

2017-2022年中国建材家居行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国建材家居行业市场研究及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/305999.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。“十一五”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

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

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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/305999.html>