

2022-2028年中国家居建材流通行业市场供需形势 分析及投资前景评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国家居建材流通行业市场供需形势分析及投资前景评估报告》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.chyxx.com/research/202010/898602.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。

智研咨询发布的《2022-2028年中国家居建材流通行业市场供需形势分析及投资前景评估报告》共七章。首先介绍了家居建材流通行业市场发展环境、家居建材流通整体运行态势等，接着分析了家居建材流通行业市场运行的现状，然后介绍了家居建材流通市场竞争格局。随后，报告对家居建材流通做了重点企业经营状况分析，最后分析了家居建材流通行业发展趋势与投资预测。您若想对家居建材流通产业有个系统的了解或者想投资家居建材流通行业，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：中国家居建材流通行业发展前景分析

1.1 家居建材流通行业综述

1.1.1 行业概念与分类

1.1.2 行业主要经营模式

1.2 家居建材流通行业政策环境

1.3 家居建材流通行业发展驱动

1.3.1 市场需求驱动分析

1.3.2 行业创新驱动分析

1.4 家居建材流通行业发展困境

1.5 家居建材流通行业发展趋势

1.5.1 家居建材流通行业成长性

1.5.2 家居建材流通行业发展趋势

(1) 互联网+模式日趋成熟

(2) 行业扩张步伐放缓

(3) 金融资本加快企业转型

(4) 多元化经营、多业态联合

(5) 二三线城市成重点区域

第2章：家居建材流通行业上游分析

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 玻璃所属行业进出口分析
- 2.1.4 玻璃所属行业产销率分析
- 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 人造板所属行业产销率分析
- 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
 - 2.4.2 卫生陶瓷行业的市场规模
 - 2.4.3 卫生陶瓷所属行业产销率分析
- 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 砖瓦石材所属行业产销率分析
- 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 家居建材流通行业上游发展总结

第3章：中国家居建材流通行业市场现状及前景

- 3.1 家居建材流通行业市场规模
 - 3.1.1 家居建材流通行业发展历程
 - 3.1.2 家居建材流通行业市场规模
- 3.2 家居建材流通行业发展特征
 - 3.2.1 家居建材流通行业区域性特征
 - 3.2.2 家居建材流通行业季节性特征
- 3.3 家居建材流通行业市场竞争
 - 3.3.1 家居建材流通行业扩张情况
 - 3.3.2 家居建材流通行业收购兼并
 - 3.3.3 家居建材流通行业竞争格局

第4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
 - (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特点分析
 - (1) 重体验
 - (2) 重服务
 - (3) 本地化
 - 4.6.4 家居建材行业电子商务模式分析
 - (1) 家居建材团购模式发展出的平台—齐家网等

- (2) 房产网络平台延伸出的家居电商平台—家天下等
- (3) 以自由装饰公司为依托—家装E站等
- (4) 家居卖场经营的家居平台—星易家、居然之家等
- (5) 综合性电商平台—天猫、淘宝、京东等
- (6) 品牌自营电商—曲美、箭牌等

4.6.5 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

4.6.6 家居建材行业电子商务发展对策

4.6.7 家居建材行业电子商务发展展望

第5章：中国家居建材流通行业重点区域竞争策略

5.1 各级城市家居建材市场特点

5.1.1 一线城市

5.1.2 二线城市

5.1.3 三线及以下城市

5.2 北京家居建材流通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) 北京商品住宅开发投资分析
- (2) 北京商品住宅供需平衡分析

5.2.3 北京家居建材流通行业现状及竞争策略

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

5.3 上海家居建材流通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 上海家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 上海家居建材流通行业发展规模
 - (2) 上海家居建材流通行业竞争形势
 - (3) 上海家居建材流通市场竞争策略
- 5.4 广州家居建材流通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) 广州商品住宅开发投资分析
 - (2) 广州商品住宅供需平衡分析
 - 5.4.3 广州家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 广州家居建材流通行业发展规模
 - (2) 广州家居建材流通行业竞争形势
 - (3) 广州家居建材流通市场竞争策略
- 5.5 深圳家居建材流通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) 深圳商品住宅开发投资分析
 - (2) 深圳商品住宅供需平衡分析
 - 5.5.3 深圳家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 深圳家居建材流通行业发展规模
 - (2) 深圳家居建材流通行业竞争形势
 - (3) 深圳家居建材流通市场竞争策略
- 5.6 天津家居建材流通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) 天津商品住宅开发投资分析
 - (2) 天津商品住宅供需平衡分析
 - 5.6.3 天津家居建材流通行业现状及竞争策略

