

# 2020-2026年中国消费建材行业市场竞争模式及未来趋势预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国消费建材行业市场竞争模式及未来趋势预测报告》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.chyxx.com/research/202004/857016.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

全装修与毛坯房相比，减少了装修过程中的资源浪费和环境污染，更符合绿色建筑的要求。不论是从国家还是地方政府不断出台扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅实现一次装修到位或采取菜单式装修模式，逐步达到取消毛坯房，直接向消费者提供全装修成品房的目标。2017年《建筑业发展“十三五”规划》中提出到2020年新开工全装修成品住宅面积达到30%。2019年2月，住建部住宅项目规范(征求意见稿)提到城镇新建住宅建筑应全装修交付。

国家出台的住宅全装修相关政策 国家出台的住宅全装修相关政策 时间 文件 主要内容 1999 《关于推进住宅产业化现代化提高住宅质量的若干意见的通知》 加强对住宅装修得管理，积极推广一次性装修或菜单式装修模式，避免二次装修造成的破坏结构，浪费和扰民等现象 2002 《商品住宅装修一次到位实施导则》 住宅全装修是指在住宅交付使用前，所有功能空间的固定面全部铺装或粉刷完成，厨房和卫生间的基本设备全部安装完毕 2008 《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》 制定出台相关扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或菜单式装修模式。要根据本地实际，科学规划，分步实施，逐步达到取消毛坯房，直接向消费者提供全装修成品房的目标 2013 《国务院办公厅关于转发发展改革委住房城乡建设部绿色建筑行动方案的通知》 十二五期间，完成新建绿色建筑10亿平方米；到2015年末，20%的城镇新建建筑达到绿色建筑标准要求 2016 《关于大力发展装配式建筑的指导意见》 推进建筑全装修，倡导菜单式全装修，满足消费者个性化需求 2017 《建筑业发展"十三五"规划》 到2020年城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%，新开工全装修成品住宅面积达到30%，绿色建材应用比例达到40%，装配式建筑面积占新建建筑面积比例达到15% 2019 住宅项目规范(征求意见稿) 城镇新建住宅建筑应全装修交付，户内和公共部位所有功能空间的固定面和管线应全部铺装或粉刷完成；给排水、燃气、照明、供电等系统及厨卫基本设施应安装到位

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国消费建材行业市场竞争模式及未来趋势预测报告》共十五章。首先介绍了消费建材行业市场发展环境、消费建材整体运行态势等，接着分析了消费建材行业市场运行的现状，然后介绍了消费建材市场竞争格局。随后，报告对消费建材做了重点企业经营状况分析，最后分析了消费建材行业发展趋势与投资预测。您若想对消费建材产业有个系统的了解或者想投资消费建材行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

## 第一章 消费建材行业发展综述

### 第一节 消费建材行业定义及分类

- 一、行业定义
- 二、行业主要产品分类
- 三、行业主要商业模式

### 第二节 消费建材行业特征分析

- 一、产业链分析
- 二、行业在国民经济中的地位
- 三、行业生命周期分析

### 第三节 最近3-5年中国消费建材行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 国际消费建材行业发展分析及经验借鉴

### 第一节 全球消费建材市场总体情况分析

- 一、全球消费建材行业发展概况
- 二、全球消费建材市场产品结构
- 三、全球消费建材行业发展特征
- 四、全球消费建材行业竞争格局
- 五、全球消费建材市场区域分布
- 六、国际重点消费建材企业运营分析

