

2023-2029年中国家居建材 市场评估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

《2023-2029年中国家居建材市场评估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/202211/325409.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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国家居建材市场评估与市场运营趋势报告》共八章。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1章：家居建材行业概念界定及行业发展环境分析

1.1 家居建材行业相关概念界定及统计口径说明

1.1.1 建材的定义及分类

（1）概念界定

（2）产品分类

1.1.2 家居建材的定义及分类

（1）概念界定

（2）产品分类

1.1.3 建材家居市场的概念界定

1.1.4 家居建材行业所属的国民经济分类

1.2 家居建材行业政策环境

1.2.1 行业监管体系及机构

1.2.2 行业规范标准

1.2.3 行业发展相关政策汇总及解读

1.2.4 行业发展规划汇总及解读

（1）行业发展规划汇总

（2）行业发展规划解读

1.2.5 政策环境对家居建材行业发展的影响分析

1.3 家居建材行业经济环境

1.3.1 宏观经济现状

- (1) 国内生产总值
- (2) 中国CPI波动情况分析
- (3) 固定资产投资情况
- (4) 国际贸易情况分析

1.3.2 宏观经济展望

1.3.3 行业发展与宏观经济发展的影响分析

1.4 家居建材行业社会环境

1.4.1 中国人口环境

- (1) 人口规模
- (2) 人口结构

1.4.2 居民收入与支出分析

- (1) 居民收入水平及结构
- (2) 居民支出水平及消费结构

1.4.3 中国城镇化水平分析

1.4.4 中国婚育情况分析

1.4.5 中国家居建材的环境污染及能源消耗情况

1.4.6 社会环境变化趋势及其对家居建材行业发展的影响分析

1.5 家居建材行业技术环境分析

1.5.1 家居建材行业创新现状及新技术应用现状

1.5.2 家居建材相关专利的申请及授权情况

- (1) 专利申请
- (2) 专利公开
- (3) 热门申请人
- (4) 热门技术领域

1.5.3 绿色建材评价技术要求

1.5.4 新型家居建材的研发现状

1.5.5 家居建材制造技术发展趋势

1.5.6 技术环境对行业发展的影响分析

1.6 家居建材行业发展机遇与挑战

第2章：家居建材行业发展现状及市场痛点分析

2.1 全球家居建材市场发展现状

2.1.1 全球家居建材市场业态发展历程

2.1.2 全球家居建材市场的主流形式与对比分析

(1) 国外家居建材市场的主流形式

(2) 专业零售商与综合零售商的比较分析

2.2 中国房地产行业发展现状及发展态势分析

2.2.1 中国房地产行业发展现状

(1) 房地产开发投资

(2) 全国商品房销售额

2.2.2 房地产行业发展新态势

(1) 精装房交付增加，工程订单需求增加，零售市场向存量房转移

(2) 全屋定制、多品类集成、整装、拎包入住渐成气候，市场接受度提高

(3) 定制家居出现全屋、换代、垂直三条路线

2.3 中国家居建材景气指数

2.4 中国家居建材行业市场供给及需求状况

2.4.1 家居建材行业固定资产投资情况

2.4.2 家居建材企业参与者类型及规模

2.4.3 家居建材产业市场规模

2.4.4 家居建材限额以上单位商品零售额

2.5 中国家居建材行业进出口贸易现状

2.6 中国家居建材行业经济效益分析

2.6.1 规模以上建材行业经营效益

2.6.2 行业上市企业经营效益分析

(1) 企业收入端分化较大

(2) 经营性现金流净额表现较好

(3) 盈利水平保持较为稳定

2.7 家居建材行业发展痛点分析

第3章：家居建材行业细分产品市场供给及需求状况

3.1 玻璃制造

3.1.1 玻璃行业市场供给分析

3.1.2 玻璃行业市场需求分析

3.1.3 玻璃行业出口市场分析

3.1.4 玻璃行业供需平衡现状

3.2 人造板制造

3.2.1 人造板行业市场供给分析

3.2.2 人造板行业市场需求分析

3.2.3 人造板行业市场规模分析

3.2.4 人造板行业供需平衡现状

3.3 金属门窗制造

3.3.1 金属门窗行业市场供给分析

(1) 企业数量分析

(2) 产能/产量

3.3.2 金属门窗行业市场规模分析

3.4 建筑卫生陶瓷制造

3.4.1 建筑卫生陶瓷行业市场供给分析

(1) 企业数量

(2) 产量

3.4.2 建筑卫生陶瓷行业市场规模分析

3.4.3 建筑卫生陶瓷行业出口量分析

(1) 建筑陶瓷出口情况

(2) 卫生陶瓷出口情况

3.4.4 建筑卫生陶瓷行业发展趋势分析

3.5 砖瓦石材制造

3.5.1 砖瓦石材行业市场供给分析

(1) 企业数量分析

(2) 产能/产量

3.5.2 砖瓦石材行业市场规模分析

3.6 其他家居建材制造

3.6.1 石膏板

3.6.2 木地板

(1) 木地板行业产量情况

（2）木地板行业销量情况

第4章：中国家居建材行业流通模式发展状况

4.1 家居建材行业主要流通业态分析

4.2 家居建材专业市场业态发展现状及趋势

4.2.1 家居建材专业市场简介

4.2.2 家居建材专业市场业态优劣势分析

4.2.3 家居建材专业市场业态发展现状

4.2.4 家居建材专业市场业态竞争状态

4.2.5 家居建材专业市场业态盈利模式

（1）家居建材专业市场的盈利模式

