

2017-2023年中国家居装饰品行业深度分析与投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国家居装饰品行业深度分析与投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201709/562207.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

近年来，中国家居饰品行业发展逐步加速，目前家居饰品行业处于一个稳定、快速发展的阶段，随着中国的经济的不断升温，广州、上海、北京等地家居饰品消费费用方面率先开始上升，并引领了全国市场的增长。

家居饰品，是指装修后期家居室内饰品的选择和搭配，包括家具、窗帘、灯饰等，甚至可以细到小件的陈设物品、摆设品、装饰品，也就是软性装饰。日益增加的市场需求不断推动着我国家居饰品行业的发展。

我国家居饰品行业向着好的方面发展。随着国民经济的持续快速增长及人们物质文化生活水平的不断提高，家居饰品行业的消费正在加大跨步地向前发展。家居饰品打破了传统的装修行业界限，将工艺品、纺织品、收藏品、灯具、花艺、植物等进行重新组合，形成一个新的理念，而且家居饰品的种类也从以前的单一型转变为现在多样化，家居饰品的品牌一直是国内家居饰品制造商的一个软肋，随着一些国际家居饰品品牌陆续进入国内家居市场，国内品牌力度不强的弱势显现的更加明显。

我国大型城市和中小城市的家居饰品行业分化较大。一些国外的大型跨国公司看好中国大型城市家居饰品的巨大市场，近两年，特别是今年，一些大型卖场都专门推出了家居饰品专区。家居饰品专营以及商场柜台称为大型城市主要的两大销售渠道。而中小城市的家居饰品消费由于受收入水平等方面的限制，目前仍然保留以前的销售方式，即以鲜花店、礼品店的形式销售家居饰品，其产品一般都是较普通的家居饰品，产品的档次偏低。

当前，中国家居饰的发展仍处于初级阶段，随着行业的发展，家居饰品已经不再是价格上的竞争，而是上升到了品牌和设计上的竞争。相关企业以及家居饰品设计者需发挥主观能动性，设计出更多新颖的产品，才能吸引消费者，在家饰市场中打响品牌。

智研咨询发布的《2017-2023年中国家居装饰品行业深度分析与投资战略咨询报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 家居装饰品行业发展综述

1.1 家居装饰品行业概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要商业模式

1.2 家居装饰品行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 家居装饰品行业在产业链中的地位

1.2.3 家居装饰品行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 家居装饰品行业生命周期

1.3 最近3-5年中国家居装饰品行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 家居装饰品行业运行环境（PEST）分析

2.1 家居装饰品行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 家居装饰品行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 家居装饰品行业社会环境分析

2.3.1 家居装饰品产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 家居装饰品产业发展对社会发展的影响

2.4 家居装饰品行业技术环境分析

2.4.1 家居装饰品技术分析

2.4.2 家居装饰品技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国家居装饰品行业运行分析

3.1 我国家居装饰品行业发展状况分析

3.1.1 我国家居装饰品行业发展阶段

- 3.1.2 我国家居装饰品行业发展总体概况
- 3.1.3 我国家居装饰品行业发展特点分析
- 3.2 2016年家居装饰品行业发展现状
 - 3.2.1 2014-2016年我国家居装饰品行业市场规模
 - 3.2.2 2016年我国家居装饰品行业发展分析
 - 3.2.3 2016年中国家居装饰品企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2016年重点省市市场分析
- 3.4 家居装饰品产品/服务价格分析
 - 3.4.1 2014-2016年家居装饰品价格走势
 - 3.4.2 影响家居装饰品价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.4.3 2017-2023年家居装饰品产品/服务价格变化趋势
 - 3.4.4 主要家居装饰品企业价位及价格策略
- 第四章 我国家居装饰品行业整体运行指标分析
 - 4.1 2014-2016年中国家居装饰品行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析
 - 4.1.3 行业资产规模分析
 - 4.1.4 行业市场规模分析
 - 4.2 2014-2016年中国家居装饰品行业运营情况分析
 - 4.2.1 我国家居装饰品行业营收分析
 - 4.2.2 我国家居装饰品行业成本分析
 - 4.2.3 我国家居装饰品行业利润分析
 - 4.3 2014-2016年中国家居装饰品行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 行业盈利能力分析
 - 4.3.2 行业偿债能力分析
 - 4.3.3 行业营运能力分析
 - 4.3.4 行业发展能力分析
- 第五章 我国家居装饰品行业供需形势分析
 - 5.1 家居装饰品行业供给分析

5.1.1 2014-2016年家居装饰品行业供给分析

5.1.2 2017-2023年家居装饰品行业供给变化趋势

5.1.3 家居装饰品行业区域供给分析

5.2 2014-2016年我国家居装饰品行业需求情况

5.2.1 家居装饰品行业需求市场

5.2.2 家居装饰品行业客户结构

5.2.3 家居装饰品行业需求的地区差异

5.3 家居装饰品市场应用及需求预测

5.3.1 家居装饰品应用市场总体需求分析

(1) 家居装饰品应用市场需求特征

(2) 家居装饰品应用市场需求总规模

5.3.2 2017-2023年家居装饰品行业领域需求量预测

(1) 2017-2023年家居装饰品行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2017-2023年家居装饰品行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业家居装饰品产品/服务需求分析预测

第六章 家居装饰品行业产业结构分析

6.1 家居装饰品产业结构分析

6.1.1 市场充分程度分析

6.1.2 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 我国家居装饰品行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 家居装饰品产业结构调整方向分析

