

2017-2022年中国家装建材行业发展态势及十三五 市场竞争态势报告

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《2017-2022年中国家装建材行业发展态势及十三五市场竞争态势报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/274260274260.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

随着经济持续增长，我国人民收入水平不断提高，2015年我国城镇居民人均可支配收入为31195元，是2005年的2.97倍，年复合增长率为11.51%，2015年我国农村居民人均纯收入为11422元，是2005年的3.51倍，年复合增长率为13.38%。由于人民收入水平不断提高，再加上我国政府近年来着力扩大内需，我国社会消费品零售总额保持着高速增长的态势，2015年我国社会消费品零售总额达到30.09万亿元，是2005年的4.48倍，年复合增长率为16.18%。居民收入水平的不断提升，提高了对建材家居用品的需求。

目前我国城镇化正处于中期发展阶段，城镇人口持续快速增长。国家统计局数据显示国内城镇化率由1996年的30.48%上升至2015年的56.10%，但仍然远低于发达国家80%的平均水平，也低于人均收入与我国相近的发展中国家60%的平均水平，发展空间较大。此外，中部、西部地区的城镇化率分别只有48.5%、44.8%，中西部地区发展严重滞后，具有更大的发展潜力。随着我国城镇化进程向纵深发展，扩大城镇边际范围，三四级城市、县级城市以及中西部地区的城市建设将长期处于蓬勃发展时期，对建材家居市场的发展构成长期支撑。

2006-2015年我国的城镇化水平

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年我国住宅销量增升拉动家具类销售额

按照经营模式分类，我国的建材家居市场可分为传统集贸市场、招商制市场、建材家

居超市、厂家直营品牌专卖店和互联网销售五种类型。从行业目前发展状况来看，招商制市场综合性强，竞争优势明显，在行业内占比高。

我国建材家居市场的主要经营模式及其优缺点

2010-2016年中国平板玻璃产量以及同比增速（单位：万重量箱）

2015 年中国木地板市场规模约为724 亿元；平滑地产周期对木地板需求带来的阶段性影响后，预计未来5 年该市场规模将以7%的年复合增速增长。2014 年，我国木地板产品总产量约为5.7 亿平方；近年来增速趋于平缓，规模受地产周期影响较大。总体来看，复合地板（包括实木复合与强化复合）仍为主流木地板产品，产量2014 年约为4.9 亿平方，占总产量85.9%，其余为纯实木地板。

2015 年中国木地板市场规模约为724 亿元

复合地板仍为最主流的木地板产品（单位：万平方）

中国报告网发布的《2017-2022年中国家装建材行业发展态势及十三五市场竞争态势报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一部分 家装建材行业发展分析

