

2015-2020年中国家居建材 流通市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国家居建材流通市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiancai1412/E64775APK4.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-12-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国家居建材流通市场深度调研与投资前景研究报告》共十章。介绍了家居建材流通行业相关概述、中国家居建材流通产业运行环境、分析了中国家居建材流通行业的现状、中国家居建材流通行业竞争格局、对中国家居建材流通行业做了重点企业经营状况分析及中国家居建材流通产业发展前景与投资预测。您若想对家居建材流通产业有个系统的了解或者想投资家居建材流通行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着我国国民经济的发展，人民生活水平不断地提高，人们对生活质量的要求也越来越高，建材家居业也前所未有地越来越受到社会的广泛关注，建材家居业以其特有的双重属性，即生产资料属性和生活资料属性在国民经济中起到越来越重要的作用。与此同时，家居建材流通行业也日益为人们所重视。

2013年，我国建材家居销售规模为1.39万亿元。其中规模以上建材家居卖场累计销售额为12481亿元，同比上升0.11%。中国家具建材行业总体规模上万亿元，但目前家具建材电商的规模占比还很低，近年来增速远超100%。2013年，建材家居产品网络销售额达到1400亿元，市场占有率约为10%。

未来几年，家居建材市场回暖趋势明显。一方面由于销售需求有增无减，再加上国家加快了城镇化的进程，行业的发展空间并未萎缩；另一方面，各个企业都在寻求有效的措施应对涨价和降价风波，行业的发展困难重重却希望无限。预计到2018年，我国家居建材市场规模将接近2万亿元，其中卖场销售额将超过1.5万亿元，电商规模将突破4200亿元。

对家居建材企业来说，“O2O”是未来企业往电商转型的一个趋势。通过电商手段，消费者很容易就可以收集到各类合适的产品。在电商发展的基础上，传统专卖店的功能一定会更全面。

报告目录：

第一章 家居建材流通行业产业链分析 15

第一节 家居建材流通行业产业链解析 15

一、家居建材流通产业链概述 15

二、上游行业对本行业发展的影响 15

三、下游市场对本行业发展的影响 16

第二节 家居建材流通上游供应链分析 16

一、建材制造行业运行情况分析	16
(一) 建材工业经济运行情况	16
(二) 主要建材产品供给规模	18
(三) 建材工业面临挑战分析	19
(四) 建材产品发展趋势分析	19
二、家具制造行业运行情况分析	20
(一) 家具行业发展概况	20
(二) 家具行业市场规模	21
(三) 家具行业产量规模	21
(四) 家具市场需求前景	22
第三节 家居建材流通下游需求链分析	23
一、房地产行业运行情况分析	23
(一) 房地产调控政策分析	23
(二) 房地产开发景气指数	24
(三) 房地产市场供给结构	25
(四) 房地产开发投资情况	26
(五) 房地产商品房建筑面积	27
(六) 房地产商品房销售情况	28
二、建筑行业运行情况分析	29
(一) 建筑业总产值增长分析	29
(二) 建筑行业固定资产投资	30
(三) 建筑行业施工建设情况	30
(四) 建筑行业投资前景趋势	31

第二章 家居建材市场消费者调研分析 33

第一节 中国家具消费者特征概述 33

一、中国家居市场消费现状	33
二、家居消费者消费观念类别	34
三、80后家居消费者特点分析	35
四、高端人群消费心理及行为	36

第二节 家居建材消费者消费行为 39

一、消费者购买动机分析	39
-------------	----

- 二、消费者购买频率分析 40
- 三、消费者购买渠道分析 40
- 四、消费者购买预算分析 41
- 五、消费者选购影响因素 41
- 第三节 家居市场消费者需求分析 42
 - 一、家居市场消费价格分析 42
 - 二、家居市场消费半径分析 42
 - 三、家居品牌的关注度分析 43
 - 四、家居市场销售环境分析 43
 - 五、家居市场售后服务分析 44
 - 六、家居市场配送能力分析 45
- 第四节 家居建材消费者品牌关注度 46
 - 一、家装产品关注度排行分析 46
 - 二、家装产品品牌关注度分析 46
 - (一) 柜类家具品牌关注度 46
 - (二) 卫浴洁具品牌关注度 47
 - (三) 地板品牌关注度分析 48
 - (四) 墙地瓷砖品牌关注度 48
 - (五) 油漆涂料品牌关注度 49

