

2018

地板行业

招商加盟数据报告



地板行业 招商加盟数据报告



品牌传播权威网站 / 招商加盟首选平台



联合发布



战略支持



2018

- ◆ 2018年，伴随消费升级大风口的来临，家居建材行业开启了一个红蓝海相交织的时代，企业间竞争来势汹涌。整体来看，家居建材行业中的地板、橱柜、衣柜、门窗、卫浴、瓷砖、吊顶、壁纸、涂料等子领域的第一品牌梯队已出现。
-
- ◆ 经销渠道作为企业对外销售的主要窗口，直接影响企业的经营规模，从而攸关企业长久竞争优势的确立和保持。基于此，家居建材行业门户——中华建材网，携旗下各大网站，严格过滤全网大数据、进行大规模调研及多维度专业分析，编撰“招商加盟数据报告”，为企业、投资客提供招商加盟“内参”！

目录

CONTENTS

01

家居建材行业
招商加盟宏观环境



02

地板行业加盟指数报告



03

地板行业招商指数报告



04

地板招商加盟
建议及趋势解读





01

家居建材行业招商加盟宏观环境

◆ 据统计数据显示，我国家居建材市场规模逐年保持增长，预计2018年市场规模可达**4.8万亿元**。具体到地板行业：到2020年，大城市木地板平均普及率将达到30%-35%左右，中小城市木地板平均普及率将超过15%。预计到**2021年**，我国木地板行业销售收入将接近**1300亿元**。

◆ 地板行业经过三十年多年的风雨，历经种种摸索阶段，在2010年前后进入稳定发展期，消费者已普遍认知并接受木地板，行业品牌趋渐饱和。相比其他家居建材品类来说，地板萌芽早、发展快、行业稳定度高，从预测的情况来看，也保持稳定增长的趋势。



在这样的大背景下，2018年地板行业招商加盟宏观环境如何？我们从**PEST四个角度**来阐述。

政治

Politics



- ◆ 近年来，我国家居建材行业基本形成了政府宏观调控和行业协会自律管理相结合的管理方式。其中，为鼓励家居建材行业进一步发展，我国出台了一系列政策，为行业发展筑造坚实基础。
- ◆ 例如，2015年国务院印发《中国制造2025》，鼓励制造业发展个性化定制服务、全生命周期管理、网络精准营销和在线支持服务等；2016年国家工业和信息化部印发《轻工业发展规划（2016-2020年）》，提出推进品牌国际化，扩大“中国 制造”的国际影响力。此外，还有一系列地方政策，都为家居建材行业发展提供了现实基础。

经济

Economic



- ◆ 数据显示，今年上半年，国内生产总值(GDP)同比增长6.8%，国民经济运行延续总体平稳，稳中向好的发展态势。2018年9月，全国建材家居景气指数(BHI)为101.22，环比上涨5.23点。全国规模以上建材家居卖场9月销售额为916.4亿元，环比上涨14.44%。家居建材行业发展稳中有升，企业发展动力进一步增强，家居行业投资加盟热度不减。

社会

Socio-cultural



- ◆随着市场规模扩大和消费需求不断升级，主流消费群体在家居建材方面消费需求和观念的升级及转变尤为明显。从单纯的看价格，到看颜值和内涵，进而追求品质化生活。可以说，消费观念的转变家居建材行业发展提供了社会基础，也为更多投资客加入行业树立了信心。

科技

Technology



- ◆ 《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截止2018年6月30日，我国网民达到8.02亿，其中手机网民为7.88亿。手机上网的比例继续提升，达到98.3%；通过台式电脑、笔记本电脑上网的比例则较2017年末分别下降4.1%和1.3%。



家居建材行业招商关注度分析

家居建材行业哪些品类更受投资青睐？

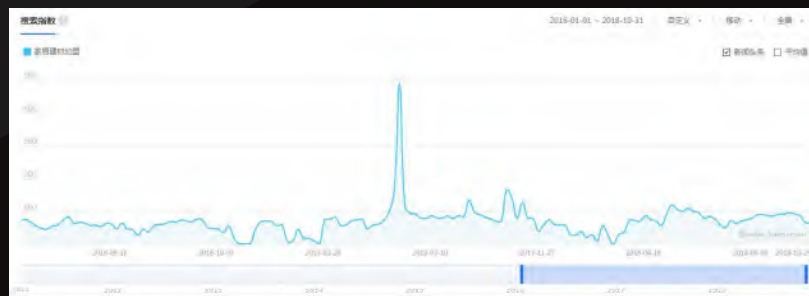


01

2016-2018家居建材行业招商加盟百度搜索指数整体平稳



2016-2018家居建材行业招商加盟百度搜索指数变化趋势（PC端）

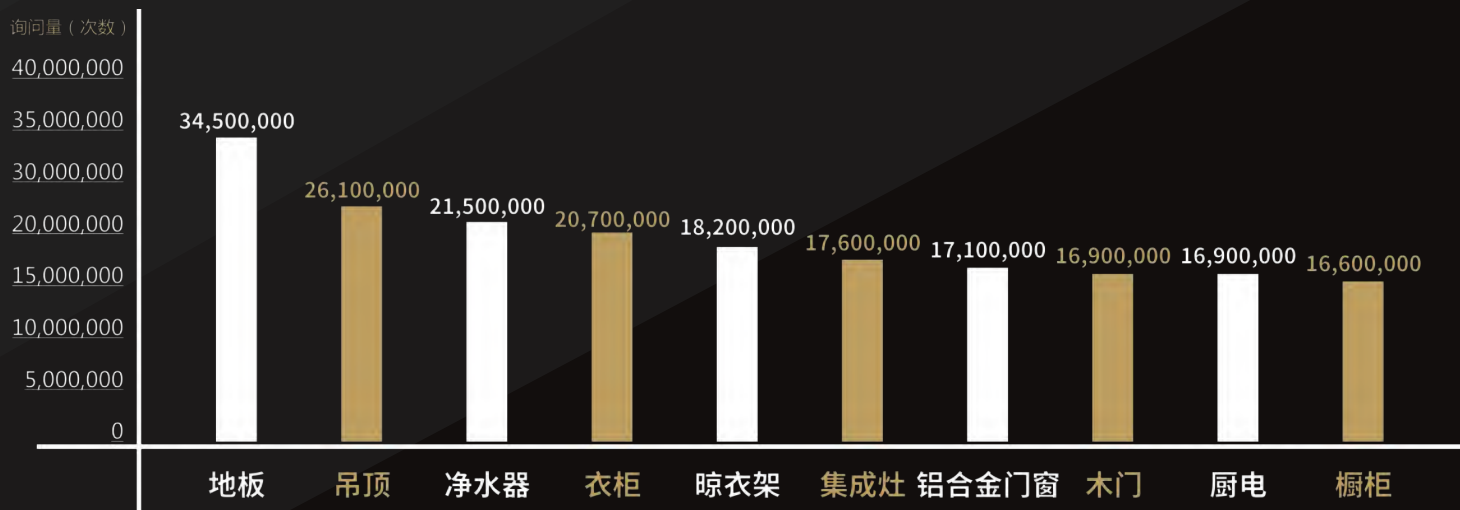


2016-2018家居建材行业招商加盟百度搜索指数变化趋势（移动端）

- ◆ 互联网渠道已经成为投资客了解加盟品牌的重要渠道，2016-2018年，家居建材行业招商加盟百度指数整体平稳，2018年下半年随着全国建材家居景气指数（BHI）的回暖，家居建材行业加盟指数上升明显。

