

# 2023-2029年中国家居建材 流通行业前景展望与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国家居建材流通行业前景展望与投资战略报告》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.cction.com/report/202307/381462.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国家居建材流通行业前景展望与投资战略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：中国家居建材流通行业发展前景分析

#### 1.1 家居建材流通行业综述市场研究 行业数据

##### 1.1.1 行业概念与分类

##### 1.1.2 行业主要经营模式

#### 1.2 家居建材流通行业政策环境

#### 1.3 家居建材流通行业发展驱动

##### 1.3.1 市场需求驱动分析

##### 1.3.2 行业创新驱动分析

#### 1.4 家居建材流通行业发展困境

#### 1.5 家居建材流通行业发展趋势

##### 1.5.1 家居建材流通行业成长性

##### 1.5.2 家居建材流通行业发展趋势

(1) 互联网+模式日趋成熟

(2) 行业扩张步伐放缓

(3) 金融资本加快企业转型

(4) 多元化经营、多业态联合

(5) 二三线城市成重点区域

### 第2章：家居建材流通行业上游分析

#### 2.1 玻璃制造行业发展分析

##### 2.1.1 玻璃行业的产量分析

##### 2.1.2 玻璃行业的销量分析

##### 2.1.3 玻璃行业进出口分析

- 2.1.4 玻璃行业产销率分析
- 2.2 人造板制造行业发展分析
  - 2.2.1 人造板行业的产量分析
  - 2.2.2 人造板行业的销量分析
  - 2.2.3 人造板行业的市场规模
  - 2.2.4 人造板行业产销率分析
- 2.3 金属门窗制造行业发展分析
  - 2.3.1 金属门窗行业的市场规模
  - 2.3.2 金属门窗行业产销率分析
- 2.4 卫生陶瓷制造行业发展分析
  - 2.4.1 卫生陶瓷行业的产量分析
  - 2.4.2 卫生陶瓷行业的市场规模
  - 2.4.3 卫生陶瓷行业产销率分析
- 2.5 砖瓦石材制造行业发展分析
  - 2.5.1 砖瓦石材行业的市场规模
  - 2.5.2 砖瓦石材行业产销率分析
- 2.6 其他家居建材制造行业发展分析
  - 2.6.1 石膏板行业产量分析
  - 2.6.2 木地板行业产量分析
  - 2.6.3 幕墙行业的产量分析
- 2.7 家居建材流通行业上游发展总结

### 第3章：中国家居建材流通行业市场现状及前景

- 3.1 家居建材流通行业市场规模
  - 3.1.1 家居建材流通行业发展历程
  - 3.1.2 家居建材流通行业市场规模
- 3.2 家居建材流通行业发展特征
  - 3.2.1 家居建材流通行业区域性特征
  - 3.2.2 家居建材流通行业季节性特征
- 3.3 家居建材流通行业市场竞争
  - 3.3.1 家居建材流通行业扩张情况
  - 3.3.2 家居建材流通行业收购兼并

