



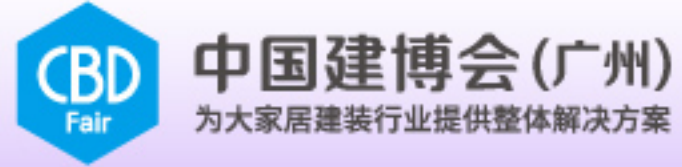
地板行业

招商加盟大数据报告

D A T A R E P O R T

支持单位

联合
发布



战略
支持



前言

PREFACE

回首2020年，对于地板行业而言，是比较困难的一年，上半年的疫情让很多地板企业的发展变得缓慢，地板企业、加盟商及消费者都度过单调的上半年。但是，有能力有担当的地板人从未退步，始终站在行业第一线，用更多实际的行动为行业的发展注入动能。下半年，上海地材展重启，地墙一体化的趋势和新材料地板的应用，以及世界木地板大会和世界地板业工商峰会等行业大会的召开，那个生机勃勃，潜力无限的地板行业又满血复活了，而且国际疫情始终未得到根本性改善，也让中国地板的出口机会变得更多！从上半年地板行业发展速度放缓，到下半年破而后立，中国地板行业正面临着前所未有的新局面。

为进一步助力企业及加盟商充分了解地板行业发展状况及趋势，解读招商加盟现状，家居建材行业门户中华建材网携中华地板网，严格过滤大数据，进行全网数据采集、大规模调研及专业分析，通过大数据整合进行多维度比较，以数据报告形式，为地板企业招商及投资客加盟提供新助力。

目录

CONTENTS

1

2020年家居建材行业发展综述及投资环境分析

增速放缓，地墙一体化，
新材料地板，进口地板

2

行业加盟指数报告

2020年地板行业加盟指数
多方位呈现

3

行业招商指数报告

2020年地板行业招商指数
全角度解答

4

总结

2021年地板企业招商拓展建议



2020年家居建材行业 发展综述及投资环境分析

招商加盟大数据报告



疫情之下 2020年家居建材行业宏观看

据国家统计局初步核算，前三季度我国国内生产总值722786亿元，按可比价格计算，同比增长0.7%。分季度看，一季度同比下降6.8%，二季度增长3.2%，三季度增长4.9%，显示出强劲的动力和强大的韧性。而与人们生活息息相关的家居建材行业发展情况究竟如何，我们以数据告诉你。

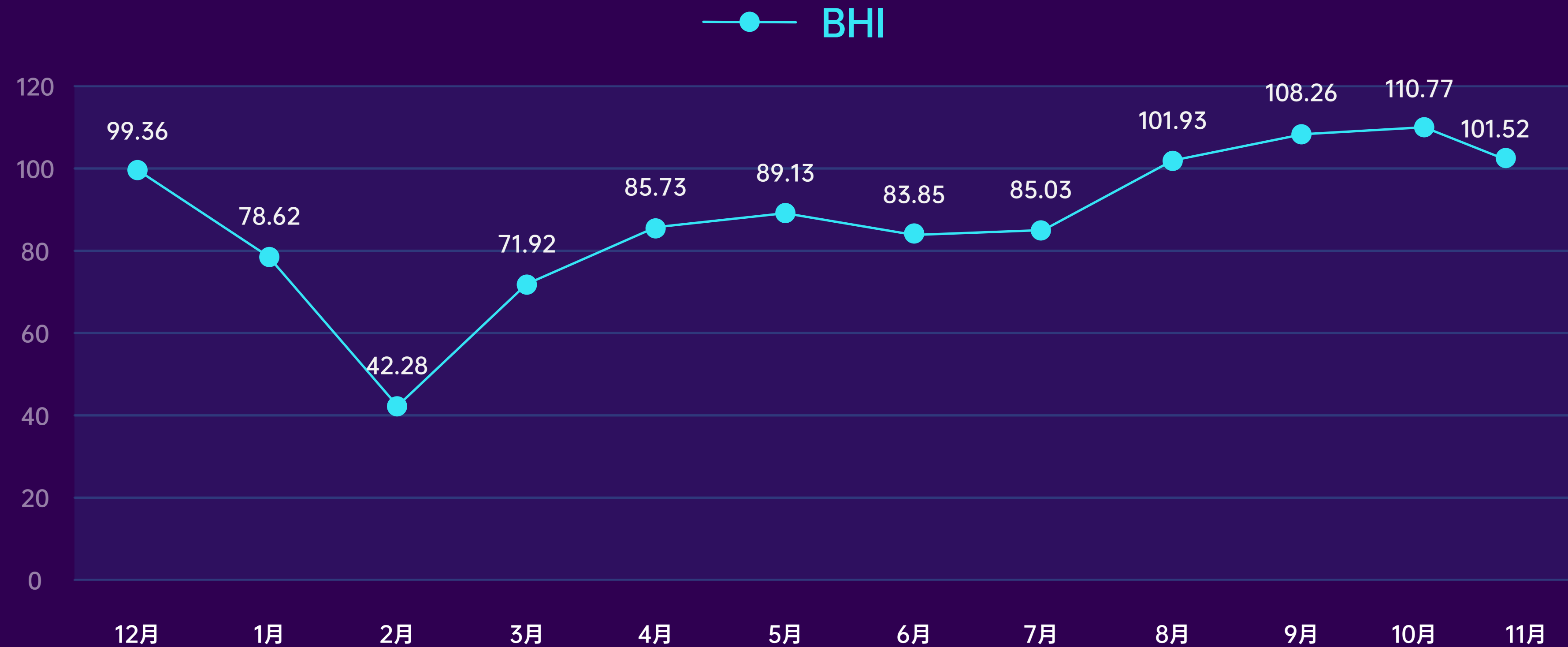
注：同比是指本年度（季度，月份）与上一年年度（季度，月度）的对比。
环比是指本季度或者月度与上一个季度或者月度的对比，下同。



否极泰来，BHI指数总体趋势向好

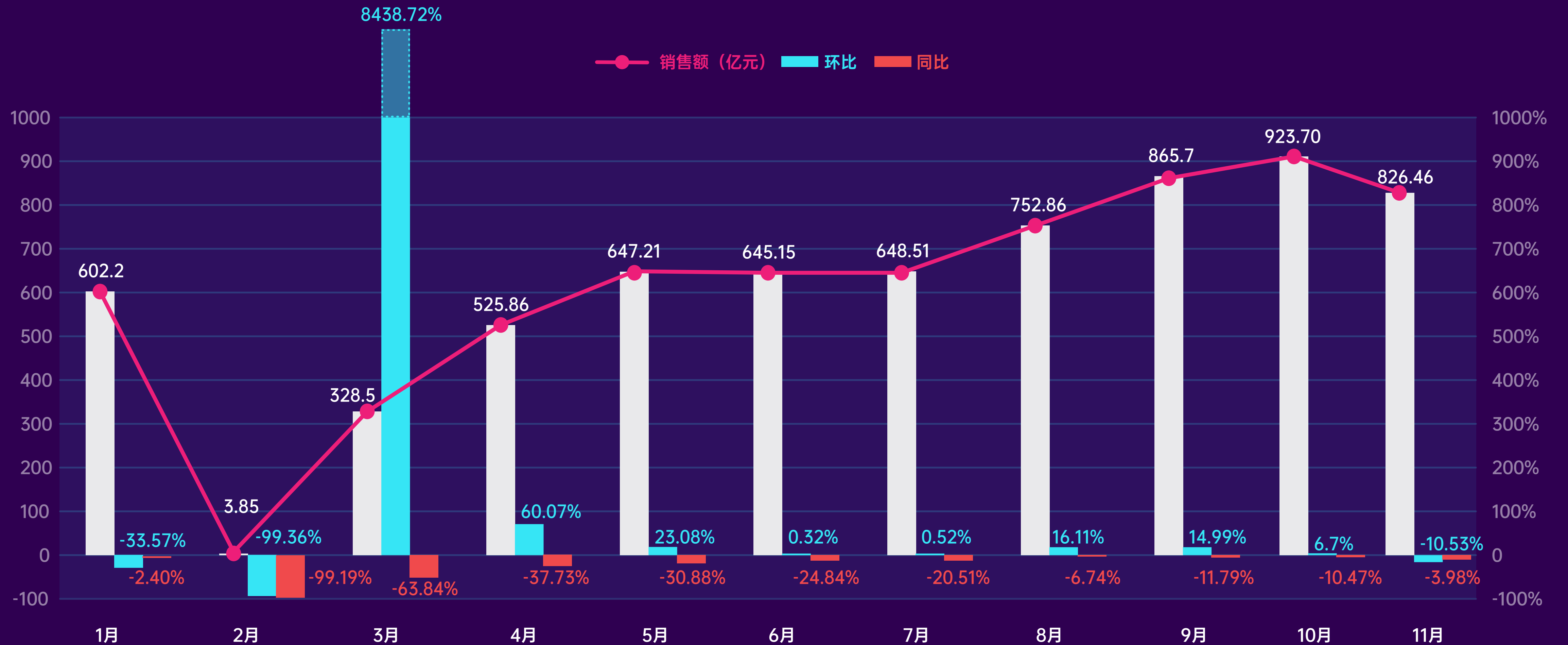
从开年遇冷，到2月剧降，再到3月反弹，4月回升，5月上涨，6月微跌...由商务部流通业发展司、中国建筑材料流通协会共同发布的全国建材家居景气指数（BHI），一波未平一波又起，但总体趋向利好。

2019年12月-2020年11月全国建材家居景气指数（BHI）情况



- ◆ 2020年10月份全国建材家居景气指数（BHI）为110.77，环比上涨2.51点，同比下降2.70点，11月全国建材家居景气指数（BHI）为101.52，环比下降9.25点，同比上涨4.64点。整体呈现平稳势头发展。

2020年1月-11月全国规模以上建材家居卖场销售额情况



◆ 全国规模以上建材家居卖场11月销售额为826.46亿元，环比下降10.53%，同比下降3.98%。2020年1-11月份累计销售额为6769.97亿元，同比下降25.96%。步入11月，全国建材家居卖场销售额同比下降，气温降低，销售步入淡季。

2

上市公司业绩回暖 全面恢复尚需时日

截止2020年底，国际疫情的持续蔓延，国内疫情零星反弹仍占据疫情防控主旋律，对消费者信心和消费者需求持续释放仍有一定的影响，全国地板市场恢复至疫前同期水平尚待时日，但持续近一年的相对低潮发展已经让大部分地板企业做好长期准备的准备，脚踏实地生存，再谋求更大的发展成为主旋律。

8月26日，大自然家居（02083.HK）披露2020年半年业绩公告，2020年上半年大自然家居总营收约14.05亿，同比增长9.5%，地板销售额9.46亿元，工程项目销售额上升约26%，木门及衣厨柜总营收同比增长60.8%。

10月23日，东鹏控股发布2020年三季报，公司2020年1-9月实现营业收入47.69亿元，同比下降1.08%，归属于上市公司股东的净利润为5.23亿元，同比下降6.96%，每股收益为0.5100元。



10月28日，大亚圣象公布2020年三季报，前三季度营业收入46.6亿元，同比下降8.95%；归属于上市公司股东的净利润4.28亿元，同比下降8.54%，每股收益0.78元。

10月28日，德尔未来发布2020年三季报，公司2020年1-9月实现营业收入10.64亿元，同比下降19.31%；归属于上市公司股东的净利润为3398.10万元，同比下降62.23%，每股收益为0.0500元。

10月28日，海象新材发布2020年三季报，公司2020年1-9月实现营业收入9.14亿元，同比增长53.21%；归属于上市公司股东的净利润为1.47亿元，同比增长48.85%，每股收益为2.6800元。

10月28日，吉林森工发布2020年三季报，公司2020年1-9月实现营业收入8.52亿元，同比下降25.59%；归属于上市公司股东的净利润为7641.92万元，同比增长2.08%，每股收益为0.1100元。

10月30日，菲林格尔发布2020年三季报，公司2020年1-9月实现营业收入3.87亿元，同比下降32.24%；归属于上市公司股东的净利润为3126.29万元，同比下降60.94%，每股收益为0.1500元。

10月30日，兔宝宝发布2020年三季报，公司2020年1-9月实现营业收入38.40亿元，同比增长19.66%；归属于上市公司股东的净利润为1.93亿元，同比下降23.81%，每股收益为0.2600元。

10月30日，*ST升达发布2020年三季报，公司2020年1-9月实现营业收入5.91亿元，同比下降27.89%；归属于上市公司股东的净利润为689.95万元，同比增长108.38%；基本每股收益0.0092元。



从地板行业上市企业的整体财报来看，

大自然家居上半年逆势增长，营收增长近10个百分点；

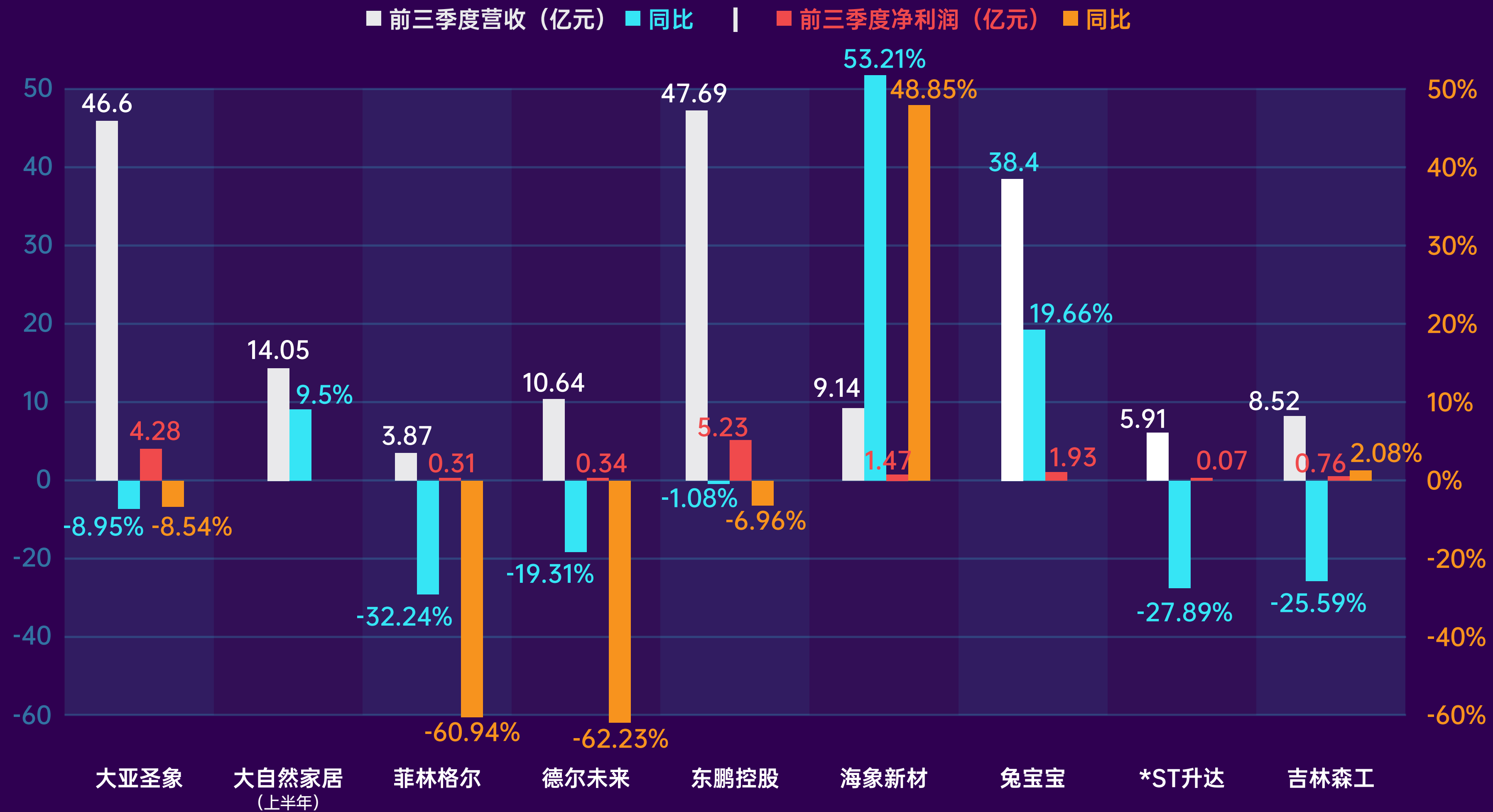
兔宝宝前三季度营收增长近20个百分点；

吉林森工前三季度净利润有两个多点的增长；

其中成绩最好的莫过于海象新材，前三季度营收净利双增长，且增幅达到五成左右，成绩喜人，这在一定程度上得益于新材料地板（SPC地板、WPC地板等）在2020年的发展增速加快，海象新材在此领域布局较早，自然市场份额也就得到了大幅提升！



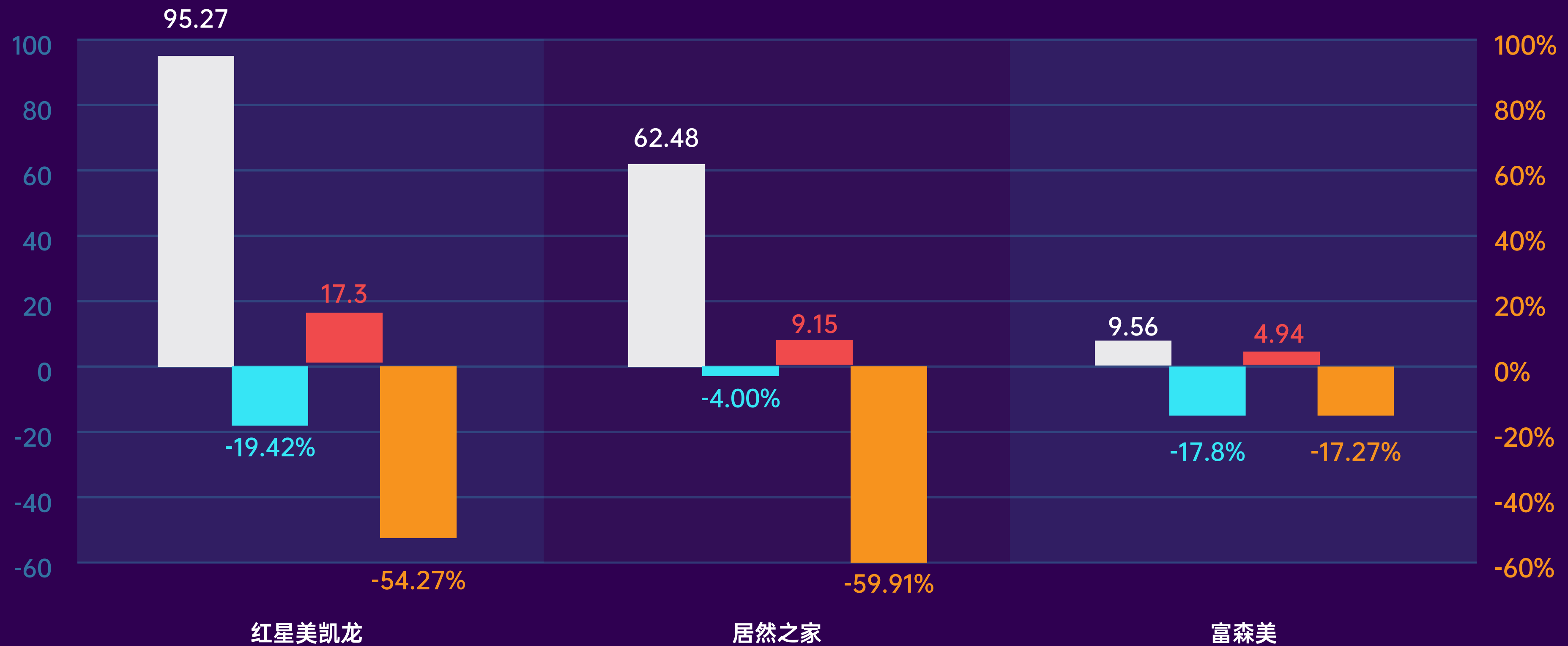
部分上市地板企业2020年前三季度盈利情况



(本部分数据均来源于上市公司财报、各大财经网站相关上市公司财报报道)

部分家居卖场2020年前三季度盈利情况

■ 前三季度营收 (亿元) ■ 同比 | ■ 前三季度净利润 (亿元) ■ 同比



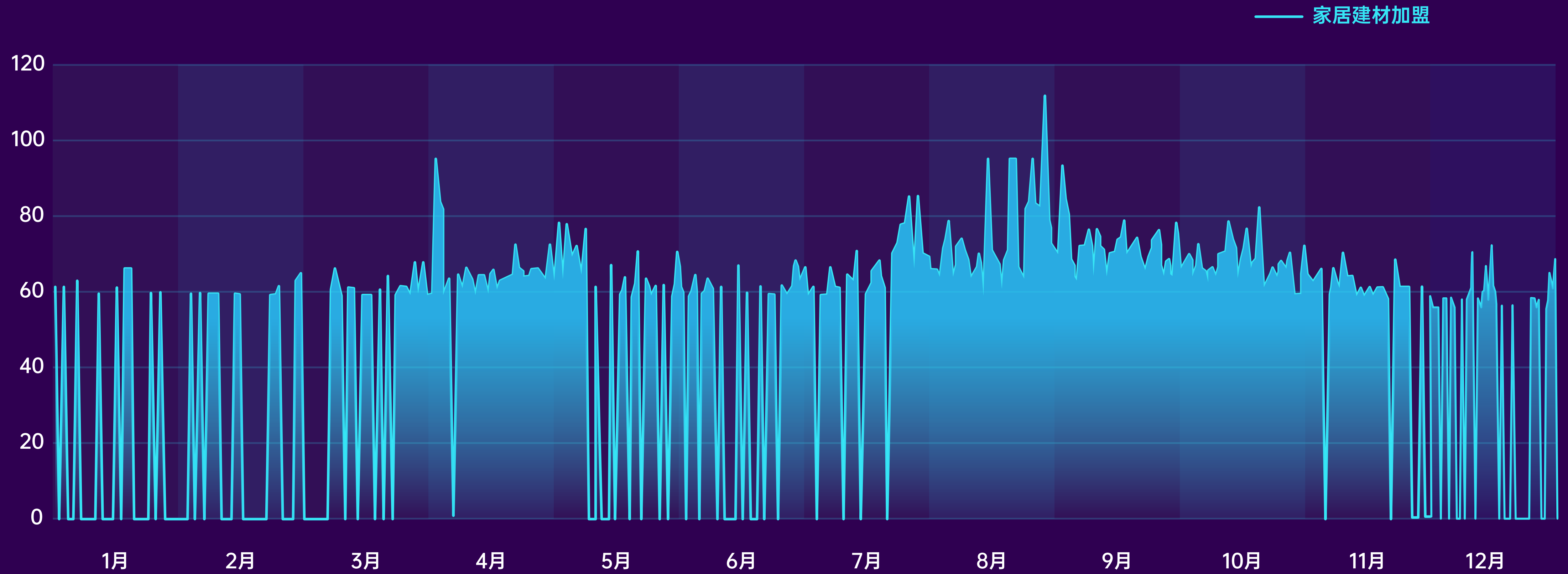
(本部分数据均来源于上市公司财报、各大财经网站相关上市公司财报报道)

2

2020年家居建材加盟 百度搜索指数变化趋势

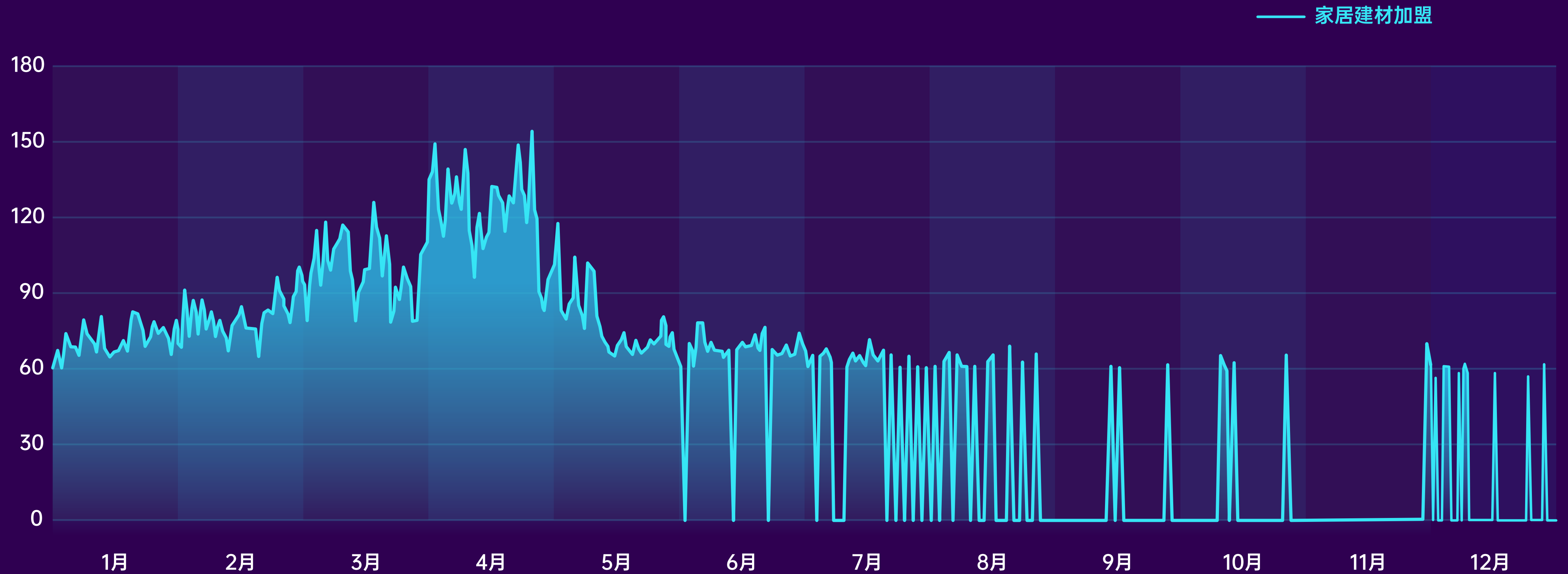


2020年家居建材加盟百度搜索指数变化趋势



PC端

2020年家居建材加盟百度搜索指数变化趋势



移动端

◆ 2020年，家居建材加盟百度指数情况与2019年基本持平，受疫情影响，企业及投资客相对谨慎。

注：本百度指数仅为某个关键词在百度的搜索规模情况，因地域、时间段不同稍有差异，本数据仅供参考。

3

2020年地板行业 热词解读

对于地板行业来说，准确在危机中洞见行业发展命脉，是实现逆势转型、乘风破浪的重要基础。2020年地板行业热词都有哪些，我们一睹为快。

新材料地板

进口地板

直播

地墙一体化

新材料地板

直播

进口地板

地墙一体化

地墙一体化

新材料地板

直播

进口地板

直播

热词解读：

2020年初，受疫情影响，地板企业的经营、招商、销售都受到严重冲击，很多企业纷纷开始尝试线上新玩法，直播俨然成了地板企业发展转型的一个新渠道，C端直播带货、B端直播招商，各种模式，好不热闹。根据中国联通发布的《直播终端参考报告》显示，2020年底，中国直播行业用户规模有望超6亿人。

