

# 2016-2022年中国家居建材 市场调查与投资策略报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国家居建材市场调查与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucan/D04382ZBOV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言：

近几年来建材家居行业的现状及发展趋势受到广泛的关注，2013年中国建材家居行业市场规模达到37242.9亿元，预计2015年仍将保持较快增长。这意味着某些对建材家居行业不看好的种种猜测不代表发展主流，当这个行业一旦突破了发展瓶颈，它依然是朝阳产业，并将迎来蓬勃的发展。

组成建材家居行业的主要领域对这个行业的贡献都很大。在2013年37242.9亿元产值中，建筑装饰部品及材料25389.7亿元，家具、人造板和智能家居分别为6800亿元、4953.2亿元、100亿元。在建筑装饰部品及材料中，陶瓷4322亿元、卫浴2550亿元(包含厨卫电器、卫浴)、石材3477亿元、地板700亿元、门窗3640亿元、家居五金2710.3亿元、建筑涂料1280亿元、建筑幕墙2500亿元、电气照明2078.2亿元、天花吊顶347.5亿元、塑料管材925.2亿元、辅料(建筑粘合剂及特种砂浆等)1050亿元、家居饰品586亿元(包括装饰画、窗帘、软艺、创意家居摆件)。

2014年建材家居行业规模达4万亿元的数据令人振奋，67家上市企业实现收入与净利润双增长，这表明行业的发展并不如部分人士估计的那么低迷，而且当中藏着巨大的发展机遇。根据报告的显示，以某商城为例对建材家居行业发展的五大方向作出分析。

方向一，建筑部品化推动整体家居发展。国内外众多标准化部件供应商将结成战略合作伙伴，共同研究及发展应用产品，延伸产业链并较多地占有产业价值链的高端，从装饰建材、家具、橱柜到家纺、饰品等整体家居产品链拓展。美林商城打出了“建材家居解决方案服务商”的旗号，其收拢的众多类别供应商中不乏成品及部件等生产厂家，不论是提供自主交流及合作的平台，还是通过某商城穿针引线以促成商家之间战略合作关系，都是行业电商平台的一大突破。

方向二，绿色装饰产业链是可持续发展的必由之路。房地产、建筑装饰企业、建材生产企业逐渐意识到绿色建材的重要性，越来越多的企业加入到研发、生产、设计、应用绿色建材的队伍中来。商城在提供品类繁多的产品的同时，也对产品的质量进行把关。一是保证出售产品均为厂商正品，二是启用行内专业评估机构把控产品质量。除此以外，美林商城强调对绿色建材供应商的开发，务求给企业和个人提供最优化及最环保的解决方案。

方向三，产业集中度提高。家居装饰一体化，兼并整合将成为常态，不难发现部分家电企业开始整合资源进入建材家居行业，智能家居成为本年度业内的一热门词。传统的建材家居行业又该怎么走?美林商城提出“一站式的消费体验”和“一体化的解决方案”的理念，打造电子商务平台，整合“物联网”基因，使智能家居解决方案成为可能。

方向四，大数据时代家居全渠道营销来临。营销模式将从产品、服务全面向数字化、移动互联网化转移，多品牌整合运营。商城为企业客户提供竞争环境分析、细分市场分析等服务，通过电商平台大数据分析提供给客户精准有效的决策分析服务，让数据引导营销。

方向五，卖场、工程集采、电商将三分天下。精装房时代来临、电商兴起、&ldquo;80后&rdquo;及&ldquo;90后&rdquo;消费习惯和装修习惯的改变，将给未来建材家居流通市场格局带来深刻变化，由卖场一家独大转为三分天下。商城通过统一平台，将三大趋势有机整合，一是旗下家居博览中心坐拥37万平方米总建筑面积的超大型自有产权物业;二是旗下电商平台通过互联网渠道着力构建面向全国范围的销售及服务网上商城，实现家居全产业链各行各业的资源融合与渠道融通两大战略融合;三是其出于房地产开发商的集团背景，在经营B2C业务的同时对B2B领域深入开发，企业客户的服务体系&ldquo;项目启动-市场调研-方案设计-方案选材-集中采购-项目维护&rdquo;，工程采购正是服务体系中的一大重点。

