

2018-2024年中国家居用品行业市场发展现状调查 与投资发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国家居用品行业市场发展现状调查与投资发展趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/310123310123.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、国内龙头家居企业与汉森发展路径相似

以索菲亚为代表的国内龙头家居企业与汉森发展路径极为相似。索菲亚不仅是国内最大的定制衣柜企业，也是最早进军大家居的企业之一。从发展路径上看，索菲亚与汉森都是从单一品类家具制造起步，逐渐向其他家具产品延伸，并向软装领域拓展。同时，为获取更多客户，两者都推出了面向中低端消费者的产品，并积极拓展线上、线下销售渠道，形成多元化销售体系。

表：汉森与索菲亚发展路径对比 品类不断拓展，业务有望更加均衡。从综合业务相对均衡的欧派家居各项主营业务收入增速可以看到，其传统优势的橱柜业务营收增速放缓，而衣柜、卫浴、木门等新业务增速呈几何式增长，未来各项业务比重有望更加均衡，真正实现多品类、多维度发展。同时，现有定制企业在产品线延伸方面主要集中于橱柜、衣柜等板式家具领域，向卫浴、地板以及软装饰品等方面拓展速度则较慢。我们预计随着“大家居”战略效果逐渐显现，各产品品类、业务间协同效应增强，企业发展空间将进一步增大。

图：企业主营业务构成

图：欧派家居各项主营业务收入同比增速

二、对标汉森，国内大家居企业发展前景广阔

对标汉森，国内大家居企业发展前景广阔。从汉森股价与估值水平的变化过程来看，每一次成功的业务转型都能够突破成长瓶颈，带来估值上升，目前汉森 PE 估值维持在 25 至 30 倍左右。当下我国家具行业集中度较低，据中国家具协会统计，2016 年国内室内家具 CR5 约 5.4%，我们认为随着行业资源向龙头集中，一线品牌仍将有较大发展空间。从 2016 年人口与房地产数据上看，我国人口约为韩国的 27 倍，房地产市场规模也远超韩国，为行业提供了广阔的成长空间。从企业层面看，索菲亚净利润率远高于汉森，行业内企业普遍处在加速发展阶段，综合考虑，未来我国大家居企业还有极为广阔的发展空间。

图：索菲亚与汉森净利润率对比

图：索菲亚与汉森市值对比（单位：人民币亿元）

图：索菲亚与汉森市盈率对比（TTM） 观研天下发布的《2018-2024年中国家居用品行业市场发展现状调查与投资发展趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告目录】

