

# 2025-2031年中国商业室内设计 设计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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2025-2031年中国商业室内设计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/report/Z75104FSO5.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-06-12

【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: 《2025-2031年中国商业室内设计市场分析与投资前景研究报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国商业室内设计市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

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2020-2024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、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第二节 深圳市杰恩创意设计股份有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第三节 深圳市广田装饰集团股份有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第四节 浙江亚厦装饰股份有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第五节 深圳市洪涛装饰股份有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第六节 大连纬图建筑设计装饰工程有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第七节 上海全筑建筑装饰集团股份有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第八节 广东天霸设计有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第九节 中建一局集团装饰工程有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

#### 第十节 深圳木呈设计有限公司

一、企业概况二、企业优势分析三、产品/服务特色四、公司经营状况五、公司发展规划

### 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）趋势预测

### 第八章 2025-2031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2025-2031年中国商业室内设计行业市场投资前景研究建议第一节 2025-2031年中国商业室内设计行业市场前景一、2025-2031年商业室内设计行业发展潜力评估二、2025-2031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、行业投资前景预警第三节 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前景研究与可持续发展建议一、行业投资前景研究与建议二、行业可持续发展建议第十章2025-2031年商业室内设计行业投资机会与风险防范第一节 2025-2031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 2025-2031年商业室内设计行业行业前景调研及防范一、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建议研究第一节 商业室内设计行业投资建议研究一、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、行业投资前景研究建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Z75104FSO5.html>