第七章 我国家居装饰品行业产业链分析

7.1 家居装饰品行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 家居装饰品上游行业分析

7.2.1 家居装饰品产品成本构成

7.2.2 2016年上游行业发展现状

7.2.3 2017-2023年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对家居装饰品行业的影响

7.3 家居装饰品下游行业分析

7.3.1 家居装饰品下游行业分布

7.3.2 2016年下游行业发展现状

7.3.3 2017-2023年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对家居装饰品行业的影响

第八章 我国家居装饰品行业渠道分析及策略

8.1 家居装饰品行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对家居装饰品行业的影响

8.1.3 主要家居装饰品企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 家居装饰品行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 家居装饰品行业营销策略分析

8.3.1 中国家居装饰品营销概况

8.3.2 家居装饰品营销策略探讨

8.3.3 家居装饰品营销发展趋势

第九章 我国家居装饰品行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 家居装饰品行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 家居装饰品行业企业间竞争格局分析

9.1.3 家居装饰品行业集中度分析

9.1.4 家居装饰品行业SWOT分析

9.2 中国家居装饰品行业竞争格局综述

9.2.1 家居装饰品行业竞争概况

- (1) 中国家居装饰品行业竞争格局
- (2) 家居装饰品行业未来竞争格局和特点
- (3) 家居装饰品市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国家居装饰品行业竞争力分析

- (1) 我国家居装饰品行业竞争力剖析
- (2) 我国家居装饰品企业市场竞争的优势
- (3) 国内家居装饰品企业竞争能力提升途径

9.2.3 家居装饰品市场竞争策略分析

第十章 家居装饰品行业领先企业经营形势分析

10.1 宜家（中国驰名商标）

- 10.1.1 企业概况
- 10.1.2 企业优势分析
- 10.1.3 经营状况分析

10.2 月星家居装饰品(中国驰名商标)

- 10.2.1 企业概况
- 10.2.2 企业优势分析
- 10.2.3 经营状况分析

10.3 金海马（中国驰名商标）

- 10.3.1 企业概况
- 10.3.2 企业优势分析
- 10.3.3 经营状况分析

10.4 麦德龙（一线品牌）

- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 经营状况分析

10.5 好百年（中国驰名商标）

- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 经营状况分析

10.6 爱家（中国驰名商标）

10.7 九百家居装饰品（中国驰名商标）

10.8 金盛家居装饰品（中国驰名商标）

10.9 简爱家居装饰品（中国驰名商标）

10.10 集美家居装饰品（中国驰名商标）

第十一章 2017-2023年家居装饰品行业投资前景

- 11.1 2017-2023年家居装饰品市场发展前景
 - 11.1.1 2017-2023年家居装饰品市场发展潜力
 - 11.1.2 2017-2023年家居装饰品市场发展前景展望
- 11.2 2017-2023年家居装饰品市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2017-2023年家居装饰品行业发展趋势
 - 11.2.2 2017-2023年家居装饰品市场规模预测
 - 11.2.3 2017-2023年家居装饰品行业应用趋势预测
- 11.3 2017-2023年中国家居装饰品行业供需预测
 - 11.3.1 2017-2023年中国家居装饰品行业供给预测
 - 11.3.2 2017-2023年中国家居装饰品行业需求预测
 - 11.3.3 2017-2023年中国家居装饰品供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 第十二章 2017-2023年家居装饰品行业投资机会与风险
 - 12.1 家居装饰品行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
 - 12.2 2017-2023年家居装饰品行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 重点区域投资机会
 - 12.3 2017-2023年家居装饰品行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范
- 第十三章 家居装饰品行业投资战略研究
 - 13.1 家居装饰品行业发展战略研究

- 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
 - 13.2 对我国家居装饰品品牌的战略思考
 - 13.2.1 家居装饰品品牌的重要性
 - 13.2.2 家居装饰品实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 家居装饰品企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国家居装饰品企业的品牌战略
 - 13.2.5 家居装饰品品牌战略管理的策略
 - 13.3 家居装饰品经营策略分析
 - 13.3.1 家居装饰品市场创新策略
 - 13.3.2 品牌定位与品类规划
 - 13.3.3 家居装饰品新产品差异化战略
- 第十四章 研究结论及投资建议
- 14.1 家居装饰品行业研究结论
 - 14.2 家居装饰品行业投资价值评估
 - 14.3 家居装饰品行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表1：家居装饰品行业生命周期

图表2：家居装饰品行业产业链结构

图表3：2014-2016年全球家居装饰品行业市场规模

图表4：2014-2016年中国家居装饰品行业市场规模

图表5：2014-2016年家居装饰品行业重要数据指标比较

图表6：2014-2016年中国家居装饰品市场占全球份额比较

图表7：2014-2016年家居装饰品行业工业总产值

图表8：2014-2016年家居装饰品行业销售收入

图表9：2014-2016年家居装饰品行业利润总额

图表10：2014-2016年家居装饰品行业资产总计

图表11：2014-2016年家居装饰品行业负债总计

图表12：2014-2016年家居装饰品行业竞争力分析

图表13：2014-2016年家居装饰品市场价格走势

图表14：2014-2016年家居装饰品行业主营业务收入

图表15：2014-2016年家居装饰品行业主营业务成本

图表16：2014-2016年家居装饰品行业销售费用分析

图表17：2014-2016年家居装饰品行业管理费用分析

图表18：2014-2016年家居装饰品行业财务费用分析

图表19：2014-2016年家居装饰品行业销售毛利率分析

图表20：2014-2016年家居装饰品行业销售利润率分析

图表21：2014-2016年家居装饰品行业成本费用利润率分析

图表22：2014-2016年家居装饰品行业总资产利润率分析

图表23：2014-2016年家居装饰品行业集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/562207.html>