

2024 年装修公司融资商业计划书

装修公司融资商业计划书 1

一、家装公司目前的市场分析：

房地产行业限购普遍放开，住房贷款利率也不断下调，而且各地方政府为了进一步刺激房地产需求，出台真金白银的房地产补贴政策，调控政策应该更加宽松。包括购房按揭贷款利息抵扣个税；首套或二套普通住房首付比例继续下调；鼓励农民进城买房落户(中央经济工作会议把这个举措与推进新型城镇化结合起来)；放宽户籍限制，鼓励购房入户(中央经济工作会议将鼓励常住外地人购房与鼓励；打通房企上市融资发行债券渠道；推进公积金或房贷证券化；购房税费减免等。另外，二胎生育政策的正式出台，近期看导致家庭成员增加，需求更大的房子，将会产生对大户型的改善型需求，远期看由于人口总量的增加会加大对住房的需求。仅于顺德。大良。容桂。北窖。伦教。杏坛。勒流。就有 79 个楼盘。基中 10000 元/平方占 56%。每个楼盘户数上十万户之多。

1. 家装市场前景

仅于顺德商品房。大良。容桂。北窖。伦教。杏坛。勒流。就有 79 个楼盘。基中 10000 元/平方占 56%。每个楼盘

户数 10 万户之多。私人别墅。自建楼。旧房改造装修。厂房。酒店等 政府项目工程。占有市场份额 5%已可以成为行业龙头。

2. 未来发展趋势

配套资源整合。（门。窗。大理石。瓷砖。木地板。卫浴。烟消灶。红木家具。软家居）做诚信品牌。价格合理。打破家装行业暴利。

3. 行业状态

家装行业已经成为建筑业中的三大支柱性产业之一，是一个劳动密集行业。家装行业是随着房地产热潮的逐步兴起，快速成长起来的朝阳产业。近些年来，伴随中国经济的快速增长以及相关行业的蓬勃发展，家装行业愈加显示出了其巨大的发展潜力。

二、建筑家装行业发展现状

改革开放 30 年，我国建筑家装行业获得巨大的发展，为我国经济建设和社会发展做出了巨大的贡献。20xx 年我国家装行业工业总产值达 2.1 万亿元，“十一五”期间，行业的组织化和集中化程度有所提高，装饰企业数量已由 19 万家减少至 15 万家左右。20xx 年，全国家装行业完成工程总产值达到万亿元规模，实现了 12%左右的增长速度，再创历史新高。

xxx 年以后，在国家对房地产市场的调控常态化以及通货膨胀和经济下行压力极大的背景下，材料、人工成本上涨，家装行

业受到了前所未有的冲击，但也保持了快速发展，全年家装行业工程总产值已突破万亿元。同时企业也得到了新的发展，20xx 年的百强企业年平均工程产值已经达到亿元。

xxx 年 1 月 11 日，苏州民企金螳螂家装股份有限公司以 7500 万美元的价格，签约收购美国 HBA International 70%的股权，这次收购是中国家装行业第一次跨国收购。这次收购标志着中国真正有了国际化的装饰企业，实现了企业内部深层次的转型升级。

三、家装行业前景趋势分析

随着中国人民生活水平的提高和综合国力的加强，家装行业不仅在建筑业中的比重不断上升、作用日益突出，同时在经济发展和社会进步中，发挥的作用也日益重要。我国家装业发展迅速，低碳环保将成为今后建筑家装业的发展趋势。同时，我国基础设施建设、建材下乡以及城市化进程加快对我国建筑家装产业发展带来不可忽视的推动，建筑家装行业有望获得更高的增长。

四、风险评估与控制：

在当前市场经济快速发展前提下，我国经济水平得到显著提高，如家装行业的社会经济地位日渐提升就是最好的体现。随着行业的进步，施工风险越来越突出，实施风险管理成为项目施工的一项重要工作。针对建工装饰工程来讲，不仅投资巨大，工期较长，还需要复杂的施工工艺与繁多的衔接环节，这使项目具备了许多不确定因素给项目造成潜在威胁。因此，在项目施工过程中

中，亟需加强风险管理，以保证施工质量与安全。

家装工程在施工过程中受着越来越多不确定因素的影响，风险管理对此发挥着不可比拟的优化作用，是顺利家装工程项目管理的重要组成。目前，我国大部分家装企业的项目风险管理政策还不够完善，甚至对其的理解也存在很大的误解。有许多企业意识到风险管理的意义，对实施方法也有所了解，但由于缺乏执行力，制约了风险管理工作的开展。主要存在的问题有：一方面，家装相关企业为对施工风险给予足够的重视，缺乏风险意识与相应的管理制度。有些单位的工作人员思想麻痹，侥幸心理较为严重，风险意识不强，对企业实施风险管理造成阻碍。另一方面，许多家装相关单位对施工风险识别水平低，致使风险识别成本高。根据发达国家、地区的经验来看，风险识别是顺利进行风险管理工作的前提。风险管理方法手册与预案是进行风险管理工作的的重要依据，但目前国内鲜少有家装企业具有编制手册与制定预案的习惯，给风险管理造成一定的困难，提高了管理成本。

