



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国家居建材流通 市场分析及投资策略研究报告

## 一、调研说明

《2016-2022年中国家居建材流通市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/275317.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

家居建材是装修必备材料，也是一个成熟的行业。家居建材包括：天花板、瓷砖、门、窗、锁、玻璃、灯具、地板，卫厨，壁纸等均属家居建材。

BHI为全国建材家居景气指数的简称。是由商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的一个建材家居终端卖场的景气度指数。它是从全国各指定的集中采集点采集了40000家建材家居商户（铺）的相关数据编制而成。BHI反映了建材家居装饰装修材料的景气度及市场走向，同时与国家房地产开发景气指数对比，还能反映出房地产刚性需求的强弱。

由商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的全国建材家居景气指数BHI 1月份全国建材家居景气指数（BHI）为78.52，环比下降17.51点，同比下降14.16点。全国规模以上建材家居卖场1月销售额为698.3亿元，环比下降25.60%,同比下降23.39%。 2015-2016BHI与国房景气指数对比示例图

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1章：中国家居建材流通行业发展综述 18

目前我国家居流通行业的离散度极高，最大的全国性家居流通企业红星美凯龙只占全国市场份额的7%。这是因为我国家居市场广阔，仅地级市就有340个，各城市发展水平不一，消费习惯不一，区域性家居流通企业一般已经占据当地最好的商圈，培养了消费者忠诚度，全国性流通企业要想进入当地市场，困难重重。同时而我国的家居制造业极其分散，物流业不发达，这也不利于我国家居流通行业形成规模化，形成全国统一市场。

目前我国家居流通市场处于群雄并起的战国时代，随着市场竞争的加剧，经过一番洗牌，一些小的没有规模优势的慢慢无法生存，呈现规模经济的势头。最终家居流通市场也会像其他零售业一样形成几大寡头垄断局面，但在短期来看，仍然是区域家居流通企业占主导地位。

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 1.1 家居建材流通行业定义    | 18  |
| 1.1.1 家居建材流通行业的定义 | 18  |
| 1.1.2 家居建材流通的相关分类 | 18  |
| 1.2 家居建材流通行业发展环境  | 18。 |
| 1.2.1 家居建材流通政策环境  | 18  |
| (1) 行业主管部门及管理体制   | 18  |
| (2) 流通行业相关法律法规    | 19  |
| (3) 流通行业相关政策      | 20  |
| 1.2.2 家居建材流通经济环境  | 22  |
| (1) 国内经济增速情况      | 22  |
| (2) 对外贸易情况分析      | 23  |
| (3) 宏观经济与行业的相关性   | 25  |
| 1.2.3 家居建材流通社会环境  | 25  |

相比其它行业，家居流通行业目前处于快速成长阶段，近几年一直保持较高的复合增长率。但是作为房地产的下游产业，家居建材行业受政策和房地产行业影响极其明显，增长趋缓。2011年，虽然规模以上企业零售额增长24.98%，但增幅较2010年下降4%。国家统计局数据显示，2011年1-8月，限额以上家居企业零售额同比增长30.6%，其中6-8月同比增速分别为35.8%、33.1%和29.5%，增速逐渐下滑。

|              |    |
|--------------|----|
| (1) 居民收入水平分析 | 25 |
| (2) 居民消费特点分析 | 27 |

