

2022-2028年中国家居建材 行业发展趋势与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国家居建材行业发展趋势与市场运营趋势报告》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.cction.com/report/202110/243797.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

家居建材是装修必备材料，也是一个成熟的行业。家居建材包括：天花板、瓷砖、门、窗、锁、玻璃、灯具、地板，卫厨，壁纸等均属家居建材。我国建材家装市场经过20多年的发展于2014年突破4万亿元，并保持稳定增长态势。2018年我国家装建材市场规模达到4.34万亿元，而到2019年的市场规模将进一步增长至4.43万亿元。2013-2019年中国家装建材行业市场规模数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国家居建材行业发展趋势与市场运营趋势报告》共七章。首先介绍了家居建材行业市场发展环境、家居建材整体运行态势等，接着分析了家居建材行业市场运行的现状，然后介绍了家居建材市场竞争格局。随后，报告对家居建材做了重点企业经营状况分析，最后分析了家居建材行业发展趋势与投资预测。您若想对家居建材产业有个系统的了解或者想投资家居建材行业，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：

第一章中国家居建材行业发展综述

1.1家居建材行业定义

1.1.1家居建材行业的定义

1.1.2家居建材的相关分类

1.2家居建材行业发展环境

1.2.1家居建材政策环境

(1) 行业主管部门及管理体制

(2) 流通行业相关法律法规

(3) 流通行业相关政策

1.2.2家居建材经济环境

(1) 国内经济增速情况

(2) 对外贸易情况分析

(3) 宏观经济与行业的相关性

1.2.3家居建材社会环境

- (1) 居民收入水平分析
- (2) 居民消费特点分析

第二章家居建材行业上游分析

2.1玻璃制造行业发展分析

2.1.1玻璃行业的产量分析

2.1.2玻璃行业的销量分析

2.1.3玻璃行业进出口分析

2.1.4玻璃行业产销率分析

2.2人造板制造行业发展分析

2.2.1人造板行业的产量分析

2.2.2人造板行业的销量分析

2.2.3人造板行业的市场规模

2.2.4人造板行业产销率分析

2.3金属门窗制造行业发展分析

2.3.1金属门窗行业的市场规模

2.3.2金属门窗行业产销率分析

2.4卫生陶瓷制造行业发展分析

2.4.1卫生陶瓷行业的产量分析

从产量方面看，2012年-2019年全国卫生陶瓷制品产量逐渐上升，2012年全国卫生陶瓷制品产量已达16055.2万件，2018年全国卫生陶瓷制品产量达到了20659.69万件，同比下降5.19%，其中华中地区产量10090.52万件，排名全国第一，占全国总产量的48.84%;其次是华南地区，产量为4699.45万件，占全国总产量的22.75%;排名第三位的是华北地区，产量为2975.22万件，占全国总产量的14.40%。。2019年前三季度，全国卫生陶瓷产量为1.6亿件，同比增长11.40%。