相关动向：

C端卖货成常态

2020年，地板行业大部分企业都或多或少参与并组织了直播活动。从今年2月开始，直播成为家居卖场的重要获客方式。以居然之家、红星美凯龙为代表的家居卖场，用直播+同城站方式打通了流量壁垒，为线下卖场引流。数据显示，从2月到6月22日，居然之家累计直播超1万场、观看人次超千万、累计互动3742万次、累计直播3.8万小时。在五一期间，红星美凯龙全国各商场累计直播461场，观看人次973万，订单转化达50939笔。

3月6日，久盛实木地暖地板开启“全国联动·直播抢工厂”活动，总裁特供，红包豪礼，在疫情期间赚足了眼球，直播活动十分成功；

3月12日，安心地板开启“直播抢工厂·安心带回家”的线上直播活动，工厂老总亲临直播间，直播4小时，订单数破万；

3月18日，书香门地美学地板直播抢工厂大型全国联动促销活动拉开序幕，董事长卜立新亲临直播现场为消费者送福利，4小时内共吸引150万余人次在线观看，引导线上下订近2万单；



3月22日，生活家地板“超级直播惠”活动在生活家中山总部举行，直播间最高同时在线观看人数超过110万，最终实际下单13537单，成效显著；

3月28日，直播抢工厂——联丰地板荣耀36年厂庆大促隆重开启，百万豪礼，千万让利，实实在在给消费者优惠；

4月19日，大艺树地板超级直播购活动正式开启，直播间最高实时在线观看人数超过80万，最终下单量超5000单；

4月25日，大卫地板举办首届总裁特供直播抢工厂的线上直播活动，在线秒杀，多重优惠，整体活动得到市场认可，直播完美收官；

6月5日，大友地板开启“总部直播让利·工厂大放价”的直播抢工厂活动，下单送礼，特价秒杀，直播红包雨，各种优惠得到众多消费者参与，成绩喜人；

6月21日，康辉地板“直播抢工厂”活动盛大举行，线上线下同步发售，巅峰让利的优惠吸引大批消费者前来抢购，效果十分可观；

11月21日，大自然地板开启“明星带你抢工厂”活动，联手运动明星张继科、田亮进行全国直播，送出多重豪礼，风头一时无两；

如今，直播带货已经成为目前大家追捧的消费方式，也成为企业常态化营销手段，无论企业大小，C端直播必不可少。



B端招商加盟成新宠

2020年初，受疫情影响，地板企业停工停产、展会延期，招商按下“暂停键”，线下招商会无法召开，借助直播形式进行招商成为企业完成年度招商任务的必然选择。

2020年，中华建材网携旗下13大门户网站，立足企业招商困境及加盟商加盟困难现状，致力于实现“足不出户，干好招商”的现实目的，为企业打开招商新通路。在原有【探厂·报告派】的产品基础上，新增【直播·加盟汇】产品，采用线上视频直播新形式，帮助企业实现招商信息全网覆盖，助力加盟商足不出户考察新项目。

2020年，中华建材网携旗下13大门户网站，共计进行89场线上直播类招商，涉及8个行业、154个企业，累计吸引534万人次观看，成功助力品牌签约4551个优秀加盟商，成绩斐然。

4月22日，莫干山地板联合中华建材网开启【直播·加盟汇】线上招商活动；

5月12日，肯帝亚超级地板联合中华建材网开启【直播·加盟汇】线上招商活动；

5月22日，康辉地板联合中华建材网开启【探厂·报告派】线上招商活动；

6月16日，林昌地板联合中华建材网开启【直播·加盟汇】线上招商活动；

6月19日，“天格实木地板2020云直播超级招商会”于DOMOTEX asia平台隆重召开；

7月20日，肯帝亚超级地板再次联合中华建材网开启【直播·加盟汇】线上招商活动；

12月16日，生活家地板开启“聚势地材·赢领未来”全国直播招商峰会，成效显著，全年内开启三场直播招商，都取得了不错的招商效果。



前景解读：潜力无限 宜多尝试

直播是企业实现线上营销、招商的一种难得的形式，通过直播，消费者、加盟商能够足不出户，与企业直接互动、即时沟通，可以更直观、更全面地了解企业实力；企业也可以通过实时反馈的机制，能够更好地刺激消费者、加盟商做决策。从基于广告、代言逐渐积累曝光和信任，到直接基于直播平台、媒体的公信力进行卖货或招商，进一步优化了生态链路。

作为一个高效工具，直播招商用数字化手段连接厂家和天南海北的加盟商群体，让招商宣传推广得更快、更远，为地板品牌招商提供更大的助力，这一点已得到充分的验证和共识。毫无疑问，“直播”显然不是一时热度，已经成为地板企业营销及招商的重要组成部分，未来只会有更多的直播形式和参与方式，让我们拭目以待。

地墙 一体化

热词解读：

顾名思义，地墙一体化就是地面和墙面的铺装更加整体化；地板行业的这个新趋势，可能将给瓷砖等传统品类带来新的挑战，是地板企业扩充产品线，增加利润空间的有效途径之一。

相关动向：

7月20日，肯帝亚超级地板“地墙一体化·财富新风口”夏季合伙人计划来袭，聚焦地墙一体化，先人一步抢占地墙整装行业未来新机遇，助力加盟商把握财富新风口！

7月30日，大自然家居地墙一体化白皮书发布媒体交流会在广东顺德召开。全国十多家主流媒体受邀走进大自然家居总部，共同见证大自然家居发布行业首个白皮书——《大自然家居·地墙一体化白皮书》。

8月31日，“地墙一体化”成果发布暨概念展在第22届上海地材展举行。扬子地板，生活家地板，乐迈地板，创意玩家地板，大自然地板，德尔地板，菲林格尔地板，肯帝亚超级地板，南京林业大学，乐得仕软木地板，圣象地板，天格实木地板，赞柏地板，世友地板，中国林业科学院木材工业研究所等十五家成员单位一起，共推地墙一体化定制共性技术研究项目。

10月23日，长沙未来城市品质家居产业博览会正式召开，圣保罗地板在展会期间正式发布了SPC系列的地墙一体化新品，吸引了众多加盟商前来咨询考察，得到业界的广泛好评！

11月11日，圣象集团有限公司和创意玩家（中山）家居有限公司战略合作签约仪式在圣象集团上海总部圆满成功，它标志着家居界“地墙一体化”合纵连横进入实质性阶段。



前景解读：乘风而起 前景可期

“地墙一体化”的趋势其实早在几年前就有不少企业开始尝试了，但并未形成较大的风口。今年疫情期间，很多地板企业的发展受阻，寻求新的发展道路成了大家一致的想法，“地墙一体化”以其更大的铺装面积和更多元化的利润空间，能有效地为地板企业及加盟商带来更多增长途径；相信经过2020年的沉淀，“地墙一体化”会被更多的地板企业及家装消费者所认可，前景可期！

新材料 地板

热词解读：

在传统地板行业，多以木材为主料，但随着环保高要求以及可持续发展的理念深入人心，零甲醛、更环保的新材料地板（包括了SPC地板、WPC地板、CSPC地板、石晶地板等），逐渐得到业界认可，也成了很多企业扩展发力的方向。

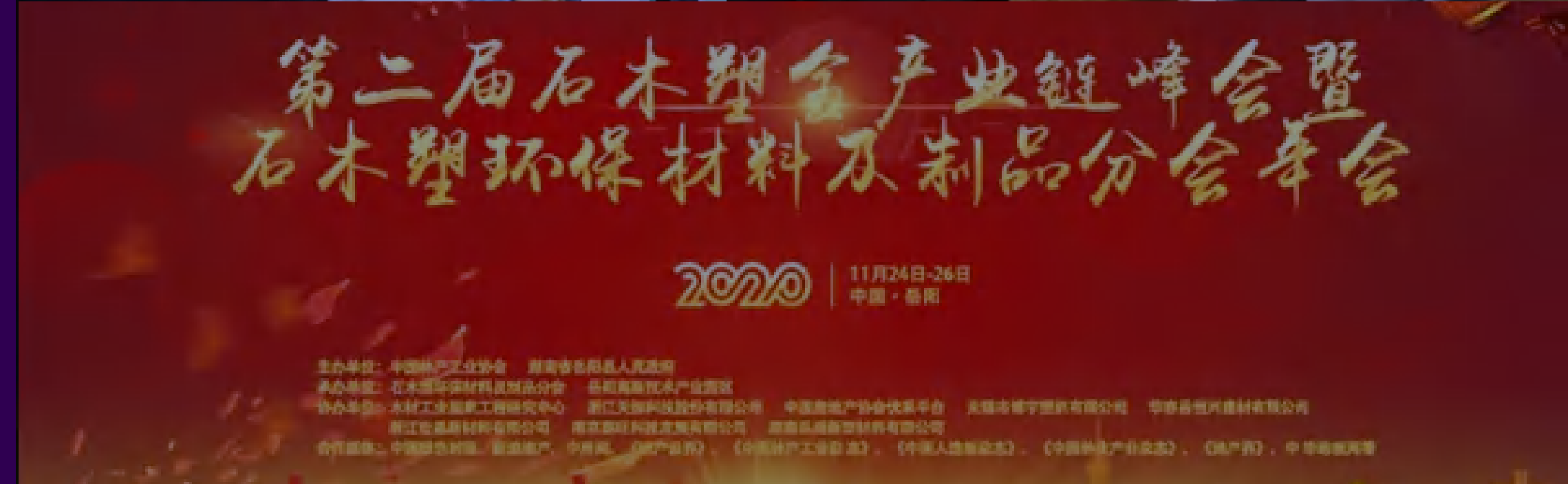
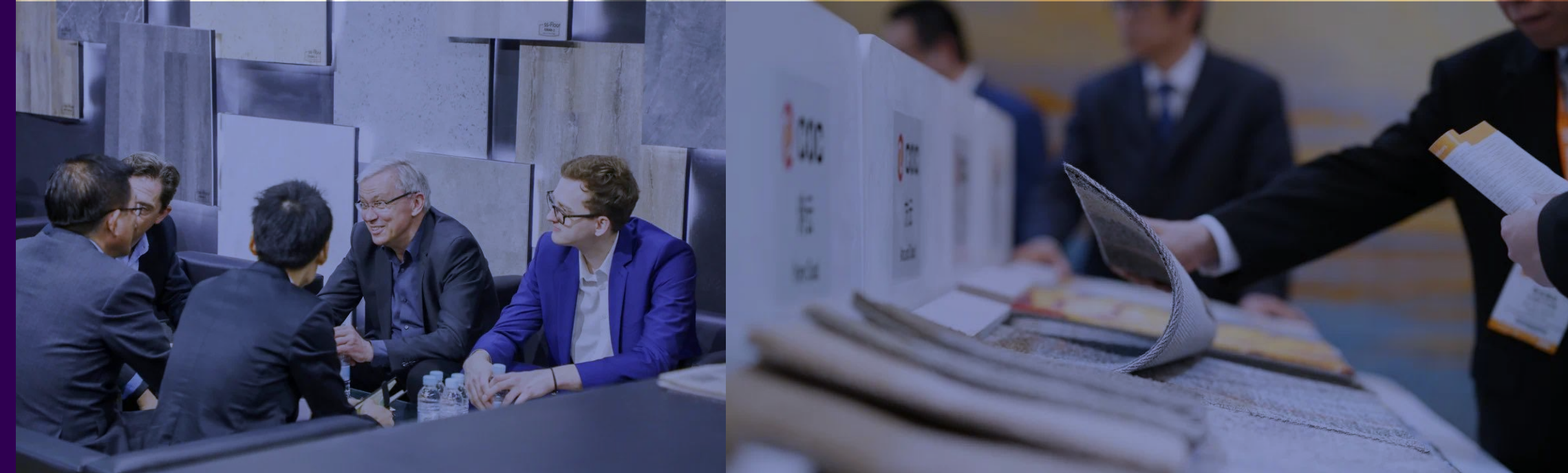
相关动向:

8月31日, 在第22届上海地材展上, DOMOTEX asia亚太地材行业旗舰展联合中国林产工业协会石木塑环保材料及制品分会, 共同发起的《2020石晶地板(SPC)行业发展年鉴》, 正式进行全球首发, 向消费者更深入地展示石晶地板的特点和应用场景, 为消费者更好地普及了石晶地板, 推动中国石晶地板产业的快速发展。

8月31日, 在第22届上海地材展上, 乐迈石晶地板推出新一代石晶产品——天王星系列, 领先的防滑技术, 保证在灵活运动的同时大大增强地板表层摩擦力以及缓冲安全防护。

11月25日, 第二届石木塑全产业链峰会暨石木塑环保材料及制品分会年会在岳阳县盛大召开。来自石木塑全产业链的企业、科研院所、高等院校以及协会和政府负责人等300余名嘉宾齐聚一堂, 围绕行业发展新模式以及石木塑地板持续发展等话题, 展开深入分析和讨论, 致力推动石木塑产业行稳致远。会议期间, 富林地板品牌运营CEO和永裕地板工程部部长曾辉等均表示在未来会加大SPC地板的研发与推广, 为消费者提供更优质的产品和服务。

12月15日, 肯帝亚在江苏丹阳总部举行了以“硬科技.赢未来”为主题的新品发布会。肯帝亚研发团队围绕“健康”家居的时代要求, 经过反复实验, 克服了重重困难, 研发出了最新一代“硬科技”CSPC高光超级地板。



前景解读：市场空间大 发展需规范化

虽然说新材料地板在很多方面有着不错的优势，比如零甲醛，易安装，弹性好等等，但是在家居体验感上，新材料地板与木地板还是存在一些差距，所以在未来的很长时间内，将会是木地板与新材料地板并存的状态。同时，由于新材料地板的品类名称不太清晰，导致消费者认知混乱，分不清各种新材料地板的区别及特色，这还需要行业进一步规范发展，才能逐渐沉淀成地板行业的一大重要品类。

进口 地板

热词解读：

为了丰富国内消费者的家居生活环境，近年来，不少地板企业开始引进国外的地板品牌，把国际上的优秀产品带入中国，为消费者提供更丰富的家居生活，这也是迎合国内消费者多元化需求的重要途径。

相关动向:

2020年, TEKA特佳地板加快了发展脚步, 在北京设计了整栋别墅的大型展厅, 而且在天津建成了万余平方米的仓储中心, 加盟店的扩展取得了良好成效。

10月初, 中华地板网进行了为期两周的北京地区地板市场的走访考察活动, 为加盟商严选好品牌。根据了解, 欧洲之家原装进口地板、德合家地板、TEKA特佳地板等进口地板企业, 虽然有疫情影响, 但全年的发展依旧是稳中有增, 涨势喜人。

12月3-6日, 以“快乐PLAY”为主题的2020广州设计周圆满召开, 必美地板携众多进口地板产品高调亮相, 欧洲12大典范地板品牌汇聚于此, 更有必美地板x意大利国宝级设计师Marco Piva高定家具全球首发, 打造峰层奢居, 勾勒一代精英生活范本。



前景解读：受政策影响大 有一定市场空间

国家贸易政策对进出口业务的发展有着较大的影响，尤其是在国际形势不明朗，以及海外疫情未得到根本控制的当下，进口地板的前景被蒙上了一层阴影，但正所谓物极必反，被压抑的市场需求，在放开后也将形成反弹，进口地板的未来市场空间较大，是企业多元化发展，增加营收途径的重要渠道！



