

2014-2019年中国建材连锁 行业监测与投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国建材连锁行业监测与投资机遇研究报告》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.cction.com/report/201407/109750.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

建材工业是中国重要的材料工业。建材产品包括建筑材料及制品、非金属矿及制品、无机非金属新材料三大门类，广泛应用于建筑、军工、环保、高新技术产业和人民生活等领域。

报告充分体现了所特有的与国际接轨的咨询背景和专家智力资源的优势，以客户需求为导向，以行业为主线，全面整合行业、市场、企业等多层面信息源。依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

本行业报告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、全国商业信息中心、中国经济景气监测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。我们对建材连锁行业进行了长期追踪，结合我们对建材连锁相关企业的调查研究，对我国建材连锁行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了建材连锁行业的前景与风险。报告揭示了建材连锁市场潜在需求与潜在机会，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 研究概述 13

第一节 研究背景 13

第二节 研究内容 15

第三节 研究方法 17

第四节 研究结论 18

第二章 全球建材连锁行业现状及发展趋势分析 20

第一节 全球建材连锁行业发展环境PEST分析 20

一、2012-2014年全球经济发展概述 20

二、2012-2014年主要经济体经济发展概述 21

三、在金融危机的影响下，金砖四国的金字招牌不再 24

四、经济全球化进程加快 25

五、经济全球化背景下的城市化 26

第二节 全球建材市场现状及发展趋势 28

一、	2012-2016年全球建材市场规模预测	28
二、	新型高科技建材产品日益受市场欢迎	29
三、	全球建材市场走向一体化	31
四、	全球建材市场受经济影响需求不振	31
第三节	全球建材连锁行业发展现状	32
一、	全球建材连锁行业规模分析	32
二、	全球建材连锁行业集中度分析	32
三、	全球建材连锁行业盈利模式分析	33
四、	全球建材连锁行业盈利能力分析	34
第四节	全球建材连锁行业竞争格局分析	35
一、	发达国家建材连锁竞争格局	35
二、	建材连锁行业规模优势将日益明显	35
三、	建材连锁公司的规模扩张趋势暂缓	36
四、	国际建材超市不断转变经营模式	37
第五节	全球建材连锁行业发展趋势分析	38
一、	跨国公司向全球扩张	38
二、	建材连锁行业竞争呈现有序竞争格局	38
三、	国际整合的趋势会越来越明显	39
四、	电子商务和Catalogshop逐渐盛行	39
五、	运营模式日渐细分	40
第三章	主要国家建材连锁业投融资与并购现状及趋势	42
第一节	美国建材连锁行业投融资与并购分析	42
一、	美国建材连锁行业发展环境PEST分析	42
1.	2010-2013年美国经济增长分析	42
2.	2010-2013年美国居民收支增长分析	42
3.	2010-2013年美国人口人文统计	44
4.	美国电子商务2012-2016年发展趋势	46
5.	美国建筑节能政策	47
6.	美国建材环保政策	48
二、	美国建材连锁行业规模分析及预测	49
三、	美国建材连锁行业现状及特征分析	50
1.	主要进货渠道	50

2. 销售价格对比	50
3. 主要销售方式	51
4. 建材连锁经营产品结构	51
四、美国建材连锁行业进军海外市场现状及趋势	52
五、美国建材连锁行业投融资与并购现状及趋势	53
第二节 德国建材连锁行业投融资与并购分析	54
一、德国建材连锁行业发展环境PEST分析	54
1. 2012-2014年德国经济发展概况	54
2. 住宅建设是德国社会福利机制的重要一环	55
3. 德国地产税收制度及政府调控楼市价格	56
4. 德国和中国的房屋装修环境特点对比	58
5. 德国连锁经营模式成熟	59
二、德国建材连锁行业发展现状分析	60
1. 德国房地产市场分析	60
2. 德国建材市场行业销售状况比较稳定	61
三、德国建材连锁企业投融资与并购现状及趋势	62
第三节 英国建材连锁行业投融资与并购分析	63
一、英国建材连锁行业发展环境PEST分析	63
1. 2012-2014年英国经济发展概况	63
2. 英国收入分配制度	64
3. 英国住房保障制度	65
4. 英国人口老龄化速度加快	65
二、英国建材连锁相关行业发展状况分析	66
1. 英国房地产市场分析	66
2. 英国网上购物交易额上升，影响波及到建材连锁行业	67
三、英国建材连锁行业现状	68
四、英国建材连锁在华投融资与并购现状及趋势	68
第四章 中国建材连锁行业发展环境分析	69
第一节 中国建材连锁行业经济发展环境分析	69
一、2012-2014年国民经济发展分析	69
二、2012-2014年中国经济结构分析	70
三、2012-2014年中国电子商务发展现状及趋势预测	73