第一章 家装建材行业的特点与特性

第一节 家装建材的分类及特点

一、墙体装饰材料的种类和特点

二、地面装修材料的种类和特点

三、吊顶装饰材料的种类和特点

四、装饰线板的种类和特点

五、室内灯具的种类和特点

第二节 家装建材行业特点

一、种类繁多

二、重要地位

三、资源、劳动密集型

四、高能耗、对环境影响大

第二章 世界家装建材行业发展分析

第一节 全球建材行业发展概况

一、2016年全球建材市场发展概况

二、国际陶瓷市场保持旺盛需求

三、2016年全球建材市场预测

四、2016年全球纳米建材市场需求预测

第二节 美国建材行业发展状况

一、2016年美国钢材进口量增长情况

二、2016年美国建材出口企业转战新兴市场

三、2016年美国家装十大流行趋势

四、美国五金建材市场产品进口分析

五、奥巴马新政策下的美国建材市场

六、2016年美国瓷砖市场增长情况

七、2016年美国对木质板材的需求预测

第三节 俄罗斯建材行业发展状况

一、俄罗斯建材市场潜力巨大

二、俄罗斯建材市场发展状况

三、俄罗斯天然石材市场火爆

四、俄罗斯建材环境和市场发展前景

第四节 部分国家建材业发展概况

一、罗马尼亚建材市场分析

二、2016年越南建材价格变化情况

三、中东建材市场现状分析

第三章 我国家装建材行业发展分析

第一节 2016年建材行业发展分析

一、2016年建材工业经济运行情况

二、2016年建材工业经济成分变化情况

三、2016年建材工业经济运行形势展望

四、2016年我国建材市场发展趋势

第二节 建材行业发展现状分析

- 一、2016年建材行业三大发展重点
- 二、2016年家装业发展突出问题解析
- 三、2016年建材家居市场分析
- 四、建材行业大型企业集团迅速发展

第三节 2016年建材行业经济运行统计

- 一、水泥、石灰和石膏制造经济运行统计
- 二、轻质建筑材料制造经济运行统计
- 三、砖瓦、石材及其他建筑材料制造经济运行统计
- 四、玻璃及玻璃制品制造经济运行统计
- 五、陶瓷制品制造经济运行统计

第四章 家装建材流通渠道分析

第一节 我国家装建材市场发展状况

- 一、我国建材家居市场特点分析
- 二、建材超市发展现状及趋势分析
- 三、传统、现代建材市场不同境遇
- 四、2016年家装建材市场突围分析
- 五、2016年家装建材价格变化预测

第二节 家装建材市场格局分析

- 一、2016年建材超市在调整中寻求突破
- 二、2016年家居建材终端谋新求变
- 三、2016年家居建材超市牵手家装行业打开新市场

第三节 家装建材渠道发展分析

- 一、我国建材物流的发展分析
- 二、招商制建材家居市场运营模式创新
- 三、2016年建材市场营销战略选择趋势
- 四、2016年家装建材市场营销理念变化分析

第二部分 家装建材细分市场分析

第五章 重点细分市场分析

第一节 建筑卫生陶瓷行业

- 一、2016年全国建筑陶瓷产业发展形势分析
- 二、2016年建筑卫生陶瓷行业发展轨迹
- 三、当今废次瓷困境下突围战略分析
- 四、金融风暴下的中国建筑陶瓷行业
- 五、2016年中国建筑陶瓷产业发展形势分析