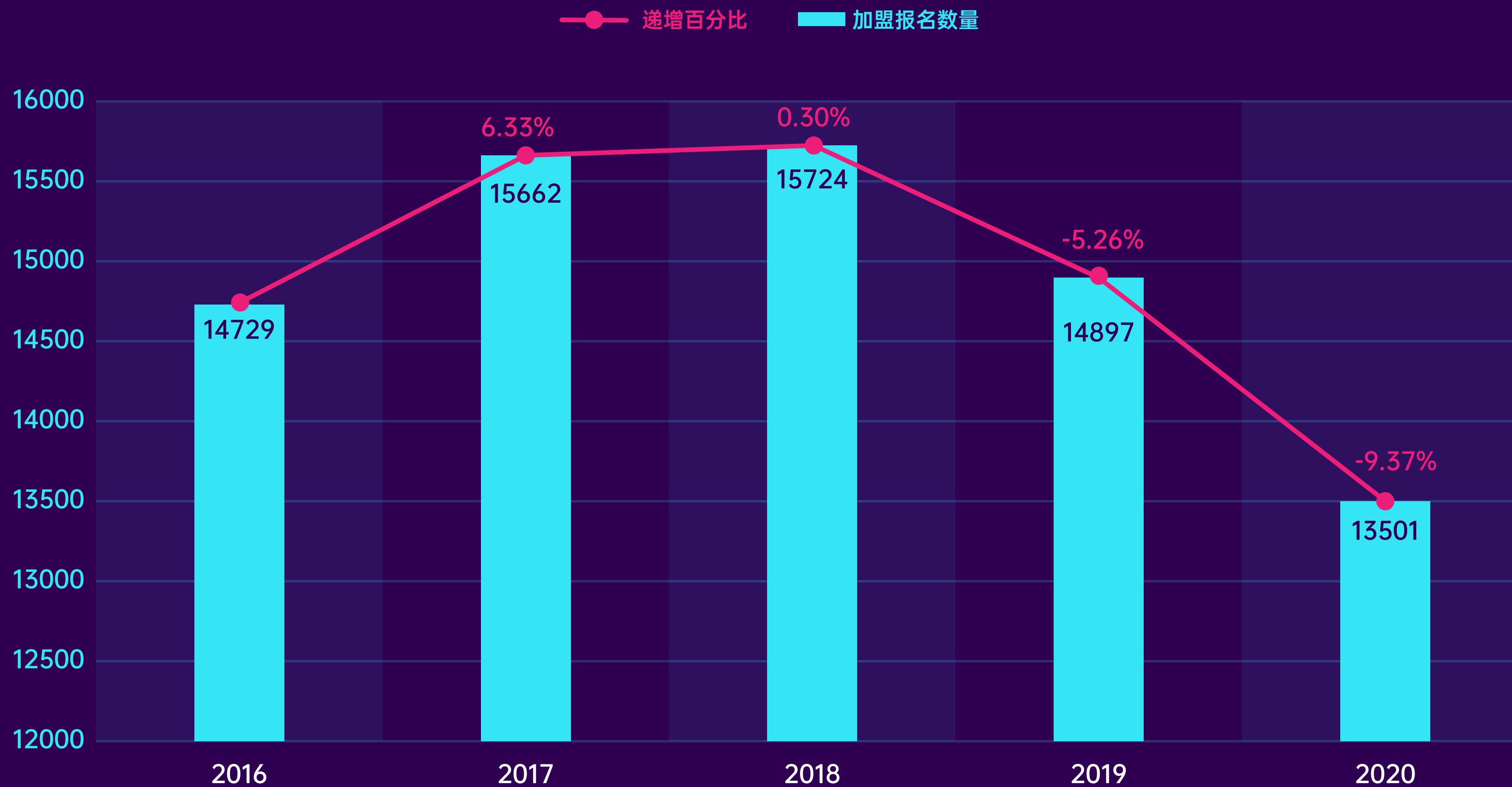
行业加盟指数报告

招商加盟大数据报告



2020年地板行业 加盟整体情况分析

地板行业近5年加盟报名递增情况

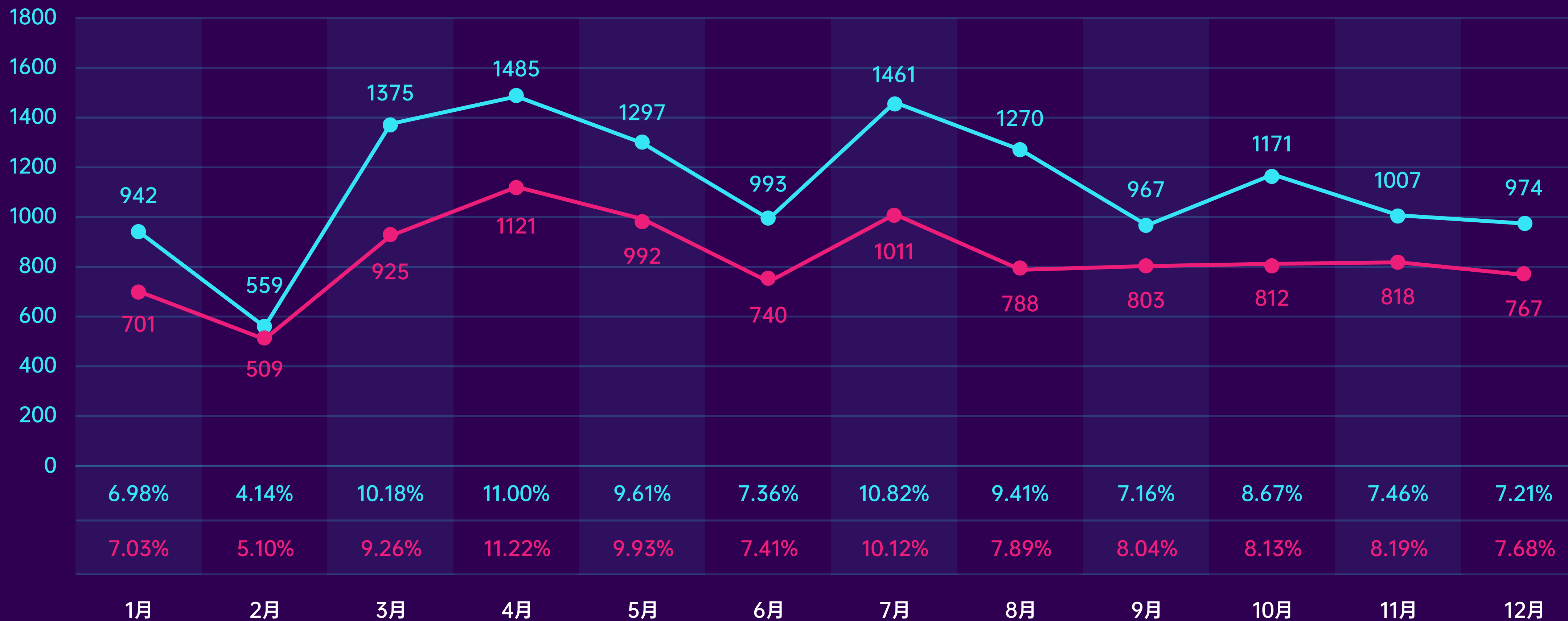


◆ **关键词：延续负增长**

受疫情影响以及行业趋势，地板行业近两年的加盟报名数量都出现负增长，2020年在疫情的影响下，加盟报名降幅达到9.37%，加盟商的投资显得更加慎重。

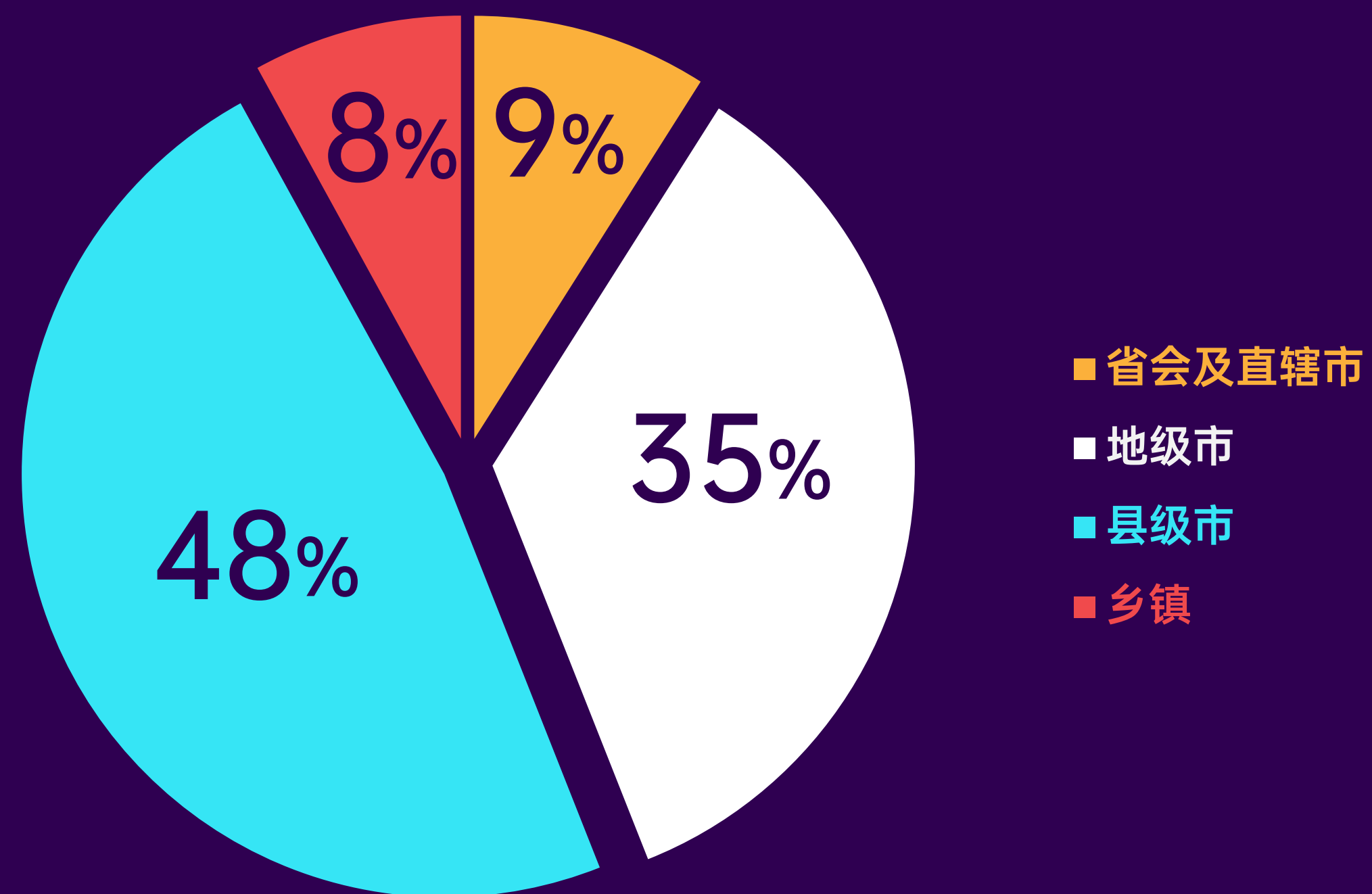
2020年地板行业加盟代理数据月度分析

● 意向加盟商数量 ■ 意向加盟商数量年度占比 ● 精准加盟商数量 ■ 精准加盟商数量年度占比



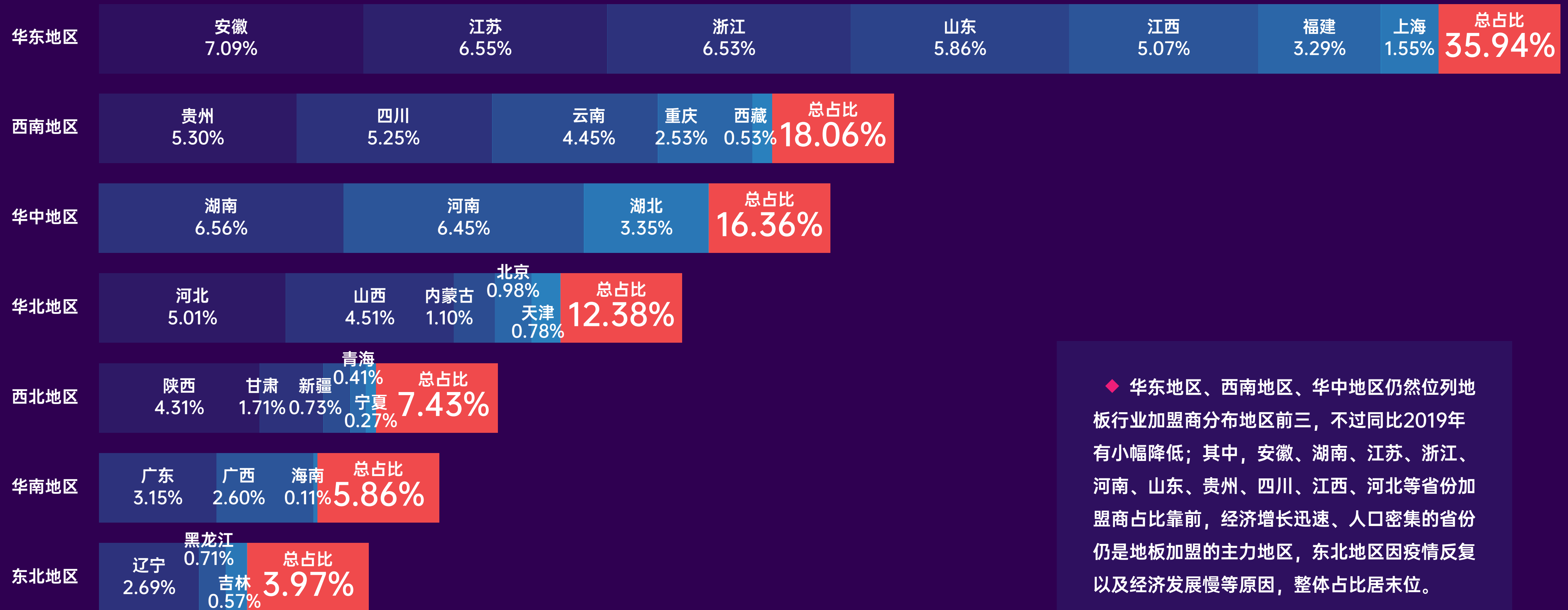
◆ 受疫情影响，2020年2月意向加盟商数量和精准加盟商数量居全年最低，在4月份疫情得到控制后，再加上线上直播火热的情况，意向加盟商和精准加盟商数量迎来爆发。7月份开始，各种行业大会及展会的陆续召开，为行业发展注入强心剂，加盟商数量保持稳定，整体发展较为可观。

2020年地板行业加盟商意向代理级别情况



◆ 在地板行业加盟商意向代理级别中，县级市占比近五成，可以预见未来几年内，渠道下沉仍然是地板行业渠道拓展的重头戏。

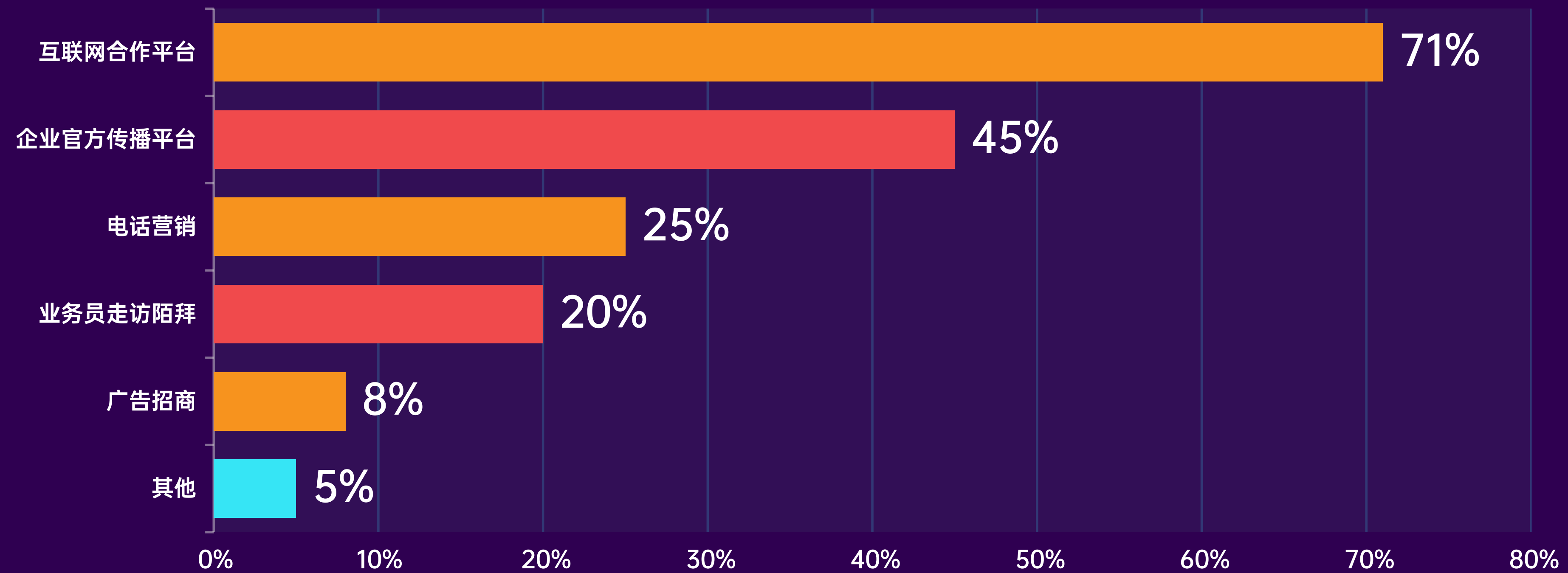
2020年地板加盟商区域分布情况



◆ 华东地区、西南地区、华中地区仍然位列地板行业加盟商分布地区前三，不过同比2019年有小幅降低；其中，安徽、湖南、江苏、浙江、河南、山东、贵州、四川、江西、河北等省份加盟商占比靠前，经济增长迅速、人口密集的省份仍是地板加盟的主力地区，东北地区因疫情反复以及经济发展慢等原因，整体占比居末位。

2020年地板加盟信息来源情况分析

非闭环数据



◆ 互联网合作平台是地板行业加盟信息的主要来源，其次为企业官方传播平台。

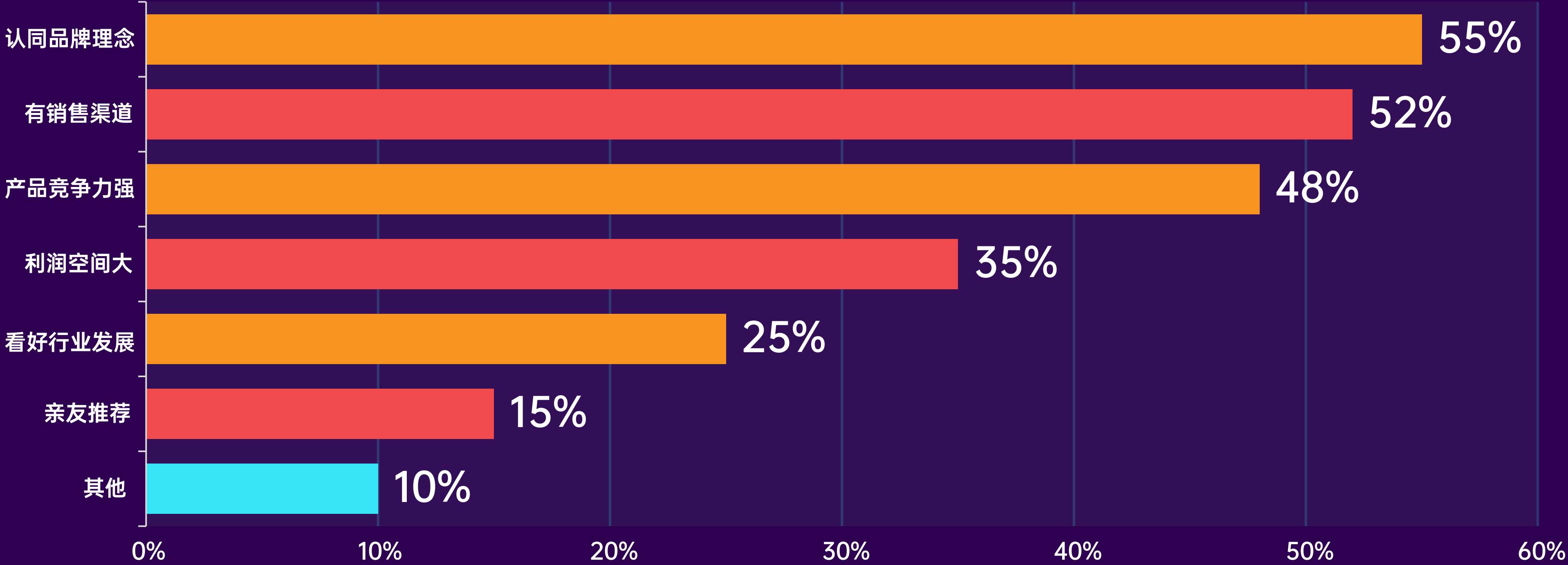


2020年地板行业

加盟商投资原因及条件分析

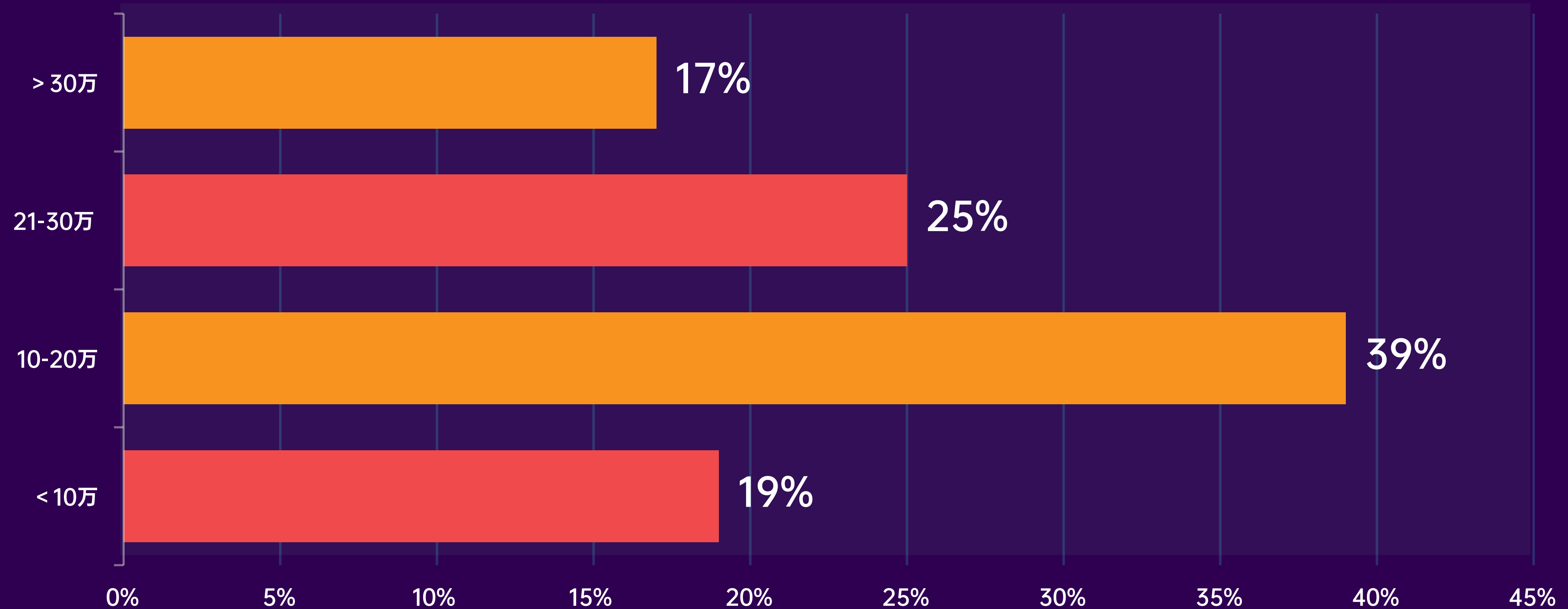
2020年加盟地板行业人群投资动机分析

非闭环数据



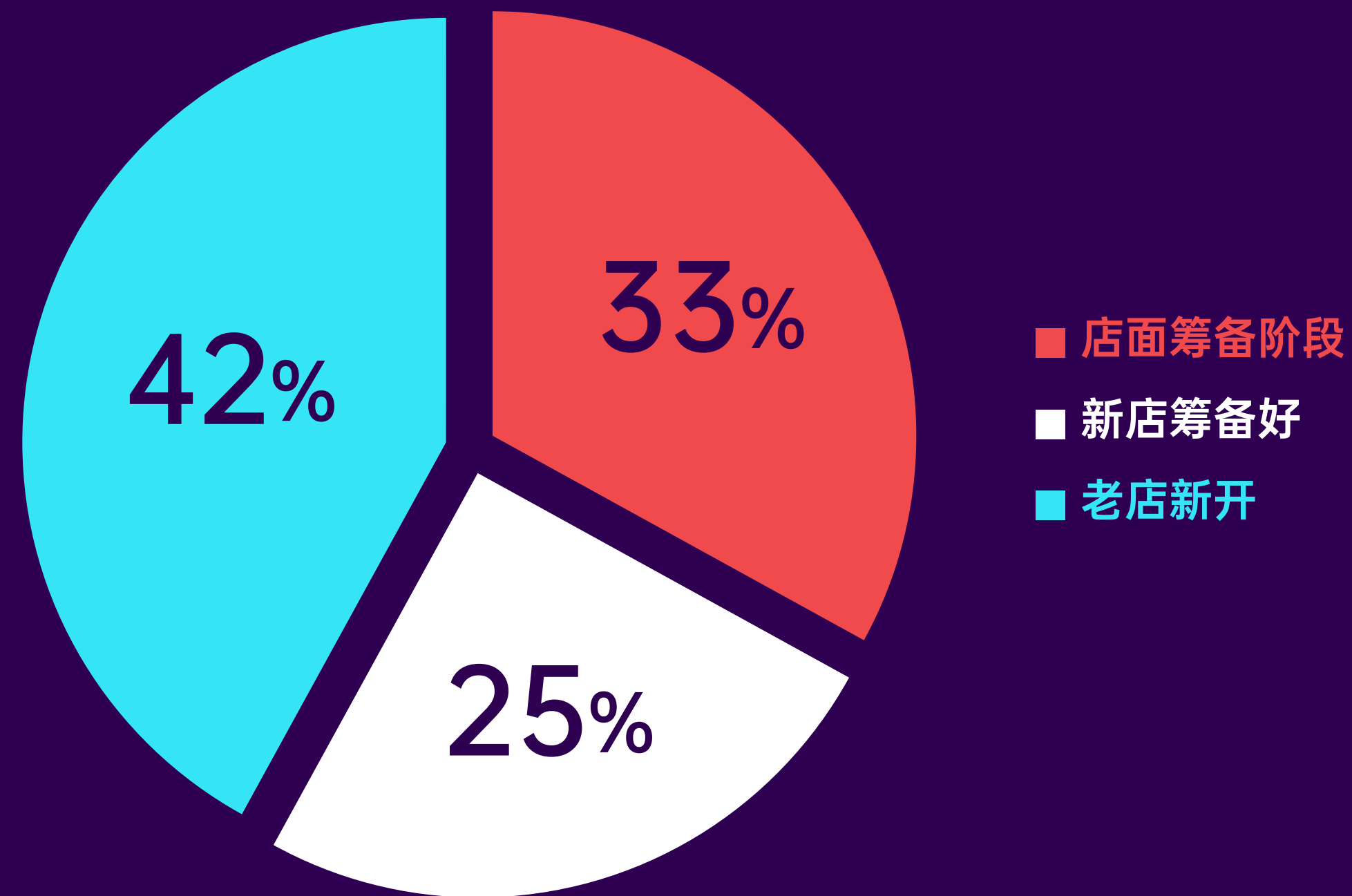
◆ 对于地板行业投资人群来说，认同品牌发展理念和有销售渠道，是加盟商投资加盟的重要动机。

2020年地板行业加盟商投资能力分析



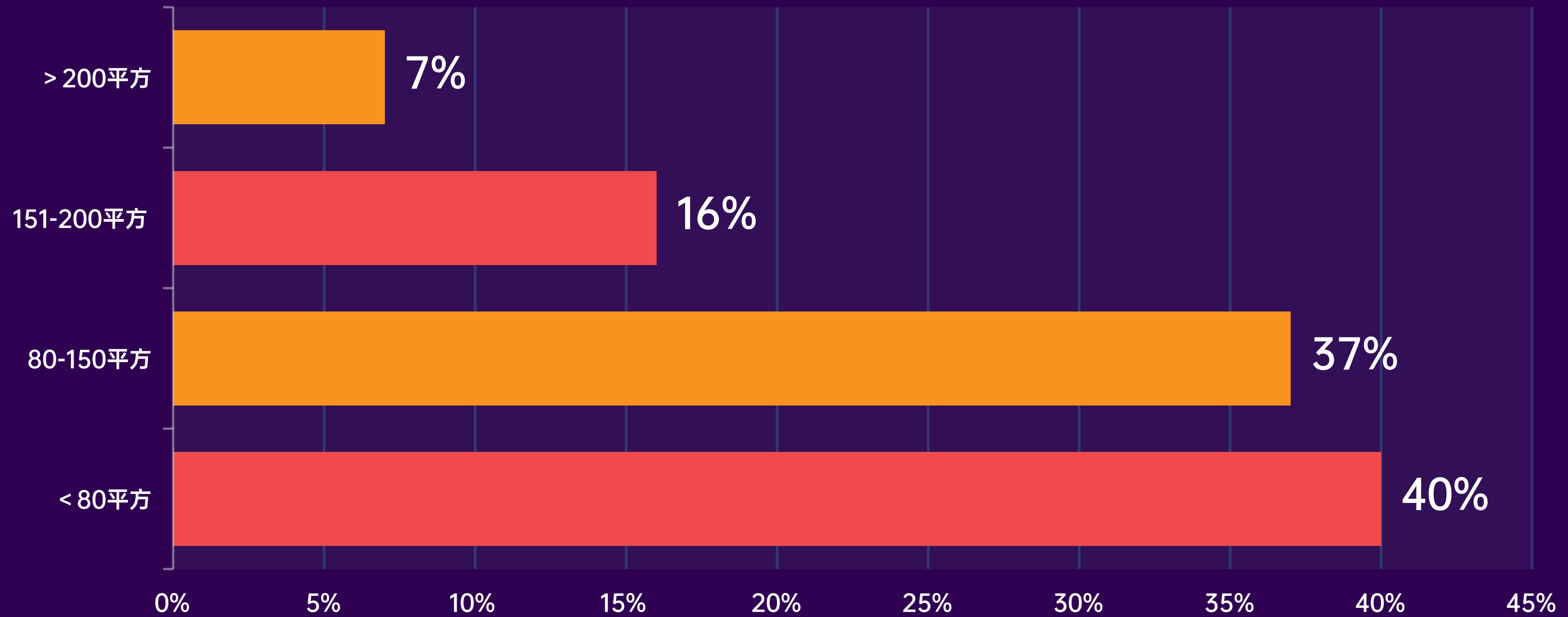
◆ 地板行业投资金额占比最高金额段在10-20万，占比39%，投资成本在整个家居建材行业来说，并不算高，低成本投入是主旋律。

2020年地板行业加盟商店面筹备情况



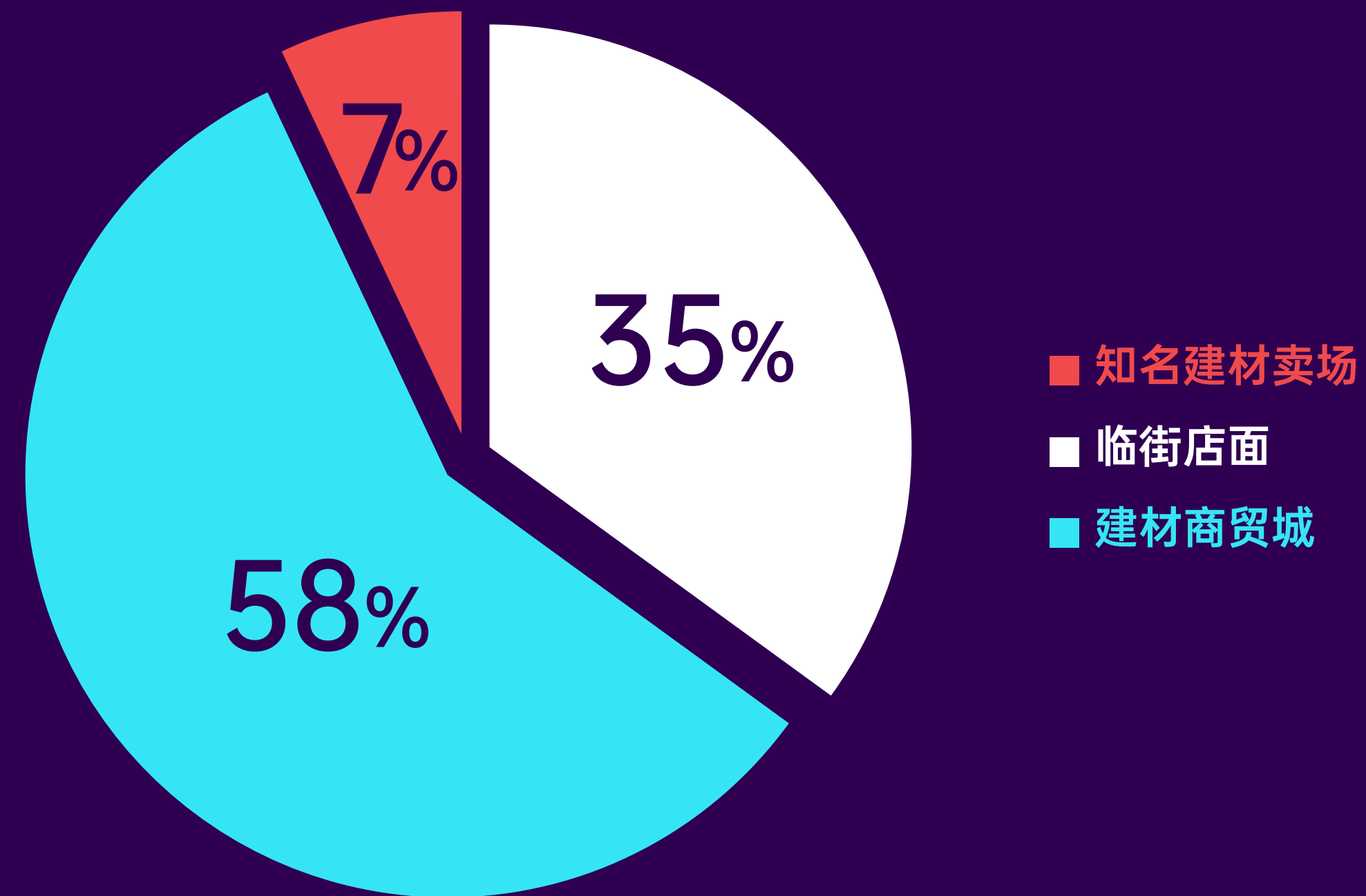
◆ 42%的地板行业加盟商属于老店新开，经营多年的店面需要重新设计装修，才能更符合行业及时代的变化，适应当下的消费需求，为客户提供更好的体验感，同时也体现了地板行业加盟商的质量越来越高！