四、2013年CPI指数上升，人工和租金成本攀升 76

五、2011-2014年中国居民收支水平分析 77

第二节 中国建材连锁行业社会环境分析 79

一、2011-2014年中国人口人文统计 79

二、2011-2014年中国城市化进程分析 81

三、大中城市居民品牌消费意识加强 82

四、建材团购比重增大 83

五、消费者环保意识增强 83

第三节 中国建材连锁行业政策环境分析 84

一、建材市场发展的指导性政策（《十一五发展规划》、《装饰装修行业ISO14025国际标准（型）环境声明导则》、《全国建材市场规范化管理办法》、国家工商总局发布《建材买卖合同》、建材市场管理法规；国家对劣质建材保持高压态势） 84

1. 《十一五发展规划》 84

2. 《装饰装修行业ISO14025国际标准（型）环境声明导则》 84

3. 《全国建材市场规范化管理办法》 85

4. 《建材买卖合同》 85

5. 建材市场管理法规 86

6. 国家对劣质建材保持高压态势 86

二、商贸流通领域的法律体系（《商业特许经营管理条例》、《城市商业网点管理条例》、《外资投资商业领域管理办法》） 87

1. 《商业特许经营管理条例》 87

2. 《城市商业网点管理条例》 87

3. 《外资投资商业领域管理办法》 88

三、商贸流通领域的指导性政策 89

1. 宏观层面政策（2004年以来出台《流通业发展改革纲要》、《商品市场体系建设纲要》等指导性文件；2005年《国务院关于促进流通业发展的若干意见》） 89

2. 中观层面政策（《关于促进连锁经营发展若干意见的通知》（2002年）、《关于促进中国现代物流业发展意见的通知》（2004年）、2005年商务部与国家开发银行协定有关流通企业融资政策） 90

3. 微观层面政策（商务部2004年《关于做好地级市商业网点规划工作的通知》、《城市商业网点规划编制规范》、《超市经营环境标准》；2006年以来支持流通企业品牌建设） 90

第四节 中国建材连锁超市资本市场环境研究 91

一、中国建材市场产业资本市场分布现状	91
二、中国建材连锁企业资本市场的投融资进入与退出渠道	91
三、2013年各大主要资本市场的发展概况	92
四、2013年中国中国建材连锁上市公司资本市场运营现状	92
五、观点：2013年资本市场环境对建材连锁企业的影响	93
第五章 中国建材连锁行业现状及发展趋势分析	94
第一节 中国建材连锁行业运营模式发展分析	94
一、建材家居仓储式超市	94
二、类别齐全的家居MALL	95
三、一站式采购	95
四、一站式购齐+接力式导购	95
第二节 中国建材连锁行业发展现状分析	96
一、建材连锁行业的发展阶段	96
二、建材连锁行业的投资现状分析	96
三、连锁业在中国建材零售市场影响力攀升	97
四、产业链整合加速	98
五、建材连锁行业的运营模式进一步细分	100
第三节 中国建材连锁行业发展特征分析	102
一、建材连锁行业继续规模化扩张	102
二、建材连锁业纷纷与一流品牌深度合作	103
三、建材连锁业与地产开发商共同完善商业模式	103
四、建材超市的规模效应尚未形成，大多数超市处于亏损状态	104
五、规模化采购和低价销售的优势短期内难以发挥	104
六、家装销售与团购比重增大	105
第四节 中国建材连锁行业供求格局分析	106
一、中国建材连锁行业投资现状	106
1. 建材连锁行业的规模经济特性	106
2. 建材连锁转向开发二三线城市	106
二、中国建材连锁行业市场规模	107
1. 2012-2016年中国建材连锁行业市场规模统计	107
2. 2013-2014年中国建材连锁市场需求特性及结构分析	107
第五节 中国建材连锁行业竞争格局分析	109

