

中国家居建材行业“十三五”市场前景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) O2O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) 潮州
 - (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 市场占有率型企业受益

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！