

题目：后疫情时代装修行业的发展

提纲

王传宝 教授

时长：0.5-1 天。可根据客户要求调整课纲

培训目标：解读疫情后宏观经济形势、我国最新房地产政策变化、房地产市场和装修行业发展趋势，帮助学员正确判断我国建筑行业、房地产行业和装修行业发展走向，进而帮助装修企业决策，更好地助推工作。讲座“有趣、有理、有用”，图文并茂，通俗易懂。理论与实际相结合，学员可以在知其所以然的基础上，进而知道未来的必然。

讲座提纲

一、转危为机：疫情后我国建筑/房地产/装修行业必将迎来新的发展机会

1、新冠疫情严重影响世界经济

- 世界随时可能发生的新金融危机
- 美国加息搅动世界经济局势，提高房地产企业资金成本
- 美联储缩表：全球资金回流美国，影响房地产企业融资
- 中美博弈、俄乌冲突与全球大变局影响房地产投资

2、新冠疫情严重影响我国宏观经济

- 疫情严重影响消费、投资和出口
- 疫情叠加人口问题、资源环境问题和科技创新问题

3、疫情对我国建筑/房地产/装修行业的沉重打击

- 住宅、办公楼、商业地产等都遇到巨大的回撤
- 大量建筑企业、房企、建材企业遇到极大困难乃至倒闭

4、疫情后中国经济复苏要求房地产市场必须健康平稳发展

- 疫情对经济造成的“永久性伤疤”需要修复
- 房地产市场健康发展是政府、百姓的共同愿望
- 城镇化没有完成，房地产市场需求大量存在，房地产投资将继续发挥

作用

- 中西部地区的后发优势，中西部房地产市场前景广阔
- 消费结构升级，广大中产阶层购房需求增加
- 我国未来经济持续增长支撑房地产需求
- 房地产周期：长期看人口、中期看土地、短期看金融
- 人口老龄化加速影响房地产，未来房地产市场区域分化趋势加强
- “十四五”规划提出城镇化率每年提高 1 个百分点有利于扩大房地产需求

求

5、疫情影响碳达峰、碳中和进程，进而影响建筑业进而影响房地产、装修行业

——世界银行预计，到 2030 年前，若要实现节能减排的目标，70%的潜力在建筑节能减排方面。

——建筑业的绿色发展、绿色建筑、碳达峰碳中和影响建筑业、房地产业的上下游行业，特别是装修行业

——装修企业应更加关注 ESG，配合实力建筑企业、房企积极践行环境责任

——2022 年 7 月 13 日，住建部、国家发改委印发《城乡建设领域碳达峰实施方案》，全装修、精装修恰逢其时

6、疫情后建筑、房地产、装修行业/企业要紧盯都市圈和城市群建设

——进入都市圈范围的区域，将享受更多的发展红利。

——都市圈建设带来巨大的建筑、房地产、装修市场机会

——建筑、房地产、装修企业为什么要紧盯京津冀一体化、粤港澳大湾区、长三角一体化建设

7、疫情后我国建筑/房地产/装修行业必将迎来新的发展机会

二、新变化：疫情后房地产发展趋势预测与房地产政策变化预测及其对装修行业的可能影响

1、2023 年房地产市场形势严峻

——就当前形势来看，一系列政策刺激下房地产市场可能会出现一个小阳春，但全国范围内房地产态势短期难以完全扭转，而且可能更严重。

——2022 年全年国房景气指数、房地产投资、住房销售、房贷等数据不乐观

——2023 年开年国房景气指数、房地产投资、住房销售、房贷等数据有所好转

2、恢复楼市信心关键是调整政策思维

——2022 房地产政策：全面松绑，需求、供给齐发力

——面对严峻的形势，中国政府 2023 年房地产政策取向出现重大调整。

3、房地产市场风险最严重的时刻可能已经过去。房地产市场的平稳发展。经济不景气期间，稳定房地产投资增速与稳定房地产价格同样重要。

4、“住房改善”被列为“第一内需”