### 3.3.3 家居建材流通行业竞争格局

## 第4章：中国家居建材行业流通模式分析

### 4.1 家居建材行业主要流通业态分析

### 4.2 家居建材超市业态发展现状及趋势

#### 4.2.1 家居建材超市业态优劣势分析

#### 4.2.2 家居建材超市业态发展现状

#### 4.2.3 家居建材超市业态代表商家

#### 4.2.4 家居建材超市业态盈利模式

#### 4.2.5 家居建材超市业态发展趋势

### 4.3 家居建材专业市场业态发展现状及趋势

#### 4.3.1 家居建材专业市场业态优劣势分析

#### 4.3.2 家居建材专业市场业态发展现状

#### 4.3.3 家居建材专业市场业态代表商家

#### 4.3.4 家居建材专业市场业态盈利模式

#### 4.3.5 家居建材专业市场业态发展趋势

### 4.4 家居建材品牌专卖店业态发展现状及趋势

#### 4.4.1 家居建材品牌专卖店业态优劣势分析

#### 4.4.2 家居建材品牌专卖店业态发展现状

#### 4.4.3 家居建材品牌专卖店业态代表商家

#### 4.4.4 家居建材品牌专卖店业态盈利模式

#### 4.4.5 家居建材品牌专卖店业态发展趋势

### 4.5 其他流通业态发展现状及趋势

#### 4.5.1 摊位制建材市场

(1) 摊位制建材市场的发展由来

(2) 摊位制建材市场的发展现状

(3) 摊位制建材市场存在的问题

(4) 摊位制建材市场的发展趋势

#### 4.5.2 仓储式厂家直营卖场

### 4.6 家居建材行业电子商务模式发展现状及展望

#### 4.6.1 家居建材行业电子商务发展困局

#### 4.6.2 家居建材行业电子商务交易规模

#### 4.6.3 家居建材行业电子商务特点分析

- (1) 重体验
- (2) 重服务
- (3) 本地化

#### 4.6.4 家居建材行业电子商务模式分析

- (1) 家居建材团购模式发展出的平台——齐家网等
- (2) 房产网络平台延伸出的家居电商平台——家天下等
- (3) 以自由装饰公司为依托——家装E站等
- (4) 家居卖场经营的家居平台——星易家、居然之家等
- (5) 综合性电商平台——天猫、淘宝、京东等
- (6) 品牌自营电商——曲美、箭牌等

