

2024-2030年中国家居建材流通行业市场全景评估 及发展策略分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国家居建材流通行业市场全景评估及发展策略分析报告》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.chyxx.com/research/202110/980041.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解家居建材流通行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国家居建材流通行业市场全景评估及发展策略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国家居建材流通市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保家居建材流通行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年家居建材流通行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能家居建材流通从业者抢跑转型赛道。

家居建材流通行业，具体是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。家居建材市场经营模式有连锁卖场的统一收银以及出租商铺的独立收银两种模式。

在国家经济环境高速发展的背景下，家居建材行业顺势而起。经过多年来的不断创新和发展，以及国家政策的扶持，家居建材行业逐渐向稳定的发展方向迈进，并成为成熟的行业。2021年我国家居建材行业市场规模从2015年的4.27万亿元增长到6.72万亿元，同比2020年的5.98亿元增长了12.37%，预计2023年我国家居建材行业市场规模有望达到8.5亿元。其中家具及家居用品规模1.05万亿元，占家居建材的12.35%；家装家居建材规模3.7万亿元，占家居建材的43.53%；公装家居建材规模3.75万亿元，占家居建材的44.12%。

伴着改革开放的成长起来的是招商制市场，经过这么多年的发展，建材卖场水平提升了，市场的档次提高了，市场的销售半径大大扩大，并且很多都在实施连锁经营道理。建材家居卖场作为流通市场中的重要力量，为我国建材家居产品的供销做出了巨大贡献。2020年受疫情影响，我国家居建材卖场行业销售额下滑严重。2021年我国家居建材卖场行业销售额回升至11773.92亿元，同比上涨54.43%；2022年我国家居建材卖场行业销售额为11610.76亿元，同比下降1.39%；2023年1-7月期间，我国家居建材卖场行业销售额为8696.7亿元，同比上涨16.11%。

在今天异常激烈的市场环境下，我国的建材家居零售企业和建材家居卖场都面临着更加复杂的经营环境。从90年代初到现在，中国的家居建材流通行业经历了三十余年的发展历程，其发展大致可以分为五个阶段。

从我国零售业从各方面对外资开放，零售业正在成为我国经济发展中变化最快、市场化程度最高、竞争最激烈的行业之一。以零售为主的建材卖场向着建材卖场化市场、购物中心(MA

LL)方向发展。建材卖场化市场主要特征是商厦式的经营场所，建材卖场化管理的市场基本上是单一的市场业态——大市场。随着招商制市场规模的扩大，已经不满足于单店经营，而是向跨地区或本地布点发展，实行连锁经营。各店统一管理、统一标识、统一形象等等，像红星美凯龙、居然之家等均采取连锁经营的方式。

如今我国家居建材卖场的发展已经出数量的扩张转向质量的提高上。随着大数据物联网的普及，以及“创新、协调、绿色、开放、共享”新发展理念的提出，建材家居产品需要进一步转型升级，紧跟时代步伐。随着行业政策环境的影响、新零售商业模式的重塑、居民消费升级的趋势、新一代信息技术的变革，家居建材流通市场未来商业模式将发生变革，将由原来的招商物业管理者向家居建材商业卖场运营服务商转变，并且由数量的扩张转向运行质量的提高，更注重行业品牌形象的打造，在商业模式方面打通线上线下销售服务，构建线下体验中心，还会运用AR、人工智能等先进技术，在流通市场中实现全新科技感的消费场景。

《2024-2030年中国家居建材流通行业市场全景评估及发展策略分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是家居建材流通领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 家居建材流通行业产业链分析