### 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

- 一、欧洲
- 二、北美
- 三、日本
- 四、韩国
- 五、其他国家地区

## 第三章 中国消费建材行业运行环境分析

### 第一节 消费建材行业政治法律环境分析

- 一、行业管理体制分析

## 二、行业主要法律法规

## 三、行业相关发展规划

### 第二节 消费建材行业经济环境分析

#### 一、国际宏观经济形势分析

#### 二、国内宏观经济形势分析

#### 三、产业宏观经济环境分析

### 第三节 消费建材行业社会环境分析

#### 一、消费建材产业社会环境

#### 二、社会环境对行业的影响

#### 三、消费建材产业发展对社会发展的影响

### 第四节 消费建材行业技术环境分析

#### 一、消费建材技术分析

#### 二、消费建材技术发展水平

#### 三、行业主要技术发展趋势

## 第四章 中国消费建材行业产业链分析

### 第一节 消费建材行业产业链分析

#### 一、产业链结构分析

#### 二、主要环节的增值空间

#### 三、与上下游行业之间的关联性

### 第二节 消费建材上游行业分析

### 第三节 消费建材下游行业分析

## 第五章 中国消费建材行业市场发展现状分析

### 第一节 中国消费建材行业发展状况分析

#### 一、中国消费建材行业发展阶段

#### 二、中国消费建材行业发展总体概况

#### 三、中国消费建材行业发展特点分析

### 第二节 2015-2019年消费建材行业发展现状

2019年全年，建材工业增加值同比增长8.5%，比整个工业增速高2.8个百分点，主要建材产品生产总体保持增长。其中，全国水泥产量23.3亿吨，同比增长6.1%，平板玻璃产量9.3亿重量箱，同比增长6.6%，商品混凝土产量25.5亿立方米，同比增长14.5%。瓷质砖、陶质砖、卫生陶瓷制品产量同比分别增长7.5%、7.4%、10.7%。

#### 2015-2019年中国水泥产量统计图

数据来源：公开资料整理

2014-2019年我国平板玻璃产量情况

数据来源：公开资料整理

- 一、2015-2019年中国消费建材行业市场规模
- 二、2015-2019年中国消费建材行业发展分析
- 三、2015-2019年中国消费建材企业发展分析
- 第三节 区域市场分析
  - 一、区域市场分布总体情况
  - 二、2015-2019年重点省市市场分析
- 第四节 消费建材细分产品/服务市场分析
  - 一、细分产品/服务特色
  - 二、2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
  - 三、重点细分产品/服务市场前景预测
- 第五节 消费建材产品/服务价格分析
  - 一、2015-2019年消费建材价格走势
  - 二、影响消费建材价格的关键因素分析
    - (1) 成本
    - (2) 供需情况
    - (3) 关联产品
    - (4) 其他
  - 三、2020-2026年消费建材产品/服务价格变化趋势
  - 四、主要消费建材企业价位及价格策略
- 第六章 中国消费建材行业渠道分析及策略
  - 第一节 消费建材行业渠道分析
    - 一、渠道形式及对比
    - 二、各类渠道对消费建材行业的影响
    - 三、主要消费建材企业渠道策略研究
    - 四、各区域主要代理商情况
  - 第二节 消费建材行业用户分析
    - 一、用户认知程度分析
    - 二、用户需求特点分析
    - 三、用户购买途径分析
  - 第三节 消费建材行业营销策略分析
    - 一、中国消费建材营销概况
    - 二、消费建材营销策略探讨
    - 三、消费建材营销发展趋势

## 第七章 中国消费建材所属行业整体运行指标分析

### 第一节 2015-2019年中国消费建材所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、所属行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

### 第二节 2015-2019年中国消费建材行业产销情况分析

- 一、中国消费建材行业工业总产值
- 二、中国消费建材行业工业销售产值
- 三、中国消费建材所属行业产销率

### 第三节 2015-2019年中国消费建材所属行业财务指标总体分析

- 一、所属行业盈利能力分析
- 二、所属行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第八章 中国消费建材行业供需形势分析

