

2018年中国建材行业分析报告- 市场深度分析与发展前景预测

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年中国建材行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》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/325869325869.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

品牌建材具有大行业小公司的特点，产品技术壁垒较低，营销能力更为突出。依靠广告营销提升品牌知名度是构筑影响力的重要手段，特别在市场扩张阶段。据央视网数据，家居建材全行业2013~2015年央视各类资源中投放总额分别为2.57亿、5.17亿、6.07亿。例如友邦吊顶今年在CCTV-13《东方时空》栏目新推4支广告片《温暖篇》《浪漫篇》《老人篇》《天才篇》。

广告费用在收入中占比约1%-4%。2016年兔宝宝广告费增幅最大，达到4000万，增长68%，2017年计划投放1.2亿，增幅超200%。东方雨虹2014、2015年广告费用增速达到78%、122%，在2016年放缓。

图：近年来品牌建材广告费用增速对比（%）

资料来源：公开资料整理

渠道下沉三四线，受益消费升级在城市间的纵向传递。今年政府工作报告为三四线房产去库存定调，同时一二线与强三线城市严控限购，楼市资金有一定溢出。三四线中高端收入人群，房贷压力小，同样是高端建材消费主力。品牌建材企业多采取代理-经销模式或扁平化渠道模式，零售渠道逐步向下渗透至县级市。兔宝宝全国专卖店已近2000余家，友邦专卖店超1300余家。目前仍有区域限制，如兔宝宝、友邦吊顶、伟星新材均为浙江企业，华东区域率先渗透，其他区域仍在大力拓展。

搭载全装修楼盘实现全国迅速渗透。与地产商等大型客户长期合作，一是把握环保节能、降噪趋势，毛坯房逐步退出，全装修加速渗透；二是通过地产渠道迅速融入全国市场。但需重视回款周期延长风险，议价能力低从而增量不增利。

表：近年来恒大与多家建材、家居企业签订合作协议

资料来源：公开资料整理

品牌建材格局呈现“大行业、小公司”特点，企业普遍市占率较低，但也预示未来市场增长空间大。

根据中塑协统计，全国塑料总量1400多万吨，伟星新材产量2016年总产量19万吨，产量占比仅1.36%。国内PPR原料消耗约100万吨，公司PPR产量约6.39万吨，粗略估计占比近7%，按原料消耗计算会更大。

根据中国建筑装饰协会统计，我国人造板材2016年总产值约5000亿，兔宝宝相关的室内装饰所用中高端板材，对应市场规模约1200-1500亿，2016年兔宝宝收入折算为43亿，因此占比2.9%~3.6%。

根据中国天花吊顶行业协会数据，2012年集成吊顶和相关配套总产值约110亿，增速约30%，假设以此增速估计2016年行业产值约240亿，2016年友邦吊顶营收5.08亿，对应市占率约2%。

根据中国建筑防水协会数据，2016年全国防水建筑材料总产量约为18.97亿平方米，东方雨虹非金属矿物制品产量为2.76亿平方米，粗略估计东方雨虹防水建筑材料市占率约为14.5%。

根据中国工业涂料协会数据，2016年涂料行业全年规模以上工业企业产量达1899.78万吨，三棵树2016年产量约26万吨，市占率约为1.4%。

图：品牌建材市场空间余量大

资料来源：公开资料整理

市占率较小，品牌建材影响力受限，在一个竞争激烈的市场环境中，抢份额优先于利润。提价可以理解为一种期权，品牌度过市场培育期，行使提价期权增厚业绩，例如北新建材今年三季度提价，龙头利润弹性显著。

品牌建材下游较为分散，产品质量与品牌影响力保障议价能力（工装渠道大客户如恒大、万科等除外）。反映在毛利率上，不考虑兔宝宝让利经销商策略，品牌建材毛利率集中在30%~50%，高于建筑材料整体毛利率水平（2017Q3为26.29%），及制造业毛利率水平（2.72%），面向C端品牌溢价属性。

图：品牌建材毛利率普遍较高（兔宝宝除外）

资料来源：公开资料整理（GYGSL）

我国高速增长的经济为建材提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国建材行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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航空交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国建材行业发展概述