。2012-2019年我国卫生陶瓷产量及同比增长情况数据来源：公开资料整理

2.4.2卫生陶瓷行业的市场规模

2.4.3卫生陶瓷行业产销率分析

2.5砖瓦石材制造行业发展分析

2.5.1砖瓦石材行业的市场规模

2.5.2砖瓦石材行业产销率分析

2.6其他家居建材制造行业发展分析

2.6.1石膏板行业产量分析

2.6.2木地板行业产量分析

2.6.3幕墙行业的产量分析

2.7家居建材行业上游发展总结

第三章中国家居建材行业市场现状及前景

3.1家居建材行业市场规模

3.1.1家居建材行业发展历程

3.1.2家居建材行业市场规模

3.2家居建材行业发展特征

3.2.1家居建材行业区域性特征

3.2.2家居建材行业季节性特征

3.3家居建材行业市场竞争

3.3.1家居建材行业扩张情况

3.3.2家居建材行业收购兼并

3.3.3家居建材行业竞争格局

3.3.4家居建材行业竞争趋势

3.4家居建材行业影响因素

3.4.1家居建材行业有利影响因素

3.4.2家居建材行业不利影响因素

3.5家居建材行业市场前景

3.5.1家居建材行业成长性

3.5.2家居建材行业发展趋势

3.5.3家居建材行业市场前景

第四章中国家居建材行业流通模式分析

4.1家居建材行业主要流通业态分析

4.2家居建材超市业态发展现状及趋势

4.2.1家居建材超市业态优劣势分析

4.2.2家居建材超市业态发展现状

4.2.3家居建材超市业态代表商家

4.2.4家居建材超市业态盈利模式

4.2.5家居建材超市业态发展趋势

4.3家居建材专业市场业态发展现状及趋势

4.3.1家居建材专业市场业态优劣势分析

4.3.2家居建材专业市场业态发展现状

4.3.3家居建材专业市场业态代表商家

4.3.4家居建材专业市场业态盈利模式

4.3.5家居建材专业市场业态发展趋势

4.4家居建材品牌专卖店业态发展现状及趋势

4.4.1家居建材品牌专卖店业态优劣势分析

4.4.2家居建材品牌专卖店业态发展现状

4.4.3家居建材品牌专卖店业态代表商家

4.4.4家居建材品牌专卖店业态盈利模式

4.4.5家居建材品牌专卖店业态发展趋势

4.5其他流通业态发展现状及趋势

4.5.1摊位制建材市场

4.5.2仓储式厂家直营卖场

4.6家居建材行业电子商务模式发展现状及展望

4.6.1家居建材行业电子商务发展困局

4.6.2家居建材行业电子商务交易规模

4.6.3家居建材行业电子商务代表商家

4.6.4家居建材行业电子商务发展对策

4.6.5家居建材行业电子商务发展展望

第五章中国家居建材行业重点区域市场现状及竞争策略

5.1各级城市家居建材市场特点

5.1.1线城市

5.1.2线城市

5.1.3线及以下城市

5.2北京家居建材行业现状及竞争策略

5.2.1北京经济环境分析

(1) 北京经济总量分析

(2) 北京人均收入水平

5.2.2北京房地产市场分析

- (1) 北京房地产相关政策
- (2) 北京商品住宅开发投资分析
- (3) 北京商品住宅供需平衡分析

5.2.3北京家居建材行业现状及竞争策略

- (1) 北京家居建材行业发展规模
- (2) 北京家居建材行业竞争形势
- (3) 北京家居建材市场竞争策略

5.3上海家居建材行业现状及竞争策略

5.3.1上海经济环境分析

- (1) 上海经济总量分析
- (2) 上海人均收入水平

5.3.2上海房地产市场分析

- (1) 上海房地产相关政策
- (2) 上海商品住宅开发投资分析
- (3) 上海商品住宅供需平衡分析

5.3.3上海家居建材行业现状及竞争策略

- (1) 上海家居建材行业发展规模
- (2) 上海家居建材行业竞争形势
- (3) 上海家居建材市场竞争策略

5.4广州家居建材行业现状及竞争策略

5.4.1广州经济环境分析

- (1) 广州经济总量分析
- (2) 广州人均收入水平

5.4.2广州房地产市场分析

- (1) 广州房地产相关政策
- (2) 广州商品住宅开发投资分析
- (3) 广州商品住宅供需平衡分析

5.4.3广州家居建材行业现状及竞争策略

- (1) 广州家居建材行业发展规模
- (2) 广州家居建材行业竞争形势
- (3) 广州家居建材市场竞争策略

5.5深圳家居建材行业现状及竞争策略

5.5.1深圳经济环境分析

- (1) 深圳经济总量分析
- (2) 深圳人均收入水平

5.5.2深圳房地产市场分析

- (1) 深圳房地产相关政策
- (2) 深圳商品住宅开发投资分析
- (3) 深圳商品住宅供需平衡分析

5.5.3深圳家居建材行业现状及竞争策略

- (1) 深圳家居建材行业发展规模
- (2) 深圳家居建材行业竞争形势
- (3) 深圳家居建材市场竞争策略

5.6天津家居建材行业现状及竞争策略

5.6.1天津经济环境分析

- (1) 天津经济总量分析
- (2) 天津人均收入水平

5.6.2天津房地产市场分析

- (1) 天津房地产相关政策
- (2) 天津商品住宅开发投资分析
- (3) 天津商品住宅供需平衡分析

