

2018年中国建材连锁行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国建材连锁行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/343938343938.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

国内建材市场的形成,是十多年前的事。在此之前,房子是公家的,房管站管,没有装修的概念,也没有钱装修,另外也没有闲暇时间和精力来考虑。八十年代后期开始,随着人们生活水平的改善,对生活质量要求的提高,以及商品房愈来愈成为房地产市场中的生力军,人们对家居环境也有了更高的要求。为满足这种需求,建材市场在这几年蓬勃发展,已经成为一个独立的行业。

目前,在国内的大小城市,建材装饰市场都星罗棋布,散布在城市的各个区域,给人们消费带来了不小的便利。但是,市场的表层繁荣不能掩盖其深层的问题。当前建材市场的散、乱、经营手段和服务手段落后已成为阻碍其发展的瓶颈,如何突破瓶颈,获得新的发展,已经实实在在地摆在了人们的面前。

近几年来 建材家居行业发展状况受到了众多人们的关注,并且随着2013年国内建材市场销售额总值14500亿元。逐渐增长到2014年17532亿元,有着很明显的增长销售业绩,然而随着国内建材行业的飞速发展,2015年总体建材市场销售额达到21504亿元,有着巨大的发展创业空间。

2013-2018年我国建材市场销售额(亿元) 数据来源:公开资料整理

在整体销售数据令人振奋的同时,建材家居行业上市公司的表现也让人欢喜,总体业绩继续保持增长态势。报告显示,67家建材家居业沪深港上市公司,截止到2015年末总资产规模达6170亿元,比上期增长16.56%;净资产约达1910亿元,与上期同比增长14.29%,实现收入与净利润双增长。

2016年建材家居行业规模将达4万亿元,67家上市企业实现收入与净利润双增长,这表明建材行业的发展具有良好的发展前景,而且当中藏着巨大的发展机遇。根据建材行业的发展现状,我们预测建材行业的发展将呈现以下发展趋势:

- 1、建筑部品化推动整体家居发展。国内外众多标准化部件供应商将结成战略合作伙伴,共同研究及发展应用产品,延伸产业链并较多地占有产业价值链的精心打造,从装饰建材、家具、橱柜到家纺、饰品等整体家居产品链拓展。打出了“建材家居解决方案服务商”的旗号,其收拢的众多类别供应商中不乏成品及部件等生产厂家,不论是提供自主交流及合作的平台,还是通过穿针引线以促成商家之间战略合作关系,都是行业电商平台的一大突破。

- 2、绿色装饰产业链是可持续发展的必由之路。房地产、建筑装饰企业、建材生产企业

逐渐意识到绿色建材的重要性，越来越多的企业加入到研发、生产、设计、应用绿色建材的队伍中来。在提供品类繁多的产品的同时，也对产品的质量进行把关。一是保证出售产品均为厂商正品，二是启用行内专职评估机构把控产品质量。除此以外，强调对绿色建材供应商的开发，务求给企业和个人提供最优化及最环保的解决方案。

3、产业集中度提高。建材装饰一体化，兼并整合将成为常态，不难发现部分家电企业开始整合资源进入建材家居行业，智能家居成为本年度业内的一热门词。传统的建材家居行业又该怎么走?提出“一站式的消费体验”和“一体化的解决方案”的理念，打造电子商务平台，整合“物联网”基因，使智能家居解决方案成为可能。

4、大数据时代家居全渠道营销来临。营销模式将从产品、服务全面向数字化、移动互联网化转移，多品牌整合运营。为企业客户提供竞争环境分析、细分市场分析等服务，通过电商平台大数据分析提供给客户精准有效的决策分析服务，让数据引导营销。

5、卖场、工程集采、电商将三分天下。精装房时代来临、电商兴起、“80后”及“90后”消费习惯和装修习惯的改变，将给未来建材家居流通市场格局带来深刻变化，由卖场一家独大转为三分天下。

