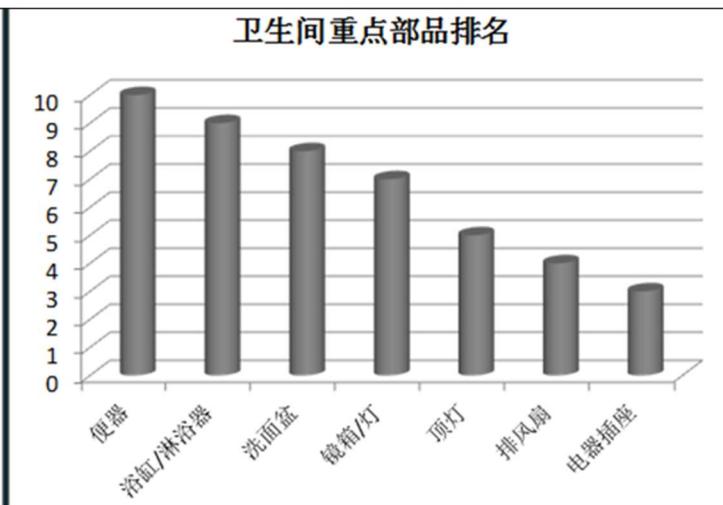
住宅部品或材料，特别内装部品有一个很重要的作用就是装饰性，如木质地板漆膜的光泽度，死节、蛀孔的大小和数量等等，这都是影响部品质量的一个重要方面。

装修部品集成是个装修住宅的核心。装修部品材料的质量直接影响装修住宅的质量，特别是目前国内全装修住宅的材料供应分为：甲供、甲指乙供、乙供等多种方式，更应加强对部品质最的把控。世研大数据综合分析，得出消费者心中配套部品重要性排名如下：

图表71：厨卫重点部品排名



图表72：卫生间重点部品排名



而在重点部品品牌选择上，品牌集中度高，TOP5 品牌份额接近 70%-80%，各配套部品品牌度排名如下：

图表73：配套部品品牌度排名

(将于《2018 年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

新的经济形势下，消费者的需求发生了根本性的变化。与过去消费结构相比，我国城乡居民消费结构正在由生存型消费向发展型消费升级、由物质型消费向服务型消费升级、由传统消费向新型消费升级。

针对家电类的产品，消费者已经不单单满足于基本的功能，消费者更多的开始关注多样化、趣味化、品质化、智能化的产品。不同的阶级消费需求不一致，导致全装修住宅以及配套部品出现等级分化。据世研大数据监测显示：目前中国房地产全装修住宅的配套产品呈三极分化，一类是大众类消费群，以满足基本生活需求为主，配套的产品多是厨电三件套、橱柜、卫浴等部品；第二类是中产消费者，此类的消费者更加注重生活品质的提升，全装修配套产品除基本配置外，还包括微波炉、电烤箱等其他的小家电产品；第三类是高端消费者，此类消费者生活要求品质较高，善于做新技术的体验者，全装修住宅配套部品多以智能化、科技化的产品为主。