- (1) 天津家居建材流通行业发展规模
- (2) 天津家居建材流通行业竞争形势
- (3) 天津家居建材流通市场竞争策略
- 5.7 武汉家居建材流通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) 武汉商品住宅开发投资分析
 - (2) 武汉商品住宅供需平衡分析
 - 5.7.3 武汉家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 武汉家居建材流通行业发展规模
 - (2) 武汉家居建材流通行业竞争形势
 - (3) 武汉家居建材流通市场竞争策略
- 5.8 重庆家居建材流通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) 重庆商品住宅开发投资分析
 - (2) 重庆商品住宅供需平衡分析
 - 5.8.3 重庆家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 重庆家居建材流通行业发展规模
 - (2) 重庆家居建材流通行业竞争形势
 - (3) 重庆家居建材流通市场竞争策略
- 5.9 无锡家居建材流通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) 无锡商品住宅开发投资分析
 - (2) 无锡商品住宅供需平衡分析
 - 5.9.3 无锡家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 无锡家居建材流通行业发展规模
 - (2) 无锡家居建材流通行业竞争形势

- (3) 无锡家居建材流通市场竞争策略
- 5.10 长沙家居建材流通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) 长沙商品住宅开发投资分析
 - (2) 长沙商品住宅供需平衡分析
 - 5.10.3 长沙家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 长沙家居建材流通行业发展规模
 - (2) 长沙家居建材流通行业竞争形势
 - (3) 长沙家居建材流通市场竞争策略
- 5.11 西宁家居建材流通行业现状及竞争策略
 - 5.11.1 西宁经济环境分析
 - (1) 西宁经济总量分析
 - (2) 西宁人均收入水平
 - 5.11.2 西宁房地产市场分析
 - (1) 西宁商品住宅开发投资分析
 - (2) 西宁商品住宅供需平衡分析
 - 5.11.3 西宁家居建材流通行业现状及竞争策略
 - (1) 西宁家居建材流通行业发展规模
 - (2) 西宁家居建材流通行业竞争形势
 - (3) 西宁家居建材流通市场竞争策略
- 第6章：中国家居建材流通企业经营状况分析
 - 6.1 国际家居建材流通企业在华经营状况分析
 - 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) 在华发展战略规划
 - 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) 在华资本运营动向
- 6.2 国内家居建材流通企业经营状况分析
 - 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) 企业经营情况分析
 - 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) 企业经营优劣势
 - 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) 企业经营优劣势
 - 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) 企业经营优劣势
 - 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) 企业经营优劣势
- 6.2.6 金海马集团经营状况分析
- (1) 企业发展简况析
 - (2) 企业门店网络
 - (3) 门店入驻品牌
 - (4) 企业服务政策及特色
 - (5) 企业业态模式
 - (6) 企业经营优劣势
- 6.2.7 深圳市乐安居投资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) 企业经营优劣势
- 6.2.8 好美家装潢建材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) 企业经营优劣势
- 6.2.9 金盛置业投资集团有限公司经营状况分析
- (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务
 - (3) 企业门店网络
 - (4) 企业业态模式
 - (5) 企业经营优劣势
 - (6) 企业最新发展动向
- 6.2.10 北京集美家居市场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) 企业经营优劣势

6.3 国内家居建材流通行业电子商务企业发展分析

6.3.1 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

6.3.2 美乐乐发展分析

(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

6.3.3 齐家网发展分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

(3) 企业发展规模

(4) 企业服务政策及特色

(5) 企业业态模式

(6) 企业经营优劣势

第7章：中国家居建材流通行业发展壁垒及风险提示

7.1 家居建材流通行业发展壁垒

7.1.1 资金壁垒

7.1.2 市场壁垒

(1) 商圈壁垒

(2) 渠道壁垒 (ZY LZQ)

(3) 品牌壁垒

7.1.3 人才壁垒

7.2 家居建材流通行业风险提示

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) 百安居卖场选址要求

(5) 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

(1) 造型

(2) 色彩

(3) 装饰材料

(4) 陈设

(5) 灯具

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

7.7 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：家居建材流通行业的分类

图表2：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3：我国家居建材行业相关标准及法律法规

图表4：我国家居建材流通行业相关法律法规

图表5：2017-2021年中国城镇化率变动情况（单位：%）

图表6：我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%）

图表7：2017-2021年全国住宅地产建设情况

图表8：2017-2021年全国商品住宅销售面积及同比增速

图表9：2017-2021年我国平板玻璃产量变动情况（单位：万重量箱）

图表10：2017-2021年我国平板玻璃销量及同比增速（单位：万重量箱）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/898602.html>