从五大发展方向可以看出，精装房、绿色环保、电商将成为摆在家居企业面前必须思考的问题，谁能打好这三大战役，谁就能在市场竞争中占据主导地位，不过，这三大战役一个也不容易，比如整体家居已经吸引大批企业混战，但鲜少有企业能够做好。美林商城脱颖而出，根据企业和个人客户特性提供个性化的解决方案，同时建设一套完善的企业和个人服务体系，体现出对服务、价格、质量和团队四大核心价值的追求。

本家居建材行业研究报告共七章是智研数据研究中心中心数据公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。家居建材行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究数据报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示家居建材行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国家居建材行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国家居建材行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章中国家居建材行业发展综述1

1.1家居建材行业定义1
1.1.1家居建材行业的定义1
1.1.2家居建材的相关分类1
1.2家居建材行业发展环境3
1.2.1家居建材政策环境3
(1) 行业主管部门及管理体制3
(2) 流通行业相关法律法规3
(3) 流通行业相关政策4
1.2.2家居建材经济环境6
(1) 国内经济增速情况6
(2) 对外贸易情况分析10
(3) 宏观经济与行业的相关性11
1.2.3家居建材社会环境12
(1) 居民收入水平分析12
(2) 居民消费特点分析12

## 第二章家居建材行业上游分析14

2.1玻璃制造行业发展分析14
2.1.1玻璃行业的产量分析14
2.1.2玻璃行业的销量分析16
2.1.3玻璃行业进出口分析17
2.1.4玻璃行业产销率分析17
2.2人造板制造行业发展分析18
2.2.1人造板行业的产量分析18
2.2.2人造板行业的销量分析19
2.2.3人造板行业的市场规模23
2.2.4人造板行业产销率分析24
2.3金属门窗制造行业发展分析25
2.3.1金属门窗行业的市场规模25
2.3.2金属门窗行业产销率分析26
2.4卫生陶瓷制造行业发展分析26
2.4.1卫生陶瓷行业的产量分析26

- 2.4.2卫生陶瓷行业的市场规模27
- 2.4.3卫生陶瓷行业产销率分析28
- 2.5砖瓦石材制造行业发展分析29
  - 2.5.1砖瓦石材行业的市场规模29
  - 2.5.2砖瓦石材行业产销率分析30
- 2.6其他家居建材制造行业发展分析30
  - 2.6.1石膏板行业产量分析30
  - 2.6.2木地板行业产量分析31
  - 2.6.3幕墙行业的产量分析33
- 2.7家居建材行业上游发展总结35

### 第三章中国家居建材行业市场现状及前景36

- 3.1家居建材行业市场规模36
  - 3.1.1家居建材行业发展历程36
  - 3.1.2家居建材行业市场规模38
- 3.2家居建材行业发展特征38
  - 3.2.1家居建材行业区域性特征38
  - 3.2.2家居建材行业季节性特征39
- 3.3家居建材行业市场竞争39
  - 3.3.1家居建材行业扩张情况39
  - 3.3.2家居建材行业收购兼并40
  - 3.3.3家居建材行业竞争格局41
  - 3.3.4家居建材行业竞争趋势42
- 3.4家居建材行业影响因素43
  - 3.4.1家居建材行业有利影响因素43
  - 3.4.2家居建材行业不利影响因素43
- 3.5家居建材行业市场前景45
  - 3.5.1家居建材行业成长性45
  - 3.5.2家居建材行业发展趋势45
  - 3.5.3家居建材行业市场前景50