第一节 家居建材流通行业产业链解析

一、家居建材流通产业链概述

二、上游行业对本行业发展的影响

三、下游市场对本行业发展的影响

第二节 家居建材流通上游供应链分析

一、建材制造行业运行情况分析

（一）建材工业经济运行情况

（二）主要建材产品供给规模

（三）建材工业面临挑战分析

（四）建材产品发展趋势分析

二、家具制造行业运行情况分析

（一）家具行业发展概况

（二）家具行业市场规模

（三）家具行业产量规模

（四）家具市场需求前景

第三节 家居建材流通下游需求链分析

一、房地产行业运行情况分析

（一）房地产调控政策分析

（二）房地产开发景气指数

（三）房地产市场供给结构

（四）房地产开发投资情况

（五）房地产商品房建筑面积

（六）房地产商品房销售情况

二、建筑行业运行情况分析

（一）建筑业总产值增长分析

（二）建筑行业固定资产投资

（三）建筑行业施工建设情况

（四）建筑行业投资前景趋势

第二章 家居建材市场消费者调研分析

第一节 中国家具消费者特征概述

一、中国家居市场消费现状

二、家居消费者消费观念类别

三、80后家居消费者特点分析

四、高端人群消费心理及行为

第二节 家居建材消费者消费行为

一、消费者购买动机分析

二、消费者购买频率分析

三、消费者购买渠道分析

四、消费者购买预算分析

五、消费者选购影响因素

第三节 家居市场消费者需求分析

一、家居市场消费价格分析

二、家居市场消费半径分析

三、家居品牌的关注度分析

四、家居市场销售环境分析

五、家居市场售后服务分析

六、家居市场配送能力分析

第四节 家居建材消费者品牌关注度

一、家装产品关注度排行分析

二、家装产品品牌关注度分析

（一）柜类家具品牌关注度

（二）卫浴洁具品牌关注度

（三）地板品牌关注度分析

（四）墙地瓷砖品牌关注度

（五）油漆涂料品牌关注度

第三章 家居建材流通行业运行现状分析

第一节 家居建材市场运行现状

一、家居建材市场销售规模

二、家居建材卖场销售规模

三、家居建材市场景气情况

四、建材流通行业重大事件

五、家居建材业面临挑战及对策

第二节 家居建材需求细分市场分析

一、家装市场分析

（一）中国住宅装修市场规模

（二）中国住宅装修需求特征

（三）中国住宅精装修市场现状

（四）中国住宅精装修市场容量

二、酒店装修市场分析

（一）酒店行业投资建设情况

（二）酒店初次装修成本测算

（三）酒店装修更新市场规模

（四）高档酒店装饰市场规模

（五）星级酒店装饰企业收益

三、公装市场分析

（一）中国公装市场特点

（二）中国公装市场规模

（三）公装市场需求特征

（四）公装细分市场前景

1、文化体育场馆

2、交通基建站点

3、商业地产市场

第三节 家居建材流通行业竞争格局分析

- 一、家居建材流通行业兼并重组分析
- 二、家居建材流通企业扩张策略分析
- 三、家居建材流通行业竞争格局分析
- 四、家居建材流通行业竞争策略分析
- 五、外资建材流通企业在华竞争分析
 - (一) 外资企业在华竞争现状
 - (二) 外资品牌在华经营差异
 - (三) 外资企业经营优势分析