2020年地板行业加盟商店面面积情况



◆ 40%的地板行业加盟商面积小于80平方，小店面在行业比较普遍。

2020年地板行业加盟商门店位置分析

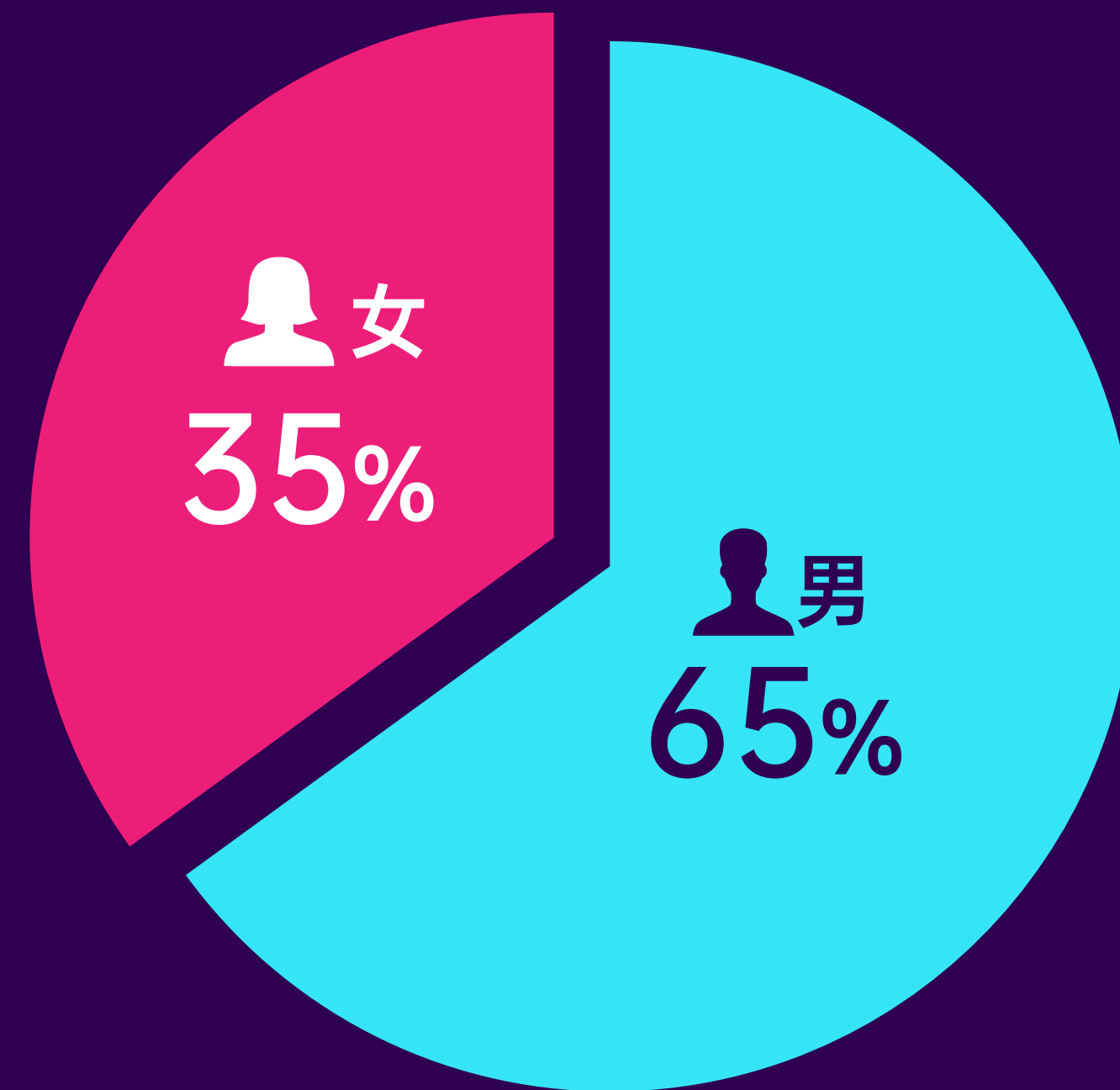


◆ 建材商贸城依然是地板行业加盟商开店的主要位置，占比近6成；知名建材卖场的占比不到一成。

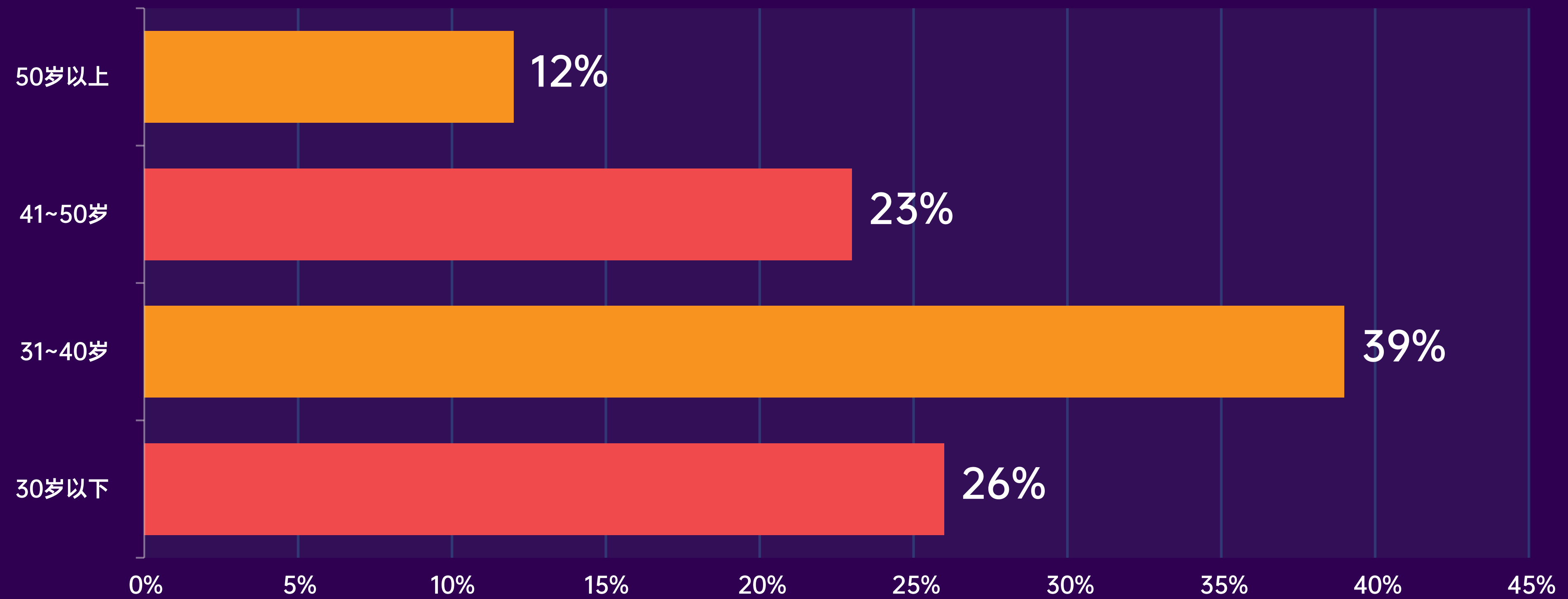


2020年地板行业 加盟商人群画像

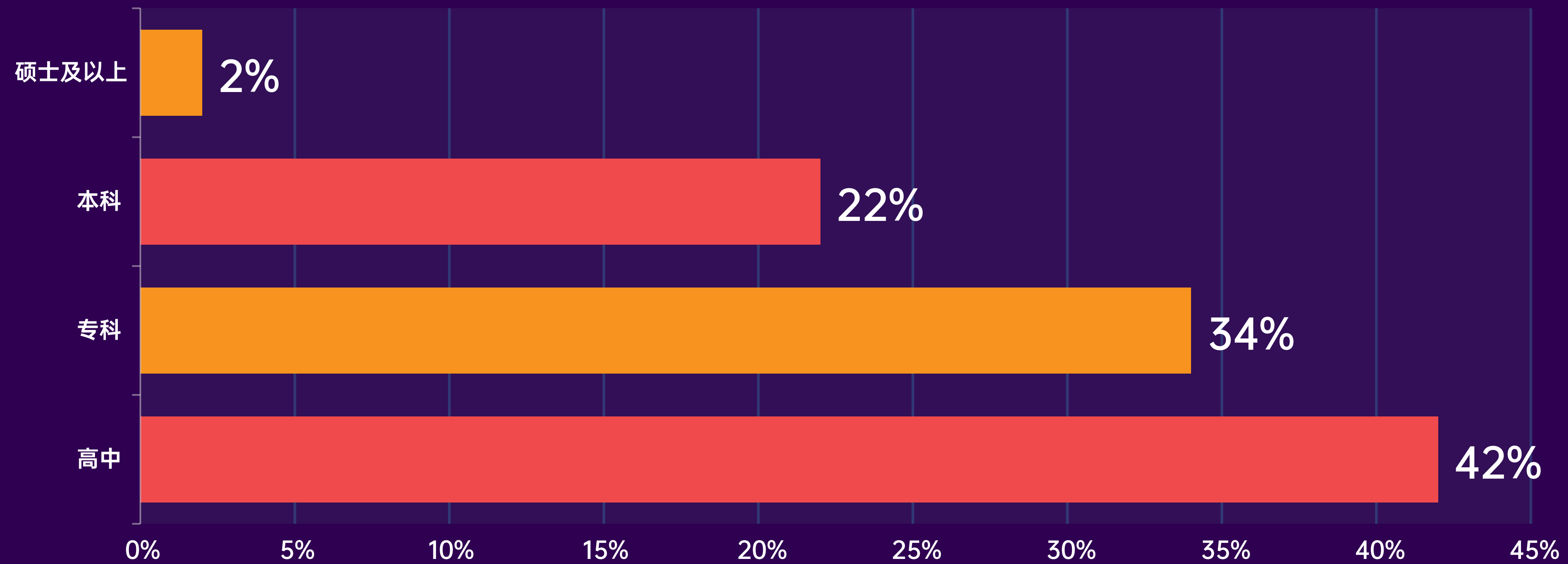
2020年地板行业加盟商性别比例分析



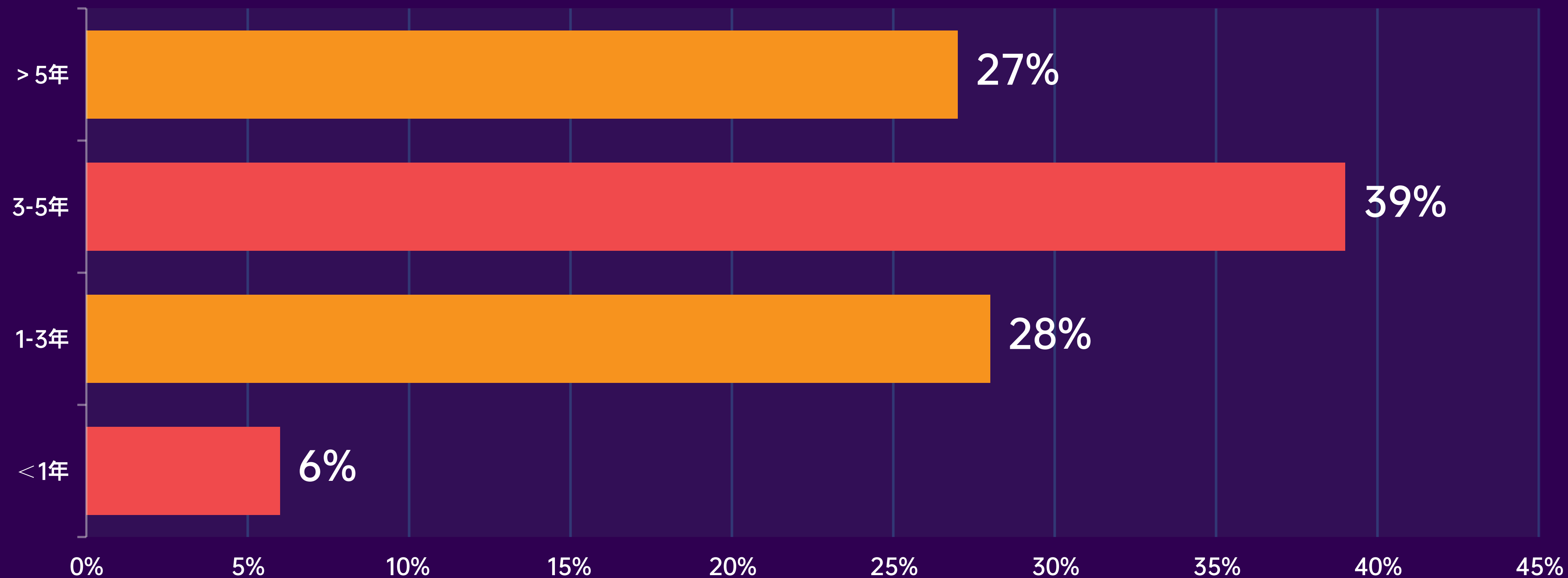
2020年地板行业加盟商年龄分布情况



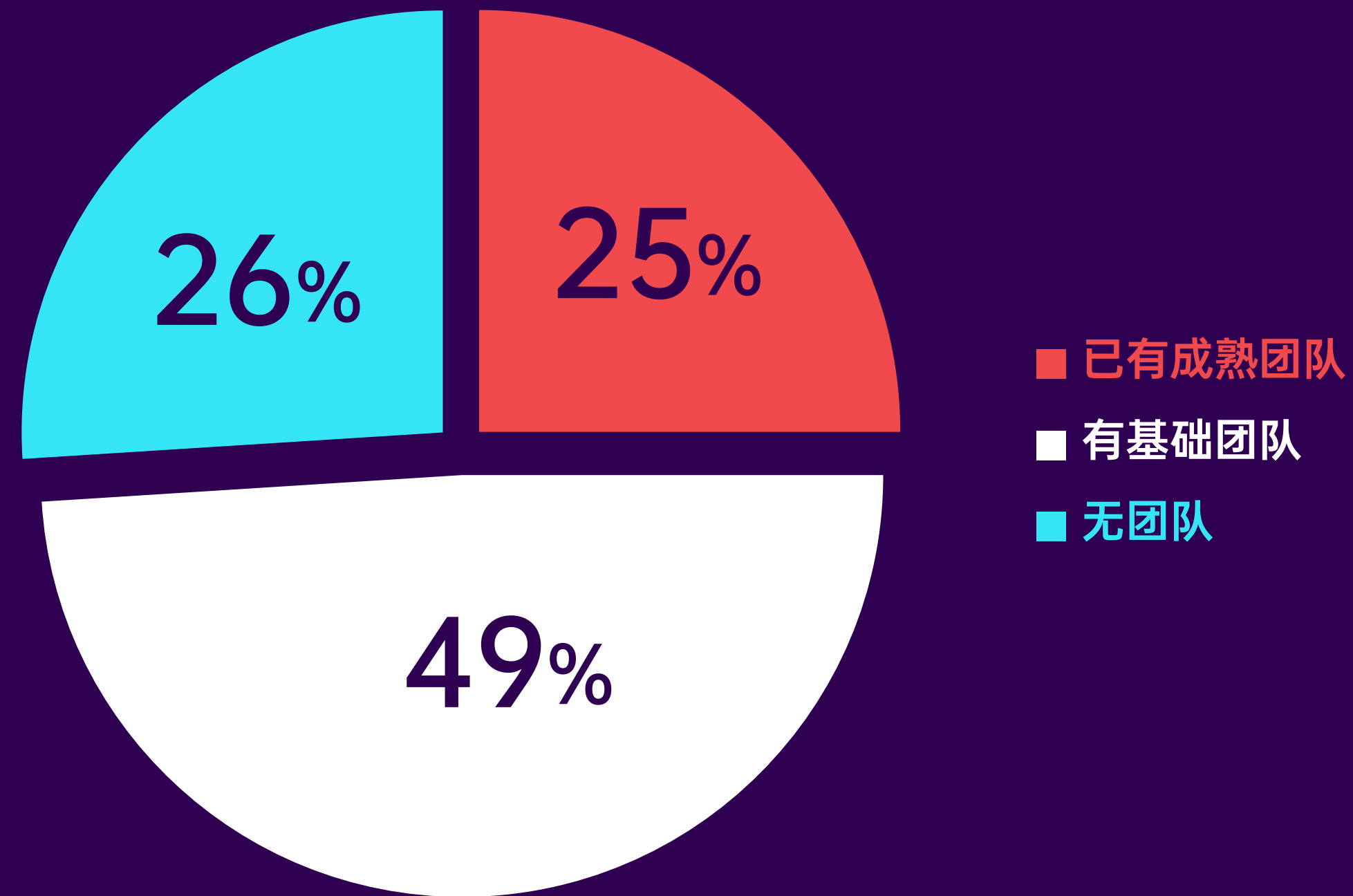
2020年地板行业加盟商学历分析



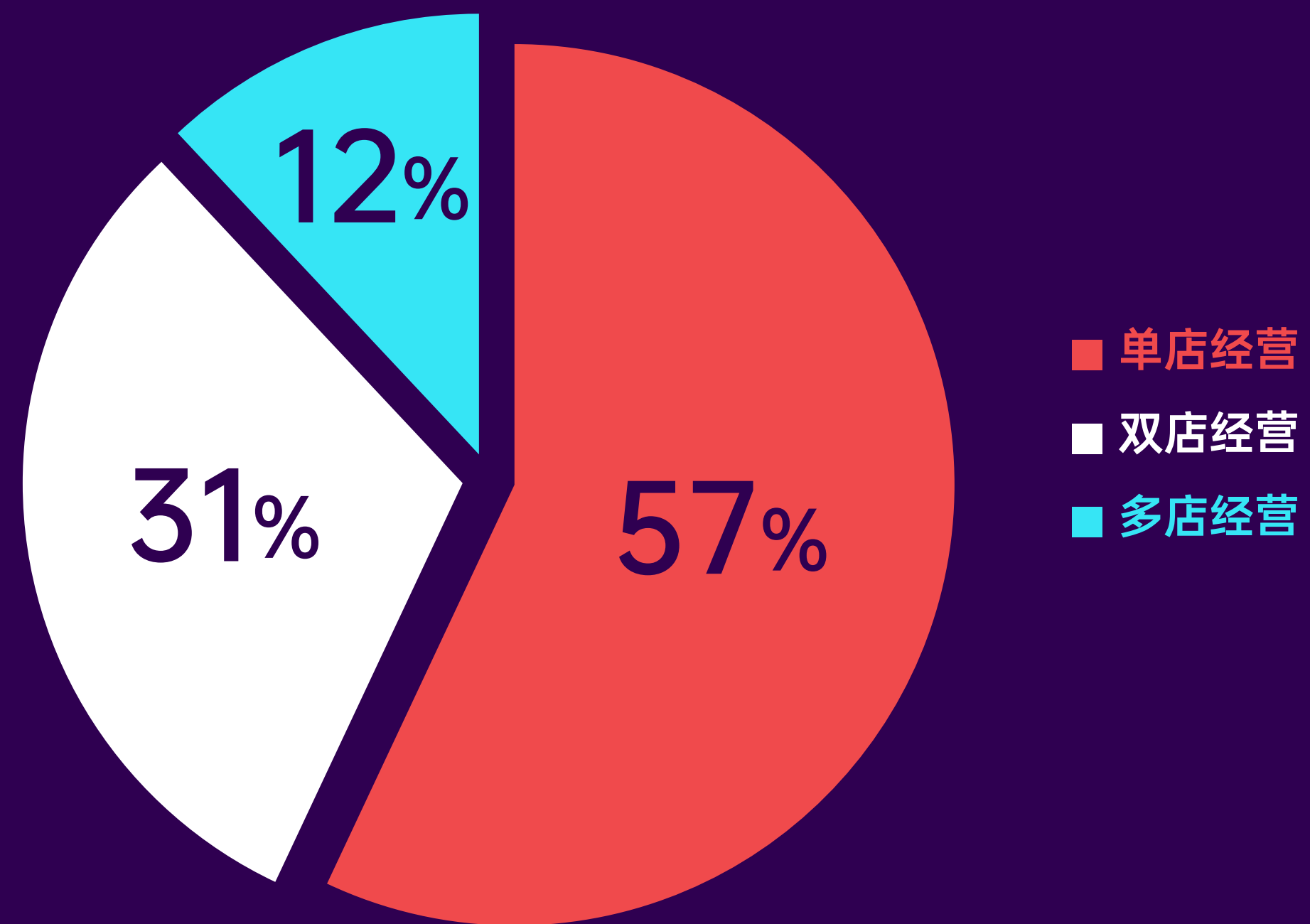
2020年地板行业加盟商经验年限



2020年地板行业加盟商团队情况



2020年地板行业加盟商历史经营店面情况





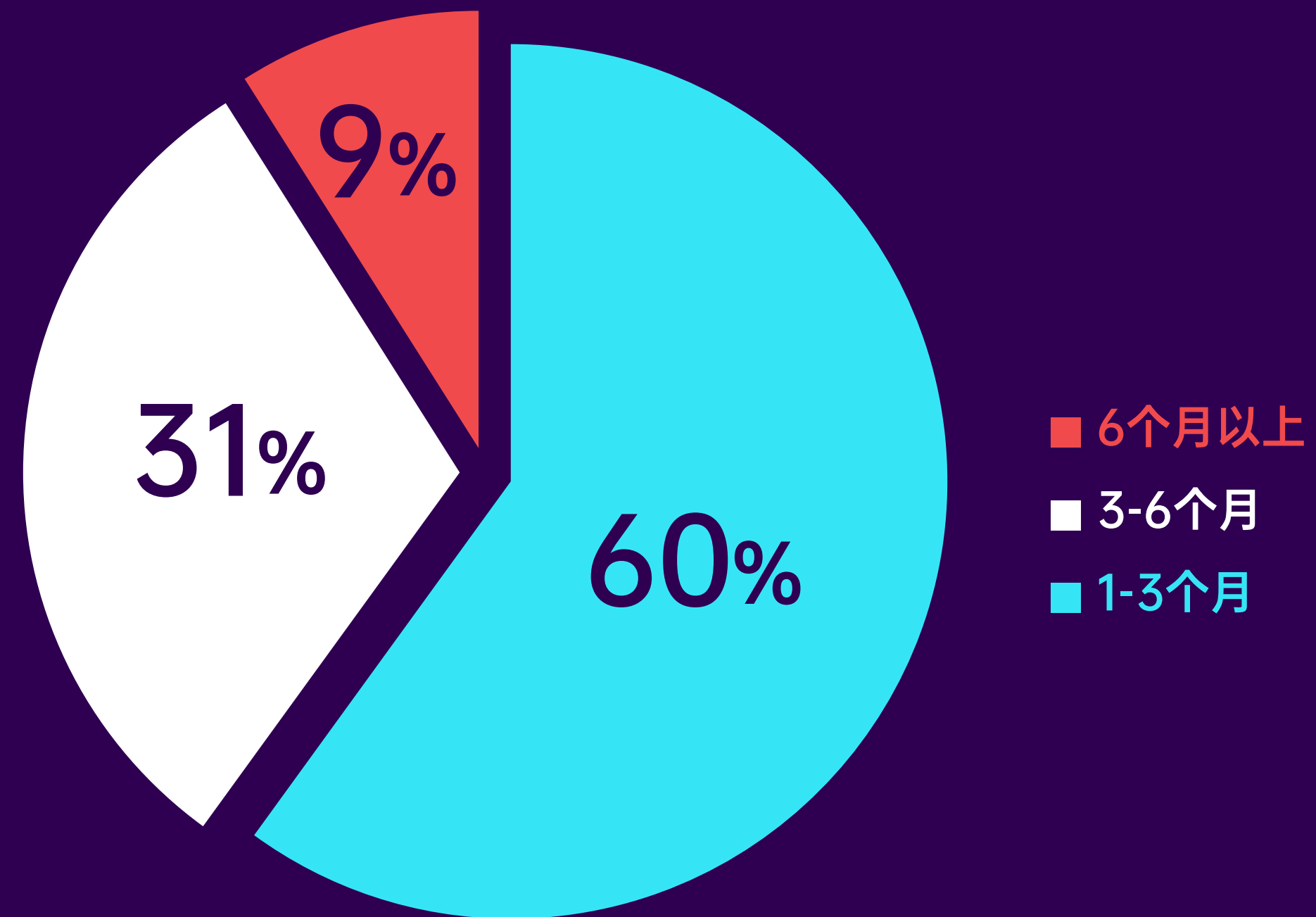
◆ **关键词：男性，80~90后，
懂市场且有一定沉淀，团队作战**

男性仍然是加盟地板行业的主体；他们多数年龄在30~40岁之间，学历并不算高，高中毕业的占据42%，但是他们有着更丰富的行业经验，大多数在3年以上；且有着一定的团队基础，其中超半数采取单店经营的模式。