### 第四章中国家居建材行业流通模式分析52

- 4.1家居建材行业主要流通业态分析52
- 4.2家居建材超市业态发展现状及趋势52
  - 4.2.1家居建材超市业态优劣势分析52
  - 4.2.2家居建材超市业态发展现状53
  - 4.2.3家居建材超市业态代表商家55
  - 4.2.4家居建材超市业态盈利模式55
  - 4.2.5家居建材超市业态发展趋势57
- 4.3家居建材专业市场业态发展现状及趋势59
  - 4.3.1家居建材专业市场业态优劣势分析59
  - 4.3.2家居建材专业市场业态发展现状59
  - 4.3.3家居建材专业市场业态代表商家59
  - 4.3.4家居建材专业市场业态盈利模式59
  - 4.3.5家居建材专业市场业态发展趋势60
- 4.4家居建材品牌专卖店业态发展现状及趋势61
  - 4.4.1家居建材品牌专卖店业态优劣势分析61
  - 4.4.2家居建材品牌专卖店业态发展现状62
  - 4.4.3家居建材品牌专卖店业态代表商家62
  - 4.4.4家居建材品牌专卖店业态盈利模式62
  - 4.4.5家居建材品牌专卖店业态发展趋势62
- 4.5其他流通业态发展现状及趋势63
  - 4.5.1摊位制建材市场63
  - 4.5.2仓储式厂家直营卖场64
- 4.6家居建材行业电子商务模式发展现状及展望65
  - 4.6.1家居建材行业电子商务发展困局65
  - 4.6.2家居建材行业电子商务交易规模66
  - 4.6.3家居建材行业电子商务代表商家67
  - 4.6.4家居建材行业电子商务发展对策67
  - 4.6.5家居建材行业电子商务发展展望68

## 第五章中国家居建材行业重点区域市场现状及竞争策略69

- 5.1各级城市家居建材市场特点69
  - 5.1.1一线城市69

- 5.1.2 二线城市69
- 5.1.3 三线及以下城市69
- 5.2 北京家居建材行业现状及竞争策略70
  - 5.2.1 北京经济环境分析70
    - (1) 北京经济总量分析70
    - (2) 北京人均收入水平70
  - 5.2.2 北京房地产市场分析71
    - (1) 北京房地产相关政策71
    - (2) 北京商品住宅开发投资分析72
    - (3) 北京商品住宅供需平衡分析73
  - 5.2.3 北京家居建材行业现状及竞争策略74
    - (1) 北京家居建材行业发展规模74
    - (2) 北京家居建材行业竞争形势75
    - (3) 北京家居建材市场竞争策略76
- 5.3 上海家居建材行业现状及竞争策略76
  - 5.3.1 上海经济环境分析76
    - (1) 上海经济总量分析76
    - (2) 上海人均收入水平77
  - 5.3.2 上海房地产市场分析77
    - (1) 上海房地产相关政策77
    - (2) 上海商品住宅开发投资分析79
    - (3) 上海商品住宅供需平衡分析80
  - 5.3.3 上海家居建材行业现状及竞争策略81
    - (1) 上海家居建材行业发展规模81
    - (2) 上海家居建材行业竞争形势81
    - (3) 上海家居建材市场竞争策略81
- 5.4 广州家居建材行业现状及竞争策略82
  - 5.4.1 广州经济环境分析82
    - (1) 广州经济总量分析82
    - (2) 广州人均收入水平83
  - 5.4.2 广州房地产市场分析83
    - (1) 广州房地产相关政策83

- (2) 广州商品住宅开发投资分析84
- (3) 广州商品住宅供需平衡分析84
- 5.4.3广州家居建材行业现状及竞争策略86
  - (1) 广州家居建材行业发展规模86
  - (2) 广州家居建材行业竞争形势86
  - (3) 广州家居建材市场竞争策略87
- 5.5深圳家居建材行业现状及竞争策略87
  - 5.5.1深圳经济环境分析87
    - (1) 深圳经济总量分析87
    - (2) 深圳人均收入水平88
  - 5.5.2深圳房地产市场分析88
    - (1) 深圳房地产相关政策88
    - (2) 深圳商品住宅开发投资分析90
    - (3) 深圳商品住宅供需平衡分析90
  - 5.5.3深圳家居建材行业现状及竞争策略91
    - (1) 深圳家居建材行业发展规模91
    - (2) 深圳家居建材行业竞争形势92
    - (3) 深圳家居建材市场竞争策略92
- 5.6天津家居建材行业现状及竞争策略93
  - 5.6.1天津经济环境分析93
    - (1) 天津经济总量分析93
    - (2) 天津人均收入水平94
  - 5.6.2天津房地产市场分析94
    - (1) 天津房地产相关政策94
    - (2) 天津商品住宅开发投资分析96
    - (3) 天津商品住宅供需平衡分析97
  - 5.6.3天津家居建材行业现状及竞争策略98
    - (1) 天津家居建材行业发展规模98
    - (2) 天津家居建材行业竞争形势98
    - (3) 天津家居建材市场竞争策略98
- 5.7武汉家居建材行业现状及竞争策略99
  - 5.7.1武汉经济环境分析99