1. 家装工程风险管理关键

在漫长的家装施工过程中，由于施工系统复杂，施工过程变动较大，施工内容复杂，施工人员素质普遍较低的特点，致使项目存在很多不确定性安全问题，因此所承担的风险相对巨大。如对项目安全风险缺乏认识；安全风险估算失误；安全风险相应的方法与对策不够全面、科学。因此，针对上述问题，研究相应的

风险管理办法，采取相应的技术降低施工风险或实现零风险施工，尽量避免因安全事故带来的损失，非常重要。

综上所述，风险识别、风险评估以及风险规划成为风险管理工作有效进行的关键所在，贯穿于整个风险管理系统。

2. 家装工程风险识别

风险识别是确定项目风险的主要手段，是进行施工风险管理的基础工作。在实际进行时，应对项目具体情况充分了解后，分析施工风险，要全面考虑造成风险的各种内外因素，以便及时发现项目中的不确定因素以及诱发风险的潜在因素。

3. 家装工程风险评估

风险评估是指对风险因素可能给工程项目带来的影响作出评价，是基于风险识别环节进行的。风险评估人员通过使用各种方法，并在各种辅助工具的帮助下，对风险程度进行评价，分析该风险对工程项目带来的不利影响。风险评估工作主要分为风险估计与风险评价两个部分。风险估计是指在风险发生前，针对风险将给工程项目带来的影响程度，进行能够有效降低风险破坏的计算。

装修公司融资商业计划书 2

第一章 摘要

纵观黄山市房地产市场与家装市场的发展现状，整体正处于欣欣向荣的发展初期阶段。与经济发达城市相比，黄山市家装市

场当前竞争并不激烈，也就意味着利润相对丰厚，而市场总蛋糕却仍在迅速扩大。这得益于近些年内陆省份市场经济的迅猛发展，而未来更可期。因此，当前进入黄山家装市场，正当其时，商机无限，大有可为。

第二章 新公司的基本情况

新公司（名未定）是一家以提供室内装饰设计、施工、材料、售后等一条龙专业化家装服务为主营业务的有限责任公司。新公司以黄山全市家装市场为主要目标市场，创建初期重点开发屯溪区、徽州区、歙县市场，待新公司运营走上正轨后，将全面拓展其它区县。

新公司定位于中高端家装市场，将以品牌化发展作为企业的发展战略，注重品牌形象的塑造、推广，以植根黄山、稳扎稳打、长期可持续发展为宗旨，讲诚信，重服务，树品牌，立文化，立志成为黄山家装行业的领先品牌。同时力践设计先行理念，注重在行业内引导家装业主新的消费观念，倡导行业责任，推行家装文化，树立行业新风。

新公司注册资金拟为 xxx 万元，有限责任公司制，注册地为黄山市屯溪区。公司股东约为三人，除大股东投入主要资金启动运作外，引入中高端设计人员，以技术股吸引主要负责人为长期发展的战略伙伴。

新公司为董事会领导下的总经理负责制。公司组织架构：上

设董事会，总经理，下设办公室、设计部、工程部、客服部、企划部、材料展示部、监理部与财务部。

第三章 主要管理者及股东股份构成情况

xxx，大股东，约占 80-90%股份，任公司总经理，负责经营、管理、市场、采购、工程、财务等公司一揽子事务。

xxx，技术股，干股，约占 10-20%股份（未定），任公司设计总监，负责设计总体工作，工程预算，及设计效果在工程施工时的监督把关。

因公司在草创阶段，工程负责人尚未到位，需另寻合适人才。

第四章、新公司定位及产品与服务定位

1、新公司定位：黄山领先的家装服务提供商

2、产品定位：定制式套餐服务

具体产品形态为提供三种不同层次的定制式套装服务，分别针对市场上三个不同细分市场的客户装修需求。价格分别为 xxx 元/平米、xxx 元/平米、xxxx 元/平米，以期能同时覆盖中端、中高端、高端市场，提供不同套餐供不同业主选择。（有特别装修要求的，如别墅，复式等按个案处理。）