01

家居建材各大品类搜索量 “地板” 位列第一

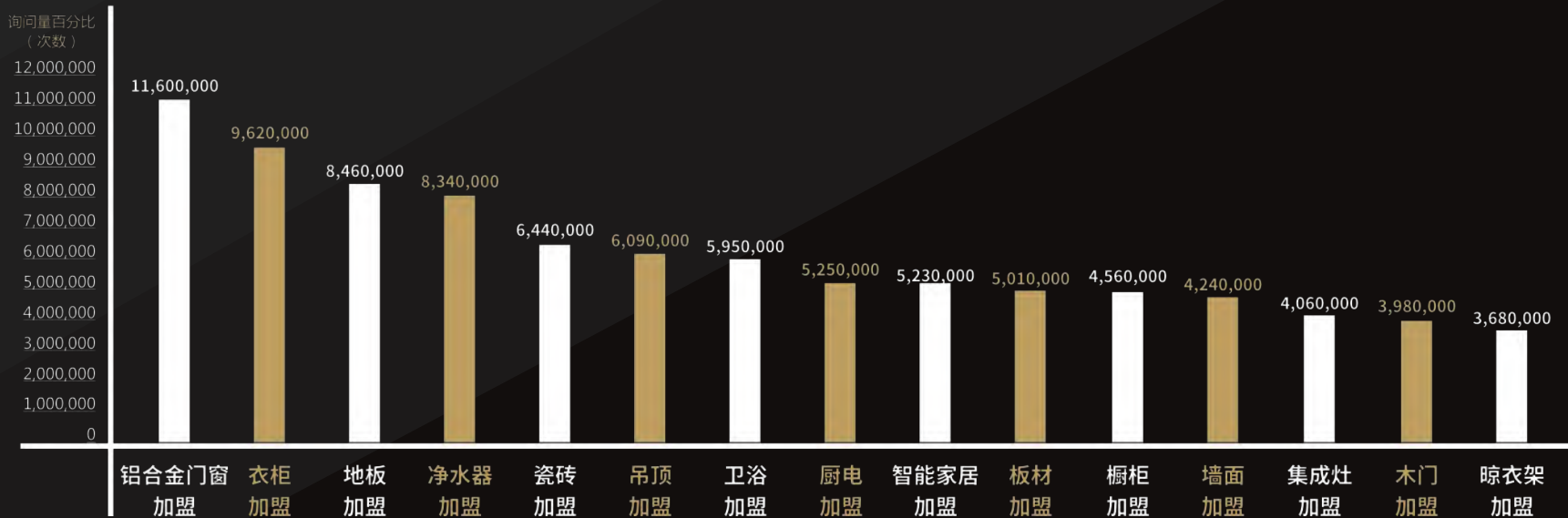


家居建材行业各大品类搜索量TOP10

- ◆ 在国内家居建材行业发展三十多年的地板行业，由于有着庞大的品牌基数和深厚的市场基础，关键词搜索量排名榜首。

01

“地板加盟” 跻身家居建材项目加盟搜索量Top3



家居建材招商加盟项目检索量 Top15



02

地板行业**加盟指数**报告

在家居建材行业渠道模式不断迎接诸如新零售的新挑战时，经销商作为渠道流通领域的重要组成部分，业务拓展难、经营成本增加，管理模式复杂等压力愈发凸显！

2018年，我国地板行业的加盟态势是好是坏？

最终选择加盟地板的，都是一群怎样的人？

TA们，有怎样的喜好、习惯？

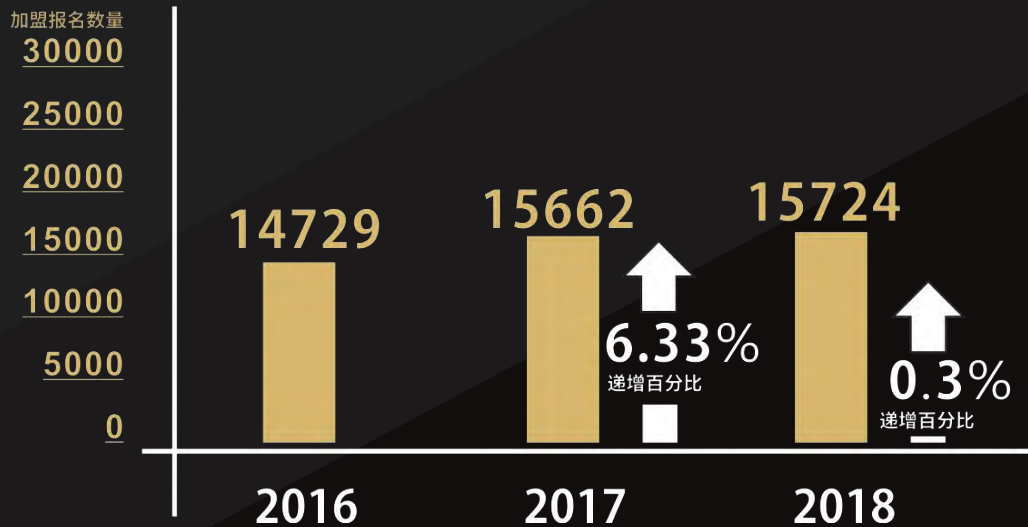
.....