六、2016年中国建筑陶瓷产业发展趋势

七、展望中国建筑卫生陶瓷未来三十年

第二节 石材行业

一、2016年我国石材行业发展分析

二、2016年石材行业发展问题解析

三、2016年我国石材行业企业经营分析

四、2016年石材企业发展走向

五、2016年我国石材工业八大趋势预测

六、2016年我国石材发展及投资分析

七、世界石材行业发展趋势分析

第三节 玻璃行业

一、2016年玻璃行业发展现状

二、2016年玻璃行业相关政策荟萃

三、2016年我国玻璃行业发展趋势

四、2016年我国玻璃行业商机创造分析

五、2016年国内玻璃行业竞争格局

六、“十三五”期间玻璃工业结构调整的目标

七、2016年节能玻璃需求量预测

第四节 涂料行业

一、2016年我国涂料产量分析

二、2016年涂料行业发展分析

三、涂料单品牌营销新战略分析

四、金融危机下涂料企业出口战略分析

五、2016年我国涂料行业洗牌趋势分析

六、2016年扩大内需十举措***中国涂料市场

七、2016年我国经济预测对涂料业的影响

八、2016年国际涂料市场发展形势预测

九、2016年我国建筑涂料市场需求预测

第五节 板材行业

一、我国木地板行业的发展与现状

二、2016年我国木皮价格变化情况

三、中国木地板行业现状的五力模型分析

四、对木地板企业未来发展战略的建议

五、2016年木地板行业新技术发展情况

六、2016年我国木地板市场预测

七、2016年地板行业呈现上上下下四特点

八、2016年我国木地板产量预测

第六节 水泥行业

一、2016年水泥行业发展形势分析

二、2016年我国水泥发展现状分析

三、2016年水泥行业投资策略分析

四、2016年水泥行业发展预测

五、2016年水泥行业前景分析

六、2016年水泥业发展情况及预测

第七节 门窗行业

一、欧洲门窗产业现状与趋势

二、塑料门窗行业发展风险和机遇并存

三、建筑五金门窗行业发展特点分析

四、2016年门窗行业发展前景分析

五、2016年铝门窗及幕墙市场发展趋势

六、未来门窗业铝木门窗发展空间广阔

七、中国塑料型材与门窗产业“十三五”规划

第八节 家具行业

一、2016年家具业产量分析

二、2016年家具制造业经济运行统计

三、2016年家具行业的流行趋势

四、2016年家具行业标准修订重点分析

五、2016年家具企业发展机遇分析

六、2016年家具市场竞争格局分析

七、“十三五”期间国内外家具市场预测

第九节 管件管材行业

一、2016年塑料管材产量分析

二、hdpe管材市场未来发展潜力巨大

三、未来几年中国铝塑复合管的市场前景看好

四、2016年中国pvc建材需求预测

第十节 钢材行业

一、2016年中国钢铁行业发展情况

二、2016年国内建筑钢材市场分析

三、2016年建筑钢材市场发展特征

四、2016年钢铁行业投资策略分析

五、2016年国内钢铁行业融资环境特点分析

六、2016年我国钢材进出口预测

第六章 我国家装建材进出口分析

第一节 建筑卫生陶瓷进出口分析

一、2016年建筑卫生陶瓷产品进口分析

二、2016年建筑卫生陶瓷产品出口分析

第二节 石材进出口分析

一、2016年中国石材贸易分析

二、我国石材产品出口欧美情况

三、2016年进口石材原材料暂定关税调整情况

第三节 玻璃进出口分析

一、2016年玻璃及其制品进口分析

二、2016年玻璃及其制品出口分析

三、2016年中国出口越南浮法玻璃情况

第四节 涂料进出口分析

一、2016年涂料及其制品进口分析

二、2016年涂料及其制品出口分析

三、2016年我国涂料行业出口形势预测

第五节 水泥出口分析

一、2016年水泥产品出口分析

二、2016年天津口岸水泥出口分析

三、2016年江苏口岸水泥出口分析

四、2016年新疆口岸水泥出口分析

第六节 地板进出口分析

一、2016年建筑用木工制品进口分析

二、2016年建筑用木工制品出口分析

三、2016年建筑用木工制品进出口对比分析

四、2016年我国林产品进出口分析

第七节 钢铁出口分析

一、2016年钢材出口情况分析

二、2016年钢铁出口形势分析预测

第八节 家具出口分析

一、2016年家具产品出口额分析

二、2016年山东口岸家具出口增长情况

三、2016年广东口岸家具出口情况

四、2016年我国家具对外贸易分析及预测

第三部分 家装建材行业竞争格局

第七章 我国家装建材竞争分析

第一节 我国家装建材市场竞争概况

- 一、建材市场竞争愈演愈烈
- 二、家居卖场和装饰公司竞争与合作并存
- 三、建材超市竞争传统市场
- 四、家居建材市场在竞争中融合

第二节 建筑陶瓷市场竞争分析

- 一、国产卫浴与国外卫浴竞争分析
- 二、技能人才方是建筑陶瓷企竞争的关键
- 三、中国建筑陶瓷竞争战略的选择

第三节 我国石材市场竞争分析

- 一、石材市场竞争日趋激烈
- 二、集约化经营提升石材产业竞争力
- 三、国际市场石材行业进入价格竞争形势

第四节 我国建筑玻璃市场竞争分析

- 一、玻璃行业国际竞争力稳步提高
- 二、2016年玻璃行业竞争激烈
- 三、2016年玻璃深加工业集中度分析

第五节 我国木地板市场竞争分析

- 一、国内木地板行业竞争进入了同质化时代
- 二、2016年我国木地板业竞争加剧
- 三、2016年木地板行业竞争上演扩展战略
- 四、2016年木地板新规促进良性竞争

第六节 我国水泥市场竞争分析

- 一、我国水泥市场竞争态势分析
- 二、2016年水泥行业集中度迅速提高
- 三、2016年我国的水泥行业整合加速

第七节 我国涂料市场竞争分析

- 一、2016年国内涂料行业竞争态势激变
- 二、2016年我国涂料竞争战场转移
- 三、2016年“净味”成涂料业竞争点
- 四、2016年涂料行业竞争发展战略分析