- (1) 武汉经济总量分析99
- (2) 武汉人均收入水平99
- 5.7.2武汉房地产市场分析100
  - (1) 武汉房地产相关政策100
  - (2) 武汉商品住宅开发投资分析101
  - (3) 武汉商品住宅供需平衡分析101
- 5.7.3武汉家居建材行业现状及竞争策略102
  - (1) 武汉家居建材行业发展规模102
  - (2) 武汉家居建材行业竞争形势103
  - (3) 武汉家居建材市场竞争策略103
- 5.8重庆家居建材行业现状及竞争策略103
  - 5.8.1重庆经济环境分析103
    - (1) 重庆经济总量分析103
    - (2) 重庆人均收入水平104
  - 5.8.2重庆房地产市场分析104
    - (1) 重庆房地产相关政策104
    - (2) 重庆商品住宅开发投资分析105
    - (3) 重庆商品住宅供需平衡分析106
  - 5.8.3重庆家居建材行业现状及竞争策略106
    - (1) 重庆家居建材行业发展规模106
    - (2) 重庆家居建材行业竞争形势106
    - (3) 重庆家居建材市场竞争策略107
- 5.9无锡家居建材行业现状及竞争策略107
  - 5.9.1无锡经济环境分析107
    - (1) 无锡经济总量分析107
    - (2) 无锡人均收入水平107
  - 5.9.2无锡房地产市场分析108
    - (1) 无锡房地产相关政策108
    - (2) 无锡商品住宅开发投资分析109
    - (3) 无锡商品住宅供需平衡分析110
  - 5.9.3无锡家居建材行业现状及竞争策略111
    - (1) 无锡家居建材行业发展规模111

- (2) 无锡家居建材行业竞争形势111
- (3) 无锡家居建材市场竞争策略111
- 5.10长沙家居建材行业现状及竞争策略112
  - 5.10.1长沙经济环境分析112
    - (1) 长沙经济总量分析112
    - (2) 长沙人均收入水平112
  - 5.10.2长沙房地产市场分析113
    - (1) 长沙房地产相关政策113
    - (2) 长沙商品住宅开发投资分析113
    - (3) 长沙商品住宅供需平衡分析114
  - 5.10.3长沙家居建材行业现状及竞争策略115
    - (1) 长沙家居建材行业发展规模115
    - (2) 长沙家居建材行业竞争形势115
    - (3) 长沙家居建材市场竞争策略116
- 5.11西宁家居建材行业现状及竞争策略116
  - 5.11.1西宁经济环境分析116
    - (1) 西宁经济总量分析116
    - (2) 西宁人均收入水平117
  - 5.11.2西宁房地产市场分析117
    - (1) 西宁房地产相关政策117
    - (2) 西宁商品住宅开发投资分析118
    - (3) 西宁商品住宅供需平衡分析119
  - 5.11.3西宁家居建材行业现状及竞争策略120
    - (1) 西宁家居建材行业发展规模120
    - (2) 西宁家居建材行业竞争形势120
    - (3) 西宁家居建材市场竞争策略120

## 第六章中国家居建材企业经营状况分析121

- 6.1国际家居建材企业在华经营状况分析121
  - 6.1.1瑞典宜家家居公司121
    - (1) 发展规模及全球规模121
    - (2) 主营业务及产品结构121

- (3) 在华发展进程及规模122
- (4) 在华本土化分析124
- (5) 在华发展优劣势分析132
- (6) 在华发展战略规划134

#### 6.1.2英国翠丰集团135

- (1) 发展规模及全球规模135
- (2) 主营业务及产品结构135
- (3) 在华发展进程及规模137
- (4) 在华本土化分析138
- (5) 在华发展优劣势分析138
- (6) 在华资本运营动向139
- (7) 在华发展战略规划140
- (8) 在华发展瓶颈分析140

#### 6.2国内家居建材企业经营状况分析141

##### 6.2.1红星美凯龙家居集团股份有限公司经营状况分析141

- (1) 企业发展简况141
- (2) 企业业务能力143
- (3) 企业门店网络143
- (4) 企业物流体系143
- (5) 企业服务政策及特色144
- (6) 企业业态模式146
- (7) 企业经营优劣势147
- (8) 企业发展战略148
- (9) 企业最新发展动向148