一、中国建材连锁行业竞争格局	109
1. 建材零售市场仍以传统批零市场为主	109
2. 建材连锁业态在大城市逐步占据优势	109
3. 外资建材连锁企业在华发展规模现状	109
4. 中资建材连锁企业在华发展规模现状	110
二、外资建材连锁企业竞争力SWOT分析	111
三、中资建材连锁企业竞争力SWOT分析	112
第六节 中国建材连锁行业竞争行为	113
一、店面数量及规模	113
二、产品竞争	115
三、价格促销	116
四、服务方式	117
五、物流竞争	118
六、营销手段	120
第七节 中国建材连锁行业存在问题与发展趋势	121
一、中国建材连锁行业存在的问题	121
1. 快速扩张，相关支持体系建设不足	121
2. 运营成本高启	121
3. 物流体系不健全	121
4. 建材连锁盈利能力低	122
二、中国建材连锁行业发展趋势	123
1. 外资建材连锁企业加快进入中国市场步伐	123
2. 连锁超市成为市场先导业态	123
3. 建材连锁企业的联盟方式多元化	123
第六章 中国建材连锁行业投融资与并购现状与趋势分析	124
第一节 中国建材连锁行业投融资与并购背景分析	124
一、建材市场发展程度区域差异大	124
二、中国房地产市场遭遇发展困境	124
三、二三线城市和经济发达城镇的建材需求强劲	124
四、建材超市选址日益困难	125
第二节 中国建材连锁行业投融资与并购动因分析	126
一、提高市场占有率	126

二、	抢占优质商业区域	126
三、	外资进入中国市场	126
四、	进入区域市场	126
第七章	中国建材连锁行业投融资与并购的地质战略分析	127
第一节	华东地区建材连锁行业投融资与并购分析	127
一、	建材连锁行业发展环境PEST分析	127
二、	华东地区2012-2014年建材市场规模分析	128
三、	重点城市建材连锁行业现状及格局	129
四、	2012-2014年建材竞争格局分析	130
五、	地区投融资与并购现状及趋势分析	131
第二节	华北地区建材连锁行业投融资与并购分析	132
一、	建材连锁行业发展环境PEST分析	132
二、	华北地区生产总值占全国比例	133
三、	华北地区2012-2014年建材市场规模分析	133
四、	2012-2014年建材竞争格局分析	134
五、	地区投融资与并购现状及趋势分析	134
第三节	东北地区建材连锁行业投融资与并购分析	135
一、	建材连锁行业发展环境PEST分析	135
二、	东北地区生产总值占全国比例	137
三、	东北地区2012-2014年建材市场规模分析	138
四、	地区投融资与并购现状及趋势分析	138
第四节	华南地区建材连锁行业投融资与并购分析	139
一、	建材连锁行业发展环境PEST分析	139
二、	华南地区生产总值占全国比例	140
三、	华南地区2012-2014年建材市场规模分析	141
四、	地区投融资与并购现状及趋势分析	141
第五节	华中地区建材连锁行业投融资与并购分析	142
一、	建材连锁行业发展环境PEST分析	142
二、	华中地区2012-2014年建材市场规模分析	143
三、	重点城市建材连锁行业现状及格局	144
四、	地区投融资与并购现状及趋势分析	144
第六节	西部地区建材连锁行业投融资与并购分析	145

