中国家居建材行业“十三五”市场前瞻与发展规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：家居建材行业“十三五”规划背景分析

1.1 行业“十三五”规划政策背景分析

1.1.1 行业管理体制分析

1.1.2 行业发展政策分析

1.1.3 行业“十三五”政策调整

1.2 行业“十三五”规划经济背景分析

1.2.1 “十二五”国内宏观经济形势分析

（1）国内GDP增长情况

（2）工业增加值增长情况

1.2.2 “新常态”下宏观经济走势分析

（1）投资仍需调整

（2）房地产仍需调整

（3）制造业仍需调整

1.2.3 经济环境对行业“十三五”的影响

（1）经济增长减缓，居民需求减弱

（2）固定资产和房地产投资不足

（3）房地产和家居建材业产能过剩

1.3 行业“十三五”规划技术背景分析

1.3.1 行业“十二五”技术指标分析

（1）行业专利申请数分析

（2）行业专利申请人分析

（3）行业专利技术分类构成分析

1.3.2 行业“十三五”技术发展趋势

1.3.3 技术环境对行业“十三五”的影响

1.4 行业“十三五”规划社会背景分析

1.4.1 “十三五”及“一带一路”战略背景

（1）“十三五”规划背景

（2）“一带一路”战略背景

1.4.2 我国“走出去”战略大环境分析

（1）从国际环境来看

（2）从本国环境来看

1.4.3 社会环境对行业“十三五”的影响

（1）传统建材产业机会

1）家居建材市场与建材物流园区的突破

1.5 行业“十三五”规划国际背景分析

1.5.1 国际政治环境分析

（1）中美关系需在稳定大局的同时管控危机

（2）我国周边各国须尽快就地区安全合作机制达成共识

（3）欧盟难民治理专项基金或向西亚、非洲的难民接收国倾斜

（4）“一带一路”有助于塑造公平合理的全球治理秩序

1.5.2 国际经济环境分析

（1）美国宏观经济环境分析

（2）欧洲宏观经济环境分析

（3）日本宏观经济环境分析

1.5.3 国际社会环境分析

（1）美国货币政策调整产生广泛影响

（2）贸易保护主义尚未得到有效抑制

（3）地缘冲突给全球经济带来风险

1.5.4 国际环境对行业“十三五”影响分析

（1）家居建材行业外部需求难有明显回升

（2）家居建材行业外贸竞争优势“青黄不接”

（3）贸易保护主义影响家居建材行业出口
第2章：家居建材行业国内外市场经济效益分析
2.1 行业全球发展现状
2.1.1 国外家居建材市场业态发展历程
2.1.2 国外家居建材市场的主流形式与对比分析
（1）国外家居建材市场的主流形式
（2）专业零售商与综合零售商的比较分析
2.2 行业国内发展现状
2.2.1 行业市场发展现状
2.2.2 行业市场发展特点
（1）跨领域合作谋发展
（2）020模式新推广
（3）大家居时代到来
（4）行业规范化
（5）定制家居
（6）展会与设计
（7）国际品牌欲抄底中国小家电市场
2.2.3 行业发展问题解析
（1）压力陡增行业下行调整加速
（2）强强联合市场争夺战愈演愈烈
（3）建材家居业受到“互联网+”冲击
（4）新环保标准加速行业洗牌
（5）复合型人才紧缺人才流动大
2.3 行业经营效益分析
2.3.1 家居建材市场总体规模情况
2.3.2 家居建材行业上市企业总体经营效益分析
（1）建材家居业上市公司总体状况
（2）整体规模快速扩张，业绩增长趋于平缓
（3）风险管控较好，运营能力提升
（4）盈利能力受限，发展潜力较强
第3章：家居建材行业“十三五”细分市场前景
3.1 水暖卫浴行业“十三五”发展前景
3.1.1 水暖卫浴行业发展现状
（1）南安
（2）厦门
（3）潮洲
（4）漳州
（5）浙江
（6）江苏
（7）河北
（8）台湾
3.1.2 水暖卫浴行业存在的问题
（1）受人力成本不断提高影响，大部分企业的资金非常紧张，企业贷款困难
（2）企业缺乏品牌营销战略思维
3.1.3 水暖卫浴行业市场规模
（1）我国卫浴行业在世界上的地位
（2）我国卫浴行业市场规模分析
3.1.4 水暖卫浴行业经营效益
3.1.5 水暖卫浴行业“十三五”发展潜力
3.2 整体厨房行业“十三五”发展前景
3.2.1 整体厨房行业发展现状
3.2.2 整体厨房行业发展特点
3.2.3 整体厨房行业市场规模
3.2.4 整体厨房行业竞争格局
（1）规模宏大的“厨房革命”引起大量关注
（2）国家尚缺乏专门针对“整体厨房”这一产品标准或设计安装规范
（3）企业市场渠道不够健全，营销手段不够灵活，影响了行业发展
3.2.5 整体厨房行业“十三五”发展潜力
（1）整体厨房行业“十三五”发展潜力