人群结构

02

我国地板行业近三年加盟报名情况



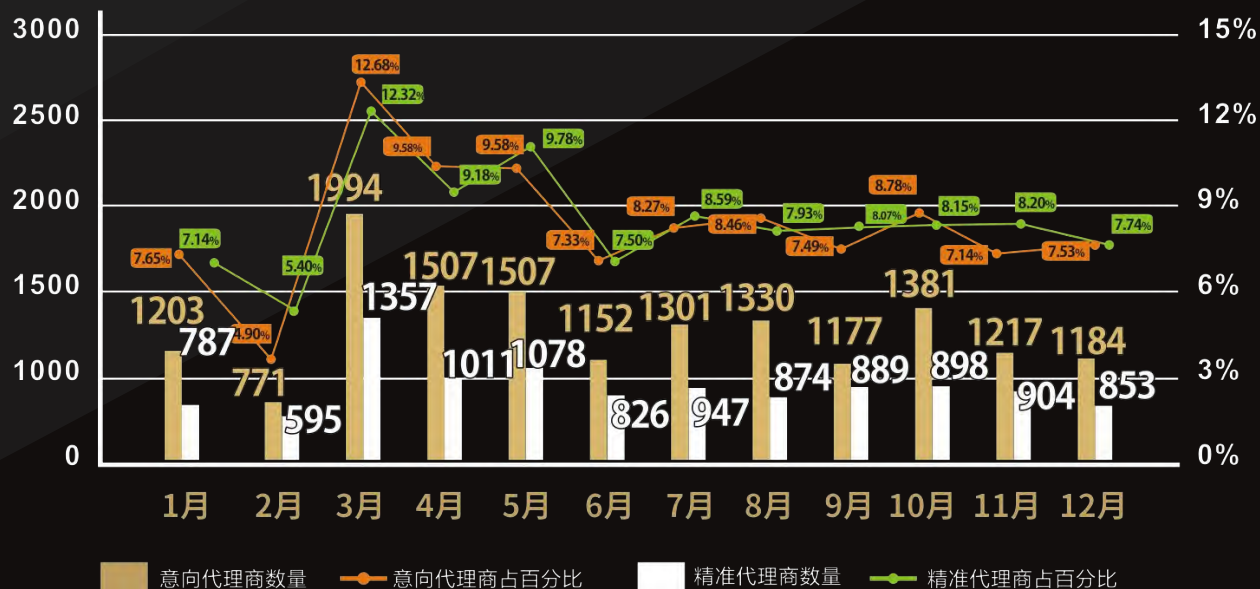
报名人数逐年增加
但增幅骤减，不到0.3%

- ◆ 地板行业发展成熟期，加上2018年地板市场疲软，加盟热情和欲望受影响。

02

2018地板意向加盟商与精准加盟商月度分析

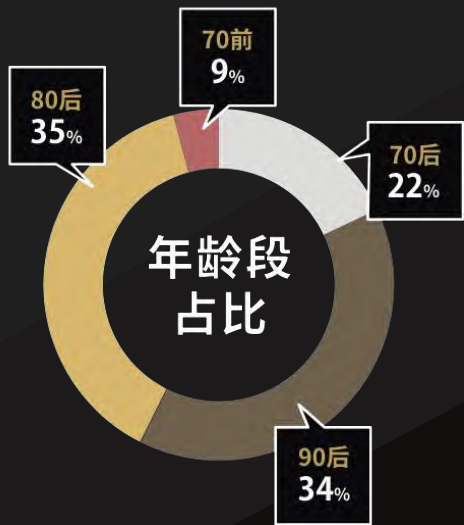
- ◆ 3月上海地材展举行，大型专业型展会吸睛；
- ◆ 年后寻求加盟的代理商较多，企业招商会频繁；
- ◆ 2月恰逢农历春节，人数较少在所难免。



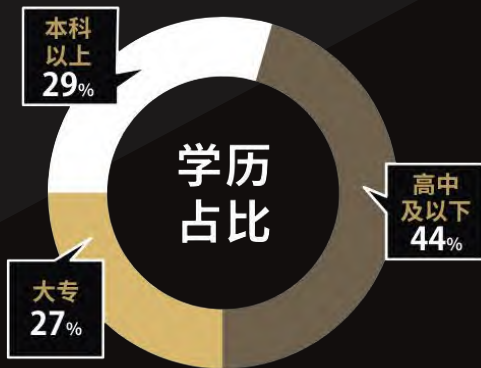
意向/精准加盟商峰值保持一致：最高值在3月，最低值在2月。

02

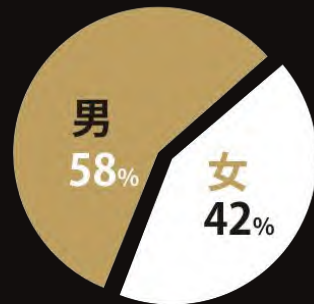
2018地板加盟商用户画像



◆ 2018年地板加盟商年龄段分布占比



◆ 2018年地板加盟商学历情况分析



◆ 2018年地板加盟商性别占比

特征：

- ◆ 年轻化——80后、90后霸占加盟C位
- ◆ 高学历——56%的地板加盟商拥有大专及以上学历
- ◆ 女性崛起——男性依旧更多，但女性在逐年递增

创业黄金年龄

有激情和活力！

更懂同龄消费者！

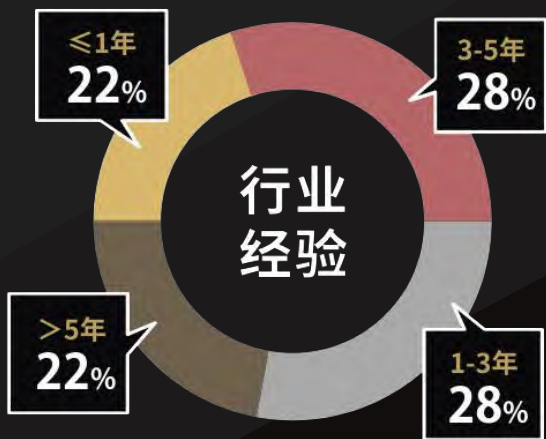
学习接受能力强！

有工作及社会经验！

- ◆ 对比2017地板加盟商性别占比（男62%、女38%），2018女性加盟商增长了4个百分点。因为女性在当今社会所处的社会角色改变，新时代女性更独立、自强，更主动去主导自己的人生。

02

2018地板加盟商行业经验



有经验的地板加盟商占据大半壁江山，占比78%。

“经验门槛”提升！

02

2018地板加盟商所在区域分布

华南地区



东北地区



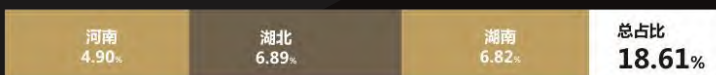
西南地区



西北地区



华中地区



华北地区



华东地区

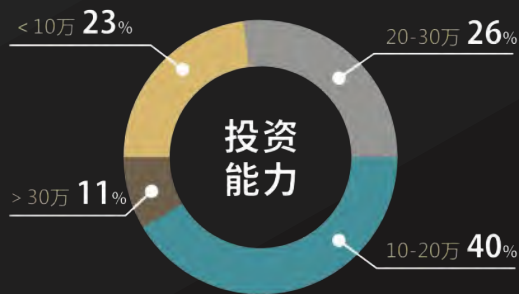


- ◆ 华东地区加盟商占比依旧遥遥领先，华中、西南随其后，两者差距不大
- ◆ 江苏、安徽、湖北三省，地板加盟商分布跻身前三
- ◆ 一线城市创业热情有所回落，北京占比0.86%、上海占比1.18%

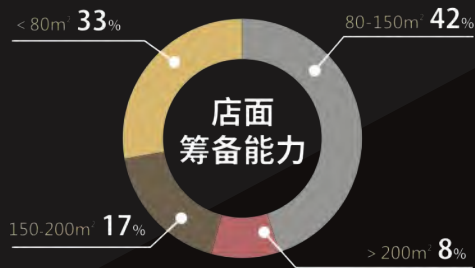


02

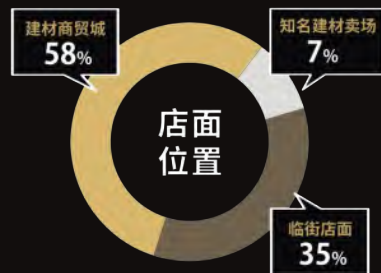
2018地板加盟商投资实力



◆ 2018地板加盟商投资预算



◆ 2018地板加盟商店面筹备能力

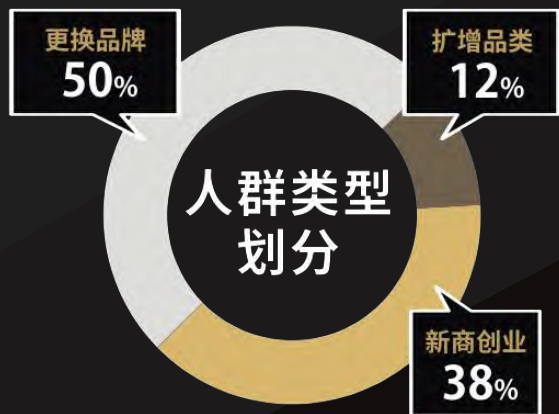


◆ 2018地板加盟商门店位置

- ◆ 投资预算<20万、店面面积<150平方的加盟商是主流，分别占比63%、75%，与往年基本持平。
- ◆ 地板作为家装主材，选择建材商贸城的占比最大；临街店面人口流动性相对较大，且县级市场以临街店面为主，吸引力也很大。