3、市场定位：面向黄山中高端家装市场。

4、服务定位：倡导五星级售前、售中、售后全程服务。

售后服务：免费保修两年，水电工程免费保修五年，提供终身维修服务。

5、营销定位：品牌化运作与体验式营销相结合，以品牌塑造、推广、广告为主导吸引装修业主，体验营销、线下活动营销促使落地。

6、品牌目标：打造黄山家装行业的领先品牌。

第五章、新公司的管理

1、公司实行董事会决策、总经理负责制，下设办公室、设计部、工程部、客服部、企划部、材料展示部、监理部与财务部等部门，后期视实际运行情况做增删、合并调整。

2、做装修企业最关键的是建立三个队伍：

一、管理团队和施工服务团队；二、市场部团队；三、设计技术团队。

其中：

1、设计技术团队要勤于了解存在客户的机会点在哪里。

2、设计技术团队要善于了解顾客的思路和个性化要求，要善于与顾客进行二次销售的沟通和方案的确定。

3、施工服务团队要建立一个集木、瓦、油、电、水等可以有基本技术能力的队伍，形成节点管理和质量监理共进的质量和进度保障体系。

3、在新公司成立伊始，即着手建立健全规范的公司各项管理体系，计有：

客户服务流程与管理体系、施工规范流程与管理制度、设计

规范流程与管理制度、监理规范流程与管理制度、预算规范流程与管理制度、材料采购与管理制度、售后维修保障管理制度、市场与品牌推广管理体系及公司日常管理制度、人事制度、财务管理制度等。

4、设立系列激励措施

在公司内部设立系列激励措施，在新公司成立伊始即在整个公司培养良好的竞争机制的企业文化。主要为：除一般行政人员外，新公司的运行以固定薪资加业绩提成为主，设计、施工与监理均与项目业绩挂钩，手头项目越多，所拿的回报也就越多。市场推广部门也将与市场实效业绩挂钩，业绩越好，奖励越多。

第六章、对黄山家装市场的现状分析及前景展望

1、黄山市家装市场处于爆发前夕

可以说，经过近十年的内陆省份的快速发展，内陆经济发展也纷纷崛起，特别是近几年，房地产市场发展迅速。黄山房地产市场的发展也是如此，目前房价均价约处于 5000-7000 元/平米之间，新的住宅楼盘如雨后春笋般在黄山各地拔地而起，随之而来的就是室内装修市场。据初步分析及判断，如今的黄山家装市场似极了十年前的温州、宁波家装市场，正处于行业爆发前夕。

回想 2003 年，当时温州新建商品房均价约在 7000 上下，整个家装市场蓬勃发展，即将爆发。而今日的黄山就是当年的温州。因此，以历史鉴今，可知黄山未来的家装市场正处于爆发点上，

巨大的潜在发展前景不可估量。

2、黄山家装市场的总体蛋糕预计已达到 5-10 个亿

黄山市四县三区近年来房地产市场都发展迅速，初步估测，黄山四县三区新开发楼盘在 50 个往上，以平均每个楼盘 200 套房计算，总套数不会少于 1 万套。而黄山房产是绝对的刚需房主导的市场，90%以上都是要装修的，以每套装修投入在 5-10 万来计算，预计家装业务市场总量在 5 到 10 个亿之间，其中屯溪区在 2-3 个亿。这还没算入商业公装市场与住宅二次装修的市场。

总之，市场总量的迅速扩大已使投资资金大规模进入黄山家装市场成为一种现实前景。其成长空间之大，引人垂涎。

3、同时，行业的不规范、不成熟发展预示着新进家装企业的巨大商机

家装市场良莠不齐，鱼龙混杂，存在大量的“家装游击队”，不讲诚信，偷换材料，虚增项目，质量问题不少等仍然是一种行业现状。但本地家装业主们往往茫然无知，毫不知情，对中高端家装的要求普遍也不高。也就是说，家装业主的消费观念仍未转变过来，仍然停留在一个较低的消费层面，即使手头有钱。而这就存在着如何正确引导中高端家装业主消费观念转变的现实市场课题。

自然，这也将成为我们这些立志打造品牌的正规家装公司的巨大市场机会。而新公司一旦在这方面有所成就，顺利引导与启

动中高端消费市场，将获得极大的市场成功，经济效益与品牌效益都不可估量。因此，对新公司来说，以一句话来总结这个市场，就是：商机巨大，前景无限。

4、竞争对手分析

一、综观黄山家装市场，目前并无非常强大的竞争对手，发展空间的成长性较好；

二、黄山家装公司普遍营销手法简单，行业整体竞争氛围不浓，是有待开发的黄金市场。

三、大多数家装公司没有自己的鲜明特色，因市场竞争不激烈，所以普遍竞争意识也不强，除少数的几家外，较少做宣传推广。

四、目前市场大部分装修公司属于接单做的小型业务公司，并无品牌意识。

五、目前在黄山家装市场上实力比较强的只有大 x、九 8 等为数不多的几家，品牌化运作的更是寥寥无几。

六、主要竞争对手分析：

大 x 装饰：初步感觉，大 x 装饰因其创始人在这个行业有二十年的从业经历，公司运作相对系统规范，比较成熟，具有较强的竞争实力与成长性。这个应是最主要的竞争对手。

