

2017-2022年中国家装建材行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国家装建材行业市场研究及发展前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/301238.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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，扩大城镇边缘范围，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

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。

报告目录：

第一部分 家装建材行业发展分析25

第一章 家装建材行业的特点与特性25

第一节 家装建材的分类及特点25

一、墙体装饰材料的种类和特点25

二、地面装修材料的种类和特点26

三、吊顶装饰材料的种类和特点27

四、装饰线板的种类和特点28

五、室内灯具的种类和特点28

第二节 家装建材行业特点29

一、种类繁多29

二、重要地位31

三、资源、劳动密集型31

四、高能耗、对环境的影响大31

第二章 世界家装建材行业发展分析33

第一节 全球建材行业发展概况33

一、2016年全球建材市场发展概况33

二、国际陶瓷市场保持旺盛需求33

三、2016年全球建材市场预测34

四、2016年全球纳米建材市场需求预测35

第二节 美国建材行业发展状况35

一、2016年美国钢材进口量增长情况35

二、2016年美国建材出口企业转战新兴市场36

三、2016年美国家装十大流行趋势37

四、美国五金建材市场产品进口分析38

五、奥巴马新政策下的美国建材市场38

六、2016年美国瓷砖市场增长情况39

七、2016年美国对木质板材的需求预测39

第三节 俄罗斯建材行业发展状况40

- 一、俄罗斯建材市场潜力巨大40
- 二、俄罗斯建材市场发展状况42
- 三、俄罗斯天然石材市场火爆43
- 四、俄罗斯建材环境和市场发展前景44
- 第四节 部分国家建材业发展概况45
 - 一、罗马尼亚建材市场分析45
 - 二、2016年越南建材价格变化情况45
 - 三、中东建材市场现状分析46

第三章 我国家装建材行业发展分析49

- 第一节 2016年建材行业发展分析49
 - 一、2016年建材工业经济运行情况49
 - 二、2016年建材工业经济成分变化情况52
 - 三、2016年建材工业经济运行形势展望53
 - 四、2016年我国建材市场发展趋势55
- 第二节 建材行业发展现状分析59
 - 一、2016年建材行业三大发展重点59
 - 二、2016年家装业发展突出问题解析61
 - 三、2016年建材家居市场分析61

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

经营模式

代表企业

特点

优势

缺陷

传统集贸市场

摊位制集贸市场。

初级零售方式。

吸纳众多经营者和品牌聚集，主要针对中低收入消费者。

市场不够规范、管理相对滞后，购物环境舒适度不高。售后保障差。

招商制市场

红星美凯龙、居然之家。

布局集中，专业性强。

品种齐全，能实现“一站式购齐”；展示效果强，售后保障好，客户忠诚度高。

单店投资规模大，费用高。

建材家居超市

百家居、家得宝。

以年轻客户群体DIY为主。

明码实价，购物方便，品种较为齐全，能够提供较好的购物环境。

单店规模小，展示能力弱，以消费者DIY为主。

厂家直营品牌专卖店

知名家具生产厂家，如全友家私、双虎、掌上明珠。

减少流通环节，厂家直接销售给最终客户，品牌定位明确。

针对性强，价格有优势，打造品牌终端形象。

主要销售该厂家自己生产的产品，品种较少，选择面小。

互联网销售

入驻天猫商场等平台的厂家。

节省部分展销成本。

价格有优势，所售产品主要是价格较低的家具或小型装饰品，主要面向预算较紧的客户。

无法实地体验，对于费用较高的大型家居，人们依然偏向于线下实体店。

四、建材行业大型企业集团迅速发展62

第三节 2016年建材行业经济运行统计63

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64

三、砖瓦、石材及其他建筑材料制造经济运行统计66

四、玻璃及玻璃制品制造经济运行统计68

五、陶瓷制品制造经济运行统计69

第四章 家装建材流通渠道分析72

第一节 我国家装建材市场发展状况72

一、我国建材家居市场特点分析72

二、建材超市发展现状及趋势分析76

三、传统、现代建材市场不同境遇77

四、2016年家装建材市场突围分析77

五、2016年家装建材价格变化预测79

第二节 家装建材市场格局分析80

一、2016年建材超市在调整中寻求突破80

- 二、2016年家居建材终端谋新求变81
- 三、2016年家居建材超市牵手家装行业打开新市场82
- 第三节 家装建材渠道发展分析83
 - 一、我国建材物流的发展分析84
 - 二、招商制建材家居市场运营模式创新87
 - 三、2016年建材市场营销战略选择趋势91
- 四、2016年家装建材市场营销理念变化分析93