- 一、建材连锁行业发展环境PEST分析 145
- 二、西部地区2012-2014年建材市场规模分析 146
- 三、重点城市建材连锁行业现状及格局 147
- 四、地区投融资与并购现状及趋势分析 147
- 第八章 国际资本在建材连锁行业投融资与并购案例分析 148
- 第一节 典型案例分析 148
- 一、英国翠丰集团收购欧倍德在华业务 148
- 1. 双方业务模块BCG模型 148
- 2. 双方合并前发展优劣势比较 149
- 3. 双方投融资与并购动因与价值分析 150
- 4. 投融资与并购过程及成果分析 151
- 5. 投融资与并购经验及启示分析 151
- 二、家得宝要约收购普通股 152
- 1. 家得宝及要约收购事件简介 152
- 2. 家得宝推出要约的缘由 152
- 3. 家得宝要约收购普通股的意义 152
- 三、家得宝收购HughesSupply 153
- 1. 家得宝与Hughes Supply简介 153
- 2. 投融资与并购过程及动因分析 153
- 3. 投融资与并购成果及启示分析 153
- 四、家得宝收购墨西哥HomeMart 154
- 1. 家得宝与HomeMart简介 154
- 2. 投融资与并购过程及动因分析 154
- 3. 投融资与并购成果及启示分析 154
- 第九章 中国建材连锁行业投融资与并购案例分析 155
- 第一节 典型案例分析 155
- 一、家得宝收购家世界 155
- 1. 双方业务模块BCG模型 155
- 2. 双方合并前发展优劣势比较 156
- 3. 双方投融资与并购动因与价值分析 157
- 4. 投融资与并购过程及成果分析 158
- 5. 投融资与并购经验及启示分析 158

二、百安居收购普尔斯马特五家商场 159

1. 双方背景介绍 159

2. 投融资与并购的动因与过程 159

3. 投融资与并购的成果及启示 159

三、欧洲瑞寰基金收购东方家园 160

1. 双方背景介绍 160

2. 投融资与并购的动因与过程 160

3. 投融资与并购的成果及启示 160

四、居然之家收购众维家居 161

1. 双方背景介绍 161

2. 投融资与并购的动因与过程 161

3. 投融资与并购的成果及启示 161

五、东方集团上市融资 162

第十章 建材连锁行业国际主体企业投融资与并购趋势 163

第一节 家得宝 163

一、公司的全球业务概况 163

二、2012-2014年经营规模分析 164

三、2012-2014年公司经营效益 165

四、2012-2014年公司在华业务发展现状 166

五、公司竞争策略分析 167

六、公司竞争优势SWOT分析 168

七、公司发展战略分析 169

第二节 百安居 170

一、公司的全球业务概况 170

二、2012-2014年经营状况分析 171

三、2012-2014年公司在华业务发展现状 173

四、公司竞争策略分析 174

五、公司竞争优势SWOT分析 176

六、公司发展战略分析 178

第三节 欧倍德 179

一、公司的全球业务概况 179

二、2012-2014年经营状况分析 179

- 三、2012-2014年公司在华业务发展现状 179
- 四、公司竞争策略分析 180
- 五、公司竞争优劣势SWOT分析 181
- 第四节 美国劳氏 182
 - 一、公司的全球业务概况 182
 - 二、公司竞争策略分析 183
 - 三、公司竞争优劣势SWOT分析 184
 - 四、公司发展战略分析 185
- 第五节 乐华梅兰 186
 - 一、公司的全球业务概况 186
 - 二、2012-2014年经营状况分析 187
 - 三、2012-2014年公司在华业务发展现状 187
 - 四、公司竞争策略分析 188
 - 五、公司竞争优劣势SWOT分析 189
 - 六、公司发展战略分析 190
- 第十一章 建材连锁行业中国主体企业投融资与并购趋势 191
 - 第一节 东方家园 191
 - 一、公司概况 191
 - 二、2012-2014年经营规模分析 192
 - 三、2012-2014年公司经营效益 193
 - 四、公司业务模块分析（波士顿矩阵） 194
 - 五、公司综合竞争力SWOT分析 195
 - 六、公司发展战略 196
 - 七、公司竞争策略趋势 197
 - 第二节 好美家 198
 - 一、公司概况 198
 - 二、2012-2014年经营规模分析 198
 - 三、2012-2014年公司经营效益 199
 - 四、公司业务模块分析（波士顿矩阵） 200
 - 五、公司综合竞争力SWOT分析 201
 - 六、公司发展战略 202
 - 七、公司竞争策略趋势 203