第三章 家居建材流通行业运行现状分析 51

- 第一节 家居建材市场运行现状 51
 - 一、家居建材市场销售规模 51
 - 二、家居建材卖场销售规模 51
 - 三、家居建材市场景气情况 52
 - 四、建材流通行业重大事件 53
 - 五、家居建材业面临挑战及对策 56
- 第二节 家居建材需求细分市场分析 57
 - 一、家装市场分析 57
 - (一) 中国住宅装修市场规模 57
 - (二) 中国住宅装修需求特征 58
 - (三) 中国住宅精装修市场现状 58

(四) 中国住宅精装修市场容量	59
二、酒店装修市场分析	61
(一) 酒店行业投资建设情况	61
(二) 酒店初次装修成本测算	62
(三) 酒店装修更新市场规模	63
(四) 高档酒店装饰市场规模	64
(五) 星级酒店装饰企业收益	65
三、公装市场分析	66
(一) 中国公装市场特点	66
(二) 中国公装市场规模	67
(三) 公装市场需求特征	67
(四) 公装细分市场前景	68
1、文化体育场馆	68
2、交通基建站点	68
3、商业地产市场	69
第三节 家居建材流通行业竞争格局分析	69
一、家居建材流通行业兼并重组分析	69
二、家居建材流通企业扩张策略分析	69
三、家居建材流通行业竞争格局分析	70
四、家居建材流通行业竞争策略分析	71
五、外资建材流通企业在华竞争分析	71
(一) 外资企业在华竞争现状	71
(二) 外资品牌在华经营差异	72
(三) 外资企业经营优势分析	74
第四章 家居建材流通实体业态模式解析	76
第一节 建材超市模式	76
一、建材超市的竞争力评价	76
二、建材超市盈利模式分析	76
三、建材超市投资运作案例	77
四、建材超市转型发展趋势	77
第二节 建材专业市场模式	78

- 一、建材专业市场的竞争力评价 78
- 二、建材专业市场盈利模式分析 79
- 三、建材专业市场投资运作案例 79
- 四、建材专业市场转型发展趋势 82

第三节 建材CBD模式 82

- 一、建材CBD的竞争力分析 82
- 二、建材CBD盈利模式分析 83
- 三、建材CBD投资运作案例 83
- 四、建材CBD转型发展趋势 84

第四节 建材品牌专卖店模式 85

- 一、建材品牌专卖店的竞争力分析 85
- 二、建材品牌专卖店盈利模式分析 85
- 三、建材品牌专卖店投资运作案例 86
- 四、建材品牌专卖店转型发展趋势 86

第五节 家居建材宅配模式 86

- 一、家居建材宅配模式分析 86
- 二、家居建材宅配模式发展趋势 87
- 三、尚品宅配市场运作案例分析 87

第五章 家居建材电子商务运营模式及市场前景 89

第一节 家居建材电子商务运行现状 89

- 一、家居建材电子商务市场规模 89
- 二、家居建材电子商务行业格局 89
- 三、建材电子商务企业竞争力评价 90

第二节 家居建材电子商务模式分析 91

- 一、建材电子商务B2B模式分析 91
 - (一) 建材电子商务B2B市场概况 91
 - (二) 建材电子商务B2B盈利模式 92
 - (三) 建材电子商务B2B运营模式 93
 - (四) 建材电子商务B2B的供应链 94
- 二、建材电子商务B2C模式分析 94
 - (一) 建材电子商务B2C市场概况 94

- (二) 建材电子商务B2C盈利模式 96
- (三) 建材电子商务B2C物流模式 96
- (四) 电子商务B2C物流模式选择 97

三、建材电子商务F2C模式分析 98

- (一) F2C运营模式分析 98
- (二) F2C模式优势分析 98
- (三) 淘宝商城爱蜂潮运作模式 99

第三节 建材电子商务流程管理 100

- 一、网站运营流程 100
- 二、网络销售流程 102
- 三、产品发货流程 103
- 四、采购管理流程 104
- 五、订单销售流程 104
- 六、库房操作流程 105

第六章 家居建材综合体项目营销推广案例 106

第一节 项目业态定位分析 106

- 一、总体市场定位 106
- 二、项目概念定位 109
- 三、项目主题定位 110
- 四、项目形象定位 110
- 五、消费群体定位 111
- 六、业态组合定位 112
 - (一) 业态组合思路 112
 - (二) 业态组合规划 112
 - (三) 方案优势特点 112