第一节 建材行业发展情况概述

一、建材行业相关定义

二、建材行业基本情况介绍

三、建材行业发展特点分析

第二节 中国建材行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、建材行业产业链条分析

三、中国建材行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国建材行业生命周期分析

一、建材行业生命周期理论概述

二、建材行业所属的生命周期分析

第四节 建材行业经济指标分析

- 一、建材行业的赢利性分析
- 二、建材行业的经济周期分析
- 三、建材行业附加值的提升空间分析

第五节 国中建材行业进入壁垒分析

- 一、建材行业资金壁垒分析
- 二、建材行业技术壁垒分析
- 三、建材行业人才壁垒分析
- 四、建材行业品牌壁垒分析
- 五、建材行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球建材行业市场发展现状分析

第一节 全球建材行业发展历程回顾

第二节 全球建材行业市场区域分布情况

第三节 亚洲建材行业地区市场分析

- 一、亚洲建材行业市场现状分析
- 二、亚洲建材行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲建材行业市场前景分析

第四节 北美建材行业地区市场分析

- 一、北美建材行业市场现状分析
- 二、北美建材行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美建材行业市场前景分析

第五节 欧盟建材行业地区市场分析

- 一、欧盟建材行业市场现状分析
- 二、欧盟建材行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟建材行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界建材行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球建材行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国建材产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品建材总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国建材行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国建材产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、建材环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国建材行业运行情况

第一节 中国建材行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国建材行业市场规模分析

第三节 中国建材行业供应情况分析

第四节 中国建材行业需求情况分析

第五节 中国建材行业供需平衡分析

第六节 中国建材行业发展趋势分析

第五章 中国建材所属行业运行数据监测

第一节 中国建材所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国建材所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国建材所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国建材市场格局分析

第一节 中国建材行业竞争现状分析

一、中国建材行业竞争情况分析

二、中国建材行业主要品牌分析

第二节 中国建材行业集中度分析

一、中国建材行业市场集中度分析

二、中国建材行业企业集中度分析

第三节 中国建材行业存在的问题

第四节 中国建材行业解决问题的策略分析

第五节 中国建材行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国建材行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国建材行业消费特点

第二节 中国建材行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 建材行业成本分析

第三节 建材行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国建材行业价格现状分析

第五节 中国建材行业平均价格走势预测

一、中国建材行业价格影响因素

二、中国建材行业平均价格走势预测

三、中国建材行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国建材行业区域市场现状分析

第一节 中国建材行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地建材市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区建材市场规模分析

四、华东地区建材市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区建材市场规模分析

四、华中地区建材市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区建材市场规模分析

第九章 2015-2017年中国建材行业竞争情况

第一节 中国建材行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国建材行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国建材行业竞争环境分析（建材T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 建材行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国建材行业发展前景分析与预测

第一节中国建材行业未来发展前景分析

一、建材行业国内投资环境分析

二、中国建材行业市场机会分析

三、中国建材行业投资增速预测

第二节中国建材行业未来发展趋势预测

第三节中国建材行业市场发展预测

一、中国建材行业市场规模预测

二、中国建材行业市场规模增速预测

三、中国建材行业产值规模预测

四、中国建材行业产值增速预测

五、中国建材行业供需情况预测

第四节中国建材行业盈利走势预测

一、中国建材行业毛利润同比增速预测

二、中国建材行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国建材行业投资风险与营销分析

第一节 建材行业投资风险分析

一、建材行业政策风险分析

二、建材行业技术风险分析

三、建材行业竞争风险分析

四、建材行业其他风险分析

第二节 建材行业企业经营发展分析及建议

一、建材行业经营模式

二、建材行业销售模式

三、建材行业创新方向

第三节 建材行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国建材行业发展策略及投资建议

第一节 中国建材行业品牌战略分析

一、建材企业品牌的重要性

二、建材企业实施品牌战略的意义

三、建材企业品牌的现状分析

四、建材企业的品牌战略

五、建材品牌战略管理的策略

第二节 中国建材行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国建材行业战略综合分析

- 一、战略总体规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国建材行业发展策略及投资建议

第一节中国建材行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国建材行业定价策略分析

第二节中国建材行业营销渠道策略

- 一、建材行业渠道选择策略
- 二、建材行业营销策略

第三节中国建材行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国建材行业重点投资区域分析
- 二、中国建材行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/325869325869.html>