第三节 新家园	204
一、公司概况	204
二、公司规模与结构	205
三、公司业务模块分析（波士顿矩阵）	206
四、公司综合竞争力SWOT分析	207
五、公司发展战略	208
六、公司竞争策略趋势	208
第四节 华美乐	209
一、公司概况	209
二、公司规模与特色	209
三、公司业务模块分析（波士顿矩阵）	211
四、公司综合竞争力SWOT分析	212
五、公司发展战略	212
六、公司竞争策略趋势	213
第五节 靓家居	214
一、公司概况	214
二、公司规模与结构	215
三、公司业务模块分析（波士顿矩阵）	216
四、公司综合竞争力SWOT分析	217
五、公司发展战略	217
六、公司竞争策略趋势	218
第六节 喜盈门	219
一、公司概况	219
二、公司规模与结构	219
三、公司综合竞争力SWOT分析	220
四、公司发展战略	221
五、公司竞争策略趋势	221
第十二章 中国建材连锁行业投融资与并购风险	222
第一节 市场风险	222
一、宏观市场条件的不稳定性	222
二、市场规模与利润的不对等性	222
三、市场竞争的不规范性	222

四、未来竞争格局的不确定性	223
五、其他潜在市场风险	223
第二节 政策风险	224
一、行业法规日益健全	224
二、反不正当竞争和反垄断法规的完善	225
三、国家宏观经济调控政策的影响	225
第三节 管理风险	226
一、管理技术和水平的落后	226
二、管理体系的不完备	226
三、人力资源短缺的风险	226
四、资产、业务和人员分散导致的管理风险	226
五、物流和售后服务带来的风险	227
第四节 区域经济风险	228
一、区域经济发展的不均衡	228
二、区域消费习惯和消费水平的差异	228
三、区域竞争的威胁	228
四、其他区域经济风险	229
第五节 供应商风险	230
一、供应商的不稳定性	230
二、国家政策对供应商的保护	230
三、其他来自供应商的风险	230
第十三章 中国建材连锁行业投融资与并购研究成果及建议	231
第一节 中国建材连锁行业投融资与并购研究成果	231
第二节 中国建材连锁行业投融资与并购战略建议	233
图表目录	
图表 1：中国建材连锁行业投融资与并购研究背景	13
图表 2：中国建材连锁投融资与并购研究内容要点	15
图表 3：建材连锁行业研究方法	17
图表 4：中国建材连锁行业市场研究结论	18
图表 5：2012-2016年全球建材市场规模预测	28
图表 6：部分新型建材产品2013年需求量及2015年需求量预测表	29
图表 7：2012-2014年全球建材市场规模	32