从这五个发展方向可以看出，精装房、绿色环保、电商将成为摆在家居企业面前必须思考的问题，谁能打好这三大战役，谁就能在市场竞争中占据主导地位，不过，这三大战役一个也不容易，比如整体家居已经吸引大批企业混战，但鲜少有企业能够做好。脱颖而出，根据企业和个人客户特性提供个性化的解决方案，同时建设一套完善的企业和个人服务体系，体现出对服务、价格、质量和团队四大核心价值的追求。

建材市场逐步进入连锁时代。在英国等发达国家，除了少量极品建材品牌专卖店外，连锁超市的市场份额接近100%。随着世界500强之一、欧洲最大、世界第三的建材连锁超市——英国的百安居2003年10月28日在北京开出第一家西四环建材超市，2004年还将开出3家店；德国最大、世界第四的建材连锁超市经营商——欧倍德在北京签下了3家店铺的租约，第4家店铺项目也进入实质性谈判阶段；法国乐华梅兰也加快了向北方市场进军步伐；瑞典宜家家居在北京的第二家店北京望京店预计在2005年初开始营业，并且宣布到2010年北京将有3到4家宜家。面对外资强悍的市场攻击，本土建材超市也不甘示弱开始了积极行动，以北京东方家园、天津家世界为主的本土建材超市公开表示，采用统一采购、统一经营、统一定价、统一销售、统一配送、统一结算等先进的计算机管理形式的业态，商场明码标价、标准化管理、杜绝假冒伪劣等。业内专家认为，在北京建材市场供过于求的前提下，同质化经营的小市场关张是必然的，有实力的大市场将这些小鱼小虾收购吞并，提速扩张后开始

连锁经营是大势所趋。

《2018年中国建材连锁行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》由观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行相关部门也具有极大的参考价值。

报告简介

第一章研究概述

第一节研究背景

第二节研究内容

第三节研究方法

第四节研究结论

第二章全球建材连锁行业现状饥展趋势分析

第一节全球建材连锁行业发展环境PEST分析

- 一、2013-2018年全球经济发展概述
- 二、2013-2018年主要经济体经济发展概述
- 三、在金融危机的影响下，金砖四国的金字招牌不再
- 四、经济全球化进程加快
- 五、经济全球化背景下的城市化

第二节全球建材市场现状饥展趋势

- 一、2018-2024年全球建材市场规模预测
- 二、新型高科技建材产品日益受市场欢迎
- 三、全球建材市场走向一体化
- 四、全球建材市场受经济影响需求不振