第二部分 家装建材细分市场分析95

第五章 重点细分市场分析95

第一节 建筑卫生陶瓷行业95

- 一、2016年全国建筑陶瓷产业发展形势分析95
- 二、2016年建筑卫生陶瓷行业发展轨迹100
- 三、当今废次瓷困境下突围战略分析101
- 四、金融风暴下的中国建筑陶瓷行业101
- 五、2016年中国建筑陶瓷产业发展形势分析102
- 六、2016年中国建筑陶瓷产业发展趋势106
- 七、展望中国建筑卫生陶瓷未来三十年109

第二节 石材行业110

- 一、2016年我国石材行业发展分析110
- 二、2016年石材行业发展问题解析111
- 三、2016年我国石材行业企业经营分析111
- 四、2016年石材企业发展走向112
- 五、2016年我国石材工业八大趋势预测112
- 六、2016年我国石材发展及投资分析115
- 七、世界石材行业发展趋势分析116

第三节 玻璃行业116

- 一、2016年玻璃行业发展现状116

2010-2016年中国平板玻璃产量以及同比增速（单位：万重量箱）

- 二、2016年玻璃行业相关政策荟萃117
- 三、2016年我国玻璃行业发展趋势119
- 四、2016年我国玻璃行业商机创造分析120
- 五、2016年国内玻璃行业竞争格局121
- 六、“十三五”期间玻璃工业结构调整的目标122

七、2016年节能玻璃需求量预测125

第四节 涂料行业125

- 一、2016年我国涂料产量分析126
- 二、2016年涂料行业发展分析129
- 三、涂料单品牌营销新战略分析134
- 四、金融危机下涂料企业出口战略分析136
- 五、2016年我国涂料行业洗牌趋势分析138
- 六、2016年扩大内需十举措***中国涂料市场139
- 七、2016年我国经济预测对涂料业的影响141
- 八、2016年国际涂料市场发展形势预测142
- 九、2016年我国建筑涂料市场需求预测142

第五节 板材行业145

一、我国木地板行业的发展与现状145

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）

- 二、2016年我国木皮价格变化情况148
- 三、中国木地板行业现状的五力模型分析149
- 四、对木地板企业未来发展战略的建议151
- 五、2016年木地板行业新技术发展情况152
- 六、2016年我国木地板市场预测153
- 七、2016年地板行业呈现上上下下四特点154
- 八、2016年我国木地板产量预测155

第六节 水泥行业157

- 一、2016年水泥行业发展形势分析157
- 二、2016年我国水泥发展现状分析158
- 三、2016年水泥行业投资策略分析160
- 四、2016年水泥行业发展预测160