图表 8 : 2012-2016年美国经济增长率 42

图表 9 : 2012-2016年美国基尼系数预测 43

图表 10 : 2012-2016年美国人口数量 44

图表 11 : 2012-2016年美国网上零售额 46

图表 12 : 2012-2016年美国建材市场规模及预测 49

图表 13 : 2012-2016年德国经济增长率 54

图表 14 : 德国和中国的房屋装修环境特点对比 58

图表 15 : 2012-2016年英国经济增长率及其预测 63

图表 16 : 2012-2014年英国网上购物交易额 亿英镑 67

图表 17 : 2012-2014年中国中国生产总值及其增长率 69

图表 18 : 2012-2014年中国第一、二、三产业增加值占国民经济比重 70

图表 19 : 2012-2014年中国工业增加值及其增长速度 70

图表 20 : 2012-2014年中国建筑业增加值及其增长速度 71

图表 21 : 2012-2014年社会消费品零售总额及其增长速度 72

图表 22 : 2012-2014年中国农村居民人均纯收入及其增长速度 77

图表 23 : 2012-2014年中国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 78

图表 24 : 2012-2014年中国人口统计 79

图表 25 : 2010-2013年中国人口人文统计 79

图表 26 : 2012-2014年中国城镇、农村人口比重 81

图表 27 : 2012-2016年中国建材连锁市场规模统计预测 107

图表 28 : 外资建材连锁企业竞争力SWOT分析 111

图表 29 : 中资建材连锁企业竞争力SWOT分析 112

图表 30 : 2012年中国建材连锁超市门店统计 113

图表 31 : 2013年底中国建材连锁超市门店统计 113

图表 32 : 各品牌的规模及门店数量 113

图表 33 : 建材连锁行业价格促销手段 116

图表 34 : 中国建材连锁行业营销手段举例 120

图表 35 : 中国建材分销常规渠道 122

图表 36 : 建材超市选址的基本条件 125

图表 37 : 2013年华东地区七省市生产总值及其增长率 127

图表 38 : 2012、2013年华东地区生产总值全国占比 127

图表 39 : 华东地区2012-2016年建材市场规模及预测 128

图表 40：华东地区重点省市建材连锁行业现状 129

图表 41：华北地区建材连锁行业发展分析 132

图表 42：2013年华东地区生产总值占全国比例 133

图表 43：2012-2016年华北地区建材市场规模及其预测 133

图表 44：东北地区建材连锁行业相关产业发展分析 135

图表 45：2013年东北地区生产总值占全国比例 137

图表 46：2012-2016年东北地区建材市场规模及其预测 138

图表 47：华南地区建材连锁行业相关产业发展分析 139

图表 48：2013年华南地区生产总值占全国比例 140

图表 49：2012-2016年华南地区建材市场规模及其预测 141

图表 50：华中地区建材连锁行业相关产业发展分析 142

图表 51：2012-2016年华中地区建材市场规模及其预测 143

图表 52：西部地区建材连锁行业相关产业发展分析 145

图表 53：2012-2016年西部地区建材市场规模及其预测 146

图表 54：翠丰集团业务模块 148

图表 55：合并前百安居与欧倍德在中国的竞争优劣势比较 149

图表 56：家得宝的业务模块 155

图表 57：合并前家得宝与家世界在中国的竞争优劣势比较 156

图表 58：2012-2014年家得宝经营情况分析 164

图表 59：2012-2014年家得宝营业利润及其增长情况 165

图表 60：家得宝竞争优劣势SWOT分析 168

图表 61：2012-2014年翠丰集团营业额及其增长情况 171

图表 62：2012-2014年翠丰集团营业利润及其增长情况 171

图表 63：百安居竞争优劣势SWOT分析 176

图表 64：欧倍德公司竞争优劣势SWOT分析 181

图表 65：美国劳氏竞争优劣势SWOT分析 184

图表 66：2012-2014年乐华梅兰营业额及其增长情况 187

图表 67：乐华梅兰综合竞争力SWOT分析 189

图表 68：2012-2014年东方家园营业收入及其变化情况 192

图表 69：2012-2014年东方家园营业利润及其变化情况 193

图表 70：东方家园业务模块分析 194

图表 71：东方家园综合竞争力SWOT分析 195

- 图表 72 : 2012-2014年好美家营业收入及其增长情况 198
- 图表 73 : 2012-2014年好美家营业利润及其增长情况 199
- 图表 74 : 好美家业务模块分析 200
- 图表 75 : 好美家综合竞争力SWOT分析 201
- 图表 76 : 好美家 : 因地制宜 , 走亲民路线。 203
- 图表 77 : 新家园业务模块分析 206
- 图表 78 : 新家园综合竞争力SWOT分析 207
- 图表 79 : 华美乐的布局现状 209
- 图表 80 : 华美乐门店及开业时间 210
- 图表 81 : 华美乐业务模块分析 211
- 图表 82 : 华美乐综合竞争力SWOT分析 212
- 图表 83 : 靓家居的内部组织结构和分店 215
- 图表 84 : 靓家居业务模块分析 216
- 图表 85 : 靓家居综合竞争力SWOT分析 217
- 图表 86 : 靓家居招商方案 218
- 图表 87 : 靓家居综合竞争力SWOT分析 220
- 图表 88 : 中国建材连锁行业投融资与并购研究成果 231
- 图表 89 : 中国建材连锁行业投融资与并购战略建议 233

详细请访问 : <http://www.cction.com/report/201407/109750.html>