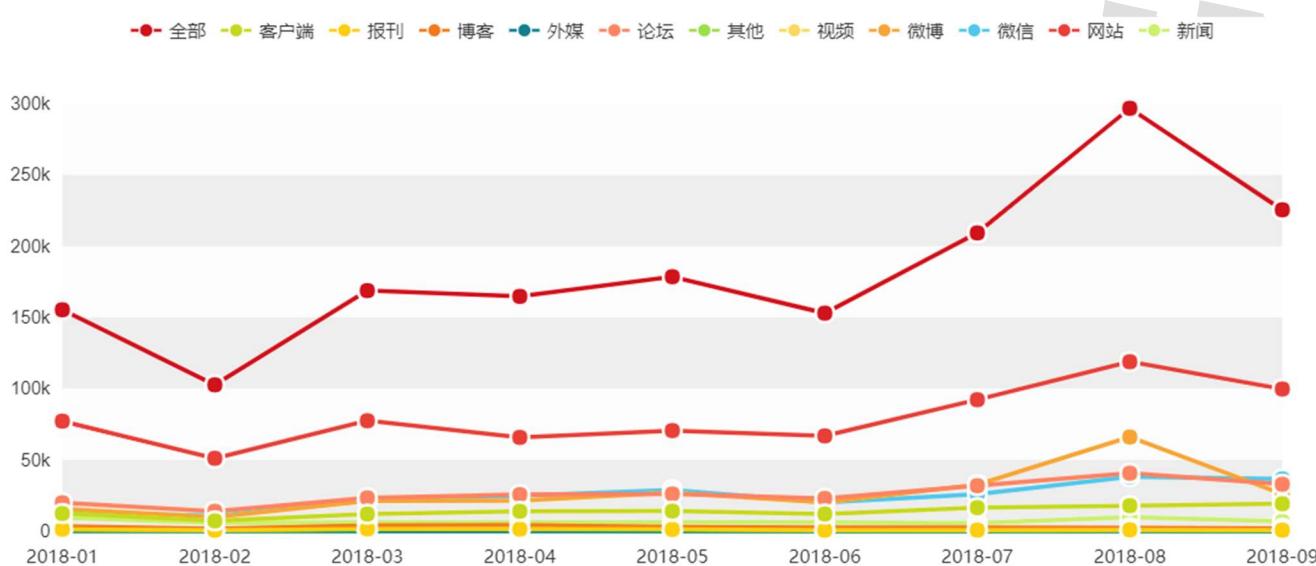
四、2018 年全装修的网络舆情分析

据全装联大数据中心的统计分析，2018 年前三季度（1 月 1 日至 9 月 30 日），互联网上共发布了与全装修相关的信息 165 万条，信息主要来源于房天下、新浪微博、微信、百度贴吧等几大站点；从信息发展趋势来看，在 2018 年的前三季度，全装修网络舆情趋势较为平缓，详细报告如下。

4.1 舆情趋势：

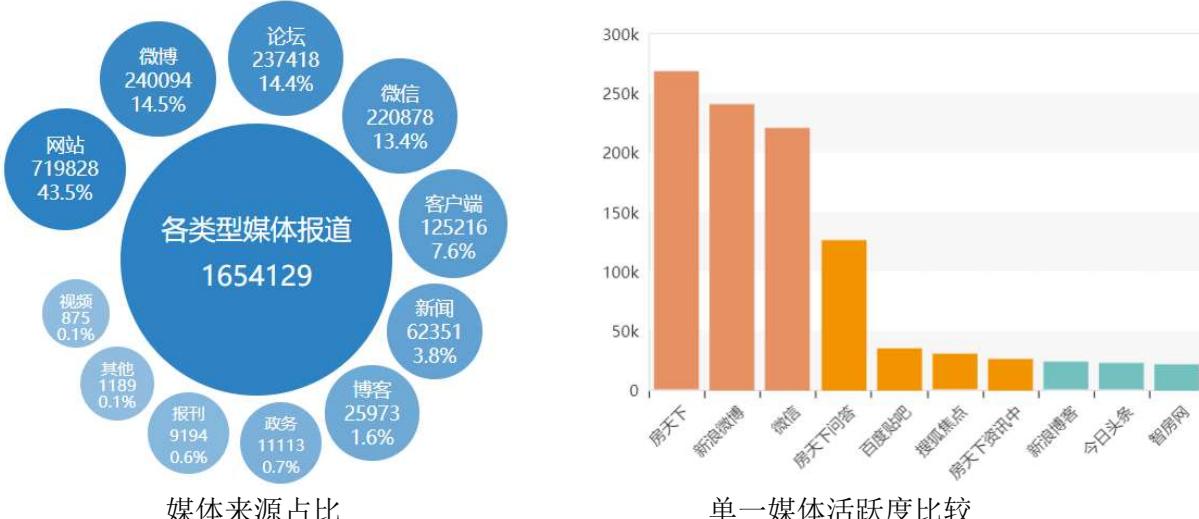
在2018年前三季度，全装修的舆情趋势比较平缓，平均每月发布的信息数在16万条左右，舆情最低谷发生在2月，全网共发布舆情10万条，2月份时值农历春节，处于舆情低谷实属正常；舆情高峰发生在8月份收房装修旺季，产生了最多的舆情数量，将近30万条。