（2）家居建材专业市场盈利模式的创新

4.2.6 家居建材专业市场业态发展趋势

（1）家居建材专业市场业态的细分专业化

（2）家居建材专业市场业态的品牌化

4.3 家居建材超市业态发展现状及趋势

4.3.1 家居建材超市业态介绍

4.3.2 家居建材超市业态优劣势分析

4.3.3 家居建材超市业态发展现状

（1）国外家居建材超市业态预示中国家居建材流通业态的发展趋势

（2）家居建材超市业态在国内遭遇尴尬境地

4.3.4 家居建材超市业态竞争状态

4.3.5 家居建材超市业态盈利模式

（1）“产销差价+渠道费用”的盈利模式

（2）盈利能力模式创新——“装潢中心+大型超市零售”盈利模式

4.3.6 家居建材超市业态发展趋势

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竞争状态

4.4.4 家居建材品牌专卖店业态盈利模式

（1）家居建材品牌专卖店业态的盈利模式

(2) 家居建材品牌专卖店业态的盈利模式创新

4.4.5 家居建材品牌专卖店业态发展趋势

(1) 家居建材品牌企业设立自身品牌专卖店已成趋势

(2) 品牌专卖店将是家居建材制造行业实现多元化渠道的途径之一

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

(1) 摊位制建材市场的发展由来

(2) 摊位制建材市场的发展现状

(3) 摊位制建材市场存在的问题

(4) 摊位制建材市场的发展趋势

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特点分析

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模式分析

(1) 行业电子商务模式分析

(2) 行业主要企业发展模式分析

4.6.4 家居建材行业电子商务运营模式

(1) 厂家大平台下的服务商

(2) 自建平台，O2O运营

(3) O2O+APP+网络商城+网络支付

(4) 依托第三方服务商

4.6.5 家居建材行业电子商务发展困局

4.6.6 家居建材行业电子商务发展对策

(1) 营销策划

(2) 建立网络推广团队

(3) 可以结合商场物流，建立B2C电子商务物流体系

4.6.7 家居建材行业电子商务发展展望

(1) 家居建材行业市场需求增加，电子商务的规模将进一步扩大

(2) 家居建材行业电子商务的盈利能力将稳步增长

(3) 电子商务平台与实体平台融合趋势明显，线下用户体验将成为服务体系的重要部分

第5章：家居建材不同业态的典型代表案例分析

5.1 家居建材专业市场案例分析

5.1.1 中国西部建材城

- (1) 基本信息
- (2) 经营状况
- (3) 特色及优势

5.1.2 十里河家居建材城

- (1) 基本信息
- (2) 经营状况
- (3) 特色及优势

5.1.3 五洲国际建材城

- (1) 基本信息
- (2) 经营状况
- (3) 特色及优势

5.2 家居建材超市案例分析

5.2.1 红星美凯龙家居集团股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业业务布局
- (5) 企业家居建材业务最新发展动态
- (6) 企业发展的优劣势分析

5.2.2 居然之家新零售集团股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业业务布局
- (5) 企业发展的优劣势分析

5.2.3 上海月星控股集团有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业发展的优劣势分析

5.3 家居建材品牌专卖店案例分析

5.3.1 百强家具

(1) 基本信息

(2) 经营状况

(3) 特色及优势

5.3.2 美克美家

(1) 基本信息

(2) 经营状况

(3) 特色及优势

5.4 家居建材电子商务品牌案例分析

5.4.1 齐家网（家居建材团购模式发展出的平台）

(1) 基本信息

(2) 运营状况

(3) 特色及优势

5.4.2 家天下（房产网络平台延伸出的家居电商平台）

(1) 基本信息

(2) 运营状况

(3) 特色及优势

5.4.3 家装e站（以自由装饰公司为依托）

(1) 基本信息

(2) 运营状况

(3) 特色及优势

5.4.4 居然之家（家居卖场的线上平台）

(1) 基本信息

(2) 运营状况

(3) 特色及优势

5.4.5 综合性电商平台

(1) 淘宝/天猫

(2) 京东

5.4.6 品牌自营电商

(1) 曲美

(2) 箭牌

第6章：家居建材不同产品的典型代表案例分析

6.1 玻璃

6.1.1 福莱特玻璃集团股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业发展的优劣势分析

6.1.2 中航三鑫股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业家居建材业务最新发展动态

(6) 企业发展的优劣势分析

6.2 人造板

6.2.1 大亚圣象家居股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业发展的优劣势分析

6.2.2 广东威华股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业发展的优劣势分析

6.3 金属门窗

6.3.1 北京嘉寓门窗幕墙股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业业务布局
- (5) 企业发展的优劣势分析