### 第一节 消费建材行业供给分析

- 一、2015-2019年消费建材行业供给分析
- 二、2020-2026年消费建材行业供给变化趋势
- 三、消费建材行业区域供给分析

### 第二节 2015-2019年中国消费建材行业需求情况

- 一、消费建材行业需求市场
- 二、消费建材行业客户结构
- 三、消费建材行业需求的地区差异

### 第三节 消费建材市场应用及需求预测

- 一、消费建材应用市场总体需求分析
- 二、2020-2026年消费建材行业领域需求量预测
- 三、重点行业消费建材产品/服务需求分析预测

## 第九章 消费建材行业产业结构分析

### 第一节 消费建材产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构）

### 第二节 产业价值链的结构分析及产业价值链的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析
- 第三节 产业结构发展预测
- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国消费建材行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析
- 第十章 中国消费建材行业竞争形势及策略
- 第一节 行业总体市场竞争状况分析
- 一、消费建材行业竞争结构分析
  - (一) 现有企业间竞争
  - (二) 潜在进入者分析
  - (三) 替代品威胁分析
  - (四) 供应商议价能力
  - (五) 客户议价能力
  - (六) 竞争结构特点总结
- 二、消费建材行业企业间竞争格局分析
- 三、消费建材行业集中度分析
- 四、消费建材行业SWOT分析
- 第二节 中国消费建材行业竞争格局综述
- 一、消费建材行业竞争概况
  - (一) 中国消费建材行业竞争格局
  - (二) 消费建材行业未来竞争格局和特点
  - (三) 消费建材市场进入及竞争对手分析
- 二、中国消费建材行业竞争力分析
  - (一) 中国消费建材行业竞争力剖析
  - (二) 中国消费建材企业市场竞争的优势
  - (三) 国内消费建材企业竞争能力提升途径
- 三、消费建材市场竞争策略分析
- 第十一章 消费建材行业领先企业经营形势分析
- 第一节 中国建筑材料集团公司
- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划



## 第二节 唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划

## 第三节 中国南玻集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划

## 第四节 安徽海螺水泥股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划

## 第五节 美克国际家具股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展规划

## 第十二章 2020-2026年消费建材行业投资前景

### 第一节 2020-2026年消费建材市场发展前景

- 一、市场发展潜力
- 二、市场发展前景展望
- 三、细分行业发展前景分析

### 第二节 2020-2026年消费建材市场发展趋势预测

- 一、行业发展趋势
- 二、市场规模预测
- 三、行业应用趋势预测
- 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

### 第三节 2020-2026年中国消费建材行业供需预测

- 一、行业供给预测
- 二、行业需求预测
- 三、供需平衡预测

### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
  - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 三、企业区域市场拓展的趋势
  - 四、科研开发趋势及替代技术进展
  - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 第十三章 2020-2026年消费建材行业投资机会与风险
- 第一节 消费建材行业投融资情况
- 一、行业资金渠道分析
  - 二、固定资产投资分析
  - 三、兼并重组情况分析
- 第二节 2020-2026年消费建材行业投资机会
- 一、产业链投资机会
  - 二、细分市场投资机会
  - 三、重点区域投资机会
- 第三节 2020-2026年消费建材行业投资风险及防范
- 一、政策风险及防范
  - 二、技术风险及防范
  - 三、供求风险及防范
  - 四、宏观经济波动风险及防范
  - 五、关联产业风险及防范
  - 六、产品结构风险及防范
  - 七、其他风险及防范
- 第十四章 消费建材行业投资战略研究
- 第一节 消费建材行业发展战略研究
- 一、战略综合规划
  - 二、技术开发战略
  - 三、业务组合战略
  - 四、区域战略规划
  - 五、产业战略规划
  - 六、营销品牌战略
  - 七、竞争战略规划
- 第二节 对中国消费建材品牌的战略思考
- 一、消费建材品牌的重要性
  - 二、消费建材实施品牌战略的意义
  - 三、消费建材企业品牌的现状分析

四、中国消费建材企业的品牌战略

五、消费建材品牌战略管理的策略

第三节 消费建材经营策略分析

一、消费建材市场细分策略

二、消费建材市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、消费建材新产品差异化战略

第四节 消费建材行业投资战略研究

第十五章 研究结论及投资建议 (ZY LII)

第一节 消费建材行业研究结论

第二节 消费建材行业投资价值评估

第三节 消费建材行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议 (ZY LII)

部分图表目录：

图表：消费建材行业生命周期

图表：消费建材行业产业链结构

图表：2015-2019年全球消费建材行业市场规模

图表：2015-2019年中国消费建材行业市场规模

图表：2015-2019年消费建材行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国消费建材市场占全球份额比较

图表：2015-2019年消费建材行业工业总产值

图表：2015-2019年消费建材行业销售收入

图表：2015-2019年消费建材行业利润总额

图表：2015-2019年消费建材行业资产总计

图表：2015-2019年消费建材行业负债总计

图表：2015-2019年消费建材行业竞争力分析

图表：2015-2019年消费建材市场价格走势

图表：2015-2019年消费建材行业主营业务收入

图表：2015-2019年消费建材行业主营业务成本

图表：2015-2019年消费建材行业销售费用分析

图表：2015-2019年消费建材所属行业管理费用分析

图表：2015-2019年消费建材所属行业财务费用分析

图表：2015-2019年消费建材行业销售毛利率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202004/857016.html>