（2）整体厨房未来发展趋势
3.3 型材门窗行业“十三五”发展前景
3.3.1 型材门窗行业发展现状
（1）我国门窗市场呈现完成竞争的状态，市场集中度较低
（2）目前中国的门窗产品存在同质化问题，产品及服务的差异化不大
（3）低层次价格战现象严重
（4）行业利润走低
3.3.2 型材门窗行业发展特点
3.3.3 型材门窗行业市场规模
（1）中国门窗行业市场格局
（2）型材门窗行业市场规模
3.3.4 型材门窗行业经营效益
3.3.5 型材门窗行业“十三五”发展潜力
（1）影响型材门窗行业“十三五”发展的几大积极因素
（2）型材门窗行业“十三五”发展潜力
第4章：家居建材行业“十三五”区域发展潜力
4.1 东三省区域“十三五”行业发展潜力
4.1.1 区域发展情况简介
4.1.2 行业区域政策规划
（1）《黑龙江省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
（2）《吉林省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
（3）《辽宁省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
4.1.3 行业分布情况分析
（1）辽宁省
（2）吉林省
（3）黑龙江省
4.1.4 行业区域市场规模
（1）区域市场规模推算思路
（2）行业区域市场规模
4.1.5 行业区域市场竞争
（1）主流卖场竞争情况分析
（2）主流品牌竞争情况分析
4.1.6 行业“十三五”发展潜力
4.2 京津冀区域“十三五”行业发展潜力
4.2.1 区域发展情况简介
4.2.2 行业区域政策规划
（1）《北京市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
（2）《河北省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
（3）《天津市国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
4.2.3 行业分布情况分析
4.2.4 行业区域市场规模
4.2.5 行业区域最新发展动态
4.2.6 行业“十三五”发展潜力
4.3 长江经济带“十三五”行业发展潜力
4.3.1 区域发展情况简介
4.3.2 行业区域政策规划
（1）《江苏省“十二五”规划纲要》
（2）《安徽省“十二五”规划纲要》
（3）《湖北省“十二五”规划纲要》
4.3.3 行业区域分布情况
4.3.4 行业区域市场规模
4.3.5 行业区域市场竞争
4.3.6 行业“十三五”发展潜力
4.4 成渝经济带“十三五”行业发展潜力
4.4.1 区域发展情况简介
4.4.2 行业区域政策规划
（1）《四川省“十二五”规划纲要》
（2）《重庆市“十二五”规划纲要》
4.4.3 行业区域市场规模