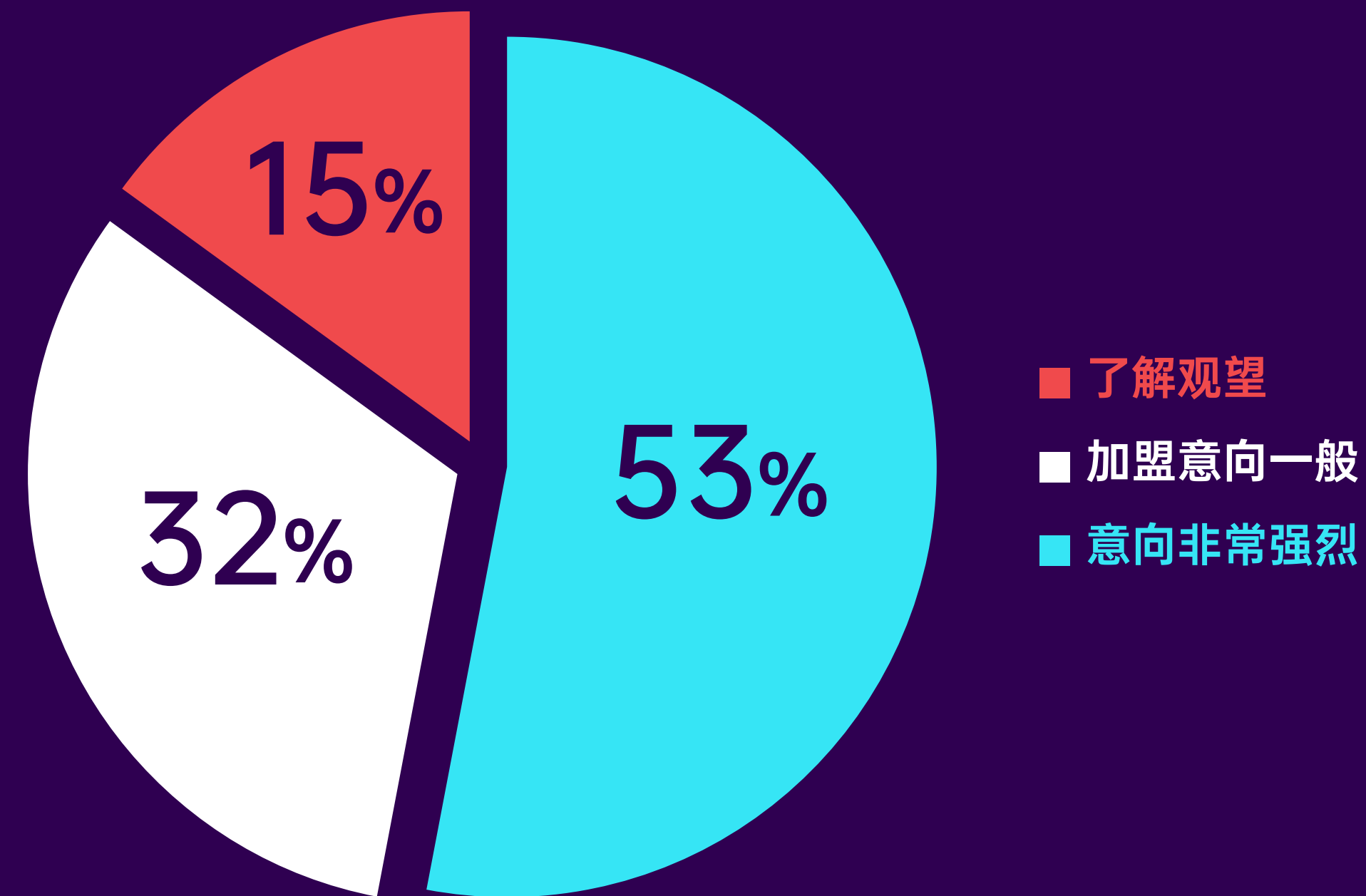
2020年地板行业 加盟商投资进程及经营情况

2020年地板行业加盟商开业周期分析



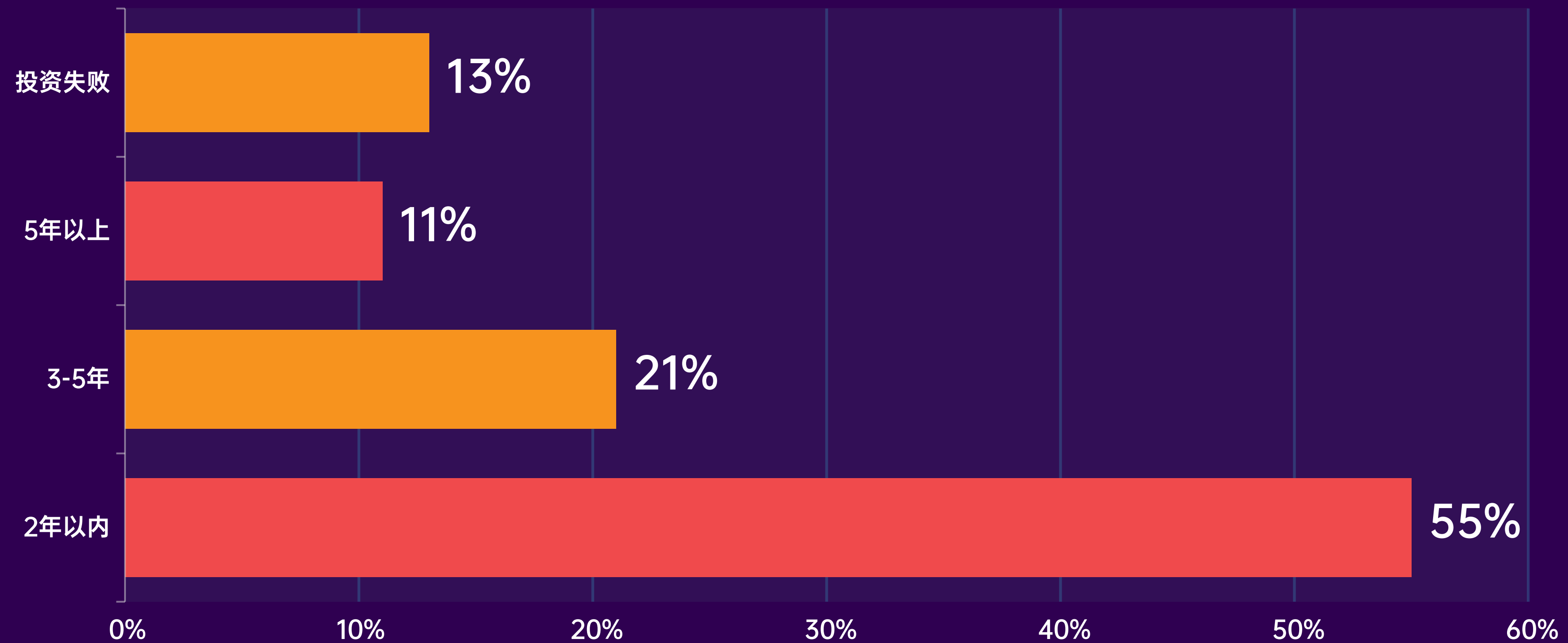
◆ 快速开店是地板加盟的一大显著特征，六成的加盟商会在确定品牌后3个月内开业，效率十分高。

2020年地板行业加盟商开店意愿度 (报名咨询项目初期)



◆ 在报名咨询项目初期，超半数地板加盟商目的明确，开店意向非常强烈。

2015-2020年地板行业加盟商盈利周期分析



◆ 2015-2020年地板行业加盟商2年内实现盈利的占比超过一半，足以说明地板行业是一个投资周期短，投资回报快的行业；投资失败的比例仅有13%，行业有着较高的发展前景！