02

2018地板加盟商三大类型



更换品牌的加盟商最多，为什么？
是此前所代理的地板品牌赚不到钱了？
还是加盟商的自身原因？

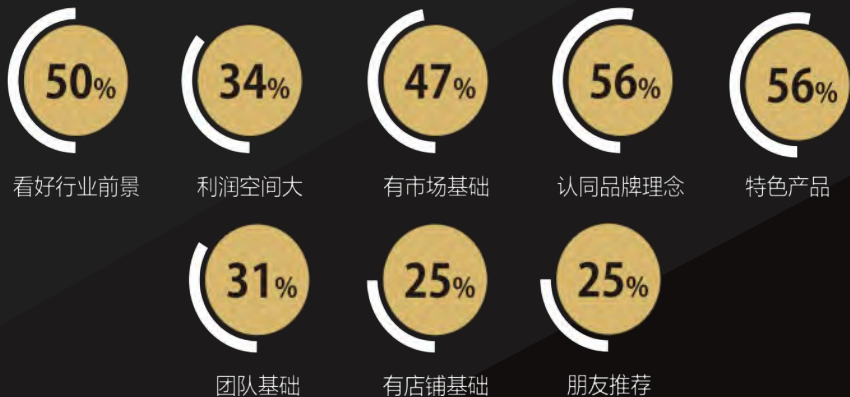
需求偏好

除了挣钱，加盟商脑子里都在想什么



02

2018地板加盟商加盟动机【多选，按重要程度】



**挑产品！
看行业前景！
在乎品牌理念！
加盟商变了，变得更理性、冷静、谨慎**

- ◆ 利润空间不再是加盟的主要动机，加盟商愈发侧重品牌的产品竞争力、文化理念，目光更长远。

02

2018地板加盟商获取加盟信息的来源【多选，主体来源】

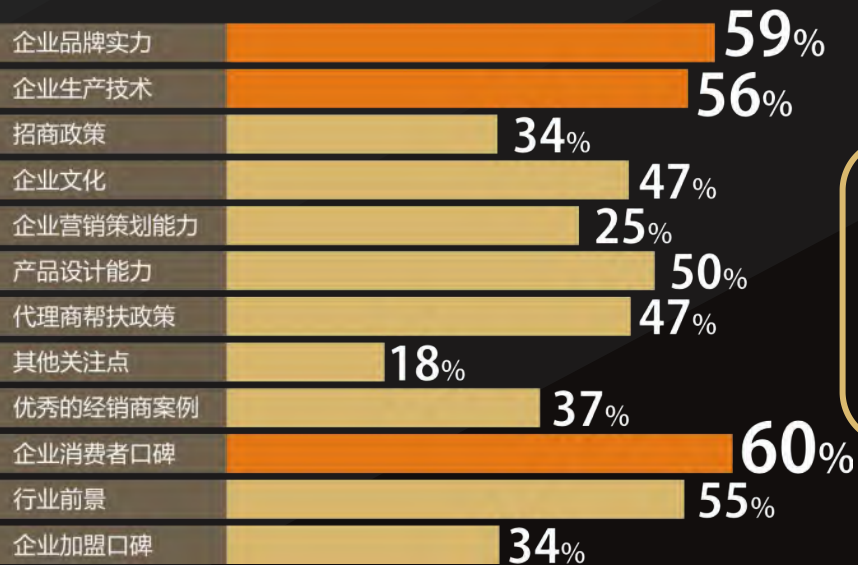
互联网平台+展会 加盟商获取加盟信息的两条主通道

- ◆ 移动互联网之下，大众阅读习惯转变，通过手机找项目的比例快速增长。
- ◆ 通过参加专业招商展会，与品牌面不面沟通咨询，仍是重要加盟信息来源。



02

2018地板加盟商加盟过程中的关注点【多选】



- ◆ 消费者口碑第一，大家说好才是真的好！
- ◆ 实力为王，品牌强不强，实力一定要关注！
- ◆ 地板白热化竞争，技术先行，创新驱动！

02

2018地板加盟商最终决定加盟的因素【多选】

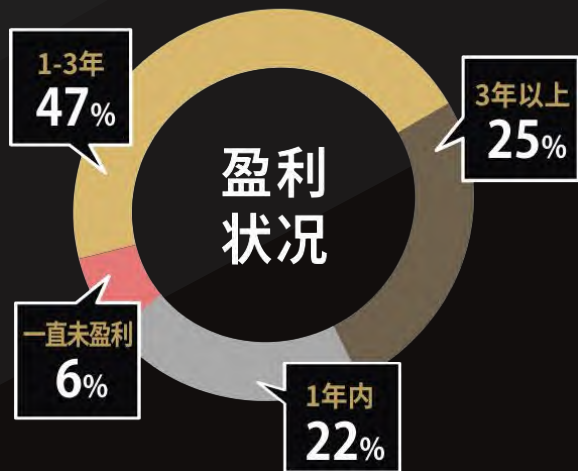


纵然一开始关注点很多
但决定加盟，我就认“实力”！

- ◆ 在加盟过程中，地板加盟商最为关注“消费者口碑、品牌实力和生产技术”！
- ◆ 在最终选择品牌时，“品牌实力”成为加盟决定性因素。

02

地板加盟商加盟后盈利状况

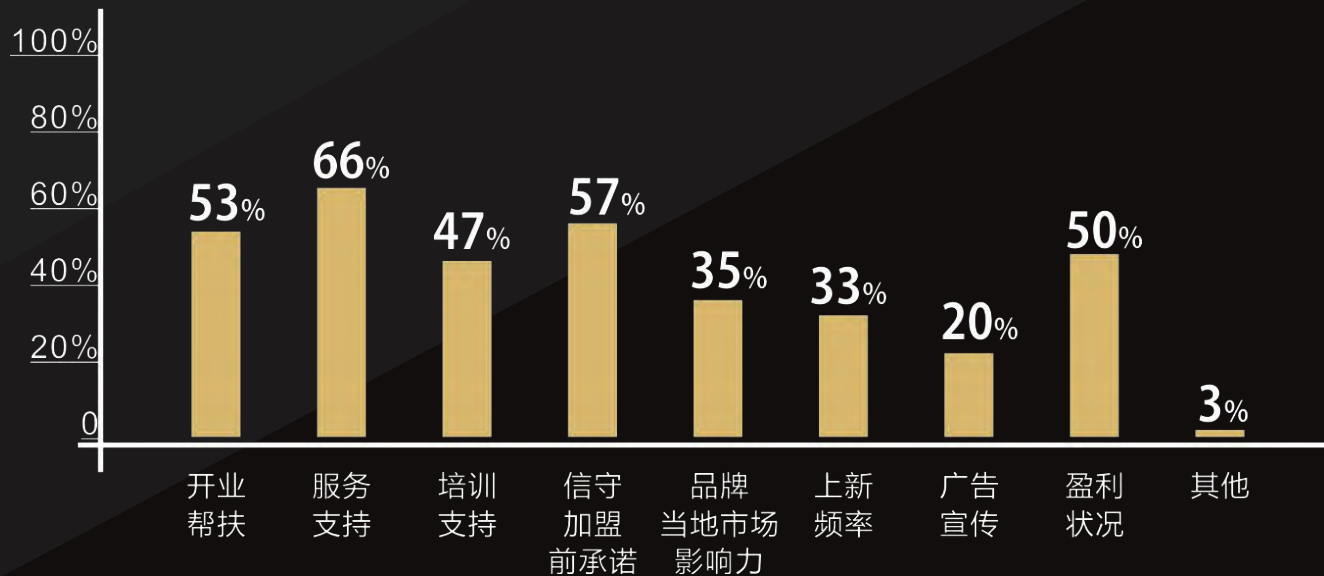


◆多在1-3年盈利，1年内便赚钱的占比22%。

在地板竞争愈发残酷的背景下，整体来看，地板加盟商的盈利时间相对比较可观。只是值得注意的是，今年听到不少加盟商说生意越来越不好做，压力大！

02

地板加盟商加盟后满意度分析【多选】



【占比越大，满意度越高；占比越低，满意度越低。】

重服务、讲诚信、助力开业，他们很满意！

But.....

