

2017-2022年中国建材家居 行业深度调研与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国建材家居行业深度调研与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/jiajumucan/338477WPYJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中国建材家居产业链主要包括原材料供应商，制造商，作为分销商的建材家居市场，以及消费端。分销商在此价值链中获取了大部分经济效益。从上游来看，木材塑料金属广泛可取，原材料供应商的优势并不明显；家居产品制造商数量多（超过 14000 家）、规模一般较小，受宣传费用以及家具的耐用品性质所限，所生产的商品并不能产生明显的品牌效应。由于建立分销渠道的成本巨大，我国家居制造商的销售很大一部分依赖于经销商。经销商一方面需要联系消费者，管理商户，另一方面要与厂商直接对接，处于整个产业链的核心地位。由于经销商一般能够容纳各类品牌，为客户提供一站式的解决方案，因此渠道品牌本身比产品品牌更能吸引消费者注意。一旦经销商的销售渠道建立完成，价值链得以连接，经销商能够获得产业中大部分经济效益。

建材家居产业链

近年来我国房地产销售面积不断增长，拉升了对建材家居市场的需求。“十一”期间，我国房地产累计完成投资 16.02 万亿元，年均增长 24.4%。根据国家统计局数据显示，2015 年全国房地产开发投资 95979 亿元，同比名义增长 1.0%，其中住宅投资 64595 亿元，同比增长 0.4%，占房地产开发投资的比重为 67.30%。2015 年西部地区房地产开发投资 21709 亿元，同比增长 1.3%。2015 年我国商品房销售面积 128495 万平方米，较 2014 年增长 6.5%，其中住宅销售面积增长 6.9%，办公楼销售面积增长 16.2%，商业营业用房销售面积增长 1.9%。2015 年西部地区商品房销售面积 33173 万平方米，同比增长 3.4%；销售金额为 16939 亿元，同比增长 5.0%。目前政府为了抑制大城市房价过快增长，控制投资、投机性房地产需求，减弱房地产的资产属性而回归至正常的居住属性，促使大量投资、投机性存量房或空置房转化为居住性住房，具备居住或出租功能，成为建材家居市场需求的新来源。我国巨大的婚育人口规模也为建材家居市场的发展奠定了基础。我国每年约有 2000 万新婚人群，大量婚育住房消费将加快建材家居市场的快速发展。当前，20 世纪 80 年代出生第一代独生子女已进入婚育消费周期，其消费特点以个性化、时尚化、追求环保为主，对家居设计更为关注。这批“80 后”受置业需求推动成为建材家居市场的主要消费者，将对市场的快速发展起到重要推动作用。

2010-2015我国住宅销量增升拉动家具类销售额

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国建材家居行业深度调研与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了建材家居行业市场发展环境、建材家居整体运行态势等，接着分

析了建材家居行业市场运行的现状，然后介绍了建材家居市场竞争格局。随后，报告对建材家居做了重点企业经营状况分析，最后分析了建材家居行业发展趋势与投资预测。您若想对建材家居产业有个系统的了解或者想投资建材家居行业，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 建材家居概述

第一节 建材家居定义

第二节 建材家居行业发展历程

第三节 建材家居分类情况

第四节 建材家居产业链分析

一、产业链模型介绍

二、建材家居产业链模型分析

第二章 2017-2022年中国建材家居行业发展环境分析

第一节 2017-2022年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2017-2022年中国建材家居行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2017-2022年中国建材家居行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

2014年我国人均家装消费额不到英美人均水平一半

二、工业发展形势分析

第三章 中国建材家居生产现状分析

第一节 建材家居行业总体规模

第一节 建材家居产能概况

一、2017-2022年产能分析

二、2017-2022年产能预测

第三节 建材家居市场容量概况

一、2017-2022年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2017-2022年市场容量预测

第四节 建材家居产业的生命周期分析

第五节 建材家居产业供需情况

第四章 建材家居国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2006-2015年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2017-2022年国内产品未来价格走势预测