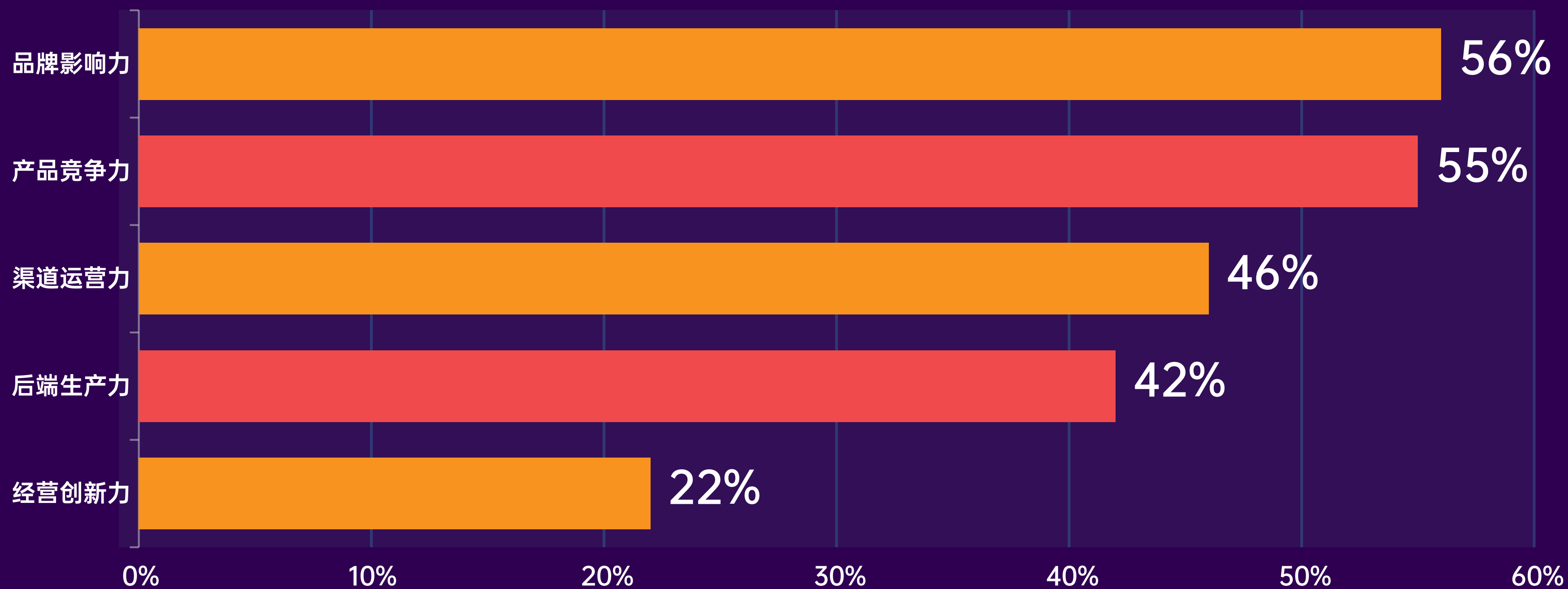


2020年地板行业

加盟商选择品牌核心要素分析

2020年地板行业加盟商选择品牌加盟综合情况

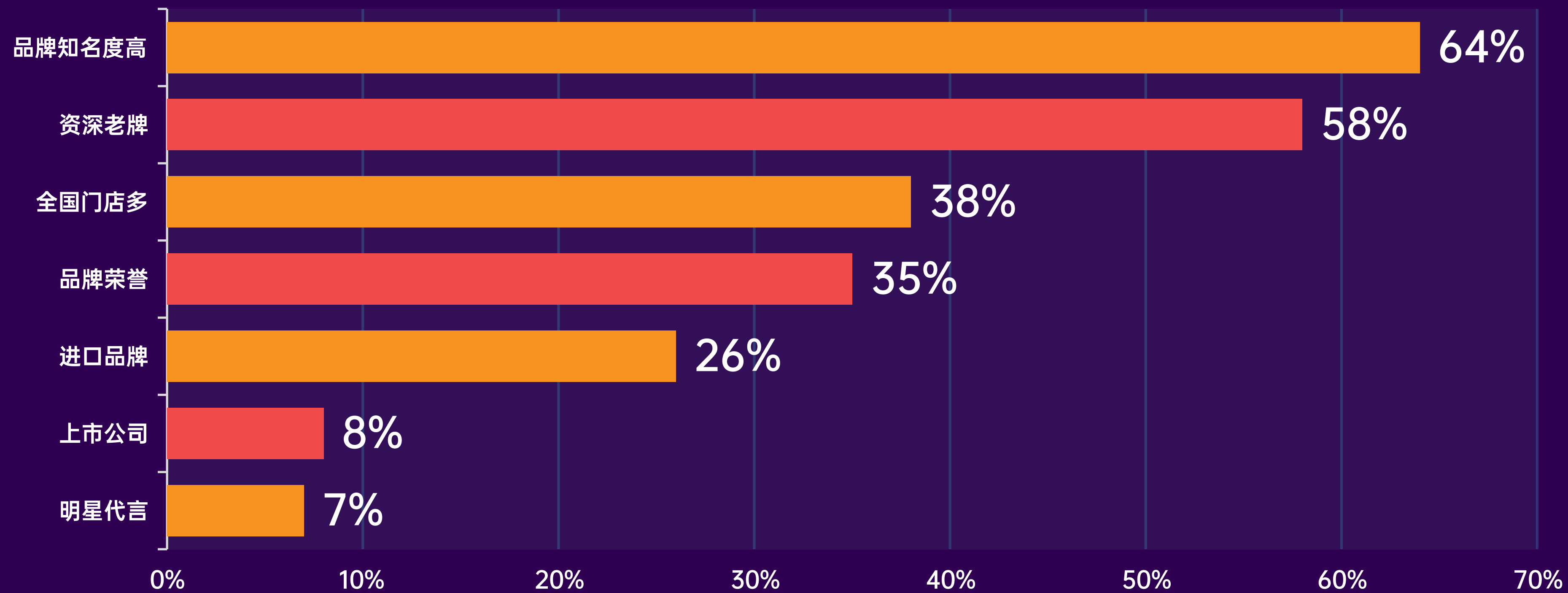
非闭环数据



◆ 2020年，地板加盟商更加关注品牌影响力和产品竞争力。

2020年地板行业加盟商对企业品牌影响力方面关注点

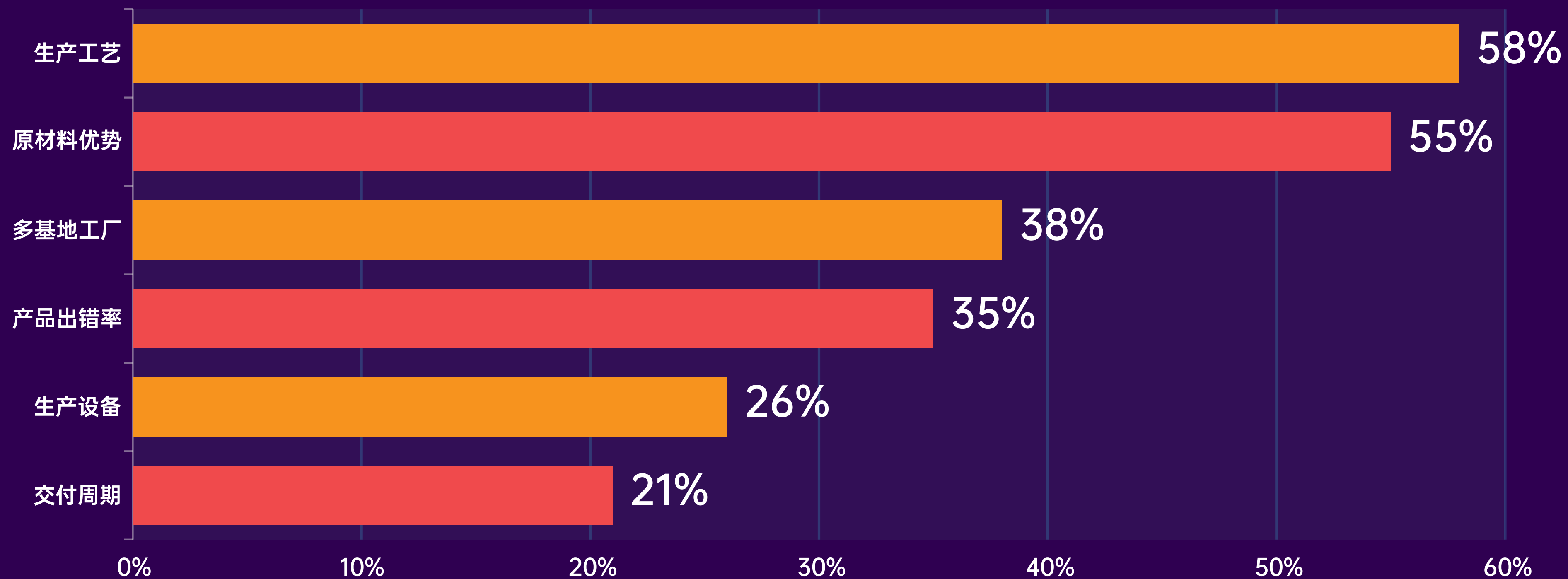
非闭环数据



◆ 在品牌层面，地板行业加盟商更关注品牌知名度以及是否是资深老牌；做好品牌文化沉淀是地板企业发展的重点。

2020年地板行业加盟商对企业后端生产力方面关注点

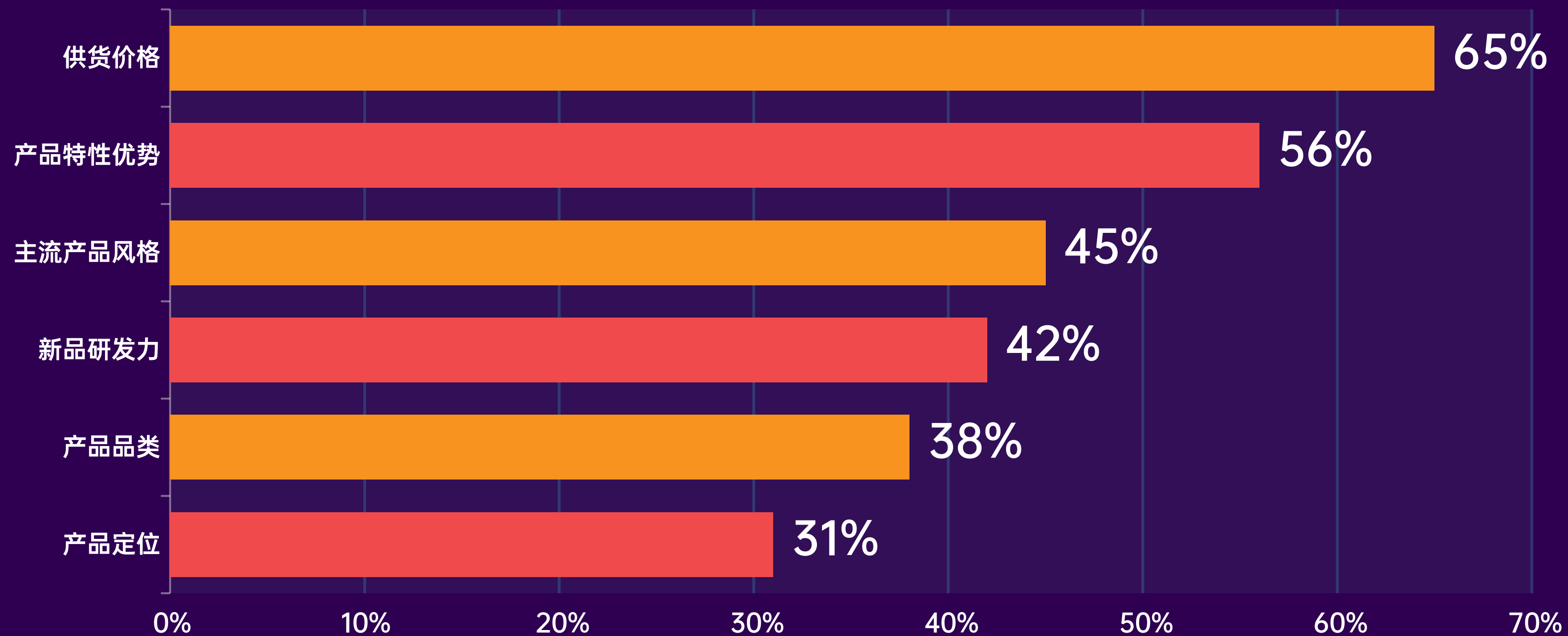
非闭环数据



◆ 在后端生产力方面，地板行业加盟商更关注生产工艺和原材料优势，企业需要加强对原材的筛选，并做好技术工艺的升级创新。

2020年地板行业加盟商对企业产品竞争力方面关注点

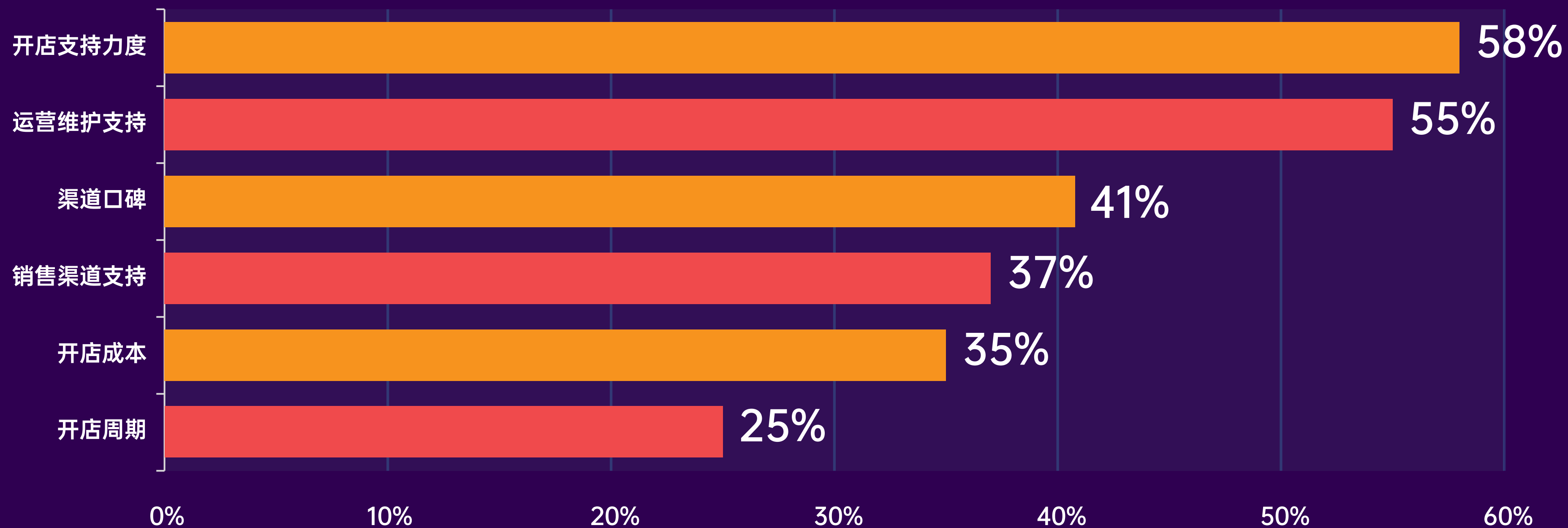
非闭环数据



◆ 在产品竞争力方面，地板加盟商更关心供货价格和**产品特性优势**，可见利润空间和**产品卖点**是加盟商更关注的点。

2020年地板行业加盟商对企业渠道运营帮扶方面关注点

非闭环数据



◆ 在渠道运营帮扶方面，加盟商更关注开店支持力度、运营维护支持以及渠道口碑等方面。



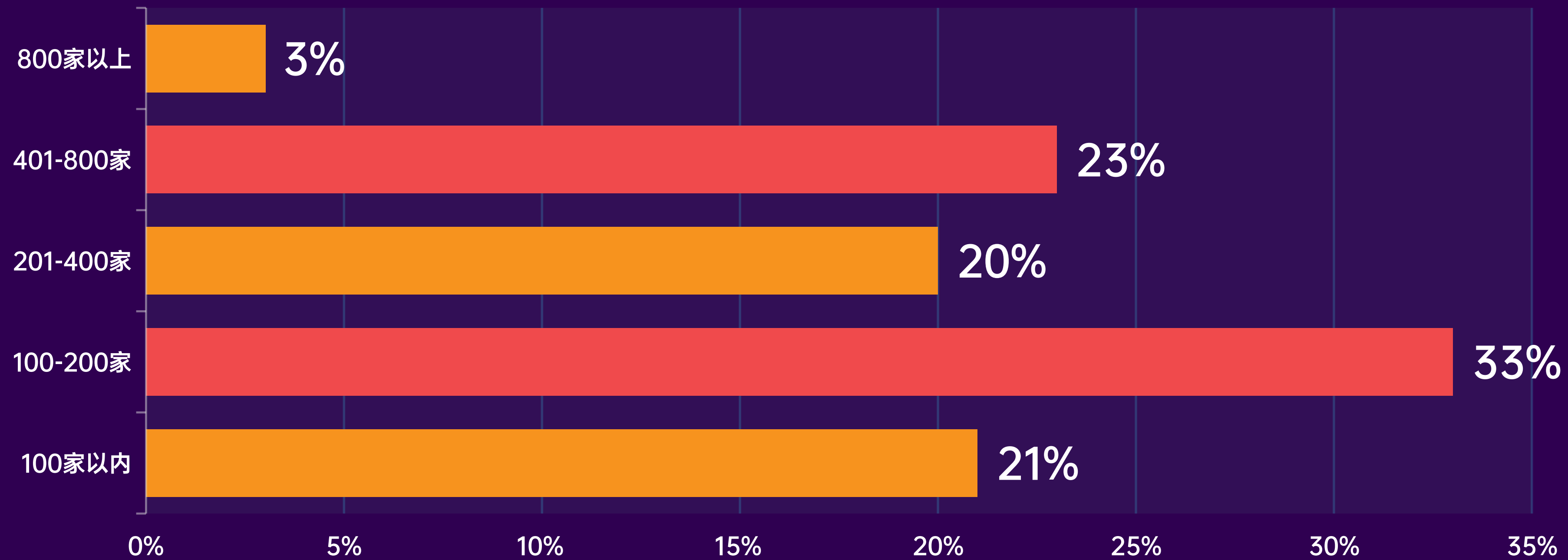
行业招商指数报告

招商加盟大数据报告



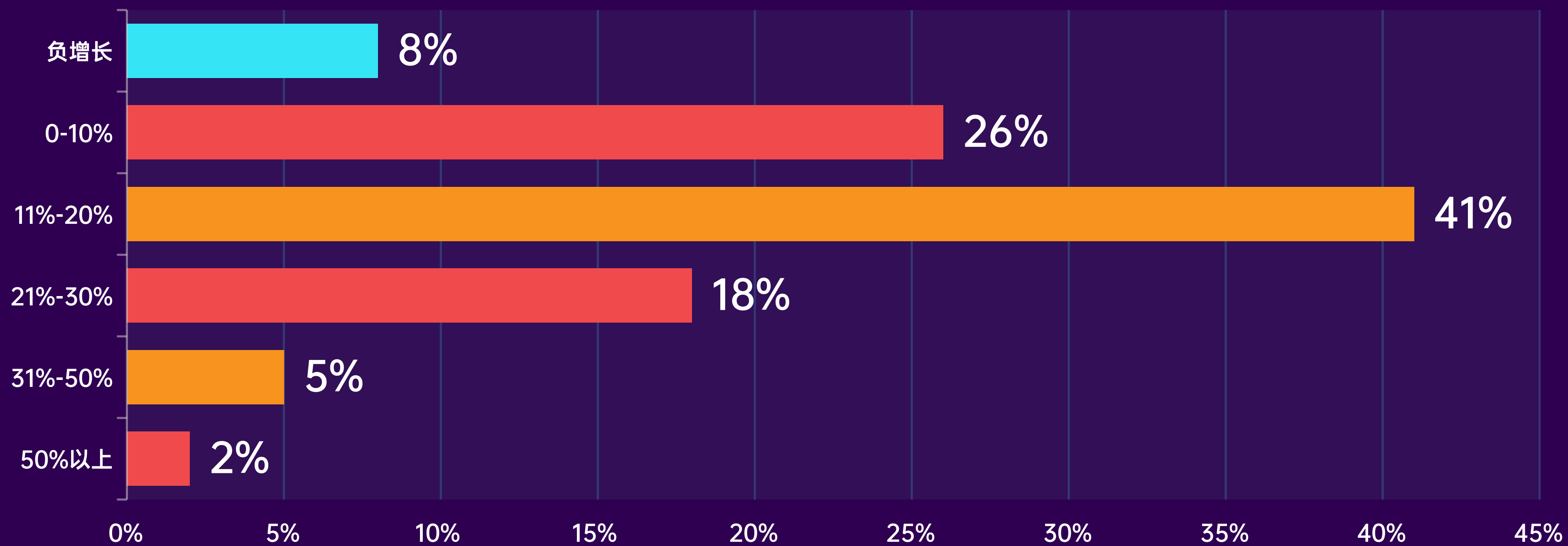
2020年地板行业 企业整体招商情况

2020年地板行业企业加盟商规模情况



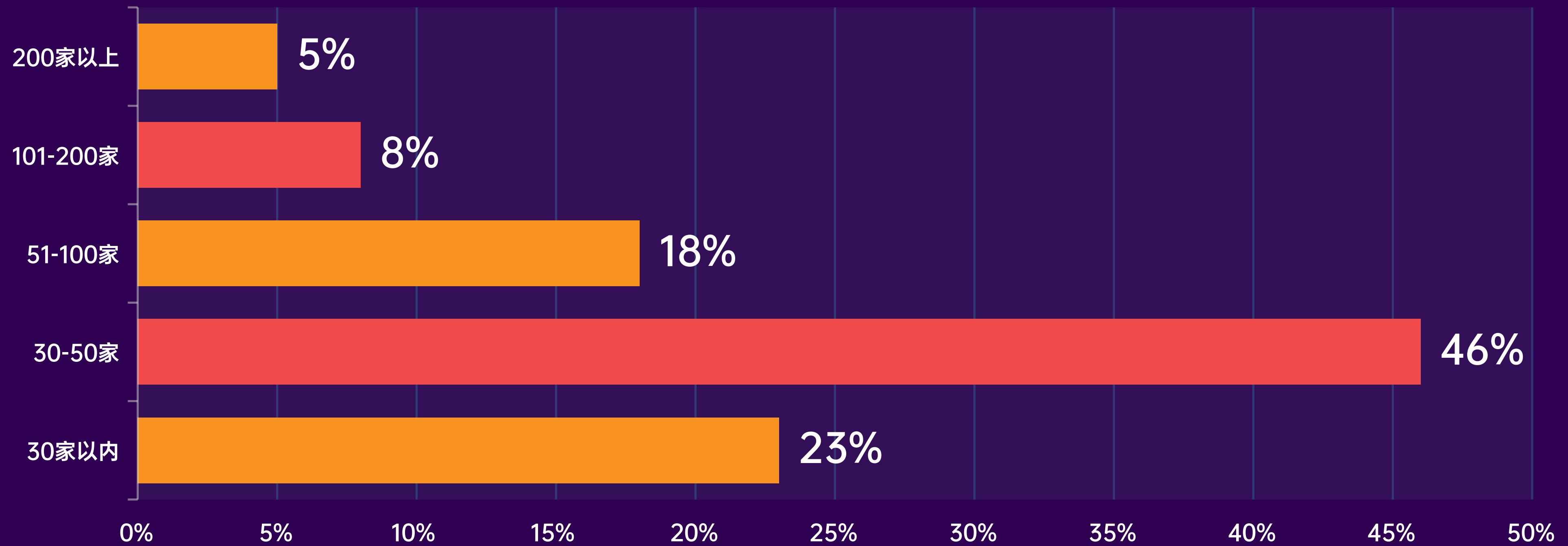
◆ 33%的地板企业加盟商规模在100-200家以内，800家加盟商以上企业占比仅3%，同比2019年，有所下滑，因疫情原因，一些小门店扛不住风险，存在着一定撤店现象。

2020年地板行业企业渠道加盟商数量增长比例



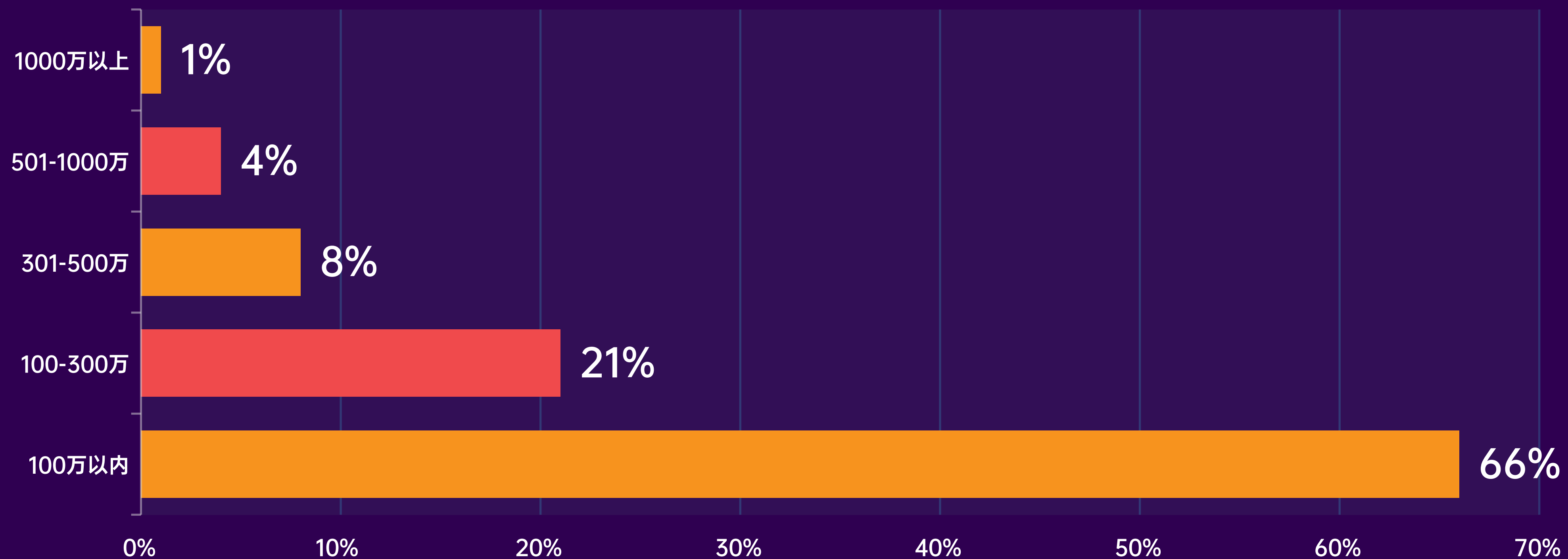
◆ 地板行业加盟商数量增长比例在11%-20%的占比最高，8%的地板企业出现了负增长，受疫情和行业发展影响，同比2019年，地板行业的增长较慢。

2021年地板行业企业全国渠道招商目标分析



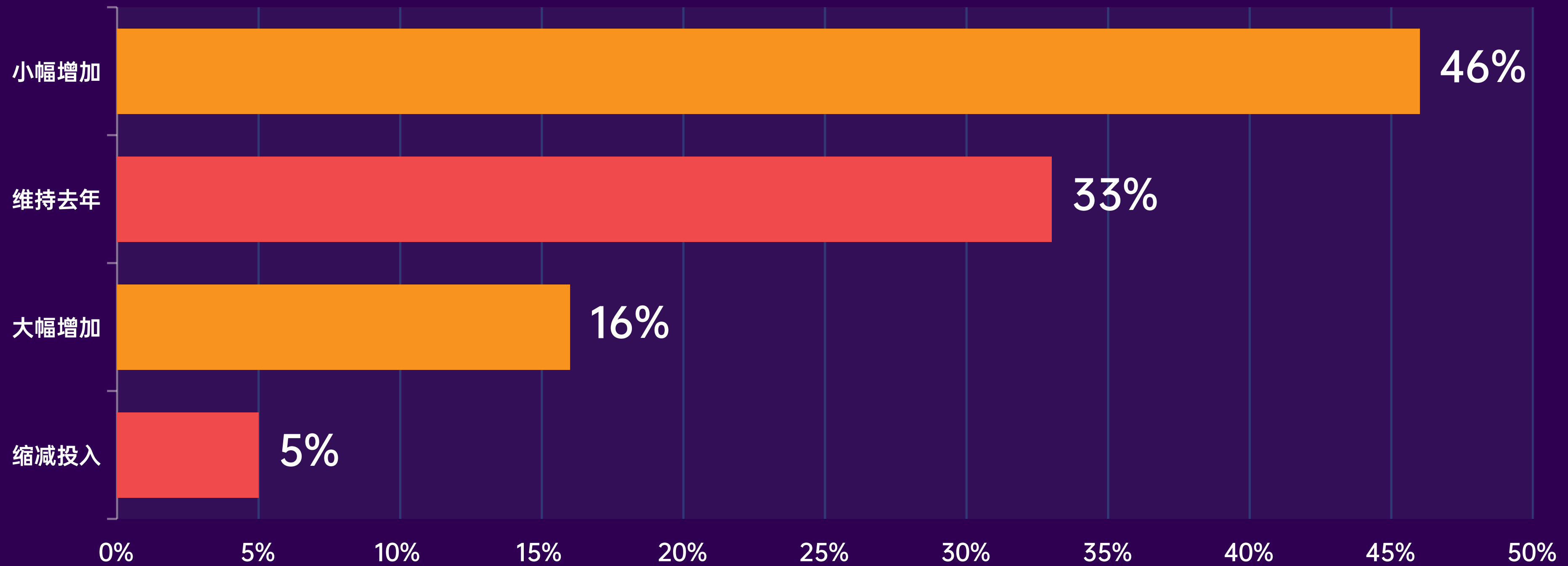
◆ 2021年，地板企业的招商目标显得比较保守，计划招商数量主要集中在30-50家，占比46%；其次是30家以内，占比23%，招商目标在200家以上仅占比5%。

2020年地板行业企业渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用分析



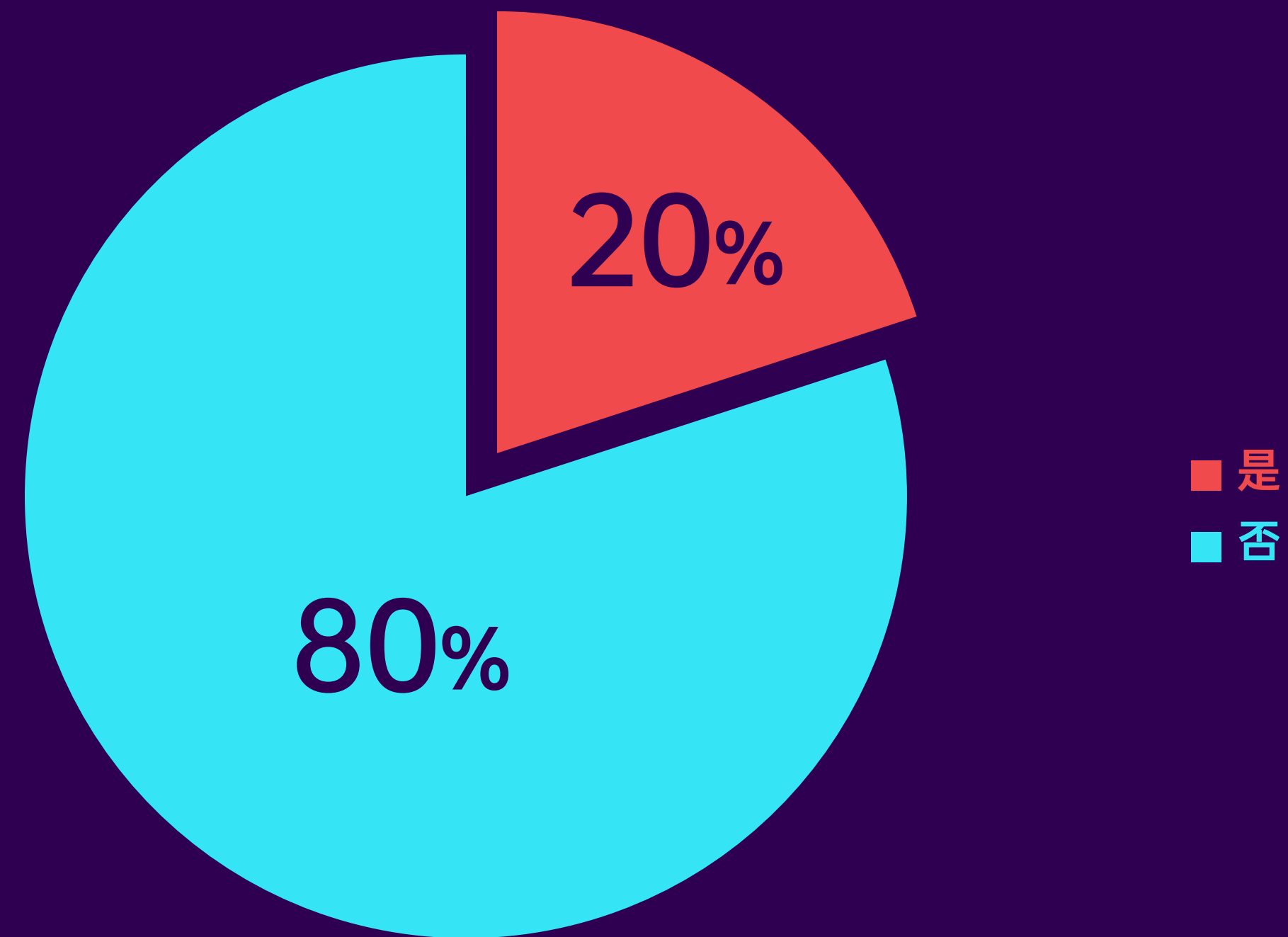
◆ 2020年，66%的地板企业在渠道招商（招商团队薪酬不计）的总体投入费用投入在100万以内。整体而言，企业在渠道招商方面投入更显谨慎。

2021年地板行业企业招商费用投入预期



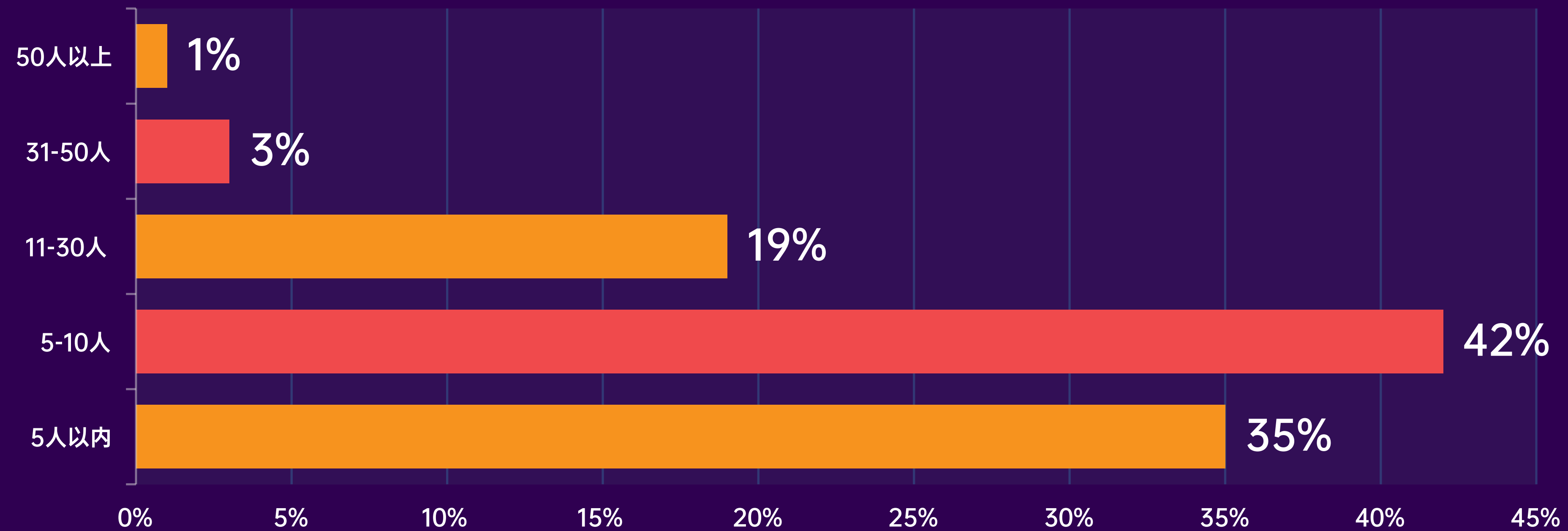
◆ 6成多地板企业计划2021年增加招商费用投入，综合而言，疫情积压的渠道增长计划会顺延到2021年，所以渠道竞争将更加激烈，大部分企业计划增加招商费用投入，也正基于此。

2020年地板行业企业招商团队与运营团队是否独立



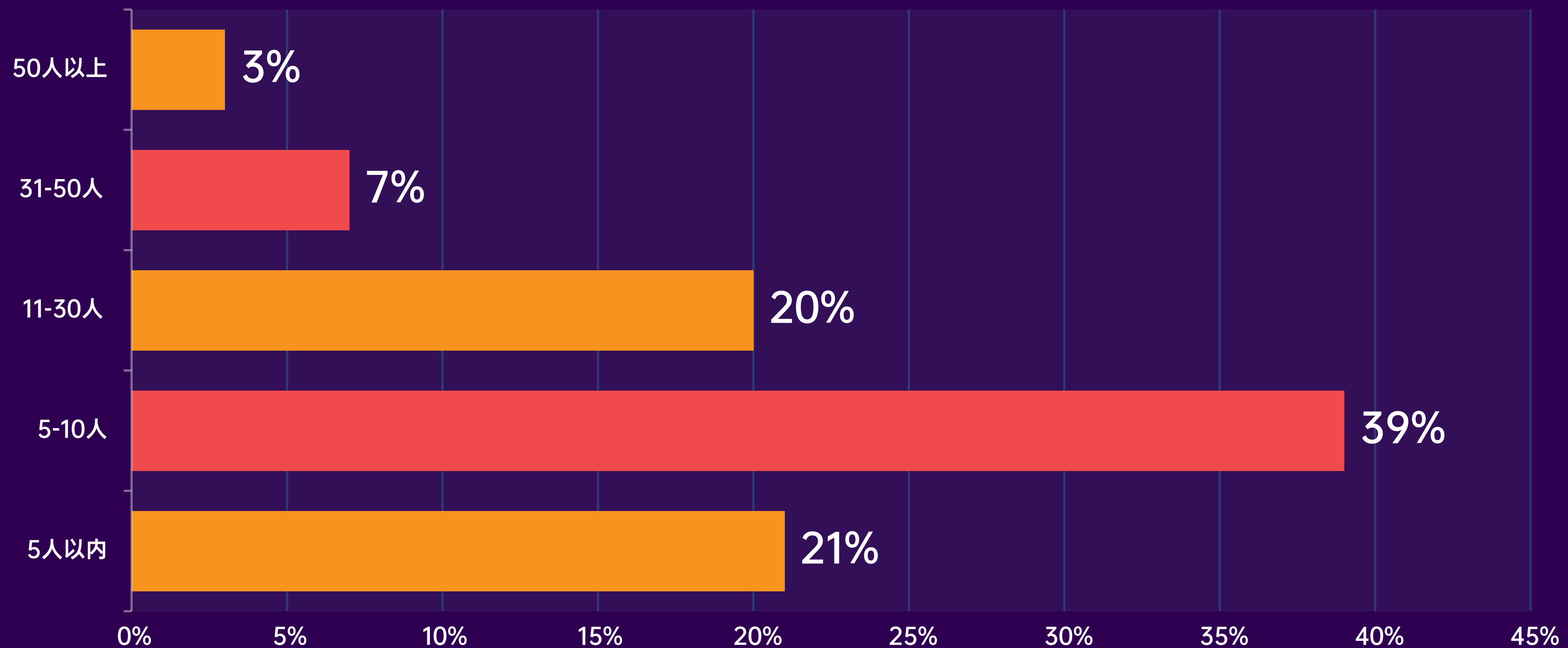
◆ 地板行业招商团队与运营团队相互独立的企业仅占比20%；团队的分工相对来说不够明确。

2020年地板行业企业专职招商团队规模



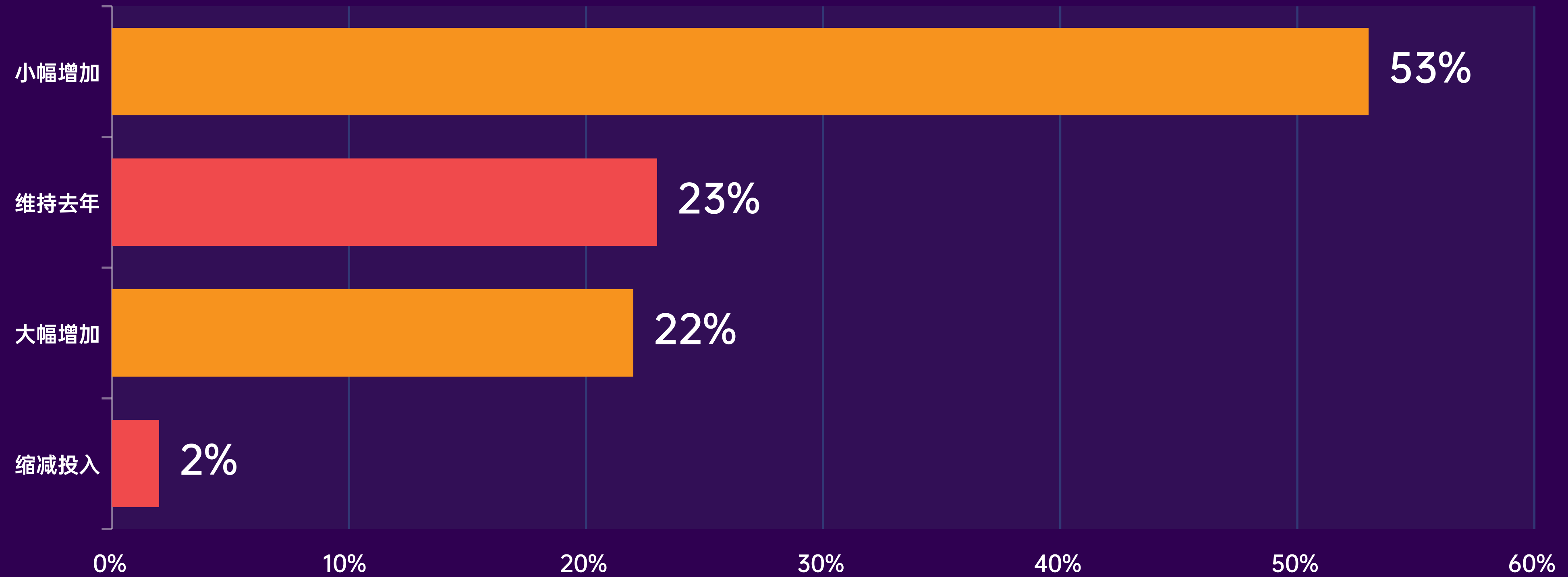
◆ 35%的地板企业专职招商团队规模在5人以内；42%的地板企业专职招商团队规模在5-10人之间；整体招商团队规模在家居建材行业来说并不大。