## 第2章：家居建材流通行业上游分析 29

|                  |    |
|------------------|----|
| 2.1 玻璃制造行业发展分析   | 29 |
| 2.1.1 玻璃行业的产量分析  | 29 |
| 2.1.2 玻璃行业的销量分析  | 30 |
| 2.1.3 玻璃行业进出口分析  | 30 |
| 2.1.4 玻璃行业产销率分析  | 31 |
| 2.2 人造板制造行业发展分析  | 32 |
| 2.2.1 人造板行业的产量分析 | 32 |
| 2.2.2 人造板行业的销量分析 | 32 |
| 2.2.3 人造板行业的市场规模 | 33 |
| 2.2.4 人造板行业产销率分析 | 34 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| 2.3 金属门窗制造行业发展分析   | 35 |
| 2.3.1 金属门窗行业的市场规模  | 35 |
| 2.3.2 金属门窗行业产销率分析  | 35 |
| 2.4 卫生陶瓷制造行业发展分析   | 36 |
| 2.4.1 卫生陶瓷行业的产量分析  | 36 |
| 2.4.2 卫生陶瓷行业的市场规模  | 37 |
| 2.4.3 卫生陶瓷行业产销率分析  | 38 |
| 2.5 砖瓦石材制造行业发展分析   | 39 |
| 2.5.1 砖瓦石材行业的市场规模  | 39 |
| 2.5.2 砖瓦石材行业产销率分析  | 39 |
| 2.6 其他家居建材制造行业发展分析 | 40 |
| 2.6.1 石膏板行业产量分析    | 40 |
| 2.6.2 木地板行业产量分析    | 41 |
| 2.6.3 幕墙行业的产量分析    | 42 |
| 2.7 家居建材流通行业上游发展总结 | 43 |

从家居产业链来说，家居流通业为家居行业中的流通行业，其上游行业为家居制造业，下游行业为家居产品消费者。

### 第3章：中国家居建材流通行业市场现状及前景 45

|                     |    |
|---------------------|----|
| 3.1 家居建材流通行业市场规模    | 45 |
| 3.1.1 家居建材流通行业发展历程  | 45 |
| 3.1.2 家居建材流通行业市场规模  | 45 |
| 3.2 家居建材流通行业发展特征    | 46 |
| 3.2.1 家居建材流通行业区域性特征 | 46 |
| 3.2.2 家居建材流通行业季节性特征 | 47 |
| 3.3 家居建材流通行业市场竞争    | 48 |
| 3.3.1 家居建材流通行业扩张情况  | 48 |
| 3.3.2 家居建材流通行业收购兼并  | 49 |
| 3.3.3 家居建材流通行业竞争格局  | 50 |
| 3.3.4 家居建材流通行业竞争趋势  | 51 |
| 3.4 家居建材流通行业影响因素    | 52 |

3.4.1 家居建材流通行业有利影响因素 52

3.4.2 家居建材流通行业不利影响因素 55

3.5 家居建材流通行业市场前景 56

3.5.1 家居建材流通行业成长性 56

3.5.2 家居建材流通行业发展趋势 57

3.5.3 家居建材流通行业市场前景 58

## 第4章：中国家居建材行业流通模式分析 60

4.1 家居建材行业主要流通业态分析 60

4.2 家居建材超市业态发展现状及趋势 60

4.2.1 家居建材超市业态优劣势分析 60

4.2.2 家居建材超市业态发展现状 61

4.2.3 家居建材超市业态代表商家 62

4.2.4 家居建材超市业态盈利模式 62

4.2.5 家居建材超市业态发展趋势 63

4.3 家居建材专业市场业态发展现状及趋势 63

4.3.1 家居建材专业市场业态优劣势分析 63

4.3.2 家居建材专业市场业态发展现状 64

4.3.3 家居建材专业市场业态代表商家 65

4.3.4 家居建材专业市场业态盈利模式 66

4.3.5 家居建材专业市场业态发展趋势 67

4.4 家居建材品牌专卖店业态发展现状及趋势 68

4.4.1 家居建材品牌专卖店业态优劣势分析 68

4.4.2 家居建材品牌专卖店业态发展现状 68

4.4.3 家居建材品牌专卖店业态代表商家 69

4.4.4 家居建材品牌专卖店业态盈利模式 69

4.4.5 家居建材品牌专卖店业态发展趋势 70

4.5 其他流通业态发展现状及趋势 70

4.5.1 摊位制建材市场 70

4.5.2 仓储式厂家直营卖场 72

4.6 家居建材行业电子商务模式发展现状及展望 72

4.6.1 家居建材行业电子商务发展困局 72

- 4.6.2 家居建材行业电子商务交易规模 73
- 4.6.3 家居建材行业电子商务代表商家 74
- 4.6.4 家居建材行业电子商务发展对策 75
- 4.6.5 家居建材行业电子商务发展展望 76