产品上新频率和广告宣传，他们希望再加把劲！

- ◆地板加盟商对于上新频率和广告宣传的满意度不高，从侧面反映出地板同质化已影响到终端门店的生存发展，消费品牌效应愈发显现。

触媒情況

02

2018地板加盟商对各类平台招商类广告的信任度【多选】

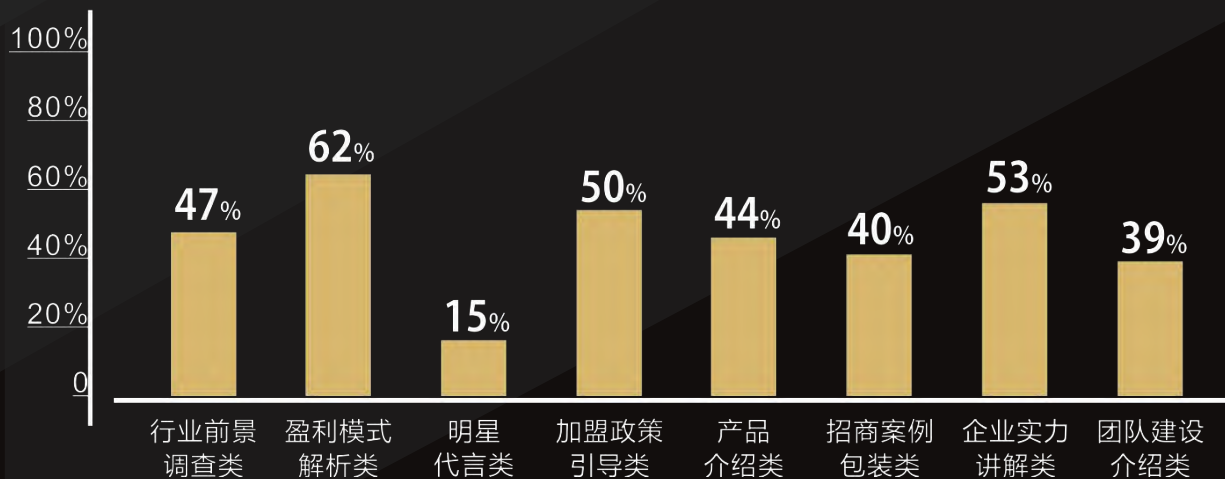
专业、权威
真实、客观
.....



平台那么多，行业门户、综合门户、电视发布的招商类广告，他们最信任！

02

2018地板加盟商感兴趣的招商广告类型【多选】



- 💰 项目赚不赚钱?
- 👉 怎样去赚钱?
- 👥 实力强不强?
- 🏠 具体加盟政策怎样?

◆ 在发布的招商类广告中，他们对“盈利模式、企业实力、加盟政策”最为感兴趣。

02

2018线上招商广告转化阻碍因素【多选】

在网上投放了那么多招商广告
为什么最终转化率不如人意



◆招商政策吸引力还不够

◆没有眼见为实,对品牌实力有质疑

直播

让实力看得见

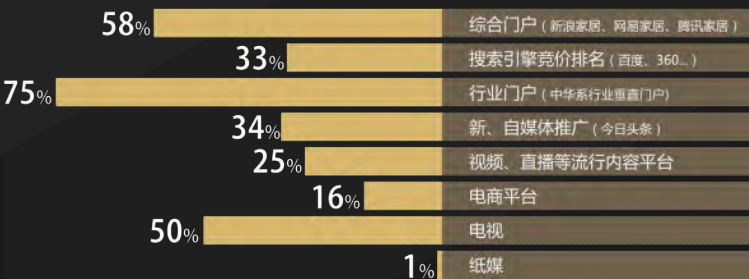
不同类型加盟人群需求偏好

必看!

新商创业、更换品牌、扩增品类，
你的招商信息能get到他们的点吗？

02

三大类型地板加盟商对各平台招商类广告的信任度【多选】



◆ 新商创业



◆ 更换品牌



◆ 扩增品类

共同点

行业门户——专业的，大家都信赖！

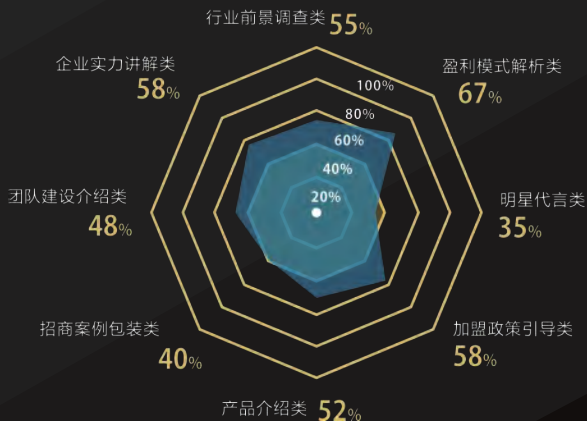


差异点

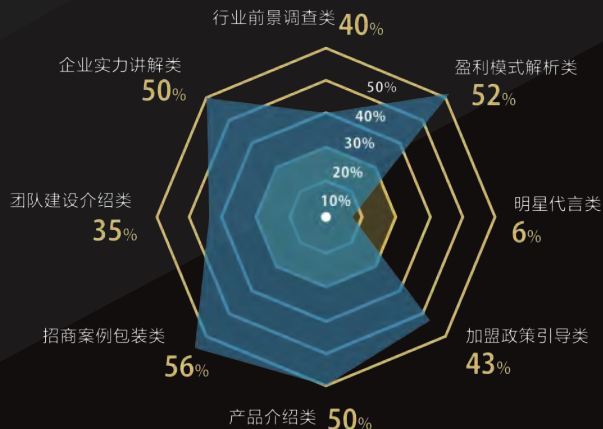
- ◆ “新商创业” 的加盟商相对谨慎，偏向于信任权威性较强的综合门户、电视；
- ◆ “更换品牌” 的加盟商对门户、搜索引擎和新兴平台的信任度都比较高；
- ◆ “扩增品类” 的加盟商愿意去信任当下比较流行的新、自媒体及直播平台。

02

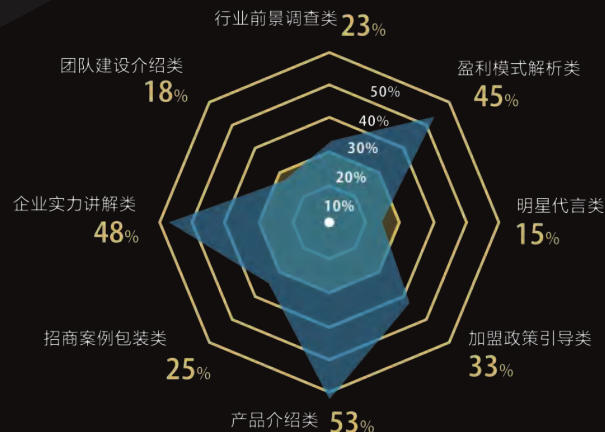
三大类型地板加盟商感兴趣的招商广告类型【多选】



◆ 新商创业



◆ 更换品牌



◆ 扩增品类

共同点

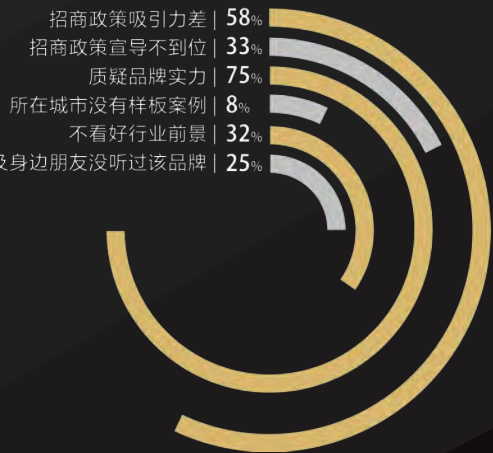
赚钱之道+实力真相 大家都很有兴趣!