第三节全球建材连锁行业发展现状

- 一、全球建材连锁行业规模分析
- 二、全球建材连锁行业集中度分析

三、全球建材连锁行业盈利模式分析

四、全球建材连锁行业盈利能力分析

第四节全球建材连锁行业竞争格局分析

一、发达国家建材连锁竞争格局

二、建材连锁行业规模优势将日益明显

三、建材连锁公司的规模扩张趋势暂缓

四、国际建材超市不断转变经营模式

第五节全球建材连锁行业发展趋势分析

一、跨国公司向全球扩张

二、建材连锁行业竞争呈现有序竞争格局

三、国际整合的趋势会越来越明显

四、电子商务和Catalogshop逐渐盛行

五、运营模式日渐细分

第三章主要国家建材连锁业投融资与并购现状及趋势

第一节美国建材连锁行业投融资与并购分析

一、美国建材连锁行业发展环境PEST分析

1.2013-2018年美国经济增长分析

2.2013-2018年美国居民收支增长分析

3.2013-2018年美国人口人文统计

4.美国电子商务2018-2024年发展趋势

5.美国建筑节能政策

6.美国建材环保政策

二、美国建材连锁行业规模分析及预测

三、美国建材连锁行业现状及特征分析

1.主要进货渠道

2.销售价格对比

3.主要销售方式

4.建材连锁经营产品结构

四、美国建材连锁行业进军海外市场现状及趋势

五、美国建材连锁行业投融资与并购现状及趋势

第二节德国建材连锁行业投融资与并购分析

一、德国建材连锁行业发展环境PEST分析

1.2013-2018年德国经济发展概况

2.住宅建设是德国社会福利机制的重要一环

3.德国地产税收制度及政府调控楼市价格

4.德国和中国的房屋装修环境特点对比

5.德国连锁经营模式成熟

二、德国建材连锁行业发展现状分析

1.德国房地产市场分析

2.德国建材市场行业销售状况比较稳定

三、德国建材连锁企业投融资与并购现状及趋势

第三节英国建材连锁行业投融资与并购分析

一、英国建材连锁行业发展环境PEST分析

1.2013-2018年英国经济发展概况

2.英国收入分配制度

3.英国住房保障制度

4.英国人口老龄化速度加快

二、英国建材连锁相关行业发展状况分析

1.英国房地产市场分析

2.英国网上购物交易额上升，影响波及到建材连锁行业

三、英国建材连锁行业现状

四、英国建材连锁在华投融资与并购现状及趋势

第四章中国建材连锁行业发展环境分析

第一节中国建材连锁行业经济发展环境分析

一、2013-2018年国民经济发展分析

二、2013-2018年中国经济结构分析

三、2013-2018年中国电子商务发展现状及趋势预测

四、2016年CPI指数上升，人工和租金成本攀升

五、2014-2018年中国居民收支水平分析

第二节中国建材连锁行业社会环境分析

一、2014-2018年中国人口人文统计

二、2014-2018年中国城市化进程分析

三、大中城市居民品牌消费意识加强

四、建材团购比重增大

五、消费者环保意识增强

第三节中国建材连锁行业政策环境分析

一、建材市场发展的指导性政策（《十一五发展规划》、《装饰装修行业ISO14025国际标准（型）环境声明导则》、《全国建材市场规范化管理办法》、国家工商总局发布《建材

买卖合同》、建材市场管理法规；国家对劣质建材保持高压态势）

- 1.《十一五发展规划》
- 2.《装饰装修行业ISO14025国际标准（型）环境声明导则》
- 3.《全国建材市场规范化管理办法》
- 4.《建材买卖合同》
- 5.建材市场管理法规
- 6.国家对劣质建材保持高压态势

二、商贸流通领域的法律体系（《商业特许经营管理条例》、《城市商业网点管理条例》、《外资投资商业领域管理办法》）

- 1.《商业特许经营管理条例》
- 2.《城市商业网点管理条例》
- 3.《外资投资商业领域管理办法》

三、商贸流通领域的指导性政策

- 1.宏观层面政策（2004年以来出台《流通业发展改革纲要》、《商品市场体系建设纲要》等指导性文件；2005年《国务院关于促进流通业发展的若干意见》）
- 2.中观层面政策（《关于促进连锁经营发展若干意见的通知》（2002年）、《关于促进中国现代物流业发展意见的通知》（2004年）、2005年商务部与国家开发银行协定有关流通企业融资政策）
- 3.微观层面政策（商务部2004年《关于做好地级市商业网点规划工作的通知》、《城市商业网点规划编制规范》、《超市经营环境标准》；2006年以来支持流通企业品牌建设）

第四节中国建材连锁超市资本市场环境研究

- 一、中国建材市场产业资本市场分布现状
- 二、中国建材连锁企业资本市场的投融资进入与退出渠道
- 三、2016年各大主要资本市场的发展概况
- 四、2016年中国中国建材连锁上市公司资本市场运营现状
- 五、观点：2016年资本市场环境对建材连锁企业的影响