## 第5章：中国家居建材流通行业重点区域市场现状及竞争策略 78

### 5.1 各级城市家居建材市场特点 78

#### 5.1.1 线城市 78

#### 5.1.2 线城市 78

#### 5.1.3 线及以下城市 78

### 5.2 北京家居建材流通行业现状及竞争策略 79

#### 5.2.1 北京经济环境分析 79

##### (1) 北京经济总量分析 79

##### (2) 北京人均收入水平 79

#### 5.2.2 北京房地产市场分析 80

##### (1) 北京房地产相关政策 80

##### (2) 北京商品住宅开发投资分析 82

##### (3) 北京商品住宅供需平衡分析 82

#### 5.2.3 北京家居建材流通行业现状及竞争策略 84

##### (1) 北京家居建材流通行业发展规模 84

##### (2) 北京家居建材流通行业竞争形势 85

##### (3) 北京家居建材流通市场竞争策略 86

### 5.3 上海家居建材流通行业现状及竞争策略 87

#### 5.3.1 上海经济环境分析 87

##### (1) 上海经济总量分析 87

##### (2) 上海人均收入水平 87

#### 5.3.2 上海房地产市场分析 88

##### (1) 上海房地产相关政策 88

##### (2) 上海商品住宅开发投资分析 89

##### (3) 上海商品住宅供需平衡分析 90

#### 5.3.3 上海家居建材流通行业现状及竞争策略 92

##### (1) 上海家居建材流通行业发展规模 92

|       |                   |     |
|-------|-------------------|-----|
| (2)   | 上海家居建材流通行业竞争形势    | 93  |
| (3)   | 上海家居建材流通市场竞争策略    | 94  |
| 5.4   | 广州家居建材流通行业现状及竞争策略 | 94  |
| 5.4.1 | 广州经济环境分析          | 94  |
| (1)   | 广州经济总量分析          | 94  |
| (2)   | 广州人均收入水平          | 95  |
| 5.4.2 | 广州房地产市场分析         | 96  |
| (1)   | 广州房地产相关政策         | 96  |
| (2)   | 广州商品住宅开发投资分析      | 97  |
| (3)   | 广州商品住宅供需平衡分析      | 98  |
| 5.4.3 | 广州家居建材流通行业现状及竞争策略 | 100 |
| (1)   | 广州家居建材流通行业发展规模    | 100 |
| (2)   | 广州家居建材流通行业竞争形势    | 100 |
| (3)   | 广州家居建材流通市场竞争策略    | 100 |
| 5.5   | 深圳家居建材流通行业现状及竞争策略 | 102 |
| 5.5.1 | 深圳经济环境分析          | 102 |
| (1)   | 深圳经济总量分析          | 102 |
| (2)   | 深圳人均收入水平          | 103 |
| 5.5.2 | 深圳房地产市场分析         | 103 |
| (1)   | 深圳房地产相关政策         | 103 |
| (2)   | 深圳商品住宅开发投资分析      | 106 |
| (3)   | 深圳商品住宅供需平衡分析      | 106 |
| 5.5.3 | 深圳家居建材流通行业现状及竞争策略 | 108 |
| (1)   | 深圳家居建材流通行业发展规模    | 108 |
| (2)   | 深圳家居建材流通行业竞争形势    | 108 |
| (3)   | 深圳家居建材流通市场竞争策略    | 108 |
| 5.6   | 天津家居建材流通行业现状及竞争策略 | 109 |
| 5.6.1 | 天津经济环境分析          | 109 |
| (1)   | 天津经济总量分析          | 109 |
| (2)   | 天津人均收入水平          | 109 |
| 5.6.2 | 天津房地产市场分析         | 110 |
| (1)   | 天津房地产相关政策         | 110 |