差异点

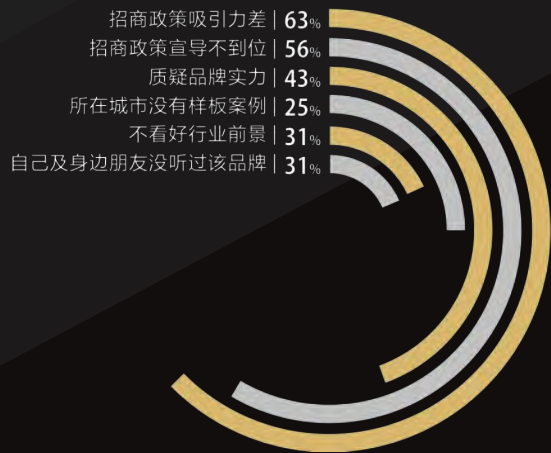
- ◆作为入行“新人”，刚刚创业的加盟商就像是个“孩子”，对行业前景及品牌的一切都充满着好奇和渴望；
- ◆“换品牌”而来的加盟商，因有过地板从业经验，针对性更强，侧重于成功案例、盈利模式的重点了解；
- ◆“扩增品类”的加盟商，原有品类经营得不错，像个“高手”，不太理会偏外在的信息，最关注内在产品。

02

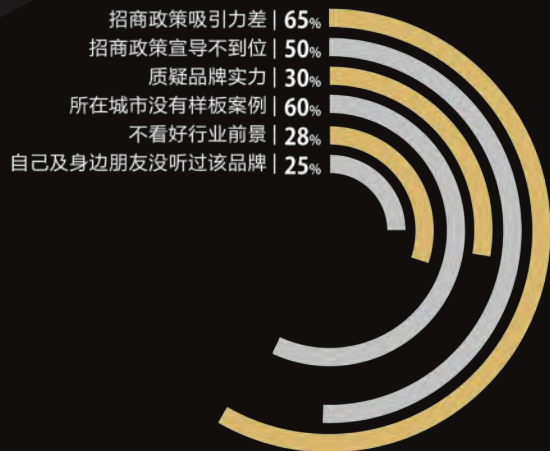
三大类型地板加盟商线上招商广告转化阻碍因素分析【多选】



◆ 新商创业



◆ 更换品牌



◆ 扩增品类

共同点

招商政策吸引力不够 大家都不太满意!



差异点

- ◆质疑品牌实力，没亲眼见过企业的工厂、产品、团队……新商创业者不敢加盟；
- ◆招商政策要一一说清，别欺骗、套路“换品牌”的加盟商，他们不想被“二次伤害”；
- ◆引进地板品类后，成功提升门店客单值的案例，“扩增品类”的加盟商，他们想看看。



03

地板行业招商指数报告

历经三十余年发展，我国地板行业企业现状如何？

2018年，地板企业的发展重心还是招商吗？

对于招商，他们提出了怎样的要求？

他们认可的招商渠道又是什么？

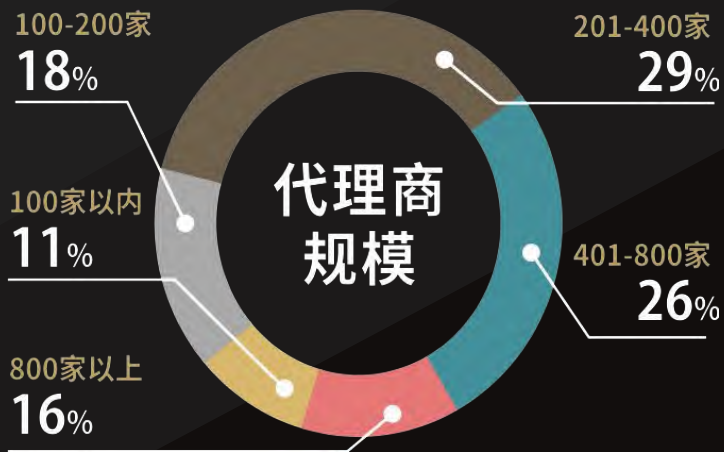
.....



招商整体情况

03

地板企业代理商数量统计

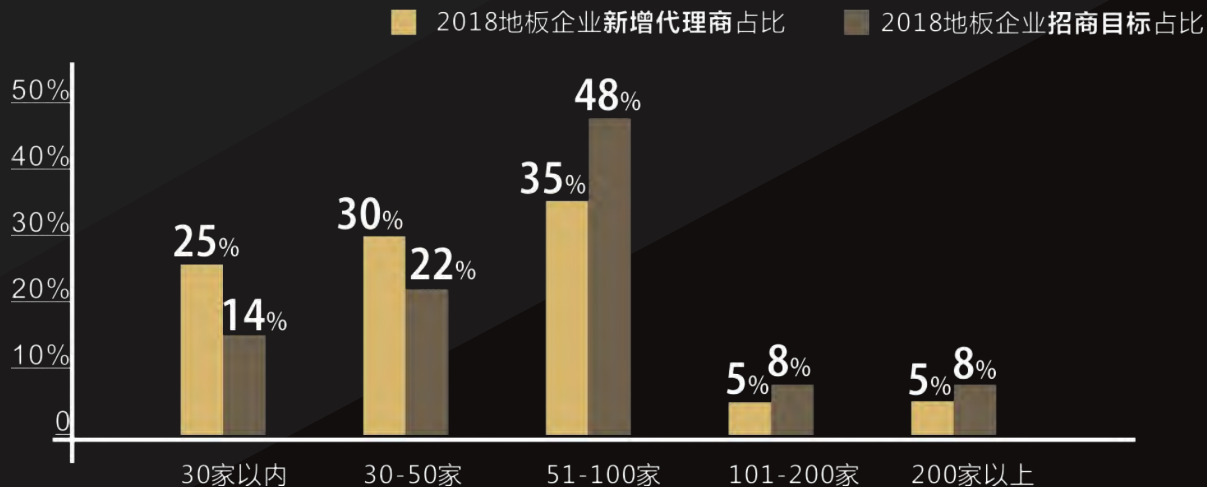


规模普遍较小
品牌发展空间大

- ◆ 地板虽是家居建材领域发展较为成熟的行业，但整体较为零散，企业规模大小不一，以中小型为主，行业集中度有待提升。

03

地板企业2018年度招商目标与新增代理商数量



理想与现实，总差那么一点儿！

- ◆ 年度招商目标<50家的企业，都实现了自己的理想。但>50家的，有部分企业抱憾了。虽说有压力就有动力，但制定目标时，也要结合企业自身现状、多多考虑当下的地板市场行情。