第五章中国建材连锁行业现状发展趋势分析

第一节中国建材连锁行业运营模式发展分析

- 一、建材家居仓储式超市
- 二、类别齐全的家居MALL
- 三、一站式采购
- 四、一站式购齐+接力式导购

第二节中国建材连锁行业发展现状分析

- 一、建材连锁行业的发展阶段

二、建材连锁行业的投资现状分析

三、连锁业在中国建材零售市场影响力攀升

四、产业链整合加速

五、建材连锁行业的运营模式进一步细分

第三节中国建材连锁行业发展特征分析

一、建材连锁行业继续规模化扩张

二、建材连锁业纷纷与一流品牌深度合作

三、建材连锁业与地产开发商共同完善商业模式

四、建材超市的规模效应尚未形成，大多数超市处于亏损状态

五、规模化采购和低价销售的优势短期内难以发挥

六、家装销售与团购比重增大

第四节中国建材连锁行业供求格局分析

一、中国建材连锁行业投资现状

1.建材连锁行业的规模经济特性

2.建材连锁转向开发二三线城市

二、中国建材连锁行业市场规模

1.2018-2024年中国建材连锁行业市场规模统计

2.2014-2018年中国建材连锁市场需求特性及结构分析

第五节中国建材连锁行业竞争格局分析

一、中国建材连锁行业竞争格局

1.建材零售市场仍以传统批零市场为主

2.建材连锁业态在大城市逐步占据优势

3.外资建材连锁企业在华发展规模现状

4.中资建材连锁企业在华发展规模现状

二、外资建材连锁企业竞争力SWOT分析

三、中资建材连锁企业竞争力SWOT分析

第六节中国建材连锁行业竞争行为

一、店面数量及规模

二、产品竞争

三、价格促销

四、服务方式

五、物流竞争

六、营销手段

第七节中国建材连锁行业存在问题与发展趋势

一、中国建材连锁行业存在的问题

- 1.快速扩张，相关支持体系建设不足
- 2.运营成本高启
- 3.物流体系不健全
- 4.建材连锁盈利能力低

二、中国建材连锁行业发展趋势

- 1.外资建材连锁企业加快进入中国市场步伐
- 2.连锁超市成为市场先导业态
- 3.建材连锁企业的联盟方式多元化

第六章中国建材连锁行业投融资与并购现状与趋势分析

第一节中国建材连锁行业投融资与并购背景分析

- 一、建材市场发展程度区域差异大
- 二、中国房地产市场遭遇发展困境
- 三、二三线城市和经济发达城镇的建材需求强劲
- 四、建材超市选址日益困难

第二节中国建材连锁行业投融资与并购动因分析

- 一、提高市场占有率
- 二、抢占优质商业区域
- 三、外资进入中国市场
- 四、进入区域市场

第七章中国建材连锁行业投融资与并购的地质战略分析

第一节华东地区建材连锁行业投融资与并购分析

- 一、建材连锁行业发展环境PEST分析
- 二、华东地区2013-2018年建材市场规模分析
- 三、重点城市建材连锁行业现状及格局
- 四、2013-2018年建材竞争格局分析
- 五、地区投融资与并购现状及趋势分析

第二节华北地区建材连锁行业投融资与并购分析

- 一、建材连锁行业发展环境PEST分析
- 二、华北地区生产总值占全国比例
- 三、华北地区2013-2018年建材市场规模分析
- 四、2013-2018年建材竞争格局分析
- 五、地区投融资与并购现状及趋势分析

第三节东北地区建材连锁行业投融资与并购分析

- 一、建材连锁行业发展环境PEST分析
- 二、东北地区生产总值占全国比例
- 三、东北地区2013-2018年建材市场规模分析
- 四、地区投融资与并购现状及趋势分析
- 第四节华南地区建材连锁行业投融资与并购分析
 - 一、建材连锁行业发展环境PEST分析
 - 二、华南地区生产总值占全国比例
 - 三、华南地区2013-2018年建材市场规模分析
 - 四、地区投融资与并购现状及趋势分析
- 第五节华中地区建材连锁行业投融资与并购分析
 - 一、建材连锁行业发展环境PEST分析
 - 二、华中地区2013-2018年建材市场规模分析
 - 三、重点城市建材连锁行业现状及格局
 - 四、地区投融资与并购现状及趋势分析
- 第六节西部地区建材连锁行业投融资与并购分析
 - 一、建材连锁行业发展环境PEST分析
 - 二、西部地区2013-2018年建材市场规模分析
 - 三、重点城市建材连锁行业现状及格局
 - 四、地区投融资与并购现状及趋势分析

第八章国际资本在建材连锁行业投融资与并购案例分析

第一节典型案例分析

一、英国翠丰集团收购欧倍德在华业务

- 1.双方业务模块BCG模型
- 2.双方合并洽展优劣势
- 3.双方投融资与并购动因与价值分析
- 4.投融资与并购过程及成果分析
- 5.投融资与并购经验及启示分析