#### 4.6.5 家居建材行业电子商务运营模式

- (1) 厂家大平台下的服务商
- (2) 自建平台，O2O运营
- (3) O2O+APP+网络商城+网络支付
- (4) 依托第三方服务商

#### 4.6.6 家居建材行业电子商务发展对策

#### 4.6.7 家居建材行业电子商务发展展望

### 第5章：中国家居建材流通行业重点区域竞争策略

#### 5.1 各级城市家居建材市场特点

##### 5.1.1 一线城市

##### 5.1.2 二线城市

##### 5.1.3 三线及以下城市

#### 5.2 北京家居建材流通行业现状及竞争策略

##### 5.2.1 北京经济环境分析

- (1) 北京经济总量分析
- (2) 北京人均收入水平

##### 5.2.2 北京房地产市场分析

- (1) 北京商品住宅开发投资分析
- (2) 北京商品住宅供需平衡分析

##### 5.2.3 北京家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 北京家居建材流通行业发展规模

(2) 北京家居建材流通行业竞争形势

(3) 北京家居建材流通市场竞争策略

### 5.3 上海家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.3.1 上海经济环境分析

(1) 上海经济总量分析

(2) 上海人均收入水平

#### 5.3.2 上海房地产市场分析

(1) 上海房地产相关政策

(2) 上海商品住宅开发投资分析

(3) 上海商品住宅供需平衡分析

#### 5.3.3 上海家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 上海家居建材流通行业发展规模

(2) 上海家居建材流通行业竞争形势

(3) 上海家居建材流通市场竞争策略

### 5.4 广州家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.4.1 广州经济环境分析

(1) 广州经济总量分析

(2) 广州人均收入水平

#### 5.4.2 广州房地产市场分析

(1) 广州商品住宅开发投资分析

(2) 广州商品住宅供需平衡分析

#### 5.4.3 广州家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 广州家居建材流通行业发展规模

(2) 广州家居建材流通行业竞争形势

(3) 广州家居建材流通市场竞争策略

### 5.5 深圳家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.5.1 深圳经济环境分析

(1) 深圳经济总量分析

(2) 深圳人均收入水平

#### 5.5.2 深圳房地产市场分析

(1) 深圳商品住宅开发投资分析

(2) 深圳商品住宅供需平衡分析

### 5.5.3 深圳家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 深圳家居建材流通行业发展规模

(2) 深圳家居建材流通行业竞争形势

(3) 深圳家居建材流通市场竞争策略

### 5.6 天津家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.6.1 天津经济环境分析

(1) 天津经济总量分析

(2) 天津人均收入水平

#### 5.6.2 天津房地产市场分析

(1) 天津商品住宅开发投资分析

(2) 天津商品住宅供需平衡分析

#### 5.6.3 天津家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 天津家居建材流通行业发展规模

(2) 天津家居建材流通行业竞争形势

(3) 天津家居建材流通市场竞争策略

### 5.7 武汉家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.7.1 武汉经济环境分析

(1) 武汉经济总量分析

(2) 武汉人均收入水平

#### 5.7.2 武汉房地产市场分析

(1) 武汉商品住宅开发投资分析

(2) 武汉商品住宅供需平衡分析

#### 5.7.3 武汉家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 武汉家居建材流通行业发展规模

(2) 武汉家居建材流通行业竞争形势

(3) 武汉家居建材流通市场竞争策略

### 5.8 重庆家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.8.1 重庆经济环境分析

(1) 重庆经济总量分析

(2) 重庆人均收入水平

#### 5.8.2 重庆房地产市场分析



(1) 重庆商品住宅开发投资分析

(2) 重庆商品住宅供需平衡分析

### 5.8.3 重庆家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 重庆家居建材流通行业发展规模

(2) 重庆家居建材流通行业竞争形势

(3) 重庆家居建材流通市场竞争策略

### 5.9 无锡家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.9.1 无锡经济环境分析

(1) 无锡经济总量分析

(2) 无锡人均收入水平

#### 5.9.2 无锡房地产市场分析

(1) 无锡商品住宅开发投资分析

(2) 无锡商品住宅供需平衡分析

#### 5.9.3 无锡家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 无锡家居建材流通行业发展规模

(2) 无锡家居建材流通行业竞争形势

(3) 无锡家居建材流通市场竞争策略

### 5.10 长沙家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.10.1 长沙经济环境分析

(1) 长沙经济总量分析

(2) 长沙人均收入水平

#### 5.10.2 长沙房地产市场分析

(1) 长沙商品住宅开发投资分析

(2) 长沙商品住宅供需平衡分析

#### 5.10.3 长沙家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 长沙家居建材流通行业发展规模

(2) 长沙家居建材流通行业竞争形势