第四章 家居建材流通实体业态模式解析

第一节 建材超市模式

- 一、建材超市的竞争力评价
- 二、建材超市盈利模式分析
- 三、建材超市投资运作案例
- 四、建材超市转型发展趋势

第二节 建材专业市场模式

- 一、建材专业市场的竞争力评价
- 二、建材专业市场盈利模式分析
- 三、建材专业市场投资运作案例
- 四、建材专业市场转型发展趋势

第三节 建材CBD模式

- 一、建材CBD的竞争力分析
- 二、建材CBD盈利模式分析
- 三、建材CBD投资运作案例
- 四、建材CBD转型发展趋势

第四节 建材品牌专卖店模式

- 一、建材品牌专卖店的竞争力分析
- 二、建材品牌专卖店盈利模式分析
- 三、建材品牌专卖店投资运作案例
- 四、建材品牌专卖店转型发展趋势

第五节 家居建材宅配模式

- 一、家居建材宅配模式分析
- 二、家居建材宅配模式发展趋势
- 三、尚品宅配市场运作案例分析

第五章 家居建材电子商务运营模式及市场前景

第一节 家居建材电子商务运行现状

- 一、家居建材电子商务市场规模
- 二、家居建材电子商务行业格局
- 三、建材电子商务企业竞争力评价

第二节 家居建材电子商务模式分析

一、建材电子商务B2B模式分析

- (一) 建材电子商务B2B市场概况
- (二) 建材电子商务B2B盈利模式
- (三) 建材电子商务B2B运营模式
- (四) 建材电子商务B2B的供应链

二、建材电子商务B2C模式分析

- (一) 建材电子商务B2C市场概况
- (二) 建材电子商务B2C盈利模式
- (三) 建材电子商务B2C物流模式
- (四) 电子商务B2C物流模式选择

三、建材电子商务F2C模式分析

- (一) F2C运营模式分析
- (二) F2C模式优势分析
- (三) 淘宝商城爱蜂潮运作模式

第三节 建材电子商务流程管理

- 一、网站运营流程
- 二、网络销售流程
- 三、产品发货流程
- 四、采购管理流程
- 五、订单销售流程
- 六、库房操作流程

第六章 家居建材综合体项目营销推广案例

第一节 项目业态定位分析

- 一、总体市场定位
- 二、项目概念定位
- 三、项目主题定位
- 四、项目形象定位

五、消费群体定位

六、业态组合定位

（一）业态组合思路

（二）业态组合规划

（三）方案优势特点

第二节 项目体量配比情况

一、体量配比策略

二、业态布局原则

三、业态组合布局

四、面积租金配比

第三节 项目规划设计布局

一、平面布局规划

二、动线规划

三、车流规划建设

四、室内设计规划

五、相关设备投资

第四节 项目营销推广方案

一、区域内营销方案

（一）推广节点安排

（二）项目网站先行

（三）户外树立形象

（四）现场活动造势

（五）报广宣传跟进

（六）覆盖客群

二、区域外营销方案

（一）推广节点安排

（二）主流网站造势

（三）高速拦截客户

（四）巡展引爆市场

（五）dm直投客群

三、项目营销计划排期

第七章 家居建材流通区域市场特征分析

第一节 家居建材各级城市市场分析

一、一级城市家居零售连锁市场分析

- (一) 一级城市家居零售连锁发展概况
- (二) 一级城市家居零售连锁市场特点
- (三) 一级城市家居零售连锁市场规模
- (四) 一级城市家居零售连锁发展趋势
- 二、二级城市家居零售连锁市场分析
 - (一) 二级城市家居零售连锁发展概况
 - (二) 二级城市家居零售连锁市场特点
 - (三) 二级城市家居零售连锁市场规模
 - (四) 二级城市家居零售连锁发展趋势
- 三、三级以下城市家居零售连锁分析
 - (一) 三级城市家居零售连锁发展概况
 - (二) 三级城市家居零售连锁市场规模
 - (三) 三级城市家居零售连锁发展趋势
- 第二节 重点家居建材流通中心市场分析
 - 一、北京市
 - (一) 北京建材市场交易规模
 - (二) 北京家居零售市场规模
 - (三) 北京家居建材消费特征
 - (四) 北京建材行业需求前景
 - (五) 北京重点建材交易市场
 - 二、上海市
 - (一) 上海建材市场交易规模
 - (二) 上海家居零售市场规模
 - (三) 上海家居建材消费特征
 - (四) 上海建材行业需求前景
 - (五) 上海重点建材交易市场
 - 三、广州市
 - (一) 广州家居零售市场规模
 - (二) 广州家居建材消费特征
 - (三) 广州建材行业需求前景
 - (四) 广州重点建材交易市场
 - 四、深圳市
 - (一) 深圳家居零售市场规模
 - (二) 深圳家居建材消费特征
 - (三) 深圳建材行业需求前景