第二节 项目体量配比情况 113

- 一、体量配比策略 113
- 二、业态布局原则 114
- 三、业态组合布局 115
- 四、面积租金配比 115

第三节 项目规划设计布局 120

- 一、平面布局规划 120
- 二、人流动线规划 120
- 三、车流规划建设 121
- 四、室内设计规划 122
- 五、相关设备投资 123
- 第四节 项目营销推广方案 124
 - 一、区域内营销方案 124
 - (一) 推广节点安排 124
 - (二) 项目网站先行 125
 - (三) 户外树立形象 125
 - (四) 现场活动造势 125
 - (五) 报广宣传跟进 126
 - (六) 短信覆盖客群 126
 - 二、区域外营销方案 126
 - (一) 推广节点安排 126
 - (二) 主流网站造势 127
 - (三) 高速拦截客户 127
 - (四) 巡展引爆市场 127
 - (五) DM直投客群 128
 - 三、项目营销计划排期 128

第七章 家居建材流通区域市场特征分析 130

第一节 家居建材各级城市市场分析 130

- 一、一级城市家居零售连锁市场分析 130
 - (一) 一级城市家居零售连锁发展概况 130
 - (二) 一级城市家居零售连锁市场特点 130
 - (三) 一级城市家居零售连锁市场规模 130
 - (四) 一级城市家居零售连锁发展趋势 131
- 二、二级城市家居零售连锁市场分析 131
 - (一) 二级城市家居零售连锁发展概况 132
 - (二) 二级城市家居零售连锁市场特点 132
 - (三) 二级城市家居零售连锁市场规模 132