(3) 长沙家居建材流通市场竞争策略

### 5.11 西宁家居建材流通行业现状及竞争策略

#### 5.11.1 西宁经济环境分析

(1) 西宁经济总量分析

(2) 西宁人均收入水平

### 5.11.2 西宁房地产市场分析

(1) 西宁商品住宅开发投资分析

(2) 西宁商品住宅供需平衡分析

### 5.11.3 西宁家居建材流通行业现状及竞争策略

(1) 西宁家居建材流通行业发展规模

(2) 西宁家居建材流通行业竞争形势

(3) 西宁家居建材流通市场竞争策略

## 第6章：中国家居建材流通企业经营状况分析

### 6.1 国际家居建材流通企业在华经营状况分析

#### 6.1.1 瑞典宜家家居公司

(1) 发展规模及全球规模

(2) 主营业务及产品结构

(3) 在华发展进程及规模

(4) 在华本土化分析

(5) 在华发展优劣势分析

(6) 在华发展战略规划

#### 6.1.2 英国翠丰集团

(1) 发展规模及全球规模

(2) 主营业务及产品结构

(3) 在华发展进程及规模

(4) 在华本土化分析

(5) 在华发展优劣势分析

(6) 在华资本运营动向

(7) 在华发展战略规划

(8) 在华发展瓶颈分析

### 6.2 国内家居建材流通企业经营状况分析

#### 6.2.1 红星美凯龙家居集团股份有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

(3) 企业门店网络

(4) 企业物流体系

(5) 企业服务政策及特色

(6) 企业经营情况分析

(7) 企业经营优劣势

(8) 企业发展战略

(9) 企业最新发展动向

#### 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

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

(3) 企业门店网络

(4) 企业服务政策及特色

(5) 企业业态模式

(6) 企业经营优劣势

(7) 企业最新发展动向

#### 6.2.3 上海月星控股集团有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

(3) 企业门店网络

(4) 企业服务政策及特色

(5) 企业业态模式

(6) 企业经营优劣势

(7) 企业最新发展动向

#### 6.2.4 吉盛伟邦家具集团经营状况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

(3) 企业门店网络

(4) 企业服务政策及特色

(5) 企业业态模式

(6) 企业经营优劣势

(7) 企业最新发展动向

#### 6.2.5 武汉欧亚达家居集团有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

- (3) 企业门店网络
- (4) 企业服务政策及特色
- (5) 企业业态模式
- (6) 企业经营优劣势
- (7) 企业最新发展动向

#### 6.2.6 金海马集团经营状况分析

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

#### 6.2.7 深圳市乐安居投资集团有限公司经营状况分析

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

#### 6.2.8 好美家装潢建材有限公司经营状况分析

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

#### 6.2.9 金盛置业投资集团有限公司经营状况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务
- (3) 企业门店网络
- (4) 企业业态模式

(5) 企业经营优劣势

(6) 企业最新发展动向

#### 6.2.10 北京集美家居市场有限公司经营状况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

(3) 企业门店网络

(4) 企业服务政策及特色

(5) 企业业态模式

(6) 企业经营优劣势

(7) 企业最新发展动向

#### 6.3 国内家居建材流通行业电子商务企业发展分析

##### 6.3.1 兔宝宝商城发展分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业业务能力

(3) 主要经济指标

(4) 企业盈利能力

(5) 企业运营能力

(6) 企业偿债能力

(7) 企业发展能力

(8) 企业门店网络

(9) 企业服务政策及特色

(10) 企业业态模式

(11) 企业经营优劣势

(12) 最新发展动向

##### 6.3.2 美乐乐发展分析

(1) 企业发展简况

(2) 主营业务及产品

(3) 合作品牌

(4) 企业服务政策及特色

(5) 企业经营现状

(6) 企业经营优劣势

##### 6.3.3 齐家网发展分析

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

## 第7章：中国家居建材流通行业发展壁垒及风险提示

### 7.1 家居建材流通行业发展壁垒

#### 7.1.1 资金壁垒

#### 7.1.2 市场壁垒

- (1) 商圈壁垒

- (2) 渠道壁垒

- (3) 品牌壁垒

#### 7.1.3 人才壁垒

### 7.2 家居建材流通行业风险提示

#### 7.2.1 房地产调控政策风险

#### 7.2.2 宏观经济波动风险

#### 7.2.3 行业竞争风险

#### 7.2.4 经营管理风险

- (1) 中国家居建材卖场关键成功因素分析

### 7.3 家居建材卖场选址

#### 7.3.1 家居建材卖场选址变迁

#### 7.3.2 领先家居建材卖场选址要求

- (1) 红星美凯龙卖场选址要求

- (2) 居然之家卖场选址要求

- (3) 宜家卖场选址要求

- (4) 百安居卖场选址要求

- (5) 集美家居建材卖场选址要求

### 7.4 家居建材卖场设计

#### 7.4.1 家居建材卖场设计原则

## 7.4.2 家居建材卖场设计要素

- (1) 造型
- (2) 色彩