##### 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149

- (1) 企业发展简况149
- (2) 企业业务能力149
- (3) 企业门店网络149
- (4) 企业服务政策及特色149
- (5) 企业业态模式149
- (6) 企业经营优劣势150
- (7) 企业最新发展动向151

### 6.2.3上海月星控股集团有限公司经营状况分析151

- (1) 企业发展简况151
- (2) 企业业务能力151
- (3) 企业门店网络151
- (4) 企业服务政策及特色151
- (5) 企业业态模式152
- (6) 企业经营优劣势152
- (7) 企业最新发展动向152

### 6.2.4吉盛伟邦家具集团经营状况分析155

- (1) 企业发展简况155
- (2) 企业业务能力155
- (3) 企业门店网络156
- (4) 企业服务政策及特色156
- (5) 企业业态模式156
- (6) 企业经营优劣势157
- (7) 企业最新发展动向157

### 6.2.5武汉欧亚达家居集团有限公司经营状况分析157

- (1) 企业发展简况157
- (2) 企业业务能力158
- (3) 企业门店网络158
- (4) 企业服务政策及特色158
- (5) 企业业态模式159
- (6) 企业经营优劣势159
- (7) 企业最新发展动向160

### 6.2.6金海马集团经营状况分析160

- (1) 企业发展简况析160
- (2) 企业门店网络160
- (3) 门店入驻品牌160
- (4) 企业服务政策及特色162
- (5) 企业业态模式163
- (6) 企业经营优劣势164
- (7) 企业最新发展动向164

#### 6.2.7北京东方家园家居广场市场有限公司经营状况分析164

- (1) 企业发展简况164
- (2) 企业业务能力165
- (3) 门店业态模式165
- (4) 企业门店网络165
- (5) 企业经营优劣势166

#### 6.2.8深圳市乐安居投资集团有限公司经营状况分析166

- (1) 企业发展简况166
- (2) 企业业务能力166
- (3) 企业门店网络167
- (4) 企业服务政策及特色167
- (5) 企业业态模式167
- (6) 企业经营优劣势167

#### 6.2.9好美家装潢建材有限公司经营状况分析168

- (1) 企业发展简况168
- (2) 企业业务能力169
- (3) 企业门店网络169
- (4) 企业服务政策及特色172
- (5) 企业业态模式172
- (6) 企业经营优劣势173
- (7) 企业最新发展动向173

#### 6.2.10金盛置业投资集团有限公司经营状况分析174

- (1) 企业发展简况174
- (2) 企业主营业务174
- (3) 企业门店网络174
- (4) 企业业态模式175
- (5) 企业经营优劣势175

#### 6.2.11北京集美家居市场集团有限公司经营状况分析175

- (1) 企业发展简况175
- (2) 企业业务能力175
- (3) 企业门店网络176
- (4) 企业服务政策及特色178

- (5) 企业发展战略178
- (6) 企业经营优劣势181
- (7) 企业最新发展动向181
- 6.2.12北京爱家世界家居汇展市场有限公司经营状况分析182
  - (1) 企业发展简况182
  - (2) 企业主营业务182
  - (3) 企业门店网络182
  - (4) 企业服务政策及特色184
  - (5) 企业业态模式185
  - (6) 企业经营优劣势185
- 6.2.13上海九百家居装饰商城有限公司经营状况分析186
  - (1) 企业发展简况186
  - (2) 企业业务能力186
  - (3) 企业门店网络186
  - (4) 企业服务政策及特色186
  - (5) 企业业态模式188
  - (6) 企业经营优劣势188
- 6.2.14上海剪刀石头布家居实业有限公司经营状况分析188
  - (1) 企业发展简况188
  - (2) 企业业务能力189
  - (3) 企业门店网络189
  - (4) 企业产品介绍189
  - (5) 企业业态模式190
  - (6) 企业经营优劣势190
- 6.2.15上海简之爱生活用品有限公司经营状况分析191
  - (1) 企业发展简况191
  - (2) 企业业务能力191
  - (3) 企业门店网络192
  - (4) 企业业态模式192
  - (5) 企业经营优劣势192
  - (6) 企业发展目标193
- 6.2.16北京曲美兴业家具有限公司经营状况分析193