——刘副总理再次肯定房地产是中国的“支柱产业”。

——住房改善肯定包括装修的跟进。

5、防风险成为第一要务。

——2022 年 12 月中央经济工作会议关于房地产和房地产政策的相关表述

6、疫情后居民资产负债表恶化、预防性储蓄抬升、房地产风险事件冲击的共同影响。政策出台到明显见效需要时间。

7、房地产市场进一步分化

8、房企进一步分化

9、大房企的命运将全面分化

——对优质头部房企的支持

——坚决依法打击违法犯罪行为

10、2023 年市场形势的严峻，政策取向出现重大调整，会把房地产市场引向何方，效果如何，就目前来看，相当不确定。

——政策肯定是利好。政策对房地产市场好转肯定是促进作用。具体效果多大要看市场反应。

——过去 20 年房价只涨不跌、极度繁荣的时代已经结束，中国房地产将

进入一个新时代。

11、房地产发展模式将改变

12、思考：房地产发展趋势与房地产政策变化预测对装修行业的可能影响

三、新概念：装修概念辨析与我国建筑装饰和装修业分类

1、装修属于建筑行业当中的建筑装饰和装修业

2、《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)分为四类：门类、大类、中类和小类。

——建筑装饰和装修业，为建筑业的四大行业之一。

——门类：E 建筑业。

——大类：E47 房屋建筑业、E48 土木工程建筑业、E49 建筑安装业、E50 建筑装饰、装修和其他建筑业。

——中类：E501 建筑装饰和装修业。给予的说明是：指对建筑工程后期的装饰、装修、维护和清理活动，以及对居室的装修活动。

——小类：将原《国民经济行业分类》GB/T4754-2011 中的 E5010 建筑装饰业，分解新增为三个细分行业：E5011 公共建筑装饰和装修、E5012 住宅装饰和装修、E5013 建筑幕墙装饰和装修。简称为公装、住宅、幕墙三大细分行业。

3、我国公装产值超过住宅装修市场

4、本讲座中的装修行业概念指中类的建筑装饰和装修业

——本讲座针对中类的建筑装饰和装修业

——第五章内容主要针对公装趋势，第六章内容主要针对住宅装修趋势

5、建筑幕墙行业产销量呈现快速发展态势，建筑幕墙行业市场总量已占世界总量的 60%以上。目前，商业建筑、公共建筑和住宅是全球建筑幕墙主要应用的三大类。其中商业建筑占比最大，其占比达到了 65%左右。建筑幕墙主要是要适应新技术、新材料和市场新变化。本讲座不做专章论述。

四、新趋势：疫情后装修行业的十大发展趋势

- 1、去中间化成为必然
- 2、绿色家装是大趋势
- 3、家装行业“定标准定天下”
- 4、住宅精装修产业必然标准化
- 5、高端设计私人定制依然是重头戏
- 6、O2O 不可阻挡
- 7、互联网家装的免费大餐会越来越多
- 8、智能家居必然是必然
- 9、专注差异化特点的重度垂直
- 10、传统家装转型互联网要完成架构设计和运营规则

五、智能、环保、数字、设计：公装行业七大发展趋势

- 1、趋势一：家装往公装偏移
- 2、趋势二：融合科技，智能化装修
- 3、趋势三：装配式、积木式
- 4、趋势四：AR、VR 互联网+
- 5、趋势五：控制产能，绿色环保发展
- 6、趋势六：设计师的“超能力”
- 7、趋势七：一站式装修服务
——硬装 + 软装 + 配套服务

六、新关键词：2023 年家装行业趋势十大关键词

- 1、关键词 1：存量博弈时代、内卷
- 2、关键词 2：精装、整装、定制家居、拎包入住、一站式家装
——面对房地产市场“全装修”交付模式的逐步推进，要求家装行业向品质化装修方向转型
——以社会潮流促进装修行业的改变，实现精装修房的批量生产
——走将精装修推向产业化的道路，从房地产建设之初就依据精装修的风