|                         |     |
|-------------------------|-----|
| (2) 天津商品住宅开发投资分析        | 111 |
| (3) 天津商品住宅供需平衡分析        | 112 |
| 5.6.3 天津家居建材流通行业现状及竞争策略 | 113 |
| (1) 天津家居建材流通行业发展规模      | 113 |
| (2) 天津家居建材流通行业竞争形势      | 113 |
| (3) 天津家居建材流通市场竞争策略      | 114 |
| 5.7 武汉家居建材流通行业现状及竞争策略   | 114 |
| 5.7.1 武汉经济环境分析          | 114 |
| (1) 武汉经济总量分析            | 114 |
| (2) 武汉人均收入水平            | 115 |
| 5.7.2 武汉房地产市场分析         | 116 |
| (1) 武汉房地产相关政策           | 116 |
| (2) 武汉商品住宅开发投资分析        | 117 |
| (3) 武汉商品住宅供需平衡分析        | 118 |
| 5.7.3 武汉家居建材流通行业现状及竞争策略 | 119 |
| (1) 武汉家居建材流通行业发展规模      | 119 |
| (2) 武汉家居建材流通行业竞争形势      | 119 |
| (3) 武汉家居建材流通市场竞争策略      | 120 |
| 5.8 重庆家居建材流通行业现状及竞争策略   | 121 |
| 5.8.1 重庆经济环境分析          | 121 |
| (1) 重庆经济总量分析            | 121 |
| (2) 重庆人均收入水平            | 121 |
| 5.8.2 重庆房地产市场分析         | 122 |
| (1) 重庆房地产相关政策           | 122 |
| (2) 重庆商品住宅开发投资分析        | 123 |
| (3) 重庆商品住宅供需平衡分析        | 124 |
| 5.8.3 重庆家居建材流通行业现状及竞争策略 | 125 |
| (1) 重庆家居建材流通行业发展规模      | 125 |
| (2) 重庆家居建材流通行业竞争形势      | 125 |
| (3) 重庆家居建材流通市场竞争策略      | 127 |
| 5.9 无锡家居建材流通行业现状及竞争策略   | 128 |
| 5.9.1 无锡经济环境分析          | 128 |

- (1) 无锡经济总量分析 128
- (2) 无锡人均收入水平 128
- 5.9.2 无锡房地产市场分析 129
  - (1) 无锡房地产相关政策 129
  - (2) 无锡商品住宅开发投资分析 131
  - (3) 无锡商品住宅供需平衡分析 131
- 5.9.3 无锡家居建材流通行业现状及竞争策略 133
  - (1) 无锡家居建材流通行业发展规模 133
  - (2) 无锡家居建材流通行业竞争形势 133
  - (3) 无锡家居建材流通市场竞争策略 133
- 5.10 长沙家居建材流通行业现状及竞争策略 134
  - 5.10.1 长沙经济环境分析 134
    - (1) 长沙经济总量分析 134
    - (2) 长沙人均收入水平 134
  - 5.10.2 长沙房地产市场分析 135
    - (1) 长沙房地产相关政策 135
    - (2) 长沙商品住宅开发投资分析 137
    - (3) 长沙商品住宅供需平衡分析 137
  - 5.10.3 长沙家居建材流通行业现状及竞争策略 139
    - (1) 长沙家居建材流通行业发展规模 139
    - (2) 长沙家居建材流通行业竞争形势 139
    - (3) 长沙家居建材流通市场竞争策略 140
- 5.11 西宁家居建材流通行业现状及竞争策略 141
  - 5.11.1 西宁经济环境分析 141
    - (1) 西宁经济总量分析 141
    - (2) 西宁人均收入水平 141
  - 5.11.2 西宁房地产市场分析 142
    - (1) 西宁房地产相关政策 142
    - (2) 西宁商品住宅开发投资分析 143
    - (3) 西宁商品住宅供需平衡分析 144
  - 5.11.3 西宁家居建材流通行业现状及竞争策略 145
    - (1) 西宁家居建材流通行业发展规模 145