- (3) 装饰材料
- (4) 陈设
- (5) 灯具

## 7.4.3 家居建材卖场布置策略

## 7.4.4 家居建材卖场补给线设计原则

## 7.5 家居建材卖场定位

### 7.5.1 家居建材卖场产品定位

### 7.5.2 家居建材卖场客户定位

### 7.5.3 家居建材卖场业态组合定位

## 7.6 家居建材卖场招商

### 7.6.1 家居建材卖场招商定位

### 7.6.2 家居建材卖场招商考核

## 7.7 家居建材卖场管理

### 7.7.1 家居建材卖场经营管理

### 7.7.2 家居建材卖场物业管理

### 7.7.3 家居建材卖场售后服务

## 图表目录

图表1：家居建材流通行业的分类

图表2：我国家居建材流通行业主管部门、自律组织及其相关职责

图表3：我国家居建材行业相关标准及法律法规

图表4：我国家居建材流通行业相关法律法规

图表5：2016-2021年中国城镇化率变动情况（单位：%）

图表6：我国正处于城市化进程加速阶段（单位：%）

图表7：2016-2021年全国住宅地产建设情况（单位：万平方米）

图表8：2016-2021年全国商品住宅销售面积及同比增速（单位：万平方米，%）

图表9：2016-2021年我国平板玻璃产量变动情况（单位：万重量箱）

图表10：2016-2021年我国平板玻璃销量及同比增速（单位：万重量箱）

图表11：2016-2021年我国平板玻璃出口量变动情况（单位：万平方米）

图表12：2016-2021年我国平板玻璃产销率走势（单位：%）

图表13：2016-2021年我国人造板产量及同比增速（单位：万立方米，%）

图表14：2016-2021年我国人造板销量及同比增速（单位：万立方米，%）

图表15：2016-2021年我国人造板制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表16：2016-2021年我国人造板行业产销率走势（单位：%）

图表17：2016-2021年我国金属门窗制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表18：2016-2021年我国金属门窗制造行业产销率走势（单位：%）

图表19：2016-2021年我国卫生陶瓷产量及同比增速（单位：亿件，%）

图表20：2016-2021年我国卫生陶瓷制造行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表21：2016-2021年我国卫生陶瓷制造行业产销率走势（单位：%）

图表22：2016-2021年我国砖瓦、石材等建材制造行业行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%）

图表23：2016-2021年我国砖瓦、石材等建筑材料制造行业产销率走势（单位：%）

图表24：2016-2021年我国石膏板产量及同比增速（单位：亿立方米，%）

图表25：2016-2021年我国木地板产量及同比增速（单位：万平方米，%）

图表26：2016-2021年我国建筑幕墙产量及同比增速（单位：万平方米，%）

图表27：2016-2021年我国建筑幕墙累计产量变动情况（单位：万平方米）

图表28：2016-2021年全国家居建材景气指数（BHI）走势

图表29：我国家居建材流通行业发展历程

图表30：2016-2021年全国规模以上家居建材市场销售额及增长率（单位：万亿元，%）

图表31：我国家居建材流通行业的区域性特征

图表32：2016-2021年全国家居建材景气指数（BHI）走势（分年度）

图表33：我国家居建材流通行业竞争格局

图表34：中国家居建材流通行业主要业态

图表35：家居建材超市业态优劣势分析

图表36：家居建材超市业态代表商家

图表37：家居建材专业市场业态优劣势分析

图表38：家居建材专业市场业态代表商家

图表39：家居建材品牌专卖店业态优劣势分析

图表40：家居建材品牌专卖店业态代表商家

图表41：家居建材行业电子商务发展困局

图表42：2016-2021年中国家居建材行业电商销售额变动情况（单位：亿元）



图表43：2016-2021年北京市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%）

图表44：2016-2021年北京市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表45：2016-2021年北京市农村居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表46：2016-2021年北京市商品住宅投资额变动情况（单位：亿元）

图表47：2016-2021年北京商品住宅竣工面积与销售面积变动情况（单位：万平方米）

图表48：2016-2021年北京商品住宅的竣工比

图表49：北京市家居建材流通企业在各大商圈的分布

图表50：北京市家居建材流通企业的市场份额构成（单位：%）

图表51：2016-2021年上海市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%）

图表52：2016-2021年上海市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表53：2016-2021年上海市农村居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表54：2016-2021年上海市房地产相关政策

图表55：2016-2021年上海市商品住宅开发投资额变动情况（单位：亿元）

图表56：2016-2021年上海市商品住宅竣工面积及销售面积变动情况（单位：万平方米）

图表57：2016-2021年上海市商品住宅竣工比

图表58：上海市家居建材流通企业在各大商圈的分布

图表59：上海市家居建材流通企业的市场份额构成（单位：%）

图表60：2016-2021年广州市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%）

图表61：2016-2021年广州市城镇居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表62：2016-2021年广州市商品住宅投资额变动情况（单位：亿元）