6.3.2 浙江星月门业有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业业务布局
- (5) 企业发展的优劣势分析

6.4 建筑卫生陶瓷

6.4.1 帝欧家居股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业业务布局
- (5) 企业家居建材业务最新发展动态
- (6) 企业发展的优劣势分析

6.4.2 惠达卫浴股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络
- (4) 企业业务布局
- (5) 企业家居建材业务最新发展动态
- (6) 企业发展的优劣势分析

6.5 砖瓦石材

6.5.1 厦门万里石股份有限公司

- (1) 企业发展历程及基本信息
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业发展的优劣势分析

6.5.2 广州大石馆科技股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业发展的优劣势分析

6.6 木地板

6.6.1 宜华生活科技股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业业务最新发展动态

6.6.2 菲林格尔家居科技股份有限公司

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业业务结构及销售网络

(4) 企业业务布局

(5) 企业业务的优劣势分析

第7章：中国家居建材行业重点区域市场现状及趋势

7.1 各级城市家居建材市场发展特点分析

7.1.1 一线城市

7.1.2 二线城市

7.1.3 三线及以下城市

7.2 北京市

7.2.1 北京市发展环境

(1) 北京人均收入水平

(2) 北京市房地产相关政策

(3) 北京市房地产开发投资分析

(4) 北京市房地产市场供需平衡分析

7.2.2 北京市家居建材行业现状

(1) 北京市家居建材行业发展现状

(2) 北京家居建材行业竞争形势

7.2.3 北京市家居建材行业发展趋势分析

7.3 上海市

7.3.1 上海市发展环境

(1) 上海人均收入水平

(2) 上海房地产相关政策

(3) 上海市房地产开发投资分析

(4) 上海市房地产市场供需平衡分析

7.3.2 上海市家居建材行业现状

(1) 上海家居建材行业发展现状

(2) 上海家居建材行业竞争形势

7.3.3 上海市家居建材行业发展趋势分析

7.4 广州市

7.4.1 广州发展环境

(1) 广州人均收入水平

(2) 广州房地产相关政策

(3) 广州市房地产开发投资分析

(4) 广州市房地产市场供需平衡分析

7.4.2 广州家居建材行业现状

(1) 广州家居建材行业发展现状

(2) 广州家居建材行业竞争形势

7.4.3 广州家居建材行业发展趋势分析

7.5 深圳市

7.5.1 深圳发展环境

(1) 深圳人均收入水平

(2) 深圳房地产相关政策

(3) 深圳市房地产开发投资分析

(4) 深圳商品住宅供需平衡分析

7.5.2 深圳家居建材行业现状

(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

7.5.3 深圳家居建材行业发展趋势分析

7.6 天津市

7.6.1 天津发展环境

(1) 天津人均收入水平

(2) 天津房地产相关政策

(3) 天津市房地产开发投资分析

(4) 天津房地产市场供需平衡分析

7.6.2 天津家居建材行业现状

(1) 天津家居建材行业发展现状

(2) 天津家居建材行业竞争形势

7.6.3 天津家居建材行业发展趋势分析

7.7 武汉市

7.7.1 武汉发展环境

(1) 武汉人均收入水平

(2) 武汉房地产相关政策

(3) 武汉市房地产开发投资分析

(4) 武汉房地产市场供需平衡分析

7.7.2 武汉家居建材行业现状

(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

7.7.3 武汉家居建材行业发展趋势分析

第8章：家居建材行业发展趋势与前景分析

8.1 家居建材行业发展趋势

8.2 家居建材行业发展前景分析

8.3 家居建材行业投资特性分析

8.3.1 行业进入壁垒分析

(1) 资金壁垒

(2) 品牌壁垒

(3) 渠道壁垒

（4）人才壁垒

8.3.2 行业投资风险预警

（1）宏观经济风险

（2）人才短缺或流失风险

（3）市场竞争风险

（4）政策风险

8.4 家居建材行业投资价值与投资机会

8.4.1 行业投资价值分析

8.4.2 行业投资机会分析

（1）产业链投资机会分析

（2）重点区域投资机会分析

（3）细分市场投资机会分析

8.5 家居建材行业投资策略与可持续发展建议

8.5.1 行业投资策略分析

（1）强化全产业链建设，打造数字化运营

（2）发展三四线城市销售市场

（3）进一步优化产品结构

8.5.2 行业可持续发展建议

图表目录：

图表1：建材分类

图表2：家居建材的产品分类

图表3：家居建材所属的国民经济分类

图表4：本报告的主要数据来源说明

图表5：我国家居建材流通行业主管部门、自律组织及其相关职责

图表6：我国家居建材行业相关标准及法律法规

图表7：我国家居建材行业相关标准

图表8：2022年家居建材行业发展政策汇总

图表9：2022年家居建材行业中长期规划汇总

图表10：我国建筑装饰行业“十三五”主要规划目标

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/325409.html>