五、2016年水泥行业前景分析161

六、2016年水泥业发展情况及预测162

第七节 门窗行业164

一、欧洲门窗产业现状与趋势164

二、塑料门窗行业发展风险和机遇并存165

三、建筑五金门窗行业发展特点分析166

四、2016年门窗行业发展前景分析169

五、2016年铝门窗及幕墙市场发展趋势170

六、未来门窗业铝木门窗发展空间广阔171

七、中国塑料型材与门窗产业“十三五”规划172

第八节 家具行业175

一、2016年家具业产量分析175

二、2016年家具制造业经济运行统计181

三、2016年家具行业的流行趋势182

四、2016年家具行业标准修订重点分析183

五、2016年家具企业发展机遇分析184

六、2016年家具市场竞争格局分析185

七、“十三五”期间国内外家具市场预测189

第九节 管件管材行业190

一、2016年塑料管材产量分析190

二、hdpe管材市场未来发展潜力巨大190

三、未来几年中国铝塑复合管的市场前景看好191

四、2016年中国pvc建材需求预测191

第十节 钢材行业192

一、2016年中国钢铁行业发展情况192

二、2016年国内建筑钢材市场分析213

三、2016年建筑钢材市场发展特征215

四、2016年钢铁行业投资策略分析216

五、2016年国内钢铁行业融资环境特点分析218

六、2016年我国钢材进出口预测220

第六章 我国家装建材进出口分析222

第一节 建筑卫生陶瓷进出口分析222

一、2016年建筑卫生陶瓷产品进口分析222

二、2016年建筑卫生陶瓷产品出口分析223

第二节 石材进出口分析hx225

- 一、2016年中国石材贸易分析225
- 二、我国石材产品出口欧美情况226
- 三、2016年进口石材原材料暂定关税调整情况227

第三节 玻璃进出口分析228

- 一、2016年玻璃及其制品进口分析228
- 二、2016年玻璃及其制品出口分析229
- 三、2016年中国出口越南浮法玻璃情况230

第四节 涂料进出口分析231

- 一、2016年涂料及其制品进口分析231
- 二、2016年涂料及其制品出口分析231
- 三、2016年我国涂料行业出口形势预测232

第五节 水泥出口分析233

- 一、2016年水泥产品出口分析233
- 二、2016年天津口岸水泥出口分析234
- 三、2016年江苏口岸水泥出口分析235
- 四、2016年新疆口岸水泥出口分析235

第六节 地板进出口分析236

- 一、2016年建筑用木工制品进口分析237
- 二、2016年建筑用木工制品出口分析237
- 三、2016年建筑用木工制品进出口对比分析238
- 四、2016年我国林产品进出口分析238

第七节 钢铁出口分析239

- 一、2016年钢材出口情况分析239
- 二、2016年钢铁出口形势分析预测242

第八节 家具出口分析242

- 一、2016年家具产品出口额分析242
- 二、2016年山东口岸家具出口增长情况243
- 三、2016年广东口岸家具出口情况245
- 四、2016年我国家具对外贸易分析及预测245