图表63：2016-2021年广州商品住宅竣工面积与销售面积变动情况（单位：万平方米）

图表64：2016-2021年广州商品住宅竣工比

图表65：广州市主要家居建材流通企业的相关竞争策略

图表66：2016-2021年深圳市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%）

图表67：2016-2021年深圳市居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表68：2016-2021年深圳市商品住宅开发投资变动情况（单位：亿元）

图表69：2016-2021年深圳市商品住宅竣工面积及销售面积变动情况（单位：万平方米）

图表70：2016-2021年深圳市商品住宅竣工比

图表71：2016-2021年天津市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%）

图表72：2016-2021年天津市城镇常住居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表73：2016-2021年天津市商品住宅累计投资额变动情况（单位：亿元）

图表74：2016-2021年天津市商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米）

图表75：2016-2021年天津市商品住宅竣工比

图表76：2016-2021年武汉市GDP及同比增速（单位：亿元，%）

图表77：2016-2021年武汉市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表78：2016-2021年武汉市商品住宅投资额变动情况（单位：亿元）

图表79：2016-2021年武汉市商品住房竣工面积和销售面积变动情况（单位：万平方米）

图表80：2016-2021年武汉市商品住房产销比走势

图表81：2016-2021年重庆市地区生产总值及同比增速（单位：亿元，%）

图表82：2016-2021年重庆市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表83：2016-2021年重庆市商品住宅投资额变动情况（单位：亿元）

图表84：2016-2021年重庆市商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米，%）

图表85：2016-2021年重庆市商品住宅竣工比

图表86：2016-2021年无锡市GDP及同比增速（单位：亿元，%）

图表87：2016-2021年无锡市城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表88：2016-2021年无锡市商品住宅开发投资金额变动情况（单位：亿元）

图表89：2016-2021年无锡市商品住宅竣工面积与销售面积（单位：万平方米）

图表90：2016-2021年无锡市商品住宅竣工比

图表91：2016-2021年长沙市GDP及同比增速（单位：亿元，%）

图表92：2016-2021年长沙市城镇居民人均可支配收入及同比增速（元，%）

图表93：2016-2021年长沙市商品住宅开发投资金额（单位：亿元）

图表94：2016-2021年长沙市商品住房竣工面积与销售面积（单位：万平方米）

图表95：2016-2021年长沙市商品住房竣工比

图表96：2016-2021年西宁市GDP及同比增速（亿元，%）

图表97：2016-2021年西宁市城镇居民人均可支配收入及同比增速（元，%）

图表98：2016-2021年西宁市商品住宅开发投资金额（亿元）

图表99：2016-2021年西宁市商品住宅竣工面积及销售面积（万平方米）

图表100：2016-2021年西宁市商品住宅竣工比

图表101：2016-2021年宜家家居公司在中国发展历程

图表102：宜家家居公司经营优劣势

图表103：翠丰集团发展历程

图表104：翠丰集团优势与劣势

图表105：红星美凯龙家居集团股份有限公司基本信息表

图表106：红星美凯龙家居集团股份有限公司业务能力简况表

图表107：红星美凯龙家居集团股份有限公司优劣势分析

图表108：北京居然之家投资控股集团有限公司基本信息表

图表109：北京居然之家投资控股集团有限公司业务能力简况表

图表110：居然之家全国发展网络

图表111：北京居然之家投资控股集团有限公司“家居建材主题购物中心”模式的特点

图表112：北京居然之家投资控股集团有限公司经营优劣势分析

图表113：上海月星控股集团有限公司基本信息表

图表114：上海月星控股集团有限公司业务能力简况表

图表115：上海月星控股集团有限公司优劣势分析

图表116：吉盛伟邦家具集团基本信息表

图表117：吉盛伟邦家具集团业务能力简况表

图表118：吉盛伟邦家具集团优劣势分析

图表119：武汉欧亚达家居集团有限公司基本信息表

图表120：武汉欧亚达家居集团有限公司业务能力简况表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/381462.html>