图表74：舆情趋势走势图



4.2 媒体来源

在所有媒体类型中，最大的来源为网站，共发布了71万条舆情，占比为43.5%，而其中“房天下”网站就发布了超过26万7千条，是发布信息最多的媒体；第二大来源为新浪微博，共发布了超过24万条信息，占比为14.5%；第三大来源为各大论坛，总共发布了超过23万条信息，占比为14.4%。



4.3 地域分析

按舆情发生地的来分析，排在前 10 名的省市分别是：北京、广东、江苏、浙江、山东、上海、湖北、湖南、四川、安徽。很显然，全装修的网络关注度与社会、经济的发展程度密切相关，排在前几位的都是经济发达、社会发展程度高的省份。

地域分布图如下图所示：



4.4 热门关键词

2018 年，消费者关注的关键词包括：价格、服务、配套、标准、项目、房地产开发商、公摊面积、楼盘等，表明消费者对于购买全装修住宅或者在进行装修过程中的价格、服务等非常的关注。此外，装修或房地产从业者所关注的关键词还包括招聘、经纪人、区域、电话等。

(热门关键词释义将于《2018 年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现)

图表75： 热门关键词词云图



第六章 中国全装修行业发展预测分析（略）

【此部分将于《2018年中国全装修产业研究报告（完整版）》呈现】

全装大数据中心

2018 年中国房地产全装修产业研究报告

调研反馈表

尊敬的嘉宾，您好！

感谢您对全装联大数据中心的关注与支持，《2018 年中国房地产全装修产业研究报告（简版）》已经完成制定，本报告目前数据截止到 8 月 31 日，不对外销售，希望能对您有所帮助。《2018 年中国房地产全装修产业研究报告（完整版）》将在此简版基础上进行更深入研究和数据更新，将于 2019 年初与行业见面，定价为：

《2018 年中国房地产全装修产业研究报告（完整版）》纸质版 8000 元/本

《2018 年中国房地产全装修产业研究报告（完整版）》电子版 7000 元/份

《2018 年中国房地产全装修产业研究报告（完整版）》纸质版和电子版 9000 元/本

为了让报告内容更贴切产业链需求，烦请您填写报告的调研反馈表，对于您的建议编制组将认真研究并保密。如果采纳，您将会获得《2018 年中国房地产全装修产业研究报告（完整版）》特惠或者免费获取资格。

您的姓名		您的公司	
您的电话		您的职位	
您对本报告的意见/建议？			
您公司或行业在全装修时代来临时期遇到哪些问题？			
您觉得目前全装修行业的痛点有哪些？			
除了报告中的内容，您还想了解哪方面内容？			
您或您的公司是否愿意加入报告调研样本库中 (调研样本库即为作为样本参与每年度深入报告数据调研)		<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
调研表反馈方式：			
1. 您可填写完此表后扫描、拍照等方式，邮件发送至：huiyuan@quanzhuanglian.com 2. 您可将此页剪下，快递寄送至： 北京市东城区香河园路 1 号院当代 MOMA B 楼倍格生态 刘政（收）电话：13366080265			

剪裁线

标准链合·标杆融合 全联房地产商会全装修产业分会秘书处

电 话：010-80699916 / 13520934221

邮 箱：huiyuan@quanzhuanglian.com

网 址：www.quanzhuanglian.com

地 址：北京东直门外大街香河园路1号当代MOMA B楼倍格生态

地 址：上海市长宁区长宁路1436号老船坞倍格生态