(四) 深圳重点建材交易市场

五、成都市

(一) 成都家居零售市场规模

(二) 成都家居建材消费特征

(三) 成都建材行业需求前景

(四) 成都重点建材交易市场

六、杭州市

(一) 杭州家居零售市场规模

(二) 杭州家居建材消费特征

(三) 杭州建材行业需求前景

(四) 杭州重点建材交易市场

七、南京市

(一) 南京家居零售市场规模

(二) 南京家居建材消费特征

(三) 南京建材行业需求前景

(四) 南京重点建材交易市场

八、大连市

(一) 大连家居零售市场规模

(二) 大连家居建材消费特征

(三) 大连建材行业需求前景

(四) 大连重点建材交易市场

第八章 重点建材流通企业竞争力分析

第一节 家居建材连锁重点企业竞争力对比分析

一、产品结构及定位分析

二、信息化水平对比分析

三、主要供应商对比分析

四、下游消费者对比分析

五、市场营销网络对比分析

六、市场销售能力对比分析

七、售后服务能力对比分析

八、经营发展策略对比分析

第二节 重点家居建材市场商业模式分析

一、宜家

(一) 基本情况介绍

- (二) 营销网络分布
- (三) 家居采购模式
- (四) 供应商的选择
- (五) 供应商的管理

二、好百年

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 开店原则分析
- (四) 服务特色分析
- (五) 运作模式分析

三、居然之家

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 经营定位分析
- (四) 选址标准分析
- (五) 店面标准分析

四、红星美凯龙

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 选址标准分析
- (四) 商业模式分析
- (五) 营销策略分析

五、吉盛伟邦

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 招商范围情况
- (四) 招商条件分析
- (五) 新店开业动态

六、金海马

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 销售模式分析
- (五) 运作模式分析
- (四) 电子商务战略

七、百安居

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 选址定位策略
- (四) 企业经营策略
- (五) 运作模式分析

八、家之福

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 合作加盟分析
- (四) 运作模式分析
- (五) 发展战略分析

九、爱家家居

- (一) 基本情况介绍
- (二) 营销网络分布
- (三) 合作加盟分析
- (四) 运作模式分析
- (五) 发展战略分析

第三节 家居建材电子商务企业商业模式分析

一、土巴兔

- (一) 企业运行现状分析
- (二) 企业运行模式特征
- (三) 企业竞争优势分析

二、篱笆网

- (一) 企业运行现状分析
- (二) 企业运行模式特征
- (三) 企业竞争优势分析

三、兔宝宝商城

- (一) 企业运行现状分析
- (二) 企业运行模式特征
- (三) 企业竞争优势分析

四、九正建材网

- (一) 企业运行现状分析
- (二) 企业运行模式特征
- (三) 企业竞争优势分析

五、林氏家居

(一) 企业运行现状分析

(二) 企业运行模式特征

(三) 企业竞争优势分析

六、中国家居建材网

(一) 企业运行现状分析

(二) 企业运行模式特征

(三) 企业竞争优势分析

七、美乐乐家具网

(一) 企业运行现状分析

(二) 企业运行模式特征

(三) 企业竞争优势分析

第九章 家居建材流通行业投资壁垒及前景分析

第一节 家居建材流通行业投资壁垒分析

一、产业政策壁垒

二、资金准入壁垒

三、市场准入壁垒

(一) 商圈壁垒

(二) 渠道壁垒

(三) 品牌壁垒

(四) 人才壁垒

四、技术创新壁垒

第二节 家居建材流通行业投资前景分析

一、家居建材流通行业发展趋势

(一) o2o是家居电商转型趋势

(二) 复合型流通渠道将继续存在

二、家居建材流通行业投资机会

(一) 渠道投资机会

(二) 区域投资机会

(三) 电商投资机会

三、家居建材流通市场前景预测

(一) 房地产消费走势预测

(二) 家居建材卖场规模预测

(三) 家居建材电商规模预测

第十章 家居建材市场投资可行性分析

第一节 家居建材市场项目投资环境

- 一、市场需求总量
- 二、市场消费结构
- 三、消费者购买特征

第二节 家居建材市场营销渠道分析

- 一、行业渠道现状
- 二、行业利润水平
- 三、行业渠道趋势

第三节 家居建材市场可行性判断

- 一、行业经济指标
- 二、行业市场指标
- 三、项目投资指标
- 四、项目收益指标

第四节 家居建材市场可行性结论

- 一、项目投资风险
- 二、项目市场切入点
- 三、项目投资优劣势

图表目录：部分

图表1：家居建材流通产业链

图表2：中国家居建材市场销售规模

图表3：中国家居建材需求细分市场规模

图表4：中国家居建材市场景气情况

图表5：中国家居建材卖场销售规模

图表6：家居建材电子商务市场规模

图表7：中国建材电商行业细分需求

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980041.html>