

2014-2019年中国家具及家居用品市场运营动态及 投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2019年中国家具及家居用品市场运营动态及投资前景预测报告》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/201404/237161.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

2012年一季度，我国家具行业规模以上企业累计完成工业总产值1207.74亿元，同比增长19.42%；2012年3月末，我国家具制造工业企业达4301家，全行业总资产达到2767.5亿元，同比增长17.35%；2012年6月末，我国家具制造工业企业已达4313家。国际家具市场对我国家具需求增长，家具产业由发达国家向发展中国家转移。我国家具出口居世界第一位，截止2012年一季度，累计出口93.96亿美元，同比增长9.10%；累计进口5.32亿美元，同比增长8.05%。国际家具市场对我国家具产品需求增长，家具出口依然是家具行业发展的重要方向。

我国家具行业生产企业主要分布在华南、华东、华北和东北等地区，尤以广东最为集中。珠三角目前是我国家具业最发达和最集中的地区，家具产量占全国70%，出口额占全国家具出口总量的一半以上。珠三角家具生产企业已超过6000家，产值400多亿元。顺德是珠三角家具企业最密集的地区之一，有2000所家具生产企业，家具从业人员20多万人。东莞家具企业以外向型为主，是我国家具出口的主产地之一。正是存在顺德、东莞和中山等一批家具市场，才造就了珠三角中国家具业的龙头地位。长三角家具业增速已大大超过国内家具业整体增长水平。浙江家具的总产值已达到150亿元，每年增长速度在30%以上，是全国平均增速的两倍。而且，长三角家具已形成了富有特色的产业群和明晰的产业分工，如绍兴的软体家具、杭州的办公家具、温州的套房家具、金华的红木家具和木雕家具、宁波的古旧家具，玉环的古典家具和安吉转椅等。以浙江家具为首的长三角家具正在构筑中国家具产业除珠三角之外的又一个重要基地。

2011年全国商品房销售面积为10.99亿平方米，增长4.9%，增速较2010年回落5.2%。旺盛的刚性需求和保障房的大量供应，以及房地产行业的基础性地位等因素，决定了此次调整对家居产品消费的影响将更多的表现在消费结构调整和短期局部性变动。因此，作为家具及家居用品行业最主流之渠道的家居卖场，在2012年发展稳中有升的大格局不会改变。2012年8月1日实施的《儿童家具国家标准》，给大企业以信心，小企业以规范，家具行业投资者们将面临更大的挑战和责任。我国有十三亿多人口，人口因素依然是家具市场发展的重要条件。家具人均消费将随着生活水平的提高逐步增长。再加上新农村建设加快，农村城市化，农民对家具需求增加，为家具行业提供发展机遇。

智研咨询发布的《2014-2019年中国家具及家居用品行业市场运营动态及投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国家具及家居用品行业的概念，接着分析了中国家具及家居用品行业发展环境，然后对中国家具及家居用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家具及家居用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国家具及家居用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究咨询报告由北京智研咨询有限公司领衔撰写，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、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国

人民银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及家具及家居用品专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国家具及家居用品行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对家具及家居用品行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

报告目录：

第一章 我国家具及家居用品行业发展综述

第一节 家具及家居用品行业发展概要

一、我国古典家具的发展历史

二、红木家具

三、2012年家居卖场现状及发展趋势

四、家具的选择及注意事项

第二节 家具行业发展的政策分析

一、儿童家具"新国标"分析

二、红木家具"新国标"

三、"十二五"家具行业的发展规划

四、"以旧换新"政策

第二章 我国家具及家居用品行业的国际比较分析

第一节 我国家具及家居用品行业市场环境比较分析

一、国际家具市场环境

二、国内家具市场环境

三、家具市场发展空间预测

第二节 国内家具行业发展状况分析

一、我国家具业发展现状

二、家具市场的发展动态

三、目前家具行业出现的主要问题

第三节 国内家具行业市场需求状况分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第四节 全球家具及家居用品行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第三章 欧美家具及家居市场发展分析