- (1) 企业发展简况193
- (2) 企业业务能力193
- (3) 企业门店网络194
- (4) 企业服务政策及特色195
- (5) 企业业态模式195
- (6) 企业经营优劣势195
- (7) 企业最新发展动向196
- 6.2.17美克美家家具连锁有限公司经营状况分析197
  - (1) 企业发展简况197
  - (2) 企业业务能力198
  - (3) 企业门店网络202
  - (4) 企业服务政策及特色202
  - (5) 企业业态模式203
  - (6) 企业经营优劣势203
  - (7) 企业最新发展动向204
- 6.2.18北京博航一统装饰材料有限公司经营状况分析208
  - (1) 企业发展简况208
  - (2) 企业业务能力209
  - (3) 企业门店网络209
  - (4) 企业服务政策及特色209
  - (5) 企业业态模式210
  - (6) 企业经营优劣势210
  - (7) 企业最新发展动向211
- 6.3国内家居建材行业电子商务企业发展分析211
  - 6.3.1巢尚商城发展分析211
    - (1) 企业发展简况211
    - (2) 主营业务及产品212
    - (3) 合作品牌212
    - (4) 企业服务政策及特色212
    - (5) 企业经营优劣势213
  - 6.3.2兔宝宝商城发展分析213
    - (1) 企业发展简况213

- (2) 企业业务能力214
- (3) 主要经济指标218
- (4) 企业盈利能力219
- (5) 企业运营能力219
- (6) 企业偿债能力219
- (7) 企业发展能力220
- (8) 企业门店网络220
- (9) 企业服务政策及特色220
- (10) 企业业态模式220
- (11) 企业经营优劣势221
- (12) 最新发展动向222
- 6.3.3新浪乐居网发展分析224
  - (1) 企业发展简况224
  - (2) 主营业务及产品226
  - (3) 业态模式226
  - (4) 企业经营现状226
  - (5) 企业经营优劣势227
- 6.3.4搜狐家居商城发展分析227
  - (1) 企业发展简况227
  - (2) 主营业务及产品228
  - (3) 企业经营优劣势228
- 6.3.5齐家网发展分析228
  - (1) 企业发展简况228
  - (2) 企业业务能力229
  - (3) 企业发展规模230
  - (4) 企业服务政策及特色230
  - (5) 企业业态模式230
  - (6) 企业经营优劣势231
  - (7) 企业最新发展动向231

## 第七章中国家居建材行业发展壁垒及风险提示233

### 7.1家居建材行业发展壁垒233

- 7.1.1资金壁垒233
- 7.1.2市场壁垒233
  - (1) 商圈壁垒233
  - (2) 渠道壁垒233
  - (3) 品牌壁垒234
- 7.1.3人才壁垒234
- 7.2家居建材行业风险提示235
  - 7.2.1房地产调控政策风险235
  - 7.2.2宏观经济波动风险235
  - 7.2.3行业竞争风险236
  - 7.2.4经营管理风险236
- 7.3家居建材卖场选址238
  - 7.3.1家居建材卖场选址变迁238
  - 7.3.2领先家居建材卖场选址要求240
    - (1) 红星美凯龙卖场选址要求240
    - (2) 居然之家卖场选址要求240
    - (3) 宜家卖场选址要求240
    - (4) 东方家园卖场选址要求241
    - (5) 百安居卖场选址要求242
    - (6) 集美家居建材卖场选址要求242
- 7.4家居建材卖场设计242
  - 7.4.1家居建材卖场设计原则242
  - 7.4.2家居建材卖场设计要素243
  - 7.4.3家居建材卖场布置策略247
  - 7.4.4家居建材卖场补给线设计原则248
- 7.5家居建材卖场定位249
  - 7.5.1家居建材卖场产品定位249
  - 7.5.2家居建材卖场客户定位249
  - 7.5.3家居建材卖场业态组合定位249
- 7.6家居建材卖场招商250
  - 7.6.1家居建材卖场招商定位250
  - 7.6.2家居建材卖场招商考核250

7.6.3家居建材卖场招商侧重251

7.7家居建材卖场管理252

7.7.1家居建材卖场经营管理252

7.7.2家居建材卖场物业管理253

7.7.3家居建材卖场售后服务254 ( ZYXZX )

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucan/D04382ZBOV.html>