第三部分 家装建材行业竞争格局247

第七章 我国家装建材竞争分析247

第一节 我国家装建材市场竞争概况247

- 一、建材市场竞争愈演愈烈247

二、家居卖场和装饰公司竞争与合作并存247

三、建材超市竞争传统市场252

四、家居建材市场在竞争中融合253

第二节 建筑陶瓷市场竞争分析255

一、国产卫浴与国外卫浴竞争分析255

二、技能人才方是建筑陶瓷企竞争的关键255

三、中国建筑陶瓷竞争战略的选择258

第三节 我国石材市场竞争分析276

一、石材市场竞争日趋激烈276

二、集约化经营提升石材产业竞争力277

三、国际市场石材行业进入价格竞争形势279

第四节 我国建筑玻璃市场竞争分析279

一、玻璃行业国际竞争力稳步提高279

二、2016年玻璃行业竞争激烈281

三、2016年玻璃深加工工业集中度分析282

第五节 我国木地板市场竞争分析282

一、国内木地板行业竞争进入了同质化时代282

二、2016年我国木地板业竞争加剧283

三、2016年木地板行业竞争上演扩展战略284

四、2016年木地板新规促进良性竞争285

第六节 我国水泥市场竞争分析286

一、我国水泥市场竞争态势分析286

二、2016年水泥行业集中度迅速提高286

三、2016年我国的水泥行业整合加速287

第七节 我国涂料市场竞争分析290

一、2016年国内涂料行业竞争态势激变290

二、2016年我国涂料竞争战场转移295

三、2016年“净味”成涂料业竞争点297

四、2016年涂料行业竞争发展战略分析298

第八章 行业重点企业分析304

第一节 中国建筑材料集团公司304

一、公司概况304

二、2016年公司经营情况分析305

三、2016年公司财务状况分析308

四、公司最新发展动态及策略309

第二节 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司310

一、公司概况310

二、2016年公司经营情况分析314

三、集团的发展三步曲319

四、公司最新发展动态及策略322

第三节 中国南玻集团股份有限公司324

一、公司概况324

二、2016年公司经营情况分析326

三、2016年公司财务数据分析335

四、公司最新发展动态及策略340

第四节 安徽海螺水泥股份有限公司340

一、公司概况340

二、2016年公司经营情况分析342

三、2016年公司财务数据分析352

四、公司最新发展动态及策略357

第五节 美克国际家具股份有限公司357

一、公司概况357

二、2016年公司经营情况分析358

三、2016年公司财务数据分析365

四、公司最新发展动态及策略370

第六节 山东鲁阳股份有限公司370

一、公司概况370

二、2016年公司经营情况分析371

三、2016年公司财务数据分析377

四、公司最新发展动态及策略382

第七节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司383

一、公司概况383

二、2016年公司经营情况分析384

三、2016年公司财务数据分析390

四、公司最新发展动态及策略395

第八节 深圳成霖洁具股份有限公司395

一、公司概况395

二、2016年公司经营情况分析396

三、2016年公司财务数据分析403

四、公司最新发展动态及策略408

第九节 立邦集团408

一、公司概况408

二、立邦在中国的发展历程409

三、立邦发展规划及思路410

第十节 华新水泥股份有限公司410

一、公司概况411

二、2016年公司经营情况分析411

三、2016年公司财务数据分析421

四、公司最新发展动态及策略426

第四部分 家装建材行业发展趋势及策略427

第九章 行业发展环境分析427

第一节 2016年宏观经济发展形势分析427

一、2016年我国宏观经济发展分析427

二、2016年我国经济运行主要问题446

三、2016年中国经济增长分析预测448

第二节 2016年我国房地产发展形势分析457

一、2016年我国房地产市场运行情况457

二、2016年我国房地产市场运行特征472

三、2016年国房景气指数分析477

四、2016年房地产市场运行趋势478

五、2016年房地产市场预测480

六、2016年房地产市场压力将缓解484

第十章 2017-2022年我国建材业发展趋势及投资486

第一节 2017-2022年家装建材业发展趋势486

一、2017-2022年家居建材行业发展走势486

二、2017-2022年家居建材流行趋势487

第二节 2017-2022年家装建材业的市场投资分析489

一、2017-2022年建材市场商机展望489

二、2017-2022年建材行业投资新热点491

三、2017-2022年新一轮中央投资建材行业受惠最多492

四、2017-2022年固定资产投资规模保障建材行业发展492

第三节 2017-2022年建材工业投资策略分析494

- 一、我国建材工业的概况及其在全球的地位494
- 二、产业链上下因素变动对建材行业的影响495
- 三、产业政策及其他因素对建材行业的影响495
- 四、2017-2022年建材行业供给与需求分析497
- 五、2017-2022年建材行业投资风险因素分析499
- 六、2017-2022年建材行业估值及投资评级500
- 七、2017-2022年建材行业细分行业的运行状况及未来趋势分析502
- 八、2017-2022年建材业细分行业上市公司的分析502

第十一章 2017-2022年我国家装建材业发展策略504

第一节 建材市场营销分析504

- 一、水泥营销策略中低价策略的应用504
- 二、大庄地板卖场营销分析508

第二节 我国建材市场营销策略508

- 一、根据外因和内因确营销策略508
- 二、实现差异化营销策略509
- 三、培养忠诚经销商构建终端竞争力510
- 四、实施品牌战略是营销策略的中心主题510
- 五、推进规模化经营实施多渠道的整合营销511

第三节 我国建材市场发展策略511

- 一、建材行业由大变强靠的发展策略511
- 二、科学推进建材流通业发展512
- 三、品牌塑造是提升建材家居连锁企业竞争力的重点515
- 四、建材企业从oem转型创建品牌519

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63
- 图表2 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造成长能力63
- 图表3 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造偿债能力64
- 图表4 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造盈利能力64
- 图表5 2012-2016年我国水泥、石灰和石膏的制造运营能力64
- 图表6 2012-2016年我国轻质建筑材料制造基本经济64
- 图表7 2012-2016年我国轻质建筑材料制造成长能力65
- 图表8 2012-2016年我国轻质建筑材料制造偿债能力65
- 图表9 2012-2016年我国轻质建筑材料制造盈利能力65

图表10 2012-2016年我国轻质建筑材料制造运营能力66

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66

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66

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67

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67

图表15 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造基本经济68

图表16 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造成长能力68

图表17 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造偿债能力68

图表18 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造盈利能力69

图表19 2012-2016年我国玻璃及玻璃制品制造运营能力69

图表20 2012-2016年我国陶瓷制品制造基本经济69

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301238.html>