(2) 西宁家居建材流通行业竞争形势 145

(3) 西宁家居建材流通市场竞争策略 146

## 第6章：中国家居建材流通企业经营状况分析 147

### 6.1 国际家居建材流通企业在华经营状况分析 147

#### 6.1.1 瑞典宜家家居公司 147

(1) 发展规模及全球规模 147

(2) 主营业务及产品结构 147

(3) 在华发展进程及规模 147

(4) 在华本土化分析 149

(5) 在华发展优劣势分析 149

(6) 在华发展战略规划 149

#### 6.1.2 英国翠丰集团 150

(1) 发展规模及全球规模 150

(2) 主营业务及产品结构 150

(3) 在华发展进程及规模 151

(4) 在华本土化分析 151

(5) 在华发展优劣势分析 152

(6) 在华资本运营动向 152

(7) 在华发展战略规划 152

(8) 在华发展瓶颈分析 152

### 6.2 国内家居建材流通企业经营状况分析 153

#### 6.2.1 红星美凯龙家居集团股份有限公司经营状况分析 153

(1) 企业发展简况 153

(2) 企业业务能力 153

(3) 企业门店网络 154

(4) 企业物流体系 154

(5) 企业服务政策及特色 154

(6) 企业业态模式 154

(7) 企业经营优劣势 154

(8) 企业发展战略 155

(9) 企业最新发展动向 155

#### 6.2.2 北京居然之家投资控股集团有限公司经营状况分析 156

- (1) 企业发展简况 156
- (2) 企业业务能力 156
- (3) 企业门店网络 157
- (4) 企业服务政策及特色 157
- (5) 企业业态模式 157
- (6) 企业经营优劣势 158
- (7) 企业最新发展动向 158

#### 6.2.3 上海月星控股集团有限公司经营状况分析 159

- (1) 企业发展简况 159
- (2) 企业业务能力 159
- (3) 企业门店网络 160
- (4) 企业服务政策及特色 161
- (5) 企业业态模式 161
- (6) 企业经营优劣势 162
- (7) 企业最新发展动向 162

#### 6.2.4 吉盛伟邦家具集团经营状况分析 162

- (1) 企业发展简况 162
- (2) 企业业务能力 163
- (3) 企业门店网络 163
- (4) 企业服务政策及特色 164
- (5) 企业业态模式 164
- (6) 企业经营优劣势 165
- (7) 企业最新发展动向 165

#### 6.2.5 武汉欧亚达家居集团有限公司经营状况分析 165

- (1) 企业发展简况 165
- (2) 企业业务能力 166
- (3) 企业门店网络 166
- (4) 企业服务政策及特色 166
- (5) 企业业态模式 168
- (6) 企业经营优劣势 168
- (7) 企业最新发展动向 168

### 6.3 国内家居建材流通行业电子商务企业发展分析 194

#### 6.3.1 巢尚商城发展分析 194

- (1) 企业发展简况 194
- (2) 主营业务及产品 194
- (3) 合作品牌 194
- (4) 企业服务政策及特色 194
- (5) 企业经营优劣势 195

#### 6.3.2 兔宝宝商城发展分析 195

- (1) 企业发展简况 195
- (2) 企业业务能力 196
- (3) 主要经济指标 197
- (4) 企业盈利能力 197
- (5) 企业运营能力 198
- (6) 企业偿债能力 199
- (7) 企业发展能力 199
- (8) 企业门店网络 200
- (9) 企业服务政策及特色 200
- (10) 企业业态模式 200
- (11) 企业经营优劣势 201
- (12) 最新发展动向 201

#### 6.3.3 新浪乐居网发展分析 201

- (1) 企业发展简况 201
- (2) 主营业务及产品 202
- (3) 合作品牌 202
- (4) 企业服务政策及特色 202
- (5) 企业经营现状 202
- (6) 企业经营优劣势 203