4.4.4 行业区域市场竞争
4.4.5 行业“十三五”发展潜力
（1）全球化四川家居业融入世界，为该区木工机械行业发展提供广阔市场
（2）抓机遇城镇化将激发百亿市场，四川家具增长潜力较大
4.5 珠江-西江经济带“十三五”行业发展潜力
4.5.1 区域发展情况简介
4.5.2 行业区域政策规划
（1）《广东省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
（2）《广西国民经济和社会发展"十二五"规划纲要》
4.5.3 行业区域市场规模
4.5.4 行业区域市场竞争
（1）行业区域生产模式分析
（2）行业区域竞争情况分析
4.5.5 行业“十三五”发展潜力
第5章：家居建材行业“十三五”受益企业分析
5.1 “十二五”期间家居建材行业企业发展特点
5.1.1 品牌升级创新营销层出不穷
5.1.2 家居智能企业纷纷抢先争夺入口
5.1.3 “互联网+”建材家居业内蔚然成风
5.1.4 家居建材企业密集上市
5.1.5 家居建材大牌企业纷纷跨界合作
5.2 “十三五”期间家居建材行业受益企业分析
5.2.1 资金实力型企业受益
5.2.2 技术领先型企业受益
5.2.3 市场占有型企业受益
5.3 “十三五”期间重点企业受益分析
5.3.1 红星美凯龙家居集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况
（2）企业主营业务能力分析
（3）企业产品应用工程案例
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营模式分析、
（6）企业经营情况分析
（7）企业优劣势分析
（8）企业最新发展动向
5.3.2 美克国际家居用品股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品与技术水平
（3）企业服务政策及特色
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营模式分析
（6）企业经营情况分析
（7）企业优劣势分析
（8）企业最新发展动向
5.3.3 曲美家具集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品与技术水平
（3）企业服务政策及特色
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营模式分析
（6）企业经营情况分析
（7）企业优劣势分析
（8）企业最新发展动向
5.3.4 浙江艾迪西流体控制股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品与技术水平
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营模式分析
（5）企业经营情况分析

（6）企业经营优劣势分析
5.3.5 兔宝宝商城经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品与技术分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营模式分析
（5）企业经营情况分析
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动向
第6章：家居建材行业“十三五”市场发展机遇
6.1 “新常态”背景下行业发展机遇
6.1.1 “新常态”经济下基本内涵定义
（1）认识新常态
（2）经济新常态的内涵
6.1.2 “新常态”经济下发展特点分析
6.1.3 “新常态”经济对行业影响分析
6.1.4 “新常态”经济下行业盈利模式
6.2 “一带一路”战略下行业发展机遇
6.2.1 “一带一路”战略基本概况
6.2.2 “一带一路”战略实施进度
（1）投资情况
（2）中国积极落实《贸易便利化协定》
（3）中国东盟自贸区沿线实施进度
6.2.3 “一带一路”战略预期目标
6.2.4 “一带一路”战略对行业影响分析
6.2.5 “一带一路”战略下行业商业模式
6.3 “互联网+”战略下行业发展机遇
6.3.1 “互联网+”战略基本定义概念
（1）互联网+概念的提出
（2）互联网+概念的内涵
6.3.2 “互联网+”战略基本特点分析
（1）跨界融合
（2）创新驱动
（3）重塑结构
（4）连接一切
6.3.3 “互联网+”战略行业应用领域
6.3.4 “互联网+”战略行业运营模式
6.3.5 “互联网+”战略下行业机遇分析
6.4 “工业4.0”背景下行业发展机遇
6.4.1 “工业4.0”基本内涵定义
6.4.2 “工业4.0”的特点分析
6.4.3 “工业4.0”的技术支柱
6.4.4 “工业4.0”战略对行业影响分析
（1）“工业4.0”战略对我国制造业的影响
6.4.5 “工业4.0”背景下行业产业链模式
（1）中国的制造企业，必须变革
（2）建材家居行业必须建立3+1的产业链
（3）构筑工业4.0模式
6.5 家居建材行业“十三五”发展其他机遇分析

图表目录

图表1：我国家居建材流通行业主管部门、自律组织及其相关职责
图表2：1993-2015年我国家居建材行业相关标准及法律法规
图表3：2015年我国家居建材行业相关标准及法律法规
图表4：2008-2015年中国国内生产总值（单位：亿元，%）