二、家得宝要约收购普通股

- 1.家得宝及要约收购事件简介
- 2.家得宝推出要约的缘由
- 3.家得宝要约收购普通股的意义

三、家得宝收购HughesSupply

- 1.家得宝与HughesSupply简介
- 2.投融资与并购过程及动因分析

3.投融资与并购成果及启示分析

四、家得宝收购墨西哥HomeMart

1.家得宝与HomeMart简介

2.投融资与并购过程及动因分析

3.投融资与并购成果及启示分析

第九章中国建材连锁行业投融资与并购案例分析

第一节典型案例分析

一、家得宝收购家世界

1.双方业务模块BCG模型

2.双方合并洽展优劣势

3.双方投融资与并购动因与价值分析

4.投融资与并购过程及成果分析

5.投融资与并购经验及启示分析

二、百安居收购普尔斯马特五家商场

1.双方背景介绍

2.投融资与并购的动因与过程

3.投融资与并购的成果及启示

三、欧洲瑞寰金收购东方家园

1.双方背景介绍

2.投融资与并购的动因与过程

3.投融资与并购的成果及启示

四、居然之家收购众维家居

1.双方背景介绍

2.投融资与并购的动因与过程

3.投融资与并购的成果及启示

五、东方集团上市融资

第十章建材连锁行业国际主体企业投融资与并购趋势

第一节家得宝

一、公司的全球业务概况

二、2013-2018年经营规模分析

三、2013-2018年公司经营效益

四、2013-2018年公司在华业务发展现状

五、公司竞争策略分析

六、公司竞争优劣势SWOT分析

七、公司发展战略分析

第二节百安居

一、公司的全球业务概况

二、2013-2018年经营状况分析

三、2013-2018年公司在华业务发展现状

四、公司竞争策略分析

五、公司竞争优劣势SWOT分析

六、公司发展战略分析

第三节欧倍德

一、公司的全球业务概况

二、2013-2018年经营状况分析

三、2013-2018年公司在华业务发展现状

四、公司竞争策略分析

五、公司竞争优劣势SWOT分析

第四节美国劳氏

一、公司的全球业务概况

二、公司竞争策略分析

三、公司竞争优劣势SWOT分析

四、公司发展战略分析

第五节乐华梅兰

一、公司的全球业务概况

二、2013-2018年经营状况分析

三、2013-2018年公司在华业务发展现状

四、公司竞争策略分析

五、公司竞争优劣势SWOT分析

六、公司发展战略分析

第十一章建材连锁行业中国主体企业投融资与并购趋势

第一节东方家园

一、公司概况

二、2013-2018年经营规模分析

三、2013-2018年公司经营效益

四、公司业务模块分析（波士顿矩阵）

五、公司综合竞争力SWOT分析

六、公司发展战略

七、公司竞争策略趋势

第二节好美家

一、公司概况

二、2013-2018年经营规模分析

三、2013-2018年公司经营效益

四、公司业务模块分析（波士顿矩阵）

五、公司综合竞争力SWOT分析

六、公司发展战略

七、公司竞争策略趋势

第三节新家园

一、公司概况

二、公司规模与结构

三、公司业务模块分析（波士顿矩阵）

四、公司综合竞争力SWOT分析

五、公司发展战略

六、公司竞争策略趋势

第四节华美乐

一、公司概况

二、公司规模与特色

三、公司业务模块分析（波士顿矩阵）

四、公司综合竞争力SWOT分析

五、公司发展战略

六、公司竞争策略趋势

第五节靓家居

一、公司概况

二、公司规模与结构

三、公司业务模块分析（波士顿矩阵）

四、公司综合竞争力SWOT分析

五、公司发展战略

六、公司竞争策略趋势

第六节喜盈门

一、公司概况

二、公司规模与结构

三、公司综合竞争力SWOT分析

四、公司发展战略

五、公司竞争策略趋势

第十二章中国建材连锁行业投融资与并购风险

第一节市场风险

- 一、宏观市场条件的不稳定性
- 二、市场规模与利润的不对等性
- 三、市场竞争的不规范性
- 四、未来竞争格局的不确定性
- 五、其他潜在市场风险

第二节政策风险

- 一、行业法规日益健全
- 二、反不正当竞争和反垄断法规的完善