(四) 二级城市家居零售连锁发展趋势 133

三、三级以下城市家居零售连锁分析 133

(一) 三级城市家居零售连锁发展概况 133

(二) 三级城市家居零售连锁市场规模 134

(三) 三级城市家居零售连锁发展趋势 134

第二节 重点家居建材流通中心市场分析 135

一、北京市 135

(一) 北京建材市场交易规模 135

(二) 北京家居零售市场规模 135

(三) 北京家居建材消费特征 136

(四) 北京建材行业需求前景 137

(五) 北京重点建材交易市场 137

二、上海市 139

(一) 上海建材市场交易规模 139

(二) 上海家居零售市场规模 139

(三) 上海家居建材消费特征 140

(四) 上海建材行业需求前景 140

(五) 上海重点建材交易市场 141

三、广州市 142

(一) 广州家居零售市场规模 142

(二) 广州家居建材消费特征 142

(三) 广州建材行业需求前景 142

(四) 广州重点建材交易市场 143

四、深圳市 143

(一) 深圳家居零售市场规模 143

(二) 深圳家居建材消费特征 144

(三) 深圳建材行业需求前景 145

(四) 深圳重点建材交易市场 145

五、成都市 146

(一) 成都家居零售市场规模 146

(二) 成都家居建材消费特征 147

(三) 成都建材行业需求前景 147

(四) 成都重点建材交易市场 147

六、杭州市 148

(一) 杭州家居零售市场规模 148

(二) 杭州家居建材消费特征 148

(三) 杭州建材行业需求前景 149

(四) 杭州重点建材交易市场 149

七、南京市 150

(一) 南京家居零售市场规模 150

(二) 南京家居建材消费特征 150

(三) 南京建材行业需求前景 151

(四) 南京重点建材交易市场 152

八、大连市 152

(一) 大连家居零售市场规模 152

(二) 大连家居建材消费特征 152

(三) 大连建材行业需求前景 153

(四) 大连重点建材交易市场 153

第八章 重点建材流通企业竞争力分析 155

第一节 家居建材连锁重点企业竞争力对比分析 155

一、产品结构及定位分析 155

二、信息化水平对比分析 158

三、主要供应商对比分析 159

四、下游消费者对比分析 160

五、市场营销网络对比分析 162

六、市场销售能力对比分析 162

七、售后服务能力对比分析 163

八、经营发展策略对比分析 164

第二节 重点家居建材市场商业模式分析 165

一、宜家 165

(一) 基本情况介绍 165

(二) 营销网络分布 166

(三) 家居采购模式 166

(四) 供应商的选择	168
(五) 供应商的管理	168
二、好百年	170
(一) 基本情况介绍	170
(二) 营销网络分布	170
(三) 开店原则分析	171
(四) 服务特色分析	172
(五) 运作模式分析	172
三、居然之家	173
(一) 基本情况介绍	173
(二) 营销网络分布	173
(三) 经营定位分析	173
(四) 选址标准分析	173
(五) 店面标准分析	174
四、红星美凯龙	174
(一) 基本情况介绍	174
(二) 营销网络分布	175
(三) 选址标准分析	175
(四) 商业模式分析	176
(五) 营销策略分析	177
五、吉盛伟邦	179
(一) 基本情况介绍	179
(二) 营销网络分布	179
(三) 招商范围情况	179
(四) 招商条件分析	180
(五) 新店开业动态	180
六、金海马	180
(一) 基本情况介绍	180
(二) 营销网络分布	181
(三) 销售模式分析	181
(五) 运作模式分析	181
(四) 电子商务战略	182

七、百安居 182

- (一) 基本情况介绍 182
- (二) 营销网络分布 183
- (三) 选址定位策略 184
- (四) 企业经营策略 184
- (五) 运作模式分析 185

八、家之福 186

- (一) 基本情况介绍 186
- (二) 营销网络分布 186
- (三) 合作加盟分析 187
- (四) 运作模式分析 188
- (五) 发展战略分析 188

九、爱家家居 188

- (一) 基本情况介绍 188
- (二) 爱家家居资质 189
- (三) 营销网络分布 189
- (四) 购物保险策略 191

第三节 家居建材电子商务企业商业模式分析 192

一、好住网 192

- (一) 企业运行现状分析 192
- (二) 企业运行模式特征 193
- (三) 企业竞争优势分析 193

二、篱笆网 194

- (一) 企业运行现状分析 194
- (二) 企业运行模式特征 194
- (三) 企业竞争优势分析 195

三、兔宝宝商城 195

- (一) 企业运行现状分析 195
- (二) 企业运行模式特征 197
- (三) 企业竞争优势分析 198

四、九正建材网 200

- (一) 企业运行现状分析 200

（二）企业运行模式特征 200

（三）企业竞争优势分析 201

五、林氏木业 201

（一）企业运行现状分析 201

（二）企业运行模式特征 201

（三）企业竞争优势分析 203

六、中国家居建材网 203

（一）企业运行现状分析 203

（二）企业运行模式特征 203

（三）企业竞争优势分析 204

七、美乐乐家具网 204

（一）企业运行现状分析 204

（二）企业运行模式特征 204

（三）企业竞争优势分析 205

第九章 博思数据关于家居建材流通行业投资壁垒及前景分析 207

第一节 家居建材流通行业投资壁垒分析 207

一、产业政策壁垒 207

二、资金准入壁垒 207

三、市场准入壁垒 207

（一）商圈壁垒 207

（二）渠道壁垒 207

（三）品牌壁垒 208

（四）人才壁垒 208

四、技术创新壁垒 208

第二节 家居建材流通行业投资前景分析 208

一、家居建材流通行业发展趋势 208

（一）O2O是家居电商转型趋势 208

（二）复合型流通渠道将继续存在 209

二、家居建材流通行业投资机会 209

（一）渠道投资机会 209

（二）区域投资机会 209

- (三) 电商投资机会 210
- 三、家居建材流通市场前景预测 210
 - (一) 房地产消费走势预测 210
 - (二) 家居建材卖场规模预测 212
 - (三) 家居建材电商规模预测 213

第十章 家居建材市场投资可行性分析 215

第一节 家居建材市场项目投资环境 215

- 一、市场需求总量 215
- 二、市场消费结构 216
- 三、消费者购买特征 216

第二节 家居建材市场营销渠道分析 218

- 一、行业渠道现状 218
- 二、行业利润水平 220
- 三、行业渠道趋势 221

第三节 家居建材市场可行性判断 222

- 一、行业经济指标 222
- 二、行业市场指标 223
- 三、项目投资指标 224
- 四、项目收益指标 225

第四节 家居建材市场可行性结论 226

- 一、项目投资风险 226
- 二、项目市场切入点 226
- 三、项目投资优劣势 227

图表目录

- 图表 1 家居建材流通产业链示意图 15
- 图表 2 2013-2014年中国建材工业销售收入增长趋势图 17
- 图表 3 2013-2014年中国主要建材产品产量情况 18
- 图表 4 2013-2014年中国家具制造行业经济指标统计 20
- 图表 5 2013-2014年中国家具制造行业销售收入变化趋势图 21
- 图表 6 2013-2014年中国家具产品产量情况 22