格进行装修，减少与避免二次装修

——走将精装修转向全装修的道路，减少拆除费用与修补缺陷费用，实现一体化、一站式装修

——简约化精装修房

——标准化精装修房

——个性化精装修房

3、关键词 3：适老化

4、关键词 4：消费群体年轻化（低于 40 岁人群占比超 70%）

5、关键词 5：智能家居、数字家庭、智慧空间

6、关键词 6：房屋面积趋向大型化

7、关键词 7：新型绿色、环保、健康材料

8、关键词 8：数字化转型、数字变革

9、关键词 9：多功能之家：工作、学习、休息、健身、用餐……个性化家装

10、关键词 10：用工荒、原材料上涨、获客成本上涨

七、洞察先机：对装修企业应对新形势、新问题的几点建议

1、明白三个问题

——现在在哪里？

——打算去哪里？（干什么？）

——如何去那里？（怎么干？）

2、应当做什么

(1) 发现新趋势

(2) 抓住新机遇

(3) 迎接新挑战

(4) 甄别新风险

(5) 做出新应对

——预判政策环境变化，未雨绸缪

——根据政策变化，及时调整业务

——既然不能改变外部条件，那就先做好自己，提升本地区实力

——应深耕重点领域，创新性打造新产品、新增长点

3、坚定信念：正确认识房地产在经济发展中的作用和地位

——20 年后中国经济走向预示房地产行业平稳发展

4、做好自己的事情

——精耕细作、比拼内功成为企业的常态

——做好自己的事情：做好产品

——正确认识房地产周期

——未雨绸缪。系好安全带

——做好企业管理创新

——适应碳中和新趋势，装修企业应更加关注 ESG，配合实力房企积极践行环境责任

5、无论房地产模式如何改变，装修市场需求都在那里

——无论是人才房还是安居房，无论是民营房地产公司还是国有房地产公司都需要装修公司的业务

——家居装修公司应主动适应精装修房将成为主流趋势的市场变化

6、关注、挖掘巨大存量房装修的市场机会

7、甄别不同区域的机会，装修企业充分挖掘都市圈和核心城市的市场机会

——房地产市场的区域分化是必然趋势

——房价空间传导机制、区域房价相互作用机理（靠近深圳、广州）（外溢）

——研究人往哪里去。随着都市圈建设的推进，人流、物流、资金流、创新流不断汇聚，人产城大融合，人随产业走，人往高处走，区域经济前景广阔，基建、住房、装修需求大大增加

——建筑、房地产、装修企业竞相跟进京津冀、长三角、粤港澳大湾区，市场竞争激烈

——京津冀、长三角、粤港澳大湾区发展必然给建筑、房地产、装修企业在技术水平、服务水平等方面带来更高的要求

——建筑、房地产、装修企业要深挖京津冀、长三角、粤港澳大湾区建筑/房地产/装修市场

——深耕京津冀、长三角、粤港澳大湾区市场的基础上，开拓重要都市圈市场

8、装修企业要适应房地产市场向三位一体（购买、租赁、保障）的长效机制转型

9、当前“保交楼、防风险”形势下，装修企业要做好合作伙伴的选择，防范上下游风险传递

——改善资产负债状况。专注主业、合规经营、资质良好

10、夯实实力，主动求变：对装修公司管理者做好企业业务创新和转型升级的几点建议

(1) 有所为，有所不为，有所作为

(2) 要做到：安心、静心、信心

(3) 精准识变、科学应变、主动求变

——2018年9月万科年会提出“活下去”

(4) 再审视、再谋划、再提升

——深耕细作、比拼内功

——技术突破

——培养自身的卓越运营能力，以管理风险和不确定性

——打造敏捷灵活的业务版图

(5) 积极应对压力，抓好两个效益，担负四个责任

(6) 加强人才队伍建设，保障企业业务创新和转型升级

长风破浪会有时，直挂云帆济沧海！

祝大家事业顺利，身体健康！