5.6.3天津家居建材行业现状及竞争策略

- (1) 天津家居建材行业发展规模
- (2) 天津家居建材行业竞争形势
- (3) 天津家居建材市场竞争策略

5.7武汉家居建材行业现状及竞争策略

5.7.1武汉经济环境分析

- (1) 武汉经济总量分析
- (2) 武汉人均收入水平

5.7.2武汉房地产市场分析

- (1) 武汉房地产相关政策
- (2) 武汉商品住宅开发投资分析
- (3) 武汉商品住宅供需平衡分析

5.7.3武汉家居建材行业现状及竞争策略

- (1) 武汉家居建材行业发展规模
- (2) 武汉家居建材行业竞争形势
- (3) 武汉家居建材市场竞争策略
- 5.8重庆家居建材行业现状及竞争策略
- 5.8.1重庆经济环境分析
 - (1) 重庆经济总量分析
 - (2) 重庆人均收入水平
- 5.8.2重庆房地产市场分析
 - (1) 重庆房地产相关政策
 - (2) 重庆商品住宅开发投资分析
 - (3) 重庆商品住宅供需平衡分析
- 5.8.3重庆家居建材行业现状及竞争策略
 - (1) 重庆家居建材行业发展规模
 - (2) 重庆家居建材行业竞争形势
 - (3) 重庆家居建材市场竞争策略
- 5.9无锡家居建材行业现状及竞争策略
- 5.9.1无锡经济环境分析
 - (1) 无锡经济总量分析
 - (2) 无锡人均收入水平
- 5.9.2无锡房地产市场分析
 - (1) 无锡房地产相关政策
 - (2) 无锡商品住宅开发投资分析
 - (3) 无锡商品住宅供需平衡分析
- 5.9.3无锡家居建材行业现状及竞争策略
 - (1) 无锡家居建材行业发展规模
 - (2) 无锡家居建材行业竞争形势
 - (3) 无锡家居建材市场竞争策略
- 5.10长沙家居建材行业现状及竞争策略
- 5.10.1长沙经济环境分析
 - (1) 长沙经济总量分析
 - (2) 长沙人均收入水平
- 5.10.2长沙房地产市场分析

- (1) 长沙房地产相关政策
- (2) 长沙商品住宅开发投资分析
- (3) 长沙商品住宅供需平衡分析

5.10.3 长沙家居建材行业现状及竞争策略

- (1) 长沙家居建材行业发展规模
- (2) 长沙家居建材行业竞争形势
- (3) 长沙家居建材市场竞争策略

第六章中国家居建材企业经营状况分析

6.1 国际家居建材企业在营状况分析

6.1.1 瑞典宜家家居公司

- (1) 发展规模及全球规模
- (2) 主营业务及产品结构
- (3) 在华发展进程及规模
- (4) 在华本土化分析
- (5) 在华发展优劣势分析

6.1.2 英国翠丰集团

- (1) 发展规模及全球规模
- (2) 主营业务及产品结构
- (3) 在华发展进程及规模
- (4) 在华本土化分析
- (5) 在华发展优劣势分析

6.2 国内家居建材企业经营状况分析

6.2.1 红星美凯龙家居集团股份有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力
- (3) 企业门店网络
- (4) 企业物流体系
- (5) 企业服务政策及特色

6.2.2 北京居然之家投资控股集团有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力

- (3) 企业门店网络
- (4) 企业服务政策及特色
- (5) 企业业态模式

6.2.3上海月星控股集团有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力
- (3) 企业门店网络
- (4) 企业服务政策及特色
- (5) 企业业态模式

6.2.4吉盛伟邦家具集团经营状况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力
- (3) 企业门店网络
- (4) 企业服务政策及特色
- (5) 企业业态模式

6.2.5武汉欧亚达家居集团有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力
- (3) 企业门店网络
- (4) 企业服务政策及特色
- (5) 企业业态模式

6.3国内家居建材行业电子商务企业发展分析

6.3.1巢尚商城发展分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 主营业务及产品
- (3) 合作品牌
- (4) 企业服务政策及特色
- (5) 企业经营优劣势
- (6) 企业偿债能力

6.3.2兔宝宝商城发展分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力

- (3) 主要经济指标
- (4) 企业盈利能力
- (5) 企业运营能力
- (6) 企业偿债能力

6.3.3新浪乐居网发展分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 主营业务及产品
- (3) 合作品牌
- (4) 企业服务政策及特色
- (5) 企业经营现状
- (6) 企业经营优劣势