装修公司融资商业计划书 3

一、市场分析

长期以来，国内居民因生活水平较低，对以“厨房”和“卫生间”为主要服务对象的小家电消费很少。

据统计，目前国内城镇家庭小家电的平均拥有量只有三四种，而欧美国家这一统计数字高达 37 种。据统计，每年国内有至少 260 万住户搬入新家，随着人们生活水平提高，对“厨房”和“卫生间”的日益重视，小家电产品的加速普及与换代升级必将孵化出惊人市场推动力，小家电的市场发展前景非常广阔。

今后 2 至 3 年内，我国小家电行业将步入黄金发展阶段，市场需求量年增幅有可能突破 30%。对于浴室取暖用的小家电目前只有浴霸和暖风机两种。

目前全国生产浴霸的企业为 376 家，2001 年国内销量估计为 400 万台，2002 年为 550 万台，2003 年达到 700 万台，销售额超过 10 亿元。在城市居民家庭中，浴霸拥有率不到 15%(2004 年)，国内消费者对浴霸认同度达 82%，市场空间巨大。浴霸在浴室取暖设备中占着绝对优势，其中杭州奥普浴霸 2004 年销售额为 2、6 亿元，市场份额第一。

目前生产浴霸和暖风机的厂家大都集中在浙江、广东一带，但其中小厂居多，多为仿制或 oem，自主研发能力不强。我国长江流域地区，大多住宅没有暖气，冬季洗澡取暖一直是个大问题。虽然有浴霸和暖风机，但人们更期待一种简便、有效的取暖器具。

装修公司商业计划书范文 第八篇

一、盈利情况分析

所需资金：10 万元

开业成本：5 万元

营业面积：50-80 平方米

员工工资：6-10 人，5000 元左右

流动资金：2 万元

月盈利：2 万元左右

二、市场分析

随着人们生活水平的不断提高，人们对居室要求已不仅仅局限于居住，更要求美观舒适，特别是搬入新居之后，往往要对居室加以改造和装饰。一般人由于受各种条件及审美观的限制，对居室的装潢往

往缺少独特的眼光。因此，往往求助于专门的装修公司。

我国的家装业是一个利润较大的行业。我国的住宅建设，特别是城镇住宅建设，经历了近 20 年的连续增长之后，已颇具规模。随着人们生活水平的提高和住房制度改革的推进，居住消费占总消费的比重迅速提高，人们越来越关注居住环境的改善。我国的家居装饰业应运而生，10 年来发展很快。

家装潜力巨大。据统计，这几年全国家居装饰业的总产值为 1200 亿元，是 20 世纪 90 年代的 40 倍，年均递增 45%，大体上每两年翻一番，相当于全国城镇住宅年投资总额的 30%。有一种大

胆的估计：家居装饰在未来两三年内将达到 2000 亿到 3000 亿元，即相当于住宅投资总额的一半左右。这不是虚张声势或盲目乐观。

家装公司是从 1998 年发展起来的，发展到今天已有较大的进步，该行业也成为社会上一个较热门的行业。人们都想给自己营造一个安逸舒适的空间，对居室环境的要求也越来越高。近年来房产开发商开发出大量的户型，也为家装行业的发展带来广大的空间和无限的商机。据专家分析，家装市场在未来几年内仍有较大的发展潜力。

三、地址选择

家庭装修公司的理想选址一般在新建成的居民住宅区、建材市场或大型居住区的聚集地。

四、特色门面设计

家庭装潢公司与其他行业不同，格外重视公司的“门面”，它不仅仅从一个侧面展示了企业的形象，也在消然地输出一种理念。对于正在选择装潢公司的人来说，装潢公司的“门面”可作为一种很好的“参照物”，下面提供几种样式供参考。

1、追求“后现代主义”

“后现代主义”将设计突出地表现出来，传达的是一种设计理念。因此，在装修的时候保留空间

功能的完整，而不必做过多的修饰。比如墙面的处理，铆钉都裸露在外，只是用色彩来重现建筑的美；不规则的几何形体错落

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/825204013142011133>