第八章 行业重点企业分析

第一节 中国建筑材料集团公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务状况分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第二节 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、集团的发展三步曲
- 四、公司最新发展动态及策略

第三节 中国南玻集团股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第四节 安徽海螺水泥股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第五节 美克国际家具股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第六节 山东鲁阳股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第七节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第八节 深圳成霖洁具股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第九节 立邦集团

- 一、公司概况
- 二、立邦在中国的发展历程
- 三、立邦发展规划及思路

第十节 华新水泥股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2016年公司经营情况分析
- 三、2016年公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第四部分 家装建材行业发展趋势及策略

第九章 行业发展环境分析

第一节 2016年宏观经济发展形势分析

- 一、2016年我国宏观经济发展分析
- 二、2016年我国经济运行主要问题
- 三、2016年中国经济增长分析预测

第二节 2016年我国房地产发展形势分析

- 一、2016年我国房地产市场运行情况
- 二、2016年我国房地产市场运行特征
- 三、2016年国房景气指数分析
- 四、2016年房地产市场运行趋势
- 五、2016年房地产市场预测
- 六、2016年房地产市场压力将缓解

第十章 2017-2022年我国建材业发展趋势及投资

第一节 2017-2022年家装建材业发展趋势

- 一、2017-2022年家居建材行业发展走势
- 二、2017-2022年家居建材流行趋势

第二节 2017-2022年家装建材业的市场投资分析

- 一、2017-2022年建材市场商机展望
- 二、2017-2022年建材行业投资新热点
- 三、2017-2022年新一轮中央投资建材行业受惠最多

四、2017-2022年固定资产投资规模保障建材行业发展

第三节 2017-2022年建材工业投资策略分析

- 一、我国建材工业的概况及其在全球的地位
- 二、产业链上下因素变动对建材行业的影响
- 三、产业政策及其他因素对建材行业的影响
- 四、2017-2022年建材行业供给与需求分析
- 五、2017-2022年建材行业投资风险因素分析
- 六、2017-2022年建材行业估值及投资评级
- 七、2017-2022年建材行业细分行业的运行状况及未来趋势分析
- 八、2017-2022年建材业细分行业上市公司的分析

第十一章 2017-2022年我国家装建材业发展策略

第一节 建材市场营销分析

- 一、水泥营销策略中低价策略的应用
- 二、大庄地板卖场营销分析

第二节 我国建材市场营销策略

- 一、根据外因和内因确定营销策略
- 二、实现差异化营销策略
- 三、培养忠诚经销商构建终端竞争力
- 四、实施品牌战略是营销策略的中心主题
- 五、推进规模化经营实施多渠道的整合营销

第三节 我国建材市场发展策略

- 一、建材行业由大变强靠的发展策略
- 二、科学推进建材流通业发展
- 三、品牌塑造是提升建材家居连锁企业竞争力的重点
- 四、建材企业从oem转型创建品牌

部分图表目录：

图表1 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造基本经济

图表2 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造成长能力

图表3 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造偿债能力

图表4 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造盈利能力

图表5 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造运营能力

图表6 2012-2016年我国轻质建筑材料制造基本经济

图表7 2012-2016年我国轻质建筑材料制造成长能力

图表8 2012-2016年我国轻质建筑材料制造偿债能力

图表9 2012-2016年我国轻质建筑材料制造盈利能力

图表10 2012-2016年我国轻质建筑材料制造运营能力

图表11 2012-2016年我国砖瓦、石材及其他建筑材料制造基本经济

图表12 2012-2016年我国砖瓦、石材及其他建筑材料制造成长能力

图表13 2012-2016年我国砖瓦、石材及其他建筑材料制造偿债能力

图表14 2012-2016年我国砖瓦、石材及其他建筑材料制造盈利能力

图表15 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造基本经济

图表16 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造成长能力

图表17 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造偿债能力

图表18 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造盈利能力

图表19 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造运营能力

图表20 2012-2016年我国陶瓷制品制造基本经济

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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/274260274260.html>