#### 6.3.4 搜狐家居商城发展分析 203

- (1) 企业发展简况 203
- (2) 主营业务及产品 203
- (3) 合作品牌 203
- (4) 企业服务政策及特色 203

(5) 企业经营优劣势 204

#### 6.3.5 齐家网发展分析 204

(1) 企业发展简况 204

(2) 企业业务能力 205

(3) 企业发展规模 205

(4) 企业服务政策及特色 205

(5) 企业业态模式 206

(6) 企业经营优劣势 206

(7) 企业最新发展动向 206

### 第7章：中国家居建材流通行业发展壁垒及风险提示 207

#### 7.1 家居建材流通行业发展壁垒 207

##### 7.1.1 资金壁垒 207

##### 7.1.2 市场壁垒 207

(1) 商圈壁垒 207

(2) 渠道壁垒 207

(3) 品牌壁垒 207

##### 7.1.3 人才壁垒 208

#### 7.2 家居建材流通行业风险提示 208

##### 7.2.1 房地产调控政策风险 208

##### 7.2.2 宏观经济波动风险 209

##### 7.2.3 行业竞争风险 209

##### 7.2.4 经营管理风险 210

(1) 中国家居建材卖场关键成功因素分析 211

#### 7.3 家居建材卖场选址 211

##### 7.3.1 家居建材卖场选址变迁 211

##### 7.3.2 领先家居建材卖场选址要求 212

(1) 红星美凯龙卖场选址要求 212

(2) 居然之家卖场选址要求 213

(3) 宜家卖场选址要求 213

(4) 东方家园卖场选址要求 213

(5) 百安居卖场选址要求 213

|                     |             |
|---------------------|-------------|
| （6）集美家居建材卖场选址要求     | 213         |
| 7.4 家居建材卖场设计        | 214         |
| 7.4.1 家居建材卖场设计原则    | 214         |
| 7.4.2 家居建材卖场设计要素    | 214         |
| 7.4.3 家居建材卖场布置策略    | 216         |
| 7.4.4 家居建材卖场补给线设计原则 | 217         |
| 7.5 家居建材卖场定位        | 217         |
| 7.5.1 家居建材卖场产品定位    | 217         |
| 7.5.2 家居建材卖场客户定位    | 217         |
| 7.5.3 家居建材卖场业态组合定位  | 217         |
| 7.6 家居建材卖场招商        | 218         |
| 7.6.1 家居建材卖场招商定位    | 218         |
| 7.6.2 家居建材卖场招商考核    | 218         |
| 7.6.3 家居建材卖场招商侧重    | 219         |
| 7.7 家居建材卖场管理        | 219         |
| 7.7.1 家居建材卖场经营管理    | 219         |
| 7.7.2 家居建材卖场物业管理    | 220         |
| 7.7.3 家居建材卖场售后服务    | 220（AK WZY） |

## 图表目录：

|  |    |
|--|----|
| 图表1：家居建材流通行业的分类                          | 18 |
| 图表2：我国家居建材流通行业主管部门、自律组织及其相关职责            | 19 |
| 图表3：我国家居建材行业相关标准及法律法规                    | 19 |
| 图表4：我国流通行业相关法律法规                         | 20 |
| 图表5：2005-2015年中国国内生产总值走势图（单位：亿元，%）       | 22 |
| 图表6：2009-2015年我国进出口贸易同比增速（单位：%）          | 24 |
| 图表7：2012-2015年我国进出口贸易差额（单位：亿美元）          | 24 |
| 图表8：2003-2015年我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） | 26 |
| 图表9：2003-2015年我国农村居民人均纯收入及同比增速（单位：元，%）   | 26 |
| 图表10：我国不同年代人群及对家居建材的消费特点                 | 27 |
| 图表11：我国不同消费形态人群及对家居建材的消费特点               | 27 |
| 图表12：2008-2015年我国平板玻璃产量及同比增速（单位：万重量箱，%）  | 29 |