2020年地板行业企业专职渠道加盟商维护运营团队规模



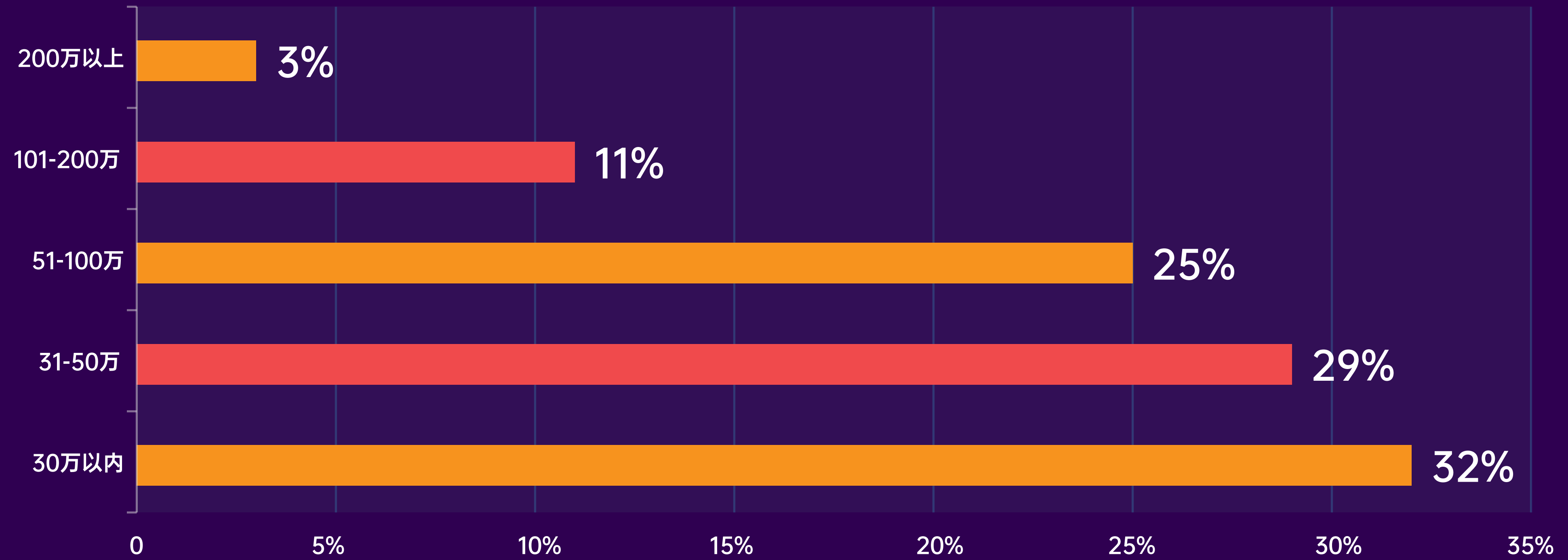
◆ 相比专职招商团队来说，地板企业在专职渠道加盟商维护运营团队上的投入更大一些，5-10人的占比近四成，11-30人的占比达两成，养商育商对地板企业更为重要。

2021年地板行业企业招商人力投入情况



◆ 近八成地板企业计划2021年增加招商人力投入，相比上一年，招商人力的投入更大了，地板企业的招商竞争会更激烈。

2020年地板行业企业全国加盟商平均单店回款额情况

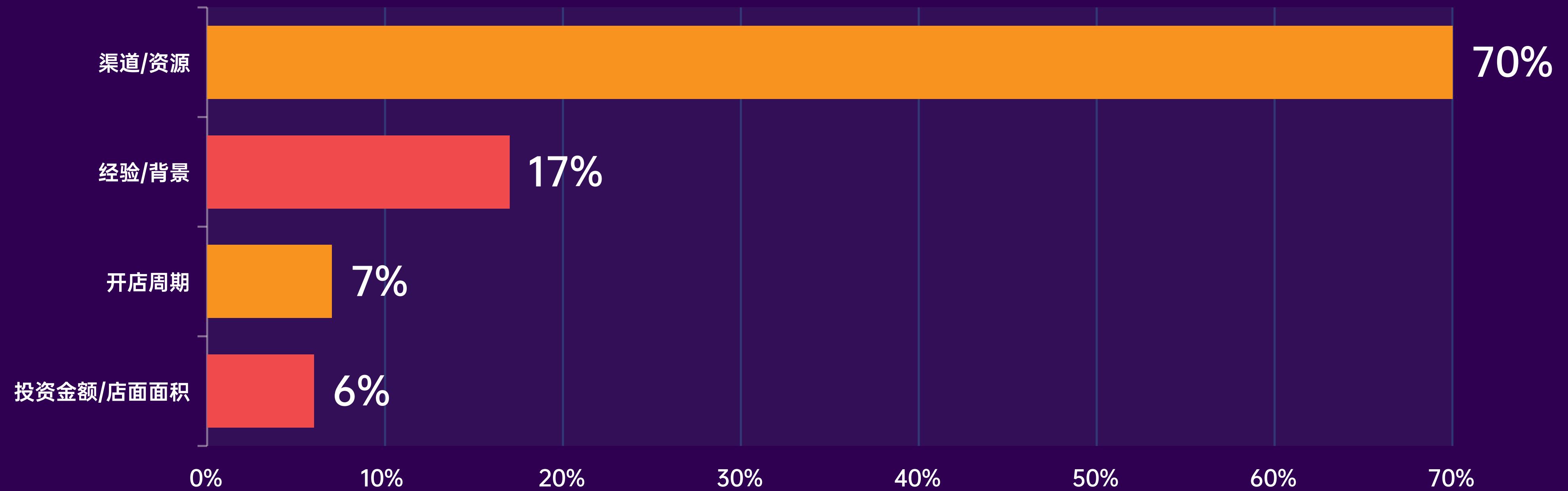


◆ 2020年，32%地板加盟商平均回款额在30万以内。29%的地板行业加盟商平均回款额在31-50万之间。



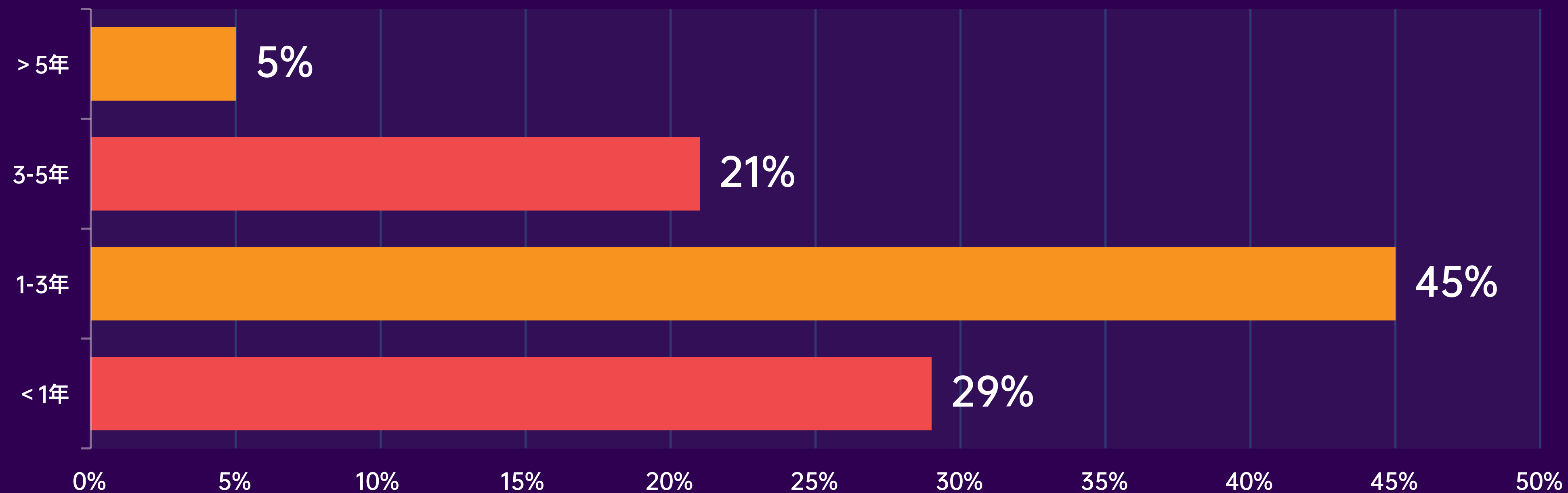
2020年地板行业 品牌招商需求及结果分析

2020年地板行业企业选择加盟商时最关注的维度分析



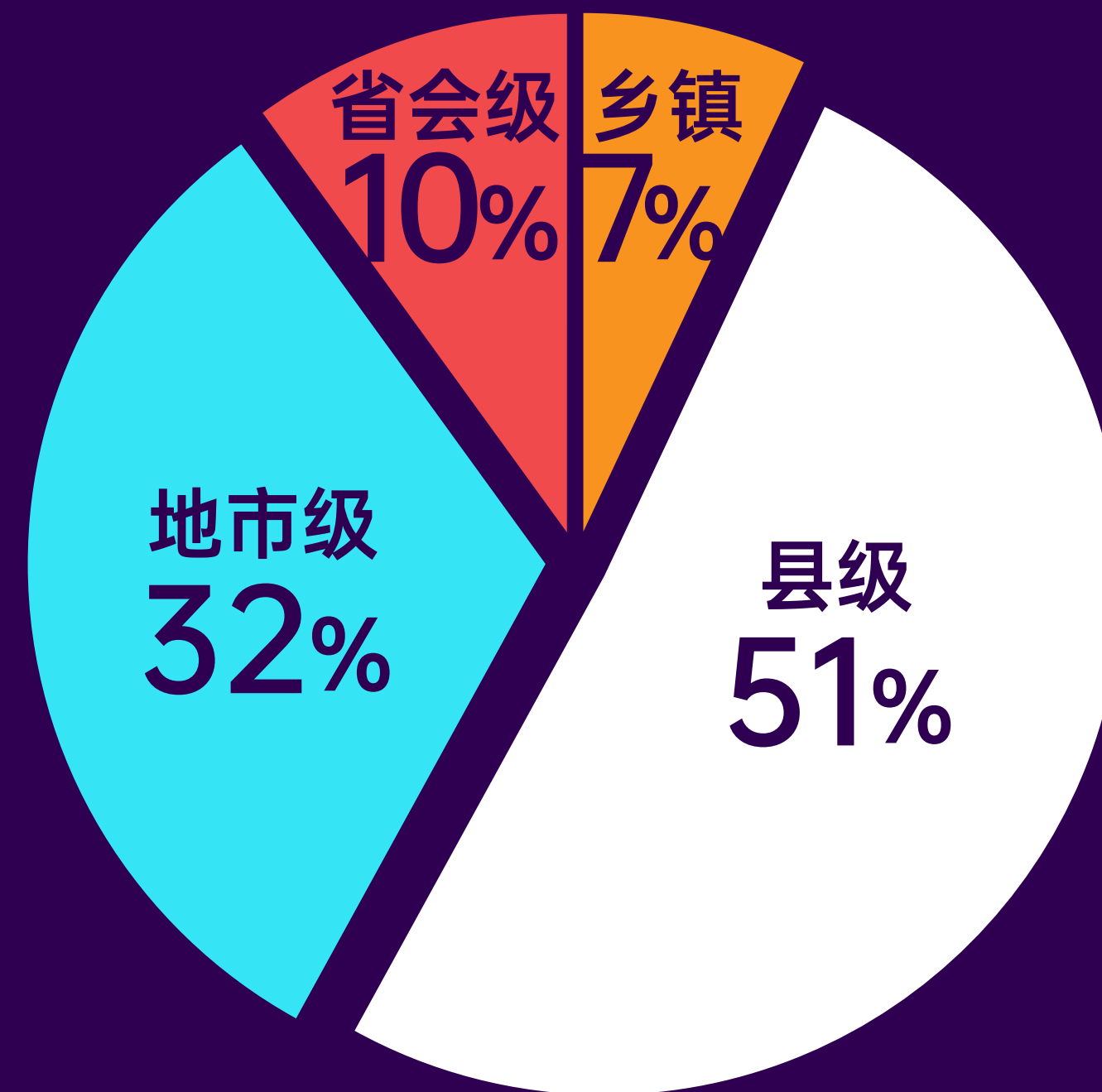
◆ 渠道和资源是地板企业选择加盟商时最关注的维度，占比达7成。

2020年地板行业企业对加盟商行业经验要求分析



◆ 地板企业对加盟商行业经验要求1-3年行业的占比达45%，有多年行业经验的加盟商更被地板企业所认可。

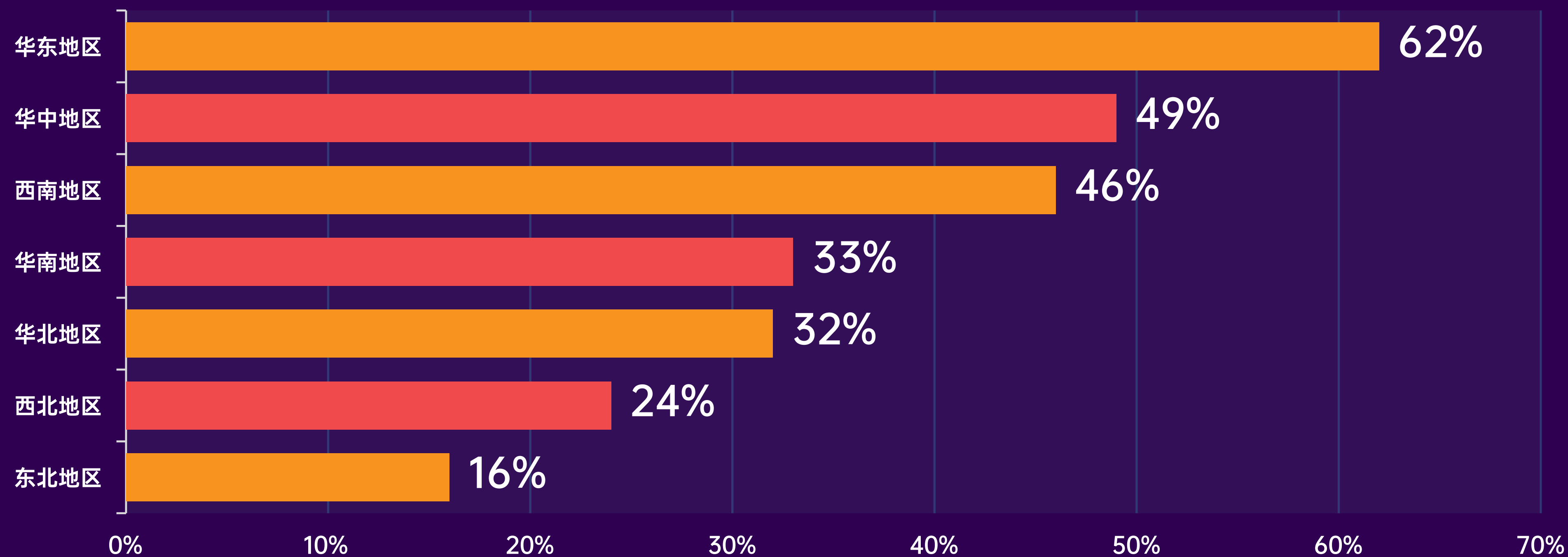
2020年地板行业企业重点招商城市级别分析



◆ 省会级城市的地板市场已经趋于饱和，地级市、县级成为重点招商城市，其中县级更是占比达一半以上，乡镇市场也有一定增长，渠道下沉仍是地板企业招商的主旋律。

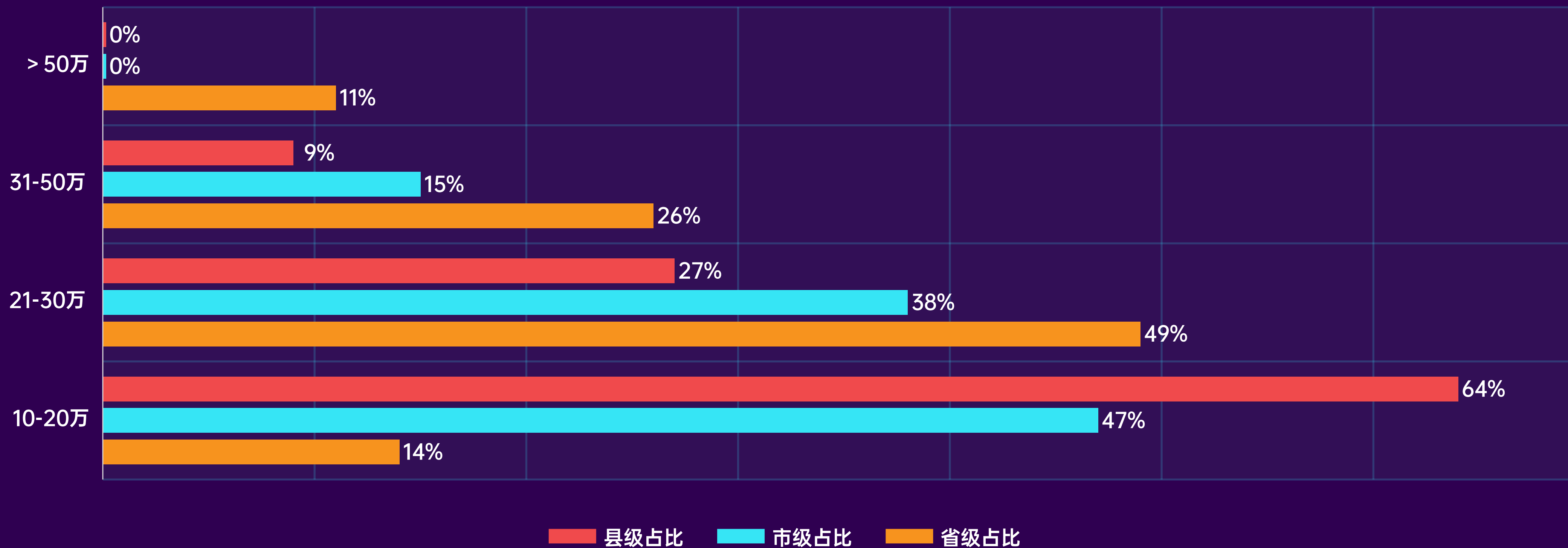
2020年地板行业企业重点招商区域分析

非闭环数据



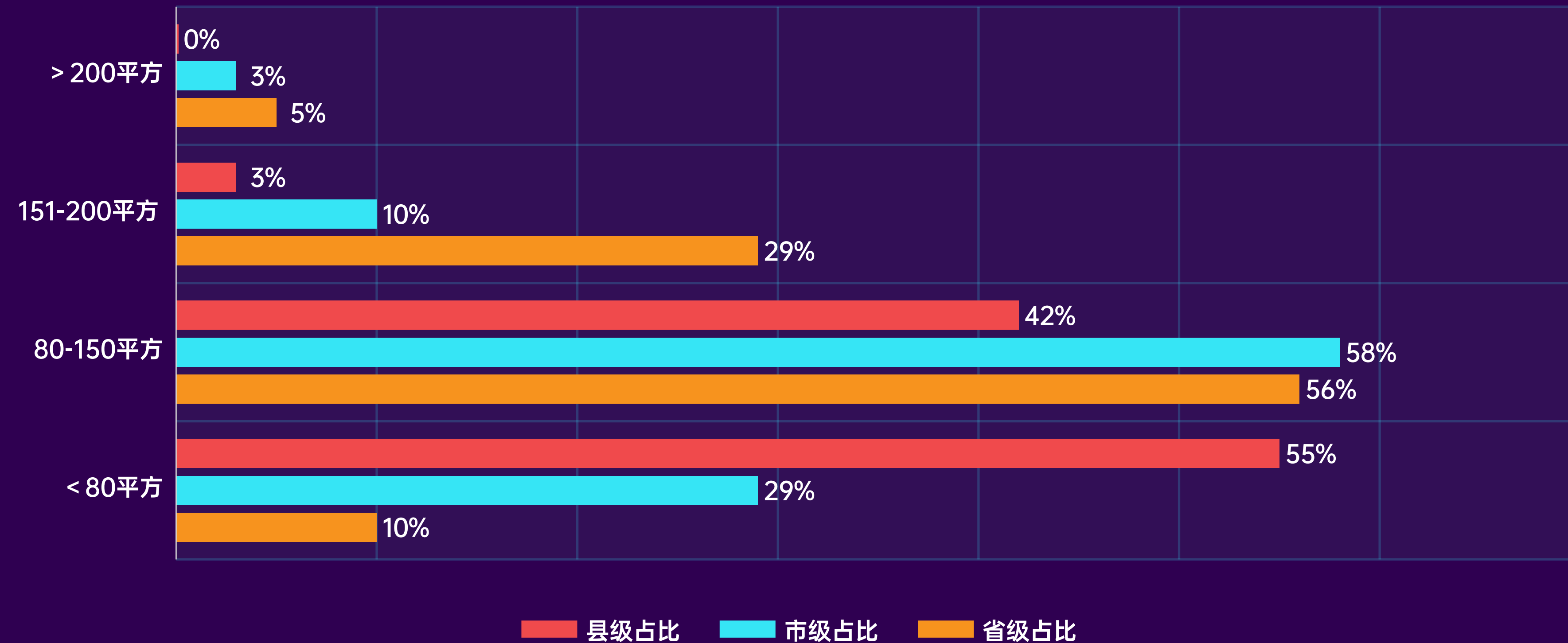
◆ 华东地区、华中地区、西南地区是2020年地板企业重点布局区域。

2020年地板行业企业对加盟商投资能力要求分析



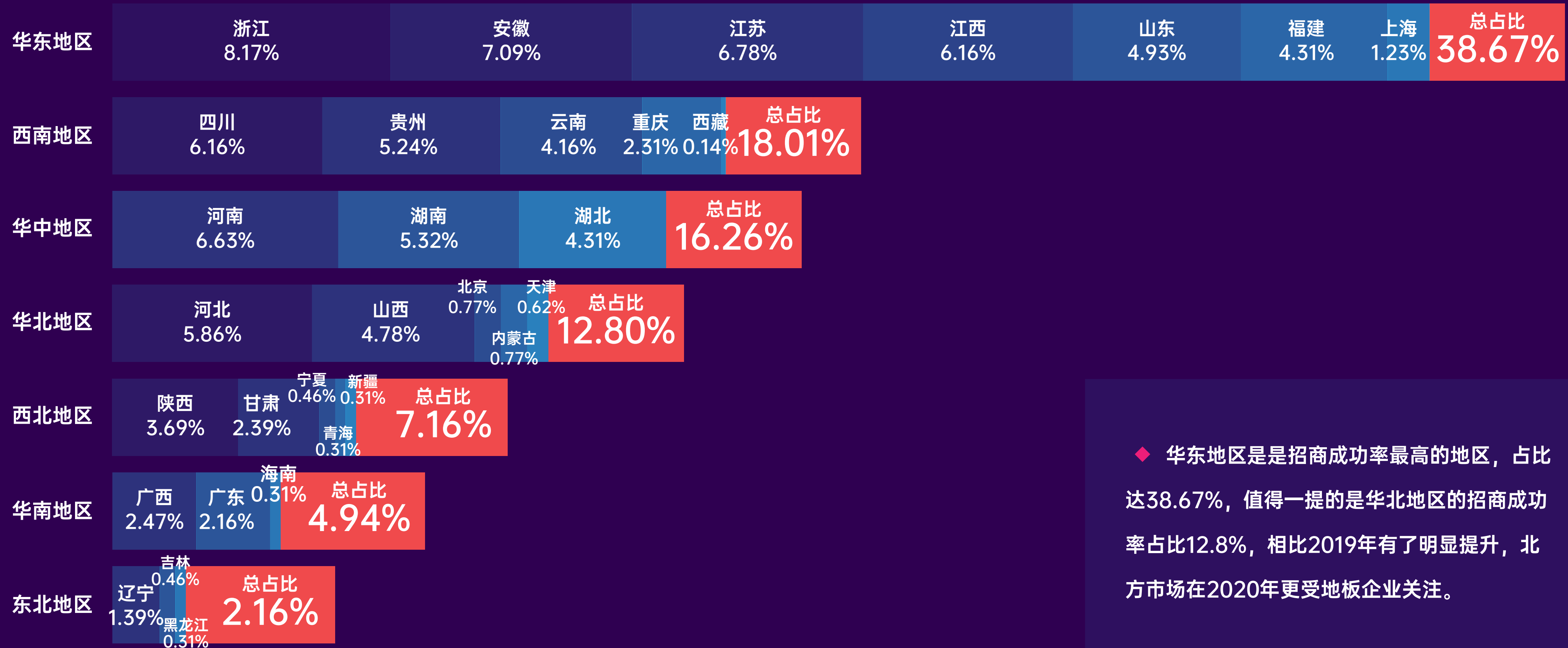
◆ 2020年，49%的地板企业要求省级加盟商投资能力在21-30万，38%的地板企业要求市级加盟商投资能力在21-30万之间。六成多的地板企业要求县级加盟商投资能力在10-20万之间；相比其他家居建材品类而言，地板企业对加盟商的投资能力要求并不高。