图表5：2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）
图表6：中国家居建材行业专利结构图（单位：%）
图表7：2006-2015年中国家居建材行业专利申请数量走势图（单位：件）
图表8：家居建材行业专利申请总数排名前十的申请人结构图（单位：件，%）
图表9：家居建材行业申请专利技术分类编号及含义
图表10：家居建材行业申请专利技术分类构成图（单位：%）
图表11：2010-2015年家居建材行业主要专利技术申请数（单位：件）
图表12：2012-2015年家居建材行业专利技术申请趋势图（单位：件）
图表13：我国部分行业产能利用率与国际对比（单位：%）
图表14：2013-2014年我国建材家居景气指数与2014年国房景气指数对比
图表15：2010-2014年第一季度美国GDP季度增速走势图（单位：%）
图表16：2013-2015年3月美国消费者信心指数走势图
图表17：2013-2015年4月美国失业率走势图（单位：%）
图表18：2010-2014年欧元区GDP季度增速走势图（单位：%）
图表19：2013-2015年5月欧元区月度PMI指数走势图
图表20：2013-2015年3月欧元区月度失业率趋势图（单位：%）
图表21：2010-2015年日本GDP月度增速走势图（单位：%）
图表22：2013-2014年10日本工业生产指数月度走势图
图表23：2013-2015年3月日本失业率月度走势图（单位：%）
图表24：2011-2015年国内规模以上家居建材市场销售额及增速图（单位：亿元，%）
图表25：截至2014年家居建材上市公司分类
图表26：截至2014年家居建材上市公司分布（单位：家）
图表27：2013-2014年家居建材上市公司总体业绩对比（单位：十亿，%）
图表28：2013-2014年上市公司业绩总表（单位：亿元）
图表29：2013-2014年沪深上市公司业绩情况（单位：十亿元，%）
图表30：2013-2014年沪深上市公司业绩表（单位：亿元，%）
图表31：2013-2014年香港上市公司业绩情况（单位：十亿元，%）
图表32：2013-2014年香港上市公司业绩表（单位：亿元，%）
图表33：2013-2014年上市公司总资产规模层次图（单位：家）
图表34：2013-2014年上市公司总资产规模层次划分表（单位：亿）
图表35：2013-2014年末资产规模前10名的上市公司（单位：元，%）
图表36：2013-2014年末资产规模增幅最大的前10名上市公司（单位：元，%）
图表37：2013-2014年上市公司营业收入层次图（单位：家）
图表38：2013-2014年上市公司营业收入层次划分表（单位：元）
图表39：2013-2014年实现营业收入前10名上市公司（单位：元，%）
图表40：2013-2014年营业收入增幅最大的前10名上市公司（单位：元，%）
图表41：2013-2014年上市公司净利润层次图（单位：家）
图表42：2013-2014年上市公司净利润层次划分表（单位：亿）
图表43：2013-2014年实现净利润前10名上市公司（单位：元，%）
图表44：2013-2014年净利润增幅最大的前10名上市公司（单位：元，%）
图表45：2013-2014年毛利率排名前10名上市公司（单位：%）
图表46：2013-2014年纯利率排名前10名上市公司（单位：%）
图表47：2013-2014年上市公司速动比率及流动比率分布（单位：倍，家）
图表48：2014年上市公司速动比率及流动比率分布表（单位：家）
图表49：2013-2014年上市公司资产负债率分布（单位：%，家）
图表50：2013-2014年上市公司资产负债率分布表（单位：家）
图表51：2014年资产负债率最高的前10名上市公司（单位：%）
图表52：2013-2014年上市公司存货周转率分布图（单位：%，家）
图表53：2014年存货周转率排名前10名上市公司（单位：%）
图表54：2013-2014年上市公司总资产周转率分布图（单位：%，家）
图表55：2014年总资产周转率排名前10名上市公司（单位：%）
图表56：2013-2014年上市公司基本每股收益分布图（单位：%，家）
图表57：2014年基本每股收益排名前10名上市公司（单位：%）
图表58：2014年加权平均净资产收益率排名前10上市公司（单位：%）
图表59：2013-2014年上市公司净利润率分布图（单位：%，家）
图表60：2014年上市公司净利润率排名前10上市公司（单位：%）
图表61：2013-2014年上市公司总资产报酬率分布图（单位：%，家）
图表62：2014年总资产报酬率排名前10上市公司（单位：%）
图表63：2013-2014年上市公司基本每股收益分布图（单位：%，家）