03

2018地板企业是否有年度招商规划

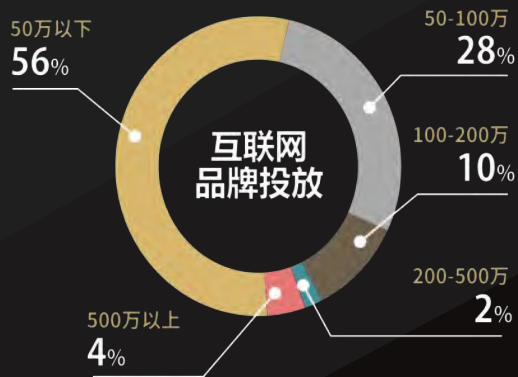


有规划，
才有未来

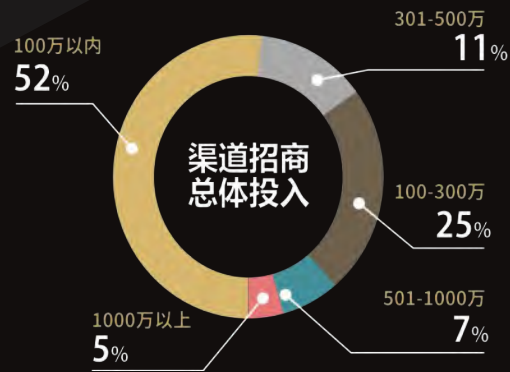
- ◆ 大部分地板企业都有了成熟的样子！

2018地板企业招商财力投入

整体偏理性、保守



■ 2018企业用于互联网品牌投放宣传（不含百度竞价）的总体投入费用



■ 2018企业用于招商（团队招商薪酬不计）的总体投入

- ◆ 在互联网品牌宣传投入上，**过半数地板企业控制在50万以内**，这与企业发展阶段有关。但值得注意的是，随着地板市场竞争加剧，在网络上积极扩音，打响品牌知名度及影响力，变得很重要。
- ◆ 在专门的招商投入上，地板企业一方面急于渠道扩张，同时招商投入又有限，**过半数控制在100万以内**，更多的企业希望钱用在刀刃上。

相辅相成，既招商也养商



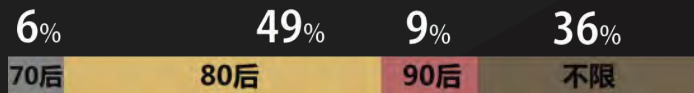
- ◆ 不管是专职招商，还是代理商维护，90%的地板企业都配置了30名以内的团队，可以看出企业对招商、养商、扶商的重视。



招商条件

03

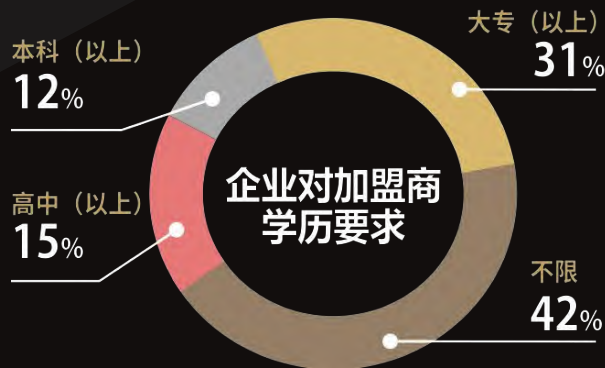
人群画像



◆ 2018地板企业招商年龄段要求



◆ 地板加盟商哪些特质会成为加分项【多选】



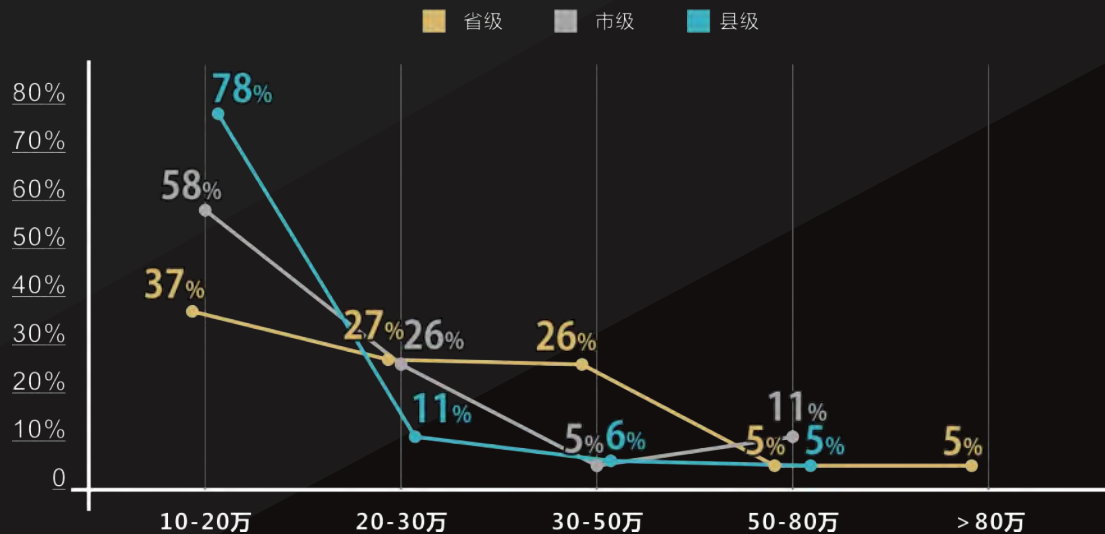
◆ 2018地板企业招商学历要求

年轻、高学历、有特长 企业也挑加盟商

- ◆过半数地板企业倾向于80后、90后这批年轻人加入他们的大家庭。
- ◆43%的地板企业只选择大专以上的加盟商。当然，也有42%的企业对学历不设限，认为有能力更重要。
- ◆如果年龄、学历没占优势，但有业务拓展渠道、有资金、有经验，地板企业也会对你另眼相看！

