

中国家居建材流通行业市场深度分析及前景趋势与投资发展研究报告(2024-2029版)

报告简介

家居建材流通行业，指家居建材产品的批发、零售活动。其中家居建材包括陶瓷、石材、木地板、人造板、门窗、玻璃、石膏板、幕墙等装饰装修材料。

多个部门发布建筑业相关规划及意见，不仅明确了建筑建材发展方向，且提出相关发展目标，直接影响促进了家居建材流通行业的发展。2022年1月25日，住房和城乡建设部印发《“十四五”建筑业发展规划》，阐明“十四五”时期建筑业发展的战略方向，明确发展目标和主要任务，是行业发展的指导性文件。规划提出了加快智能建造与新型建筑工业化协同发展等任务。

从全国规模以上建材家居市场面积来看。2019年，2020年分别是20791万平方米，22091万平方米。2022年市场面积首次下滑，全国规模以上建材家居市场面积约为23093万平方米，同比增长率为-1.07%;增长率逐年递减，近年来，全国规模以上建材家居市场面积增长率逐年递减，2022年首次转负;市场竞争愈演愈烈，小微企业生存举步维艰。

从全国规模以上建材家居卖场累计销售额来看。2020年全年中国规模以上建材家居卖场累计销售额达到7624.2亿元，累计下降24.19%。2021年开始回升，2021年全年累计销售额为11773.92亿元，同比上涨54.43%。

从建筑材料工业景气指数来看。2022年建筑材料工业景气指数由预期106.0修正为98.2，呈现宽供给、高库存、弱需求运行特征。2023年，在稳增长预期影响下，建材投资需求企稳回升，工业消费、对外贸易稳中有增，产业转型及内生动力显现。预计2023年规模以上建材行业总产值增长2%~4%。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国家居建材流通市场进行了分析研究。报告在总结中国家居建材流通行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国家居建材流通行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为家居建材流通企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 家居建材流通概述

第一节 家居建材流通定义

第二节 家居建材流通分类情况

第三节 家居建材流通产业链分析

一、产业链模型介绍

二、家居建材流通产业链模型分析

第二章 2019-2023年中国家居建材流通行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2019-2023年中国家居建材流通行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2019-2023年中国家居建材流通行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、制造业发展形势分析

第三章 2019-2023年中国家居建材流通行业总体发展状况

第一节 中国家居建材流通行业规模情况分析

一、家居建材市场面积情况分析

二、建材卖场销售额分析

三、中国家居建材企业分布情况

四、家居建材流通行业市场规模状况分析

第二节 中国家居建材流通行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第四章 家居建材流通行业发展现状分析

第一节 家居建材流通行业发展分析

一、家居建材流通行业发展现状

二、家居建材流通行业发展前景

第二节 中国家居建材流通行业发展分析

一、2019-2023年中国家居建材流通行业发展态势分析

二、2019-2023年中国家居建材流通行业发展特点分析

三、2019-2023年中国家居建材流通行业市场供需分析

第三节 对中国家居建材流通市场的分析及思考

一、家居建材流通市场分析

二、家居建材流通市场变化的方向

三、中国家居建材流通行业发展的新思路

四、对中国家居建材行业发展的思考

第五章 中国家居建材流通市场规模分析

第一节 2019-2023年中国家居建材流通区域市场规模分析

一、2019-2023年东北地区市场规模分析

二、2019-2023年华北地区市场规模分析

三、2019-2023年华东地区市场规模分析

四、2019-2023年华中地区市场规模分析

五、2019-2023年华南地区市场规模分析

六、2019-2023年西南地区市场规模分析

七、2019-2023年西北地区市场规模分析

第二节 2024-2029年中国家居建材流通市场规模预测

第六章 家居建材流通行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求因素

三、产业因素

四、企业竞争

五、政策作用

第三节 家居建材流通企业竞争策略分析

一、提高家居建材流通企业核心竞争力的对策

二、影响家居建材流通企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高家居建材流通企业竞争力的策略

第四节 家居建材流通重点企业渠道组织模式

第七章 家居建材流通行业重点企业竞争分析

第一节 东方雨虹

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2023年销售模式分析

五、2019-2023年主要经营数据指标

六、2024-2029年公司发展战略分析

第二节 三棵树

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2023年销售模式分析
- 五、2019-2023年主要经营数据指标
- 六、2024-2029年公司发展战略分析

第三节 鲁阳节能

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2023年销售模式分析
- 五、2019-2023年主要经营数据指标
- 六、2024-2029年公司发展战略分析

第四节 坚朗五金

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2019-2023年销售模式分析
- 五、2019-2023年主要经营数据指标
- 六、2024-2029年公司发展战略分析

第五节 兔宝宝

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2023年销售模式分析

五、2019-2023年主要经营数据指标

六、2024-2029年公司发展战略分析

第六节 伟星新材

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2023年销售模式分析

五、2019-2023年主要经营数据指标

六、2024-2029年公司发展战略分析

第七节 蒙娜丽莎

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2023年销售模式分析

五、2019-2023年主要经营数据指标

六、2024-2029年公司发展战略分析

第八节 大亚圣象

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2023年销售模式分析

五、2019-2023年主要经营数据指标

六、2024-2029年公司发展战略分析

第九节 东鹏控股

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2023年销售模式分析

五、2019-2023年主要经营数据指标

六、2024-2029年公司发展战略分析

第十节 金晶科技

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2019-2023年销售模式分析

五、2019-2023年主要经营数据指标

六、2024-2029年公司发展战略分析

第八章 家居建材流通行业投资与发展前景分析

第一节 家居建材流通行业投资机会分析

一、家居建材流通电商模式分析

二、家居建材流通专卖店模式

三、2023年家居建材流通细分领域投资机会

第二节 2024-2029年中国家居建材流通行业发展预测分析

一、未来家居建材流通发展分析

二、未来家居建材流通行业技术开发方向

三、总体行业"十四五"整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十四五行业发展趋势

第九章 家居建材产业用户分析

第一节 家居建材产业用户认同趋势

一、低碳化

二、健康化

三、智能化

四、适老化

五、氛围感

第二节 家居建材产业用户关注因素

一、功能

二、方便

三、价格

四、外观

五、服务

第十章 2024-2029年家居建材流通行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前家居建材流通存在的问题

第二节 家居建材流通未来发展预测分析

一、中国家居建材发展方向分析

二、2024-2029年中国家居建材流通行业发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国家居建材流通行业投资风险分析

一、行业政策风险

二、下游房地产行业的宏观调控政策和行业波动风险

三、市场风险分析

四、管理风险分析

五、行业投资风险

第十一章 中道泰和专家观点与结论

第一节 家居建材流通行业营销策略分析及建议

一、家居建材流通行业营销模式

二、家居建材流通行业营销策略

第二节 家居建材流通行业企业经营发展分析及建议

一、家居建材流通行业经营模式

二、家居建材流通行业发展模式

第三节 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

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

图表目录

图表：家居建材流通行业生命周期

图表：家居建材流通行业产业链结构

图表：2019-2023年全球家居建材流通行业市场规模

图表：2019-2023年中国家居建材流通行业市场规模

图表：2019-2023年中国家居建材流通市场占全球份额比较

图表：2019-2023年家居建材流通行业集中度

图表：2019-2023年家居建材流通市场价格走势

图表：2019-2023年家居建材流通行业重要数据指标比较

图表：2024-2029年家居建材流通行业市场规模预测

图表：2024-2029年家居建材流通行业竞争格局预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230714/449024.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)