图表13：2008-2015年我国平板玻璃销量及同比增速（单位：万重量箱，%） 30

图表14：2008-2015年我国平板玻璃出口量及同比增速（单位：万平方米，%） 31

图表15：2008-2015年我国平板玻璃产销率走势（单位：%） 31

图表16：2008-2015年我国人造板产量及同比增速（单位：万立方米，%） 32

图表17：2008-2015年我国人造板销量及同比增速（单位：万立方米，%） 33

图表18：2008-2015年我国人造板制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%） 34

图表19：2008-2015年我国人造板行业产销率走势（单位：%） 34

图表20：2008-2015年我国金属门窗制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%） 35

图表21：2008-2015年我国金属门窗制造行业产销率走势（单位：%） 36

图表22：2008-2015年我国卫生陶瓷产量及同比增速（单位：亿件，%） 37

图表23：2008-2015年我国卫生陶瓷制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%） 38

图表24：2008-2015年我国卫生陶瓷制造行业产销率走势（单位：%） 38

图表25：2008-2015年我国砖瓦、石材等建材制造行业行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%） 39

图表26：2008-2015年我国砖瓦、石材等建筑材料制造行业产销率走势（单位：%） 40

图表27：2008-2015年我国石膏板产量及同比增速（单位：亿立方米，%） 41

图表28：2008-2015年我国木地板产量及同比增速（单位：万平方米，%） 41

图表29：2001-2015年我国建筑幕墙产量及同比增速（单位：万平方米，%） 42

图表30：2001-2015年我国建筑幕墙累计产量及同比增速（单位：万平方米，%） 43

图表31：2010-2015年全国建材家居景气指数（BHI）走势 44

图表32：我国家居建材流通行业发展历程 45

图表33：2008-2015年全国规模以上家居建材市场销售额及增长率（单位：万亿元，%） 46

图表34：我国家居建材流通行业的区域性特征 47

图表35：2010-2015年全国建材家居景气指数（BHI）走势（分年度） 48

图表36：我国家居建材流通行业竞争格局 50

图表37：2001-2015年我国城镇化水平发展进程（单位：%） 53

图表38：2015年我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%） 54

图表39：2003-2015年全国商品住宅销售面积及同比增速（单位：万平方米，%） 56

图表40：我国家居建材流通行业发展趋势 57

图表41：2016-2022年全国规模以上家居建材市场销售额及预测（单位：万亿元） 59

图表42：中国家居建材流通行业主要业态 60

图表43：家居建材超市业态优劣势分析 60



图表44：家居建材超市业态代表商家 62

图表45：家居建材专业市场业态优劣势分析 63

图表46：家居建材专业市场业态代表商家 65

图表47：家居建材品牌专卖店业态优劣势分析 68

图表48：家居建材品牌专卖店业态代表商家 69

图表49：家居建材行业电子商务发展困局 72

图表50：2009-2015年我国家居建材行业电商销售额及在整个行业销售额中的比例（单位：亿元，%） 73

图表51：中国家居建材流通行业电子商务类别及代表厂商 75

图表52：2009-2015年北京市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%） 79

图表53：2005-2015年北京市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 80

图表54：2011-2015年北京市房地产相关政策 80

图表55：2003-2015年北京市商品住宅累计投资额及同比增速（单位：亿元，%） 82

图表56：2003-2015年北京商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米，%） 83

图表57：2003-2015年北京商品住宅的竣销比 83

图表58：北京市家居建材流通企业在各大商圈的分布 84

图表59：北京市家居建材专业市场分布图 85

图表60：北京市家居建材流通企业的市场份额构成（单位：%） 86

图表61：2009-2015年上海市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%） 87

图表62：2005-2015年上海市城市居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 88

图表63：2011-2015年上海市房地产相关政策 88

图表64：2003-2015年上海市商品住宅开发投资额及同比增速（单位：亿元，%） 90

图表65：2003-2015年上海市商品住宅竣工面积及销售面积（单位：万平方米，%） 91

图表66：2003-2015年上海市商品住宅竣销比 91

图表67：上海市家居建材流通企业在各大商圈的分布 92

图表68：北京市家居建材专业市场分布图 93

图表69：上海市家居建材流通企业的市场份额构成（单位：%） 94

图表70：2009-2015年广州市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%） 95