图表64：2013-2014年上市公司基本每股收益分布图（单位：%，家）
图表65：2013-2014年上市公司基本每股收益分布图（单位：%，家）
图表66：2013-2014年上市公司基本每股收益分布图（单位：%，家）
图表67：中国水暖卫浴行业分布格局
图表68：南安水暖卫浴行业发展优势分析
图表69：厦门水暖卫浴行业发展优势分析
图表70：潮州水暖卫浴行业发展优势分析
图表71：河北省水暖卫浴行业发展优势分析
图表72：2014年以来台湾省水暖卫浴行业市场规模（单位：家，亿新台币）
图表73：我国卫浴行业占世界总量的比例及出口增长率（单位：%）
图表74：2008-2015年我国城镇化率与卫浴行业渗透率（单位：%）
图表75：2006-2015年我国卫浴行业市场规模（单位：亿元）
图表76：2015年上半年水口镇卫浴行业经营情况（单位：户，万元）
图表77：2014-2015年上半年水口镇卫浴行业经营情况（单位：亿美元）
图表78：2015-2020年我国城镇化率及卫浴行业渗透率预测（单位：%）
图表79：2015-2020年我国卫浴行业市场规模预测（单位：亿元）
图表80：整体厨房发展特点
图表81：“十二五”和“十三五”期间我国整体厨房市场规模及预测（单位：亿元）
图表82：整体厨房行业竞争格局
图表83：2015年我国整体厨房拥有率与欧美国家对比（单位：%）
图表84：中国门窗行业市场格局（单位：%）
图表85：我国年均门窗市场需求（单位：万平方米）
图表86：“十三五”期间影响我国型材门窗发展的因素
图表87：2011-2018年我国整体网民规模与移动网民规模（单位：亿人）
图表88：“十三五期间”我国房地产竣工面积及门窗行业市场需求预测（单位：亿平方米）
图表89：我国家居建材行业区域分布
图表90：东三省位置示意图
图表91：东三省简介
图表92：辽宁省家具建材行业分布
图表93：吉林省家具建材行业分布
图表94：黑龙江省家具建材行业分布
图表95：2012-2015年我国家居建材与房地产投资的关系（单位：亿元，%）
图表96：2010-2014年东三省家居建材市场规模（单位：亿元）
图表97：沈阳地区家具建材主流卖场竞争力分析
图表98：长春地区家具建材主流卖场竞争力分析
图表99：东三省卫浴行业主流品牌竞争力分析
图表100：东三省卫浴行业主流品牌市场份额分析
图表101：东三省卫浴行业主流品牌定位和专卖店形象分析
图表102：2016-2021年东三省家居建材市场规模预测（单位：亿元）
图表103：京津冀城市群位置示意图
图表104：京津冀区域家具产业园分析（单位：亩，平方公里）
图表105：2010-2014年京津冀家居建材市场规模（单位：亿元）
图表106：2016-2021年京津冀家居建材市场规模预测（单位：亿元）
图表107：长江经济带位置示意图
图表108：2010-2015年浙江省家具行业市场规模（单位：亿元）
图表109：浙江省九大家具产业集群
图表110：2010-2014年长江经济带家居建材市场规模（单位：亿元）
图表111：长江经济带家居产业园介绍及竞争优势分析（单位:万平方米，平方公里，亩，万亩）
图表112：2016-2021年长江经济带家居建材市场规模预测（单位：亿元）
图表113：成渝经济带位置示意图
图表114：2010-2014年成渝经济带家居建材市场规模（单位：亿元）
图表115：成渝经济带家居产业园竞争优势分析（单位：平方公里，公顷）
图表116：2016-2021年成渝经济带家居建材市场规模预测（单位：亿元）
图表117：珠江-西江经济带位置示意图
图表118：2010-2014年珠江-西江经济带家居建材市场规模（单位：亿元）
图表119：龙江模式主要特点
图表120：东莞模式主要特点
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！