图表 7 2013-2014年中国房地产开发综合景气指数走势图 25

图表 8 2013年不同地区房地产投资额完成情况 25

图表 9 2013-2014年不同用途房地产开发投资构成情况 26

图表 10 2013-2014年中国房地产开发投资累计完成情况 26

图表 11 2013-2014年房地产开发企业房屋施工面积情况统计 27

图表 12 2013-2014年房地产开发企业房屋施工面积细分产品情况 27

图表 13 2013-2014年房地产开发企业房屋竣工面积情况统计 28

图表 14 2013-2014年房地产开发企业房屋竣工面积细分产品情况 28

图表 15 2013-2014年中国按用途分商品房销售面积统计 28

图表 16 2013-2014年中国按用途分商品房销售额统计 29

图表 17 2013年东中西部地区房地产销售情况 29

图表 18 2013-2014年中国建筑业总产值情况 30

图表 19 2013-2014年中国建筑业固定资产投资情况 30

图表 20 2013-2014年中国建筑业企业生产完成情况统计 31

图表 21 消费者家具购买动机市场调查情况 40

图表 22 消费者家具购买频率市场调查情况 40

图表 23 消费者购买家具信息渠道市场调查情况 41

图表 24 消费者购买家具预售市场调查情况 41

图表 25 消费者购买家具影响因素市场调查情况 42

图表 26 家装行业产品品类关注度分布 46

图表 27 前十柜类家具品牌关注度排行及环比变化图 47

图表 28 前十卫浴洁具品牌关注度排行及环比变化图 47

图表 29 前十地板品牌关注度排行及环比变化图 48

图表 30 前十墙地砖品牌关注度排行及环比变化图 49

图表 31 前十油漆涂料品牌关注度排行及环比变化图 50

图表 32 2013-2014年中国建材家居销售规模增长趋势图 51

图表 33 2013-2014年中国建材家居卖场销售额情况 52

图表 34 2013-2014年中国建材家居景气指数BHT图示 52

图表 35 2013-2014年中国家庭装饰工程产值变化趋势图 58

图表 36 驱动力角度分析我国住宅精装修市场容量巨大 61

图表 37 2013-2014年中国星级酒店数量统计 61

图表 38 2013-2014年中国酒店营业收入变化趋势图 62

图表 39 中国四星级和五星级酒店的平均装修成本测算 63

图表 40 单个四、五星级酒店经营期间装修更新造价 63

图表 41 2014-2015年新增高档酒店装饰行业市场容量预测 64

图表 42 2014-2015年高档酒店装饰行业翻新市场容量预测 65

图表 43 2013-2014年中国公共建筑装饰工程产值变化趋势图 67

图表 44 公共建筑装饰装修行业发展驱动因素 68

图表 45 近几年中国部分省市新建或改建博物馆计划 68

图表 46 2013-2014年商业地产开发投资情况 69

图表 47 2013-2014年中国家居建材类电子商务网站销售额变化趋势图 89

图表 48 电子商务B2B物流供应链示意图 94

图表 49 电子商务网站运营图 101

图表 50 新产品网络营销流程图 102

图表 51 产品发货流程图 103

图表 52 采购管理流程图 104

图表 53 销售订单出库流程图 105

图表 54 库房操作流程 105

图表 55 国泰建材家居专业市场商业规划基准要素 106

图表 56 国际建材家居采购博览中心定位方向 107

图表 57 巴彦淖尔市国泰西部建材市场总体定位示意图 108

图表 58 巴彦淖尔市国泰西部建材市场项目开发优势 108

图表 59 巴彦淖尔市国泰西部建材市场项目立足一个中心的总体概念定位示意图 109

图表 60 巴彦淖尔市国泰西部建材市场项目涵盖三个基本点总体概念定位示意图 109

图表 61 国际建材家居采购博览中心主题定位 110

图表 62 巴彦淖尔市国泰西部建材市场项目形象定位 111

图表 63 项目客户群及目标消费者定位 111

图表 64 项目体量配比分布表 113

图表 65 项目体量配比建议 114

图表 66 各业态整体配比面积结构图 115

图表 67 项目A区各区域面积及租金情况 115

图表 68 项目B区各区域面积及租金情况 116

图表 69 项目C区各区域面积及租金情况 117

