

2018年中国建材行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

报告大纲

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趋势预测》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/jiaujiancai/325872325872.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

从行业下游需求来看，2017年商业营业用房施工面积增速平稳，销售面积增速有所下滑。但未来房产刚需、二次装修、精装修楼盘均是需求发力点。从全装修、装配式来看。全装修、装配式具有环保降噪、减排节能、缩短工期等诸多优点，例如能耗（千克标准煤/平方米）为15，传统建筑为19.11，水耗（立方米/平方米）为0.53，传统为1.43，耗电量（度/平方米）0.28，传统建筑0.4，符合目前市场对于装修的环保性需求。

图：房屋施工面积累计值及同比

资料来源：公开资料整理

图：房屋销售面积累计值及同比

资料来源：公开资料整理

政策推广全装修、装配式。2017年开始上海外环内新建商品住宅100%全装修，广西要求2019-2025年新建全装修成品房面积比率要达到20%以上。2016年7月，广东省城市工作会议指出，到2025年，使装配式建筑占新建建筑的比例达到30%。2016年10月，浙江省建设厅发布通知，浙江未来几年将大力发展装配式建筑，推广符合现代化城市建设的绿色建筑。北京从2015年10月31日开始，新纳入北京市保障房年度建设计划的项目，已全面推行全装修成品交房。

全装修与装配式常“成双”出现，主要因为装配式建筑必须配套全装修，住建部发布的《装配式建筑评价标准（征求意见稿）》中明确指出，装配式建筑的建成品必须具备使用功能，不能毛坯交房。多地发文推进装配式建筑，全装修将进一步渗透。

表：装配式建筑政策一览表（部分）

资料来源：公开资料整理

以“量”取胜，装配式建筑是绿色建材的“用武之地”，到2020年装配式建筑需求预测9140万平方米，绿色建材需求预测6855万平方米。2013年1月15日，国家发改委、住建部联合出台了《绿色建筑行动方案》，《绿色建材产品目录》编制工作也随之全面启动。当前我国装配式建筑占新建建筑面积仅3%左右，而相关文件中提出2020年装配式建筑占新建建筑面积比例达15%以上，10年实现装配式建筑占新建建筑的比例达到30%，同时《“十三五”装配式建筑行动方案》明确指出，到2020年，绿色建材在装配式建筑中的应用比例达到50%以上。以近十年新开工面积均值9.14亿平方米，装配式建筑占比10%估计，2020年的装配式建筑需求为9140万平方米，绿色建材的需求可达4570万平方米。

兔宝宝、东方雨虹等企业产品秉持绿色环保理念，绿色建材与装配式需求无缝对接。由2015年全国新开工装配式建筑面积占新开工面积不足3%，到2020年目标15%以上，装配式建筑提速同时，为绿色建材打开应用空间。看好中长期的需求释放，品牌建材积极发力工装渠道，搭载装配式建筑、全装修楼盘，以“量”的逻辑取胜，获取长期稳定收益，有望提升估值水平。另一方面是价的提升，消费升级、用户需求标准提高的趋势下，拥有健康、美观、优质特点的产品受益。作为各行业龙头或重点企业，近几年基本保持高增速，对比白酒、家电、地板等同样具备消费属性的公司，品牌建材营收、利润增速两个指标均处于中上水平，兔宝宝和北新建材营收和归母净利增速亮眼，品牌建材成长性可观。在品牌与渠道成熟之前，预计中短期内，品牌建材仍将体现成长性，加速扩张下，市场份额有望不断上探，随着市场需求的升级和市场份额的提高，产品价格有望提升。

图：消费性行业2016营收及归母净利增速对比

资料来源：公开资料整理

图：消费性行业2016营收及归母净利增速对比

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趋势预测》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

第三节 建材行业成本分析

第四节 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

第五节 中国建材行业价格现状分析

第六节 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规划分析

一、战略综合规划

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/325872325872.html>