图表71：2005-2015年广州市城镇居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%） 96

图表72：2011-2015年广州市房地产相关调控政策 96

图表73：2003-2015年广州市商品住宅投资额及同比增速（单位：亿元，%） 98

图表74：2003-2015年广州商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米，%） 99

图表75：2003-2015年广州商品住宅竣工比 99

图表76：广州市主要家居建材流通企业的相关竞争策略 101

图表77：2009-2015年深圳市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%） 102

图表78：2008-2015年深圳市居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%） 103

图表79：2011-2015年深圳市房地产相关调控政策 103

图表80：2003-2015年深圳市商品住宅开发投资及同比增速（单位：亿元，%） 106

图表81：2003-2015年深圳市商品住宅竣工面积及销售面积（单位：万平方米，%） 107

图表82：2003-2015年深圳市商品住宅竣工比 107

图表83：2009-2015年天津市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%） 109

图表84：2005-2015年天津市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 110

图表85：2011-2015年天津市房地产主要相关政策 110

图表86：2003-2015年天津市商品住宅累计投资额及同比增速（单位：亿元，%） 111

图表87：2003-2015年天津市商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米，%） 112

图表88：2003-2015年天津市商品住宅竣工比 113

图表89：2009-2015年武汉市GDP及同比增速（单位：亿元，%） 115

图表90：2005-2015年武汉市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 116

图表91：2010-2015年武汉市房地产主要相关政策 116

图表92：2003-2015年武汉市商品住宅投资额及同比增速（单位：亿元，%） 117

图表93：2003-2015年武汉市商品住房竣工面积和销售面积（单位：万平方米，%） 118

图表94：2003-2015年武汉市商品住房产销比走势 119

图表95：2009-2015年重庆市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%） 121

图表96：2005-2015年重庆市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 122

图表97：2010-2015年重庆市房地产主要相关政策 122

图表98：2003-2015年重庆市商品住宅累计投资额及同比增速（单位：亿元，%） 123

图表99：2003-2015年重庆市商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米，%） 124

图表100：2003-2015年重庆市商品住宅竣工比 125

图表101：重庆市大型家居建材专业市场分布图 126

图表102：重庆市大型家居建材专业市场分布图 126

图表103：2009-2015年无锡市GDP及同比增速（单位：亿元，%） 128

图表104：2009-2015年无锡市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 129

图表105：2010年以来无锡市房地产相关调控政策汇总 129

图表106：2003-2015年无锡市商品住宅开发投资金额及同比增速（单位：亿元，%） 131

图表107：2003-2015年无锡市商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米，%） 132

图表108：2003-2015年无锡市商品住宅竣工比 132

图表109：2009-2015年长沙市GDP及同比增速（单位：亿元，%） 134

图表110：2005-2015年长沙市城镇居民人均可支配收入及同比增速（元，%） 135

图表111：2011-2015年长沙市房地产相关调控政策汇总 135

图表112：2003-2015年长沙市商品住宅开发投资金额及同比增速（单位：亿元，%） 137

图表113：2003-2015年长沙市商品住房竣工面积与销售面积（单位：万平方米，%） 138

图表114：2003-2015年长沙市商品住房竣工比 138

图表115：长沙市家居建材卖场区域分布 140

图表116：2009-2015年西宁市GDP及同比增速（亿元，%） 141

图表117：2005-2015年西宁市城镇居民人均可支配收入及同比增速（元，%） 142

图表118：2011-2015年西宁房地产相关调控政策 142

图表119：2003-2015年西宁市商品住宅开发投资金额及同比增速（亿元，%） 143

图表120：2003-2015年西宁市商品住宅竣工面积及销售面积（万平方米，%） 144

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275317.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。