第一节 欧美国家家具及家居市场分析

一、欧美家具及家居市场发展分析

二、欧美家具及家居市场发展趋势分析

第二节 欧美家具及家居产品销售模式分析

一、产品营销模式

二、分销商形态

三、渠道架构

第三节 2013年欧美家具及家居重点生产企业分析

一、法国罗杰集团

二、法国格郎世家

三、丹麦古诺凡希家具公司

四、维特拉

五、阿旺特

六、丹麦FH公司

七、意大利B&B公司

八、瑞典宜家（IKEA）公司

九、美国诺尔（Knoll）公司

十、米勒（Miller）公司

十一、彼尼索非亚

第四节 欧美家具及家居消费市场情况分析

一、欧美家具消费市场情况

二、欧美家具市场发展分析

第五节 欧美家具及家居发展趋势分析

一、欧洲家具流行趋势分析

二、欧洲家具设计五大发展趋势

三、欧美家具企业发展趋势

四、欧美家具工业的发展趋势

第四章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、家具及家居用品行业需求市场

- 二、家具及家居用品行业客户结构
- 三、家具及家居用品行业需求的地区差异
- 第二节 2013年家具行业供给分析
 - 一、木质家具产量分析
 - 二、金属家具产量分析
 - 三、软体家具产量分析
- 第三节 家具行业供求平衡分析及未来发展趋势
 - 一、家具行业的需求预测
 - 二、经济发展形势预测
 - 三、市场价格走势分析
- 第四节 2012年家具及家居产品进出口分析
 - 一、家具及家居产品出口数据合计
 - 二、家具及家居产品出口交货值数据合计
- 第五章 家具及家居用品产业链的分析
 - 第一节 行业集中度分析
 - 一、商业资本主导
 - 二、铸就优势品牌
 - 第二节 家具行业的增值空间
 - 一、家具企业提升品牌
 - 二、改变房屋装修理念
 - 第三节 行业进入壁垒和驱动因素
 - 一、进入壁垒
 - 二、驱动因素
 - 第四节 上下游行业影响及趋势分析
 - 一、炒房对家居的影响
 - 二、配套产品的影响
 - 三、家具产业链发展预测
- 第六章 区域市场情况深度研究
 - 第一节 长三角区域市场情况分析
 - 一、长三角区域市场格局变化
 - 二、长三角区域市场未来主流
 - 三、长三角区域市场潜力领域
 - 四、长三角区域市场楼市影响
 - 第二节 珠三角区域市场情况分析

- 一、珠三角家具市场现状
- 二、珠三角家具加速向西部八省转移
- 三、广东省对珠三角家具行业发展的政策支持
- 第三节 环渤海区域市场情况分析
 - 一、环渤海家具产业区简介
 - 二、环渤海家居市场发展潜力分析
 - 三、环渤海家居市场的制约因素
- 第四节 家具及家居用品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究
 - 一、华北大区市场分析
 - 二、华中大区市场分析
 - 三、华南大区市场分析
 - 四、华东大区市场分析
 - 五、东北大区市场分析
 - 六、西南大区市场分析
 - 七、西北大区市场分析
- 第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析
 - 一、国内家具行业市场竞争现状
 - 二、国内家具行业竞争企业集中度分布
 - 三、国内主要省市家具市场竞争分析
 - 四、提高我国家具产业竞争力对策建议

第七章 2012年家具市场需求分析

第一节 2012年家具及家居用品行业领域需求量

- 一、消费者年龄分布情况
- 二、消费者家庭年收入预测
- 三、装修时间预测
- 四、消费者主要房产装修状态
- 五、居室装修面积预测
- 六、消费者家庭装修预算分析
- 七、消费者选购家居产品的渠道分析

第二节 2012年下半年家具及家居用品行业领域需求产品（服务）功能预测

- 一、综合性价比分析
- 二、个性化需求分析
- 三、品牌意识分析

四、绿色环保分析

五、智能化趋势分析

第三节 2012年下半年家具及家居用品行业需求产品（服务）市场格局预测

一、材质需求分析

二、风格需求分析

三、产品设计需求分析

第八章 家具及家居用品市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、资源与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、机遇分析

六、政府的作用

第四节 家具及家居用品行业主要企业竞争力分析

一、家具制造行业资产总计分析

二、家具制造行业从业人员分析

三、家具制造行业全年营业收入总体分析

四、家具制造行业综合竞争力分析

第九章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 家具及家居用品行业细分市场分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先品牌排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国家具及家居用品行业参与国际竞争的战略市场定位

第十章 前十大领先企业分析

第一节 香港皇朝家私集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第二节 曲美家具集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第三节 深圳天诚家具有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第四节 双叶家具实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第五节 廊坊华日家具股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第六节 宜家中国

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第七节 大连华丰家具集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第八节 广东联邦家私集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第九节 健威企业集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第十节 成都市双虎实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第十一节 北京东方百盛家具有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013年经营状况分析

四、2014-2019年公司发展战略分析

第十二节 多喜爱分析

一、企业简介

二、营销策略

第十三节 济南盛德轩家居有限公司

一、企业简介

二、发展战略分析

第十一章 2012年中国家具及家居用品行业整体运行指标分析

第一节 中国家具及家居用品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 中国家具及家居用品行业产销分析

一、行业销售及利润情况总体分析

二、行业工业销售产值总体分析

三、家具制造行业存货及产成品总体分析

第三节 中国家具及家居用品行业财务指标总体分析

一、行业基本经济

二、行业盈利能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业营运能力分析

五、行业成长能力分析

六、企业亏损与负债分析

第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 未来竞争点对家具市场的影响分析

一、卖场业态分析

二、家具企业发展战略

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

一、需求变化趋势

二、新的商业机遇

第三节 家具行业市场发展趋势分析

一、智能家居市场的新趋势

二、家具行业的发展空间

三、家装的格局搭配潮流趋势

四、建材的国标及其发展趋势

第四节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

一、家具行业营销新趋势

二、设计营销计划的思路

第五节 中国家具及家居用品行业SWOT分析

一、优势（Strengths）

二、弱点 (Weakness)

三、机会 (Opportunities)

四、威胁 (Threats)

第十三章 2012年家具及家居用品行业投资方向预测分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、我国家居产业发展的有利因素

二、我国家具行业发展仍面临不利因素

第二节 产业发展的空白点分析

一、家居市场的空白

二、高端家具市场空白

三、家具行业发展潜力分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

一、家具投资回报率惊人

二、全球家具建材投资方向分析

第四节 营销分析与营销模式推荐

一、进口家具的市场营销

二、目标消费群体分析

三、营销策略分析制定

四、营销信息与服务系统

五、终端营销策略分析

六、家居设计是文化传承

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201404/237161.html>