图表 70 项目D区各区域面积及租金情况 118

图表 71 项目E\F区各区域面积及租金情况 119

图表 72 项目G区各区域面积及租金情况 119

图表 73 项目平民布局规划示意图 120

图表 74 商铺分割及人流动线规划 121

图表 75 车流线及停车场规划 122

图表 76 项目室内设计及内勤设施规划内容 123

图表 77 水机电设备要求建议 123

图表 78 巴彦淖尔市国泰西部建材城市场项目区域内推广节点 124

图表 79 巴彦淖尔市国泰西部建材城市场项目区域内推广攻略 124

图表 80 巴彦淖尔市国泰西部建材城市场项目形象推广攻略 125

图表 81 项目报广宣传跟进情况 126

图表 82 巴彦淖尔市国泰西部建材城市场项目区域外推广节点 127

图表 83 巴彦淖尔市国泰西部建材城市场项目区域内推广情况 129

图表 84 2013-2014年中国家居连锁行业一级城市市场规模情况 131

图表 85 2013-2014年中国家居连锁行业二级城市市场规模情况 133

图表 86 2013-2014年中国家居连锁行业三级城市市场规模情况 134

图表 87 北京市建材市场交易规模 135

图表 88 2013-2014年北京家居连锁行业市场规模变化趋势图 136

图表 89 北京市大型建材市场及超市 138

图表 90 上海市建材市场交易规模 139

图表 91 2013-2014年上海家居连锁行业市场规模变化趋势图 139

图表 92 上海市重点建材交易市场情况 141

图表 93 2013-2014年广州家居连锁行业市场规模变化趋势图 142

图表 94 广州大型建材市场及超市情况 143

图表 95 2013-2014年深圳家居连锁行业市场规模变化趋势图 144

图表 96 深圳市大型建材市场及超市情况 146

图表 97 2013-2014年成都家居连锁行业市场规模变化趋势图 146

图表 98 成都市大型建材市场及超市情况 148

图表 99 2013-2014年杭州家居连锁行业市场规模变化趋势图 148

图表 100 杭州市大型建材市场及超市情况 150

图表 101 2013-2014年南京家居连锁行业市场规模变化趋势图 150

图表 102 南京市大型建材市场及超市情况 152

图表 103 2013-2014年大连家居连锁行业市场规模变化趋势图	152
图表 104 大连市主要家居建材市场情况	154
图表 105 家居销售连锁重点企业的产品结构对比	155
图表 106 家居销售连锁重点企业信息化技术应用水平对比	159
图表 107 家居销售连锁重点企业主要供应商分析表	160
图表 108 家居连锁卖场重点企业下游消费者对比	161
图表 109 家居销售连锁重点企业市场营销网络分析	162
图表 110 家居销售连锁重点企业销售能力对比	163
图表 111 家居销售连锁重点企业售后服务能力对比	164
图表 112 家居连锁卖场重点企业经营发展策略对比	165
图表 113 宜家家居中国营销网络分布	166
图表 114 宜家供应链流程图	167
图表 115 宜家产品采购流程图	167
图表 116 好百年营销网络分布	171
图表 117 红星美凯龙商业模式示意图	177
图表 118 吉盛伟邦营销网络分布	179
图表 119 吉盛伟邦国际家具村招商范围	180
图表 120 金海马营销网络分布示意图	181
图表 121 百安居中国门店分布情况	184
图表 122 2013-2014年德华兔宝宝装饰新材股份有限公司主要经济指标	196
图表 123 2013年德华兔宝宝装饰新材股份有限公司分产品及分地区情况表	196
图表 124 2013年德华兔宝宝装饰新材股份有限公司业务结构图	197
图表 125 2015-2020年中国建材家居销售规模预测图	213
图表 126 2015-2020年中国家居建材类电子商务网站销售额预测图	214
图表 127 家具建材消费者购买种类结构图	217
图表 128 家居建材项目风险情况	226
图表 129 深圳家居建材项目切入点情况	227
图表 130 SCP关键指标评价表	228
图表 131 家居建材及电子等六个行业发展方向对比	

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiancai1412/E64775APK4.html>