2020年地板行业企业对加盟商店面面积要求分析



◆ 2020年，56%的地板企业要求省级加盟商的门店面积在80-150平方米；58%的地板企业要求市级加盟商的门店面积在80-150平方米；55%的地板企业对县级加盟商的门店面积要求更低，可以接受80平米以内的门店。

2020年地板行业企业成功招商区域分布



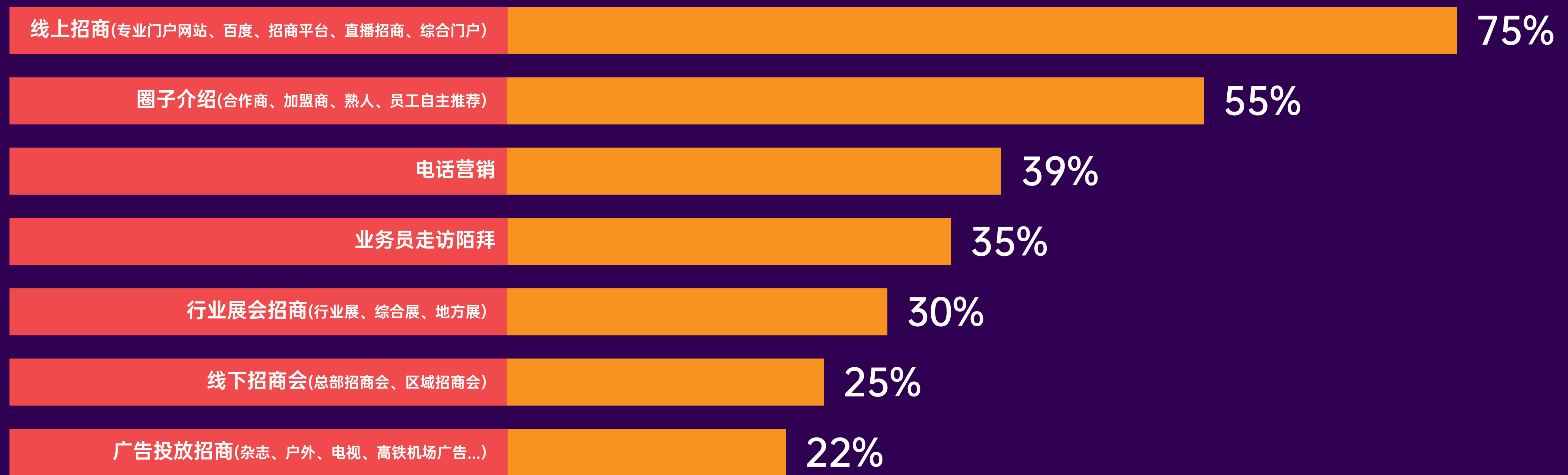
◆ 华东地区是招商成功率最高的地区，占比达38.67%，值得一提的是华北地区的招商成功率占比12.8%，相比2019年有了明显提升，北方市场在2020年更受地板企业关注。



2020年地板行业 企业招商触媒情况分析

2020年地板企业认可的招商渠道分析

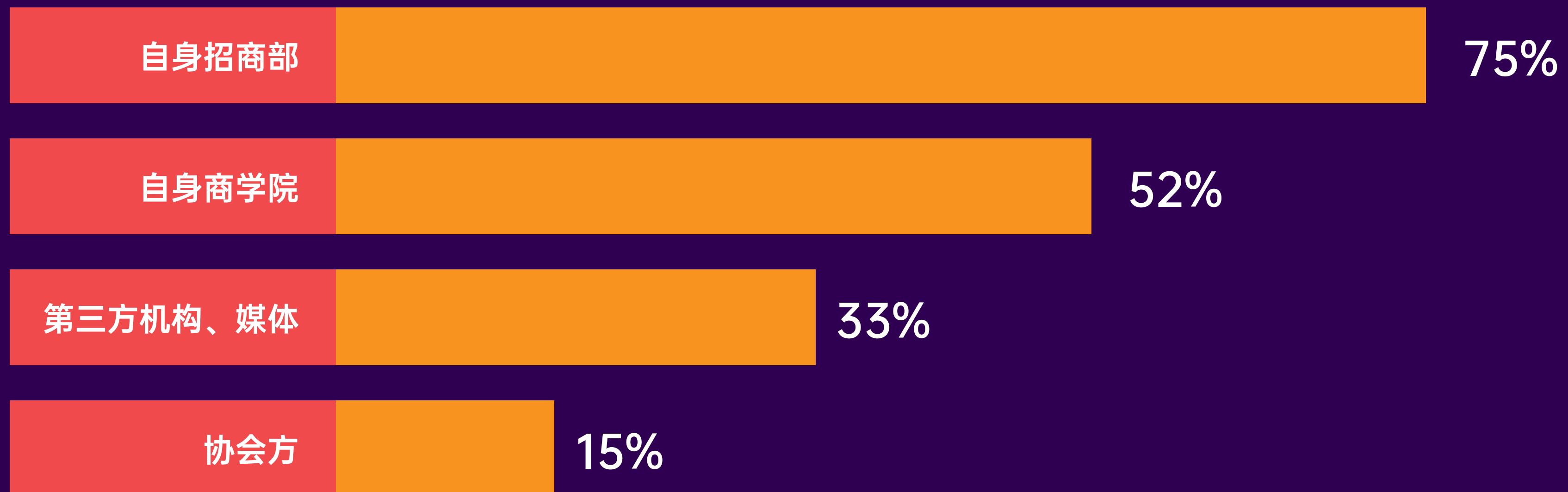
非闭环数据



◆ 2020年，线上招商(专业门户网站、百度、招商平台、直播招商、综合门户)是地板企业更认可的招商渠道，占比近八成；其次圈子介绍等渠道也都较受企业认可。

2020年地板行业企业招商培训组织方分析

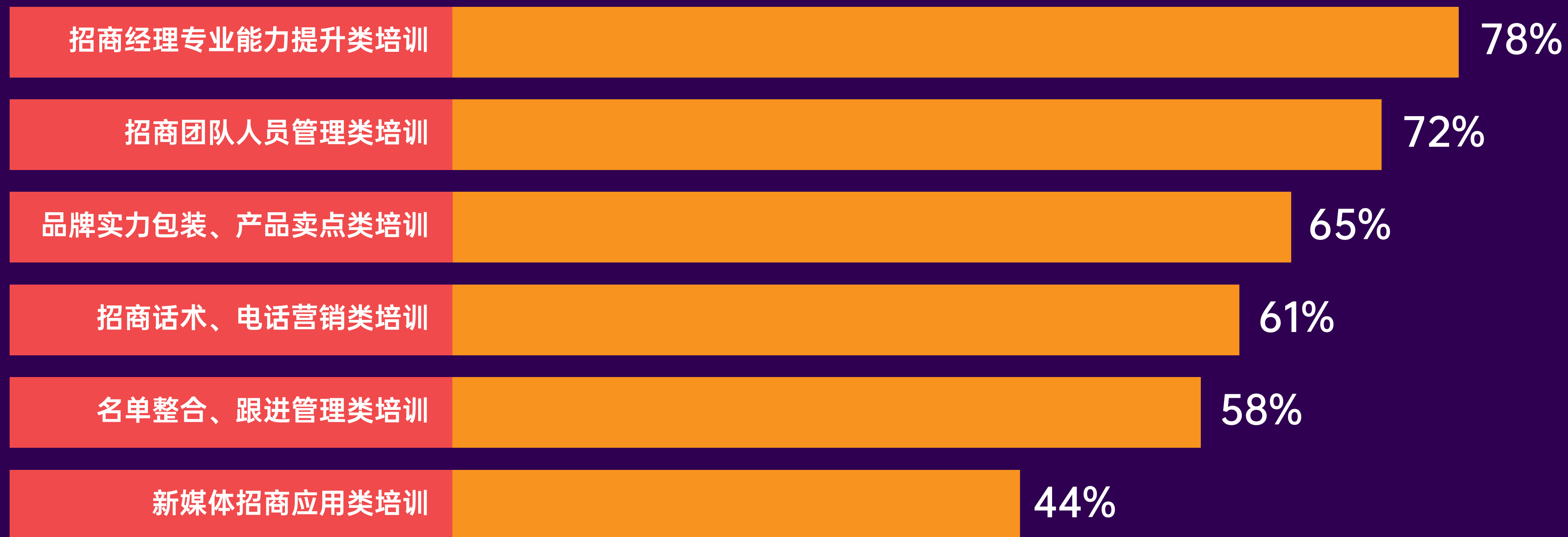
非闭环数据



◆ 地板企业中，自身招商部组织培训占比最高，达75%，其次是自身商学院。

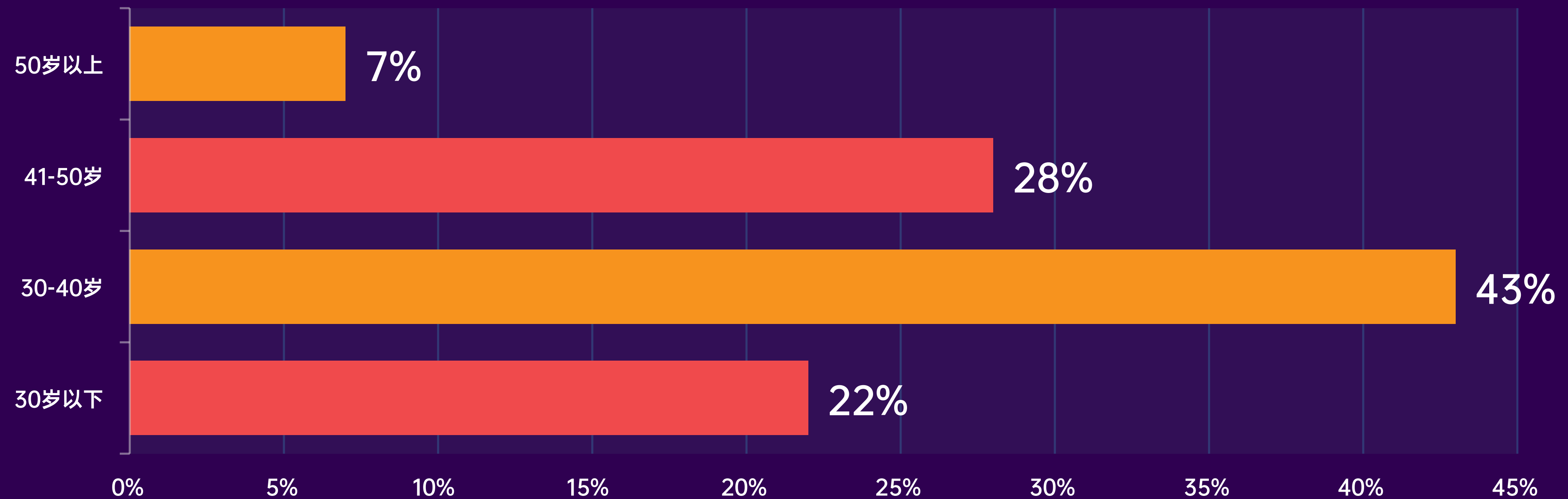
2020年地板行业企业招商培训需求分析

非闭环数据



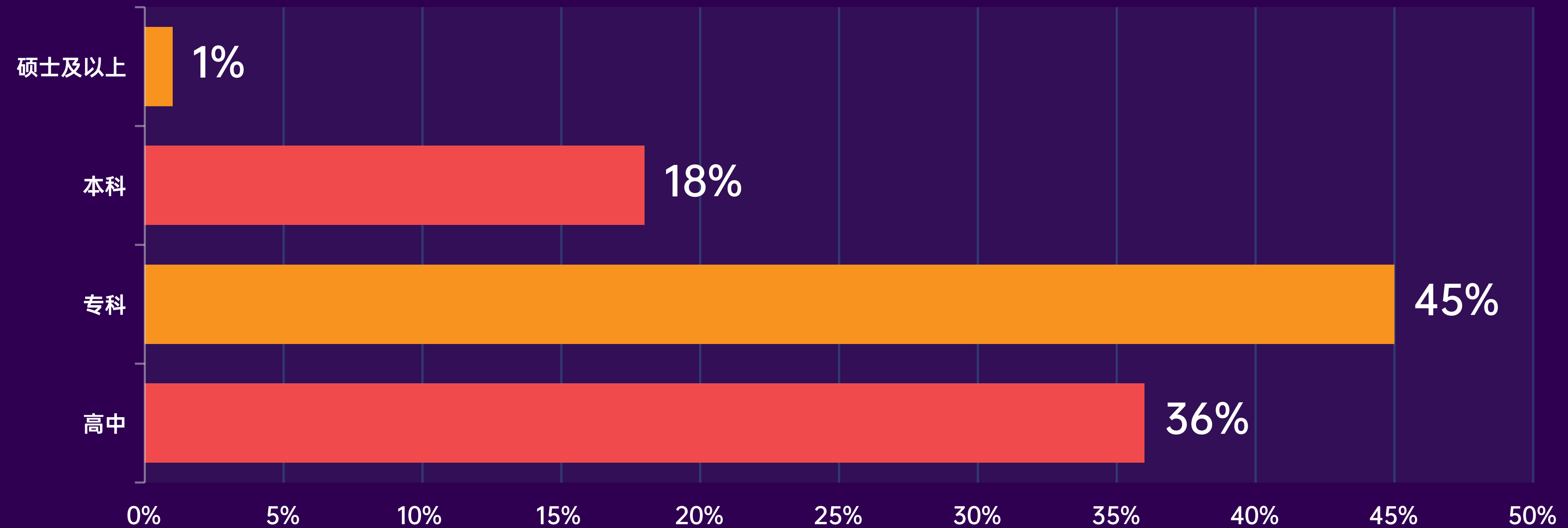
◆ 地板企业招商培训需求中，招商经理专业能力提升类培训和招商团队人员管理类培训需求最大，占比78%、72%。招商团队的综合素养提升及管理是企业更关心的问题。

2020年地板行业企业招商人员年龄情况分析



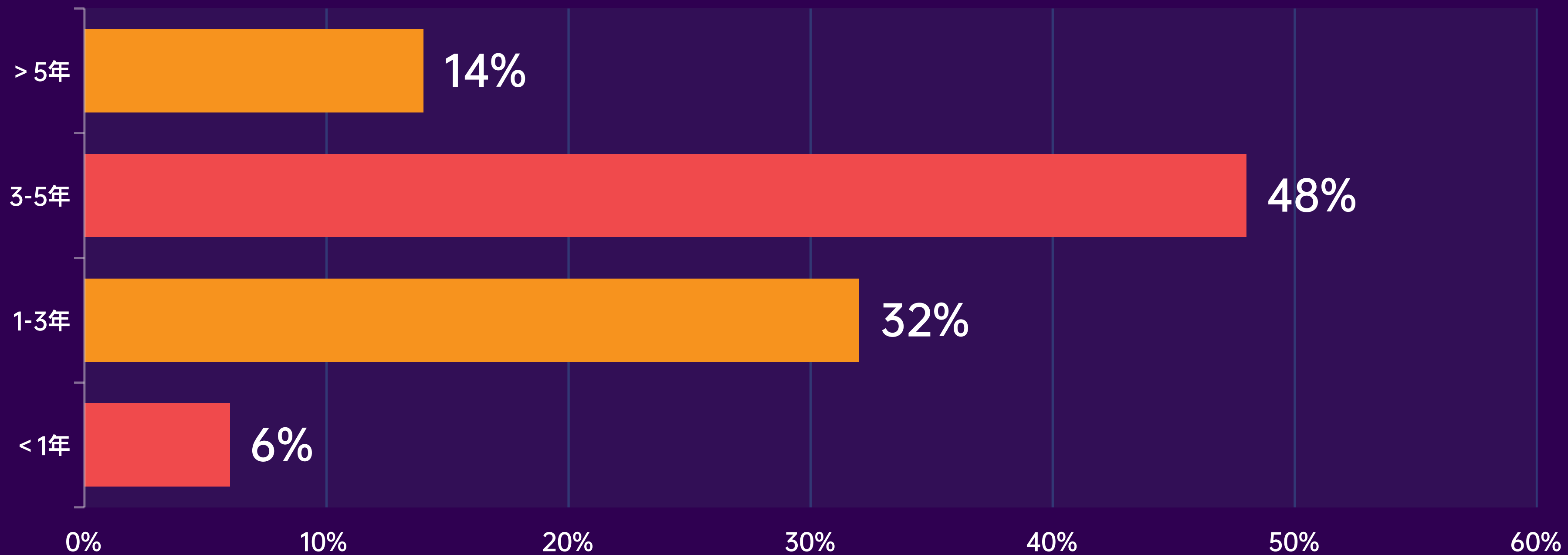
◆ 65%地板行业企业招商人员年龄在40岁以下，其中30-40岁占比最高，为43%，但是40岁以上的占比也有三成多，地板行业招商人员年龄相对其他家居建材行业来说，略微偏大。

2020年地板行业企业招商人员学历情况分析



◆ 6成以上的地板行业招商人员拥有专科及以上学历，但是高中学历的也占比近四成，地板行业招商人员学历还有待进一步提升。

2020年地板行业企业招商人员从业年限情况分析



◆ 5成以上的招商人员从业年限在3年以上，行业发展多年沉淀下来的人才比较充足！

中华建材网招商学院年度培训情况

中华建材网招商学院立足“让天下没有难招的商”，打造实战招商定制课程，助力企业在市场营销环境多变的形势下从容面对。以全体系知识构建、完整学习闭环、数据化精细管理和多年实战经验为要点，提升企业招商团队战斗力。

2020年，中华建材网招商学院全年进行培训**311场（次）**，覆盖企业**939家**，培训招商人员共计**6116人**。其中：
线上培训**121场**，覆盖企业**419家**，培训企业招商人员**2933人**。
走访式培训**183次**，覆盖企业**542家**，培训企业招商人员**2745人**；
落地专场特训营**7场**，覆盖企业**425家**，培训企业招商人员**2448人**。

截至目前，中华建材网招商学院拥有行业5年以上实战经验讲师15名，可定制化、规模化实施企业招商培训，以专业赋能企业渠道发展。





总结

招商加盟大数据报告



2021年地板企业 发展方向及渠道拓展建议

1

地墙一体化正当时 新材料地板弯道超车

2020年地板行业经历了曲折发展的一年，但好在也出现了很多新的方向，地墙一体化和新材料地板既是一个新挑战，更是一种新机遇，企业如果能在市场初期就占据消费心智，定然是一个长远发展的明智之选！



2

线上直播势头强劲 私域流量不容忽视

2020年，地板行业直播招商/卖货、品牌私域流量、互联网家装、线上线下一体化的新零售模式层出不穷，线上销售、线上招商逐步常态化，地板企业可多做尝试，增加发展渠道。



3

环保依旧不容忽视 健康地板久经考验

健康环保始终是地板行业不容忽视的重要环节，尤其是消费者对家居环保要求的不断提升，更促使地板企业必须要把环保健康始终放在生产的核心地位，只有做到真正健康，才能得到市场认可！



4

招商渠道多元化 互联网招商须重视

在地板行业渠道日益下沉的今天，抢占县城及乡镇市场是重点，加盟商们更倾向通过互联网了解招商信息，互联网平台招商势必会以高流量，高精度度成为地板企业招商的重点渠道之一！



2

出品平台及优势介绍

中华地板网(www.chinafloor.cn)是居美科技旗下专业垂直门户平台，创建于2004年，秉承为中国地板客户提供满意服务，为中国地板厂商开拓终端市场的宗旨，以品宣推广、招商支持、广告植入、供求撮合、口碑提升、导购知识六大资源平台为依托，凭借专业、高效、口碑、高度、优质、时效六大核心优势，打造具有行业高度与凝聚力、消费者影响力乃至地板行业中具有影响力和传播力的行业门户网站。

居美科技及前身自1998年成立以来，一直扎根于中国家居建材行业领域，为广大客户提供精准招商和品牌传播服务。多年来，我们与中国家居建材行业一起不断进步，累计为3200+企业提供解决方案，并助力他们在精准招商及品牌传播领域取得卓越成果！

数说居美

500万+

家居建材行业
代理商数据库

300万+

家居建材行业
粉丝群

20万+

每年为20万+
新增代理商提供
优质品牌选择

50万+

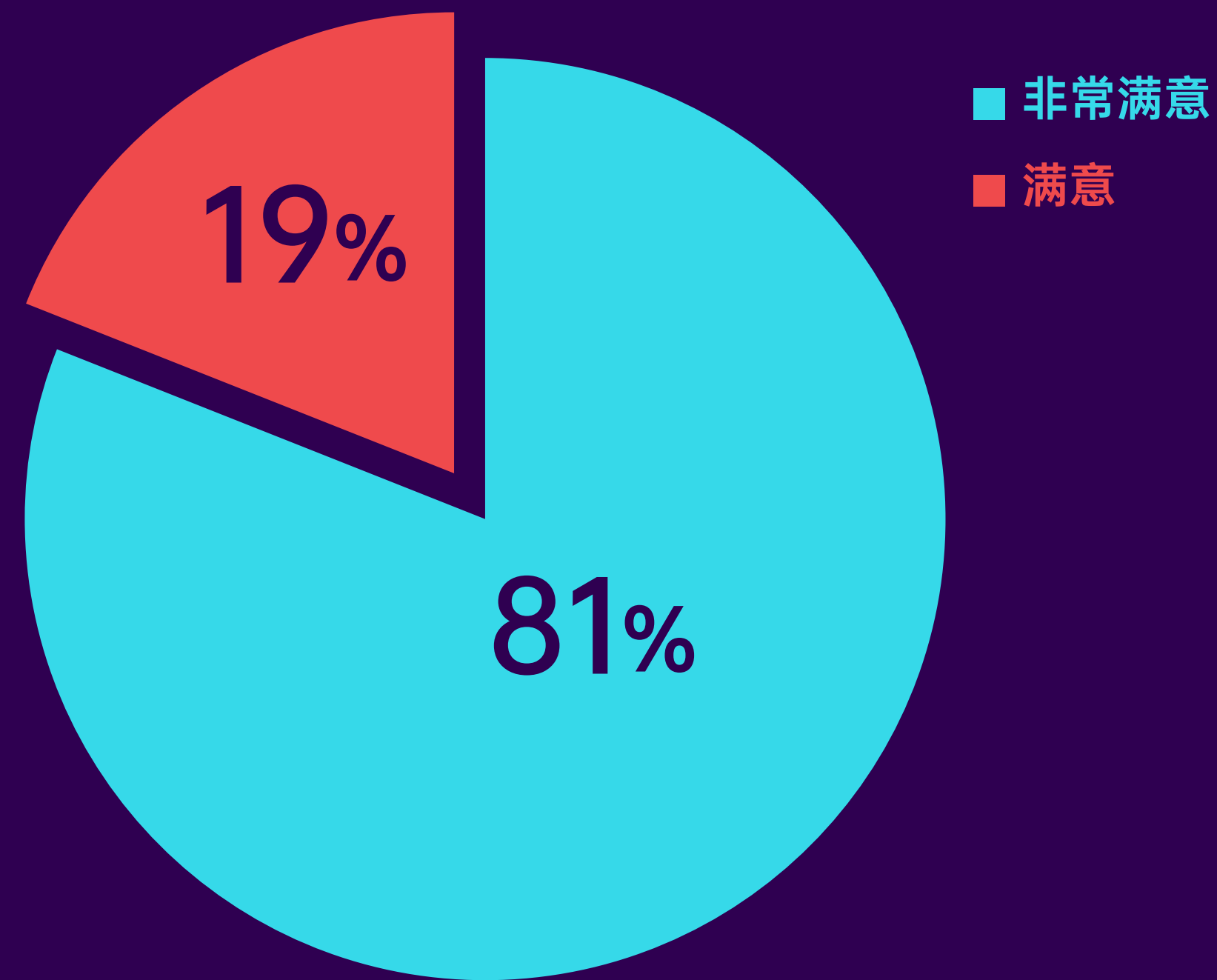
累计帮扶成功创业
代理商数量

*数据截止到2020年12月



**2020年度地板企业对于
我方平台招商产品及服务满意度调查**

2020年度地板企业对于我方平台招商产品及服务满意度调查



◆ 2020年度，对中华地板网招商产品及服务满意及非常满意的企业占比为19%和81%。助力行业高质量发展，我们一直在努力。

鸣谢单位



免责声明

1、本报告数据由中华建材网、中华地板网及发布指导单位联合提供，仅限于企业内部参考及培训使用，未经许可不得以任何方式翻版和发送到其他平台。如需引用，请注明出处来源。如有违反，中华建材网及发布网站有权追究其法律责任。

2、本报告的所有信息均基于发布单位由自身平台数据和公开合法渠道获得，其中上市公司相关财报数据均来源于财经媒体及相关财报报道，数据仅供参考，不作为研究依据、法律依据与凭证。