- 三、国家宏观经济调控政策的影响

第三节管理风险

- 一、管理技术和水平的落后
- 二、管理体系的不完备
- 三、人力资源短缺的风险
- 四、资产、业务和人员分散导致的管理风险
- 五、物流和售后服务带来的风险

第四节区域经济风险

- 一、区域经济发展的不均衡
- 二、区域消费习惯和消费水平的差异
- 三、区域竞争的威胁
- 四、其他区域经济风险

第五节供应商风险

- 一、供应商的不稳定性
- 二、国家政策对供应商的保护
- 三、其他来自供应商的风险

第十三章中国建材连锁行业投融资与并购研究成果及建议

第一节中国建材连锁行业投融资与并购研究成果

第二节中国建材连锁行业投融资与并购战略建议

图表目录

图表1：中国建材连锁行业投融资与并购研究背景

- 图表2：中国建材连锁投融资与并购研究内容要点
- 图表3：建材连锁行业研究方法
- 图表4：中国建材连锁行业市场研究结论
- 图表5：2018-2024年全球建材市场规模预测
- 图表6：部分新型建材产品2016年需求量及2016年需求量预测表
- 图表7：2013-2018年全球建材市场规模
- 图表8：2018-2024年美国经济增长率
- 图表9：2018-2024年美国尼系数预测
- 图表10：2018-2024年美国人口数量
- 图表11：2018-2024年美国网上零售额
- 图表12：2018-2024年美国建材市场规模及预测
- 图表13：2018-2024年德国经济增长率
- 图表14：德国和中国的房屋装修环境特点对比
- 图表15：2018-2024年英国经济增长率及其预测
- 图表16：2013-2018年英国网上购物交易额亿英镑
- 图表17：2013-2018年中国中国生产总值及其增长率
- 图表18：2013-2018年中国、二、三产业增加值占国民经济比重
- 图表19：2013-2018年中国工业增加值及其增长速度
- 图表20：2013-2018年中国建筑业增加值及其增长速度
- 图表21：2013-2018年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表22：2013-2018年中国农村居民人均纯收入及其增长速度
- 图表23：2013-2018年中国城镇居民人均可支配收入及其增长速度
- 图表24：2013-2018年中国人口统计
- 图表25：2013-2018年中国人口人文统计
- 图表26：2013-2018年中国城镇、农村人口比重
- 图表27：2018-2024年中国建材连锁市场规模统计预测
- 图表28：外资建材连锁企业竞争力SWOT分析
- 图表29：中资建材连锁企业竞争力SWOT分析
- 图表30：2016年中国建材连锁超市门店统计
- 图表31：2015年底中国建材连锁超市门店统计
- 图表32：各品牌的规模及门店数量
- 图表33：建材连锁行业价格促销手段
- 图表34：中国建材连锁行业营销手段举例
- 图表35：中国建材分销常规渠道
- 图表36：建材超市选址的本条件

图表37：2016年华东地区七省市生产总值及其增长率

图表38：2013-2018年华东地区生产总值全国占比

图表39：华东地区2018-2024年建材市场规模及预测

图表40：华东地区重点省市建材连锁行业现状

图表41：华北地区建材连锁行业发展分析

图表42：2016年华东地区生产总值占全国比例

图表43：2018-2024年华北地区建材市场规模及其预测

图表44：东北地区建材连锁行业相关产业发展分析

图表45：2016年东北地区生产总值占全国比例

图表46：2018-2024年东北地区建材市场规模及其预测

图表47：华南地区建材连锁行业相关产业发展分析

图表48：2016年华南地区生产总值占全国比例

图表49：2018-2024年华南地区建材市场规模及其预测

图表50：华中地区建材连锁行业相关产业发展分析

图表51：2018-2024年华中地区建材市场规模及其预测

(GYWW)

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/343938343938.html>