6.3.4搜狐家居商城发展分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力
- (3) 主要经济指标
- (4) 企业盈利能力
- (5) 企业运营能力
- (6) 企业偿债能力

6.3.5齐家网发展分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业业务能力
- (3) 主要经济指标
- (4) 企业盈利能力
- (5) 企业运营能力
- (6) 企业偿债能力

第七章中国家居建材行业发展壁垒及风险提示（）

7.1家居建材行业发展壁垒

7.1.1资金壁垒

7.1.2市场壁垒

- (1) 商圈壁垒
- (2) 渠道壁垒

(3) 品牌壁垒

7.1.3人才壁垒

7.2家居建材行业风险提示

7.2.1房地产调控政策风险

7.2.2宏观经济波动风险

7.2.3行业竞争风险

7.2.4经营管理风险

(1) 中国家居建材卖场关键成功因素分析

7.3家居建材卖场选址

7.3.1家居建材卖场选址变迁

7.3.2领先家居建材卖场选址要求

(1) 红星美凯龙卖场选址要求

(2) 居然之家卖场选址要求

(3) 宜家卖场选址要求

(4) 东方家园卖场选址要求

(5) 百安居卖场选址要求

(6) 集美家居建材卖场选址要求

7.4家居建材卖场设计

7.4.1家居建材卖场设计原则

7.4.2家居建材卖场设计要素

7.4.3家居建材卖场布置策略

7.4.4家居建材卖场补给线设计原则

7.5家居建材卖场定位

7.5.1家居建材卖场产品定位

7.5.2家居建材卖场客户定位

7.5.3家居建材卖场业态组合定位

7.6家居建材卖场招商

7.6.1家居建材卖场招商定位

7.6.2家居建材卖场招商考核

7.6.3家居建材卖场招商侧重

7.7家居建材卖场管理

7.7.1家居建材卖场经营管理

7.7.2家居建材卖场物业管理

7.7.3家居建材卖场售后服务

图表目录：

图表1：家居建材行业的分类

图表2：我国家居建材行业主管部门、自律组织及其相关职责

图表3：我国家居建材行业相关标准及法律法规

图表4：我国流通行业相关法律法规

图表5：2015-2019年中国国内生产总值走势图（单位：亿元，%）

图表6：2015-2019年我国进出口贸易同比增速（单位：%）

图表7：2015-2019年我国进出口贸易差额（单位：亿美元）

图表8：2015-2019年我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表9：2015-2019年我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）

图表10：我国不同年代人群及对家居建材的消费特点

图表11：我国不同消费形态人群及对家居建材的消费特点

图表12：2015-2019年我国平板玻璃产量及同比增速（单位：万重量箱，%）

图表13：2015-2019年我国平板玻璃销量及同比增速（单位：万重量箱，%）

图表14：2015-2019年我国平板玻璃出口量及同比增速（单位：万平方米，%）

图表15：2015-2019年我国平板玻璃产销率走势（单位：%）

图表16：2015-2019年我国人造板产量及同比增速（单位：万立方米，%）

图表17：2015-2019年我国人造板销量及同比增速（单位：万立方米，%）

图表18：2015-2019年我国人造板制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表19：2015-2019年我国人造板行业产销率走势（单位：%）

图表20：2015-2019年我国金属门窗制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表21：2015-2019年我国金属门窗制造行业产销率走势（单位：%）

图表22：2015-2019年我国卫生陶瓷产量及同比增速（单位：亿件，%）

图表23：2015-2019年我国卫生陶瓷制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表24：2015-2019年我国卫生陶瓷制造行业产销率走势（单位：%）

图表25：2015-2019年我国砖瓦、石材等建材制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表26：2015-2019年我国砖瓦、石材等建筑材料制造行业产销率走势（单位：%）

图表27：2015-2019年我国石膏板产量及同比增速（单位：亿立方米，%）

图表28：2015-2019年我国木地板产量及同比增速（单位：万平方米，%）

图表29：2015-2019年我国建筑幕墙产量及同比增速（单位：万平方米，%）

图表30：2015-2019年我国建筑幕墙累计产量及同比增速（单位：万平方米，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/243797.html>