03

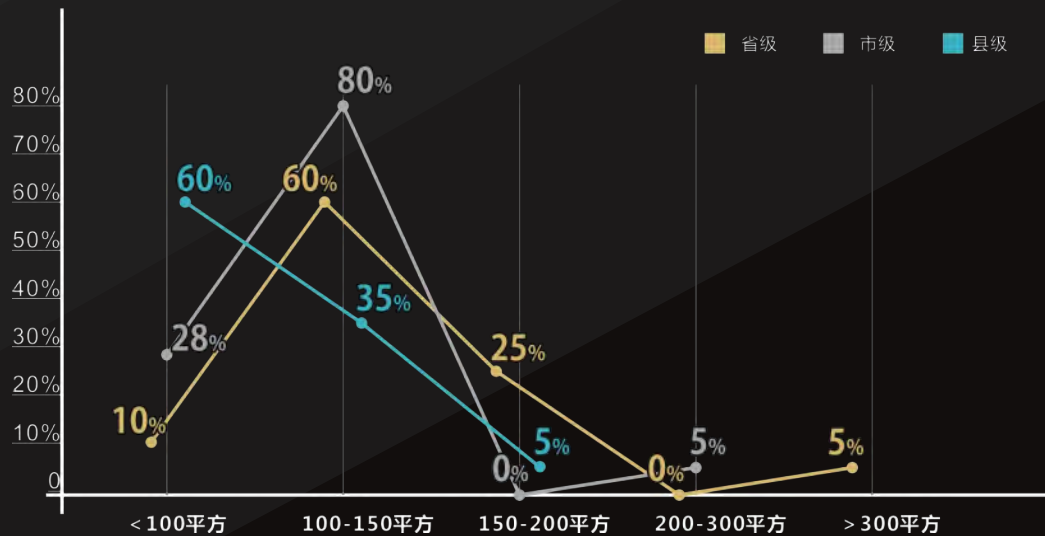
投资实力要求



◆ 2018地板企业
招商投资预算要求

03

投资实力要求

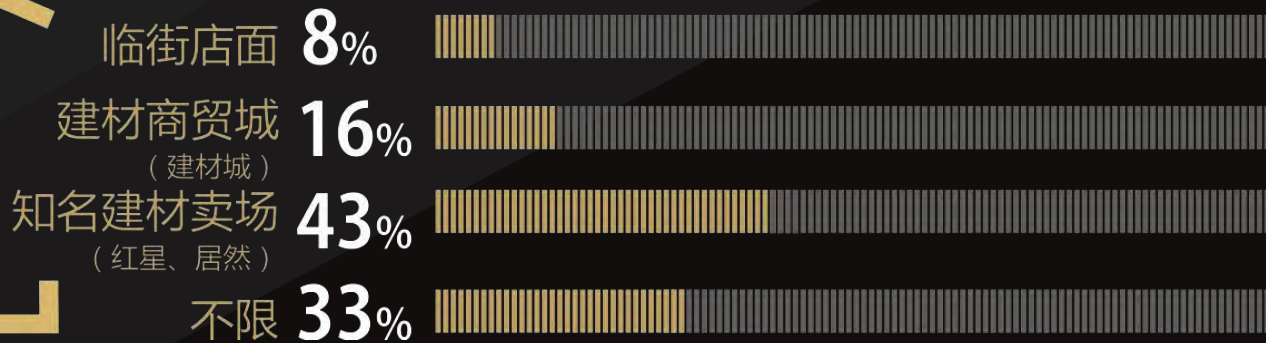


◆ 2018地板企业
招商店面筹备要求

03

投资实力要求

店面
位置



◆ 2018地板企业招商门店位置要求

因地制宜、灵活多变 加盟门槛相对来说并不高！

- ◆对于省、市、县级代理商，过半的企业投资预算要求在10-30万以内，便能加盟。
- ◆假如代理商有100-150平方米的店面，基本满足了一半以上地板企业对店面筹备的要求。
- ◆地板企业更希望加盟商的店面选在知名建材卖场，但现实是建材商贸城成为大部分加盟商的选择。

03

招商范围



◆2018年地板企业重点招商区域



◆2018年地板企业重点招商级别占比

华东、西南、华北区的投资者们！

广大县级市场的创业者们！

We want you ! ! !

- ◆在深耕华东、华北地区的基础上，随着国家政策向西部倾斜，不少地板企业将触角伸向了西南地区；
- ◆一线城市网点布局趋于饱和，加上返乡潮及国家对大众创业和鼓励，县级市场正成为香饽饽。



触媒情况

03

2018地板企业认可的招商渠道



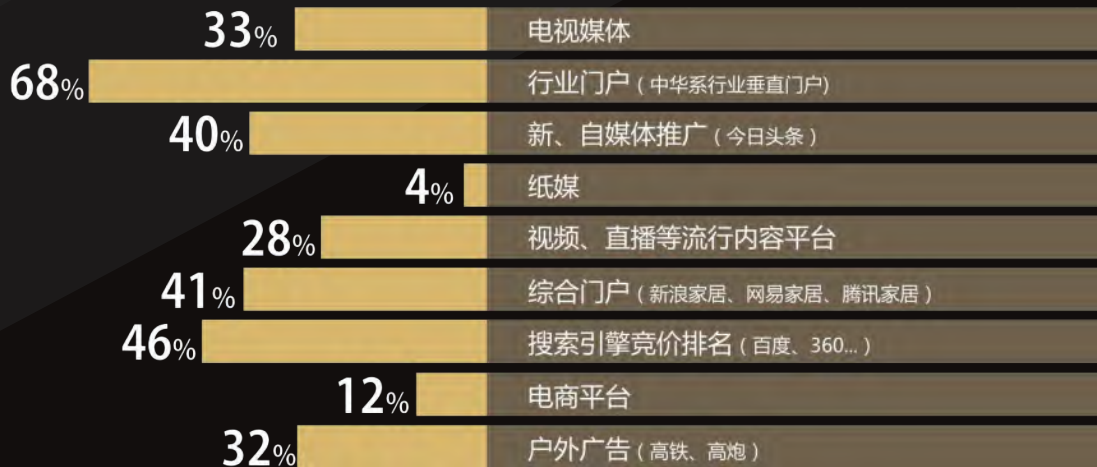
线上招商最受认可 圈子效应依旧明显

- ◆ 当下，地板企业招商渠道多元化。在移动互联网的飞速发展下，互联网平台以其超高性价比，招商效果好，企业公认！同时，圈子介绍和走访陌拜这种以人际关系为主导的方式，仍为企业所认可。另外，地板行业的大型重要性展会，依旧也是企业招商的“得力助手”。

03

2018地板企业对各大平台招商效果的信任度

网络大千世界
行业门户招商效果
遥遥领先



◆ 行业门户因专业性和受众群体契合度高

强势赢得了72%的地板企业的高度信任。

◆ 招商效果信任度情况

03

2018地板企业对外最喜爱传播的内容【多选】



秀产品、展实力、扩口碑 全力宣传最重要的！

- ◆ 同质化顽疾之下，“特色产品”霸占地板企业品牌宣传内容C位！
- ◆ 来硬的，始终坚持宣扬“企业实力”这一个中心不动摇！
- ◆ 口碑经济时代，好的市场口碑，怎可轻易放过！



04

建议及趋势解读

◆ 坚定信心，摆正心态，乐观面对。

近两年，地板行业的发展速度虽明显跟不上橱柜等后来者的步伐，国际贸易战、环保政策等方面的影响也让地板企业经营压力变大，但从家居建材各大品类的搜索量来看，“地板”、“地板加盟”搜索量位居前列，关注度还是非常高的。

◆ 适当践行“品牌年轻化”策略

8090后成为家居建材消费主流的同时，地板加盟商也呈现年轻化特征，如何在品牌打造、产品设计、营销方式等方面更好地满足年轻一代的需求和喜好，值得企业深思。

◆ 招商预算有限？线上招商潜力待挖掘

在移动互联网飞速发展、人力成本高涨的背景下，线上招商因省时又省力，成为地板企业最认可的招商渠道。其中，行业门户因专业性和受众群体契合度高，招商效果好获得地板企业公认。如果您的品牌年度招商投入有限，尝试线上招商，或能为您带来意外的惊喜。

◆ 尝试直播、社群等精准营销方式

质疑品牌实力、招商政策吸引力不够、招商政策宣导不清晰，成为线上招商广告成功转化的主要阻碍因素。加盟商更相信眼见为实的企业实力，也更希望企业能给予精细化、过程化的加盟服务，利用直播、社群等精准的推广方式或许更能打动他们。

◆ 加强产品研发创新，上新的同时，多多宣传。

在地板加盟过程和最终做决定的环节，加盟商愈发侧重品牌的产品竞争力。而在加盟后满意度调查中，大部分加盟商觉得地板企业的产品上新频率、广告宣传力度还不够。随着终端市场竞争愈发激烈，地板企业亟需加强产品研发创新，打破同质化桎梏，并扩大特色产品宣传。

鸣谢单位



免责声明

本报告所有数据截止于2018年11月10日，数据来源于全国家具工商联经销商数据调研、中华地板网大数据平台、中国建博会数据统计中心以及公开数据信息综合，所提供的信息仅供参考，本报告不作研究依据、法律依据与凭证，不承担版权及法律责任。

2018地板招商加盟数据报告

THANKS