第五章 2015年我国建材家居行业发展现状分析

第一节 我国建材家居行业发展现状

一、建材家居行业品牌发展现状

二、建材家居行业需求市场现状

三、建材家居市场需求层次分析

四、我国建材家居市场走向分析

第二节 中国建材家居产品技术分析

一、2015年建材家居产品技术变化特点

二、2015年建材家居产品市场的新技术

三、2015年建材家居产品市场现状分析

第三节 中国建材家居行业存在的问题

一、建材家居产品市场存在的主要问题

二、国内建材家居产品市场的三大瓶颈

三、建材家居产品市场遭遇的规模难题

第四节 对中国建材家居市场的分析及思考

- 一、建材家居市场特点
- 二、建材家居市场分析
- 三、建材家居市场变化的方向
- 四、中国建材家居行业发展的新思路
- 五、对中国建材家居行业发展的思考

第六章 2015年中国建材家居行业发展概况

- 第一节 2015年中国建材家居行业发展态势分析
- 第二节 2015年中国建材家居行业发展特点分析
- 第三节 2015年中国建材家居行业市场供需分析

第七章 建材家居行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 建材家居市场竞争策略分析

- 一、建材家居市场增长潜力分析
- 二、建材家居产品竞争策略分析
- 三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 建材家居企业竞争策略分析

- 一、2017-2022年我国建材家居市场竞争趋势
- 二、2017-2022年建材家居行业竞争格局展望
- 三、2017-2022年建材家居行业竞争策略分析

第八章 建材家居行业投资与发展前景分析

第一节 2015建材家居行业投资情况分析

- 一、2015年总体投资结构
- 二、2015年投资规模情况
- 三、2015年投资增速情况

四、2015年分地区投资分析

第二节 建材家居行业投资机会分析

一、建材家居投资项目分析

二、可以投资的建材家居模式

三、2015年建材家居投资机会

四、2015年建材家居投资新方向

第三节 建材家居行业发展前景分析

一、金融危机下建材家居市场的发展前景

二、2015年建材家居市场面临的发展商机

第九章 建材家居上游原材料供应状况分析

第一节 主要原材料

第二节 主要原材料价格及供应情况

第三节 2017-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测

第十章 建材家居行业上下游行业分析

第一节 上游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、行业新动态及其对建材家居行业的影响

四、行业竞争状况及其对建材家居行业的意义

第二节 下游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对建材家居行业的影响

五、行业竞争状况及其对建材家居行业的意义

第十一章 建材家居国内重点生产厂家分析

第一节 A公司

一、企业基本概况

二、2017-2022年企业经营与财务状况分析

三、2017-2022年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 B公司

一、企业基本概况

二、2017-2022年企业经营与财务状况分析

三、2017-2022年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节 C公司

一、企业基本概况

二、2017-2022年企业经营与财务状况分析

三、2017-2022年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节 D公司

一、企业基本概况

二、2017-2022年企业经营与财务状况分析

三、2017-2022年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节 E公司

一、企业基本概况

二、2017-2022年企业经营与财务状况分析

三、2017-2022年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第六节 F公司

一、企业基本概况

二、2017-2022年企业经营与财务状况分析

三、2017-2022年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十二章 建材家居地区销售分析

第一节 中国建材家居区域销售市场结构变化

第二节 建材家居“东北地区”销售分析

一、2017-2022年东北地区销售规模

- 二、东北地区“规格”销售分析
- 三、2017-2022年东北地区“规格”销售规模分析
- 第三节 建材家居“华北地区”销售分析
 - 一、2017-2022年华北地区销售规模
 - 二、华北地区“规格”销售分析
 - 三、2017-2022年华北地区“规格”销售规模分析
- 第四节 建材家居“中南地区”销售分析
 - 一、2017-2022年中南地区销售规模
 - 二、中南地区“规格”销售分析
 - 三、2017-2022年中南地区“规格”销售规模分析
- 第五节 建材家居“华东地区”销售分析
 - 一、2017-2022年华东地区销售规模
 - 二、华东地区“规格”销售分析
 - 三、2017-2022年华东地区“规格”销售规模分析
- 第六节 建材家居“西北地区”销售分析
 - 一、2017-2022年西北地区销售规模
 - 二、西北地区“规格”销售分析

第十三章 2017-2022年中国建材家居行业投资战略研究（ZY GXH）

第一节 2017-2022年中国建材家居行业投资策略分析

- 一、建材家居投资策略
- 二、建材家居投资筹划策略
- 三、建材家居品牌竞争战略

第二节 2017-2022年中国建材家居行业品牌建设策略

- 一、建材家居的规划
- 二、建材家居的建设
- 三、建材家居业成功之道（ZY GXH）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucan/338477WPYJ.html>