第一章 中国家具及家居用品行业发展概述

第一节 2017年家具行业发展情况

第二节 2017年家居用品行业发展情况

一、床上用品行业发展现状

二、厨卫用具行业发展现状

三、家居饰品行业发展现状

第三节 家具及家居用品行业发展特征

一、行业技术水平及特点

二、行业经营及生产制造模式

三、行业的特征

第四节 2017年关联产业发展分析

一、2017年房地产运行情况分析

（一）房地产产业政策分析

（二）房地产开发景气指数

（三）房地产市场供给结构

（四）房地产开发投资情况

（五）房地产商品房建筑面积

（六）房地产商品房销售情况

二、2017年全国土地市场运行状况回顾

三、2017年全国土地市场概况

四、房地产市场未来展望

第二章 欧美家具及家居市场发展分析

第一节 欧美家具市场发展分析

一、欧美家具市场分析

二、欧美家具市场发展趋势分析

第二节 欧美家居消费市场情况分析

一、欧盟家居市场发展分析

二、美国家居市场发展分析

第三节 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

第四节 欧美家具及家居重点生产企业分析

一、法国格郎世家

二、丹麦古诺凡希家具公司

三、维特拉

四、阿旺特

五、丹麦FH公司

六、意大利B&B公司

七、瑞典宜家（IKEA）公司

八、美国诺尔（Knoll）公司

九、米勒（Miller）公司

第五节 2017年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

第三章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、2017年家具及家居用品行业需求市场

二、家具及家居用品行业需求的差异

第二节 2017年供给分析

一、家具产量情况

二、木质家具产量情况

三、金属家具产量情况

四、软体家具产量情况

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、2018-2024年家具及家居用品行业的需求预测

二、2018-2024年家具及家居用品行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

第四章 家具及家居用品产业链的分析

第一节 家具及家居用品行业产业链概述

第二节 家具及家居用品行业上游原材料分析

一、家具行业上游原材料分析

(一) 木材产量价格分析

(二) 家具皮革需求分析

(三) 家具五金配件分析

(四) 家具涂料市场分析

二、家居饰品行业上游原材料分析

(一) 主要原材料价格及供应情况

(二) 主要原材料价格情况分析

(三) 主要原材料未来价格及供应情况预测

第三节 家具及家居用品行业下游市场分析

一、家具及家居用品主要销售渠道分析

(一) 家居卖场

(二) 专卖店

(三) 百货商超

(四) 网络销售

二、家具及家居用品下游行业发展分析

(一) 房地产与家具需求分析

(二) 房地产投资规模分析

(三) 房地产销售面积分析

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、迎合首次置业者是关键

三、环境压力家居行业转型

四、保障性住房对家具需求

五、家庭装修对家具的需求

第五章 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、长三角家具产业区现状

二、长三角区域市场格局变化

三、长三角区域市场未来主流

四、长三角区域市场潜力领域

五、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、广东省家具行业发展现状

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、环渤海家具市场供给情况

三、环渤海家居市场发展潜力分析

四、环渤海家具市场发展趋势

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、华北地区市场分析

二、华中地区市场分析

三、华南地区市场分析

四、华东地区市场分析

五、东北地区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北地区市场分析

第五节 中国家具产业集群的升级路径

第六章 家具及家居行业消费者调研分析

第一节 家具行业消费者市场调研分析

一、家具市场消费者特征调查分析

（一）消费者年龄分布情况

（二）消费者性别占比情况

（三）消费者收入情况分析

（四）消费者职业分布情况

二、家具市场消费情况调查分析

（一）家具购买动机调查分析

（二）家具更换频率调查分析

（三）家具购买了解渠道分析

（四）家具购买预算投入分析

（五）家具购买关注因素分析

（六）家具购买风格偏好分析

(七) 家具购买材质喜好分析

三、家具市场消费者购买心理分析

(一) 卧室家具购买心理分析

(二) 客厅家具购买心理分析

(三) 书房家具购买心理分析

(四) 儿童家具购买心理分析

(五) 厨房家具购买心理分析

(六) 餐厅家具购买心理分析

(七) 酒店家具购买心理分析

(八) 办公家具购买心理分析

第二节 家居行业消费者市场调研分析

一、家居建材消费者消费行为

(一) 消费者购买动机分析

(二) 消费者购买频率分析

(三) 消费者购买渠道分析

(四) 消费者购买预算分析

(五) 消费者选购影响因素

二、家居市场消费者需求分析

(一) 家居市场消费价格分析

(二) 家居市场消费半径分析

(三) 家居品牌的关注度分析

(四) 家居市场销售环境分析

(五) 家居市场售后服务分析

(六) 家居市场配送能力分析

三、家居建材消费者品牌关注度

(一) 家装产品关注度排行分析

(二) 柜类家具品牌关注度

(三) 卫浴洁具品牌关注度

(四) 地板品牌关注度分析

(五) 墙地瓷砖品牌关注度

(六) 油漆涂料品牌关注度

第七章 家具及家居用品市场竞争格局分析

第一节 行业竞争现状分析

第二节 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

第三节 行业竞争格局分析

一、产品竞争格局分析

（一）京派家具产品竞争态势

（二）粤派家具产品竞争态势

（三）四川派家具产品竞争态势

二、渠道竞争格局分析

（一）京派家具渠道竞争态势

（二）粤派家具渠道竞争态势

（三）四川派家具渠道竞争态势

三、品牌竞争格局分析

（一）京派家具品牌竞争态势

（二）粤派家具品牌竞争态势

（三）四川派家具品牌竞争态势

四、价格竞争格局分析

第四节 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

第五节 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

第六节 提升行业国际竞争力的

一、加快家具企业产业结构调整，推动产业集群升级

二、加强原创设计和提高工艺技术

三、促使家具制造业实现从低成本战略到差异化战略的转变

第八章 家具及家居行业产业结构分析

第一节 家具行业主要品牌及结构分析

一、家具行业主要品牌情况

二、家具行业产品结构情况

三、家具行业企业结构情况

四、家具行业供给结构情况

五、家具市场需求结构情况

第二节 家居重点企业竞争力及产品结构分析

一、产品结构及定位分析

二、信息化水平分析

三、主要供应商对比分析

四、下游消费者对比分析

五、市场营销网络对比分析

六、市场销售能力对比分析

七、售后服务能力对比分析

八、经营发展策略对比分析

第九章 领先企业竞争力分析

第一节 孚日集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第二节 索菲亚家居股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第三节 顾家家居股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第四节 喜临门家具股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第五节 欧派家居集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第六节 全友家私有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第七节 大连华丰家俱集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第八节 博洛尼家居用品（北京）股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第九节 曲美家具集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第十节 江苏恒康家居科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第十一节 广州好莱客创意家居股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第十章 2017年中国家具制造行业整体运行指标分析

第一节 中国家具制造行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产总额分析

三、行业利润总额分析

第二节 中国家具制造行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 中国家具制造行业成本费用情况分析

一、行业销售成本分析

二、行业销售费用分析

三、行业管理费用分析

四、行业财务费用分析

第四节 中国家具制造行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

一、卖场业态分析

二、同质化竞争分析

三、市场质变分析

四、规模化或精品化

五、配套服务的人道化

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 企业区域市场拓展的趋势

一、保障性住房需求对家居行业影响分析

二、未来竞争点对家居经销商的影响分析

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

一、智能家居市场的新技术与新趋势

（一）智能家居发展趋势影响因素

（二）智能家居行业技术趋势分析

（三）智能家居行业布局趋势分析

（四）智能家居产业热点趋势分析

二、未来家居室内设计新趋势

三、建材的技术标准与发展趋势

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

一、家具行业发展新趋势

（一）2017年中国家具市场变化趋势

（二）家具行业发展趋势

- (三) 家具行业消费趋势
- (四) 软体家具行业发展趋势
- (五) 床垫行业发展趋势
- 二、联合营销成趋势
- 三、家居企业电子商务瓶颈
- 四、中国家具业发展规划分析

第十二章 2018-2024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、中国家居产业发展的有利因素
- 二、中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、老年人家居市场的空白
- 二、高端红木家具保养市场空白
- 三、家具租赁市场空白
- 四、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、红木家具投资回报率惊人
- 二、国内家具建材投资方向分析

第四节 行业投资机会分析

- 一、家具行业投资前景分析
- 二、家居行业投资机会分析

第十三章 2018-2024年家具及家居用品行业投资风险及策略分析

第一节 行业投资风险分析

- 一、宏观经济风险分析
- 二、行业政策风险分析
- 三、市场竞争风险分析
- 四、渠道建设风险分析

第二节 行业进入壁垒和驱动因素

- 一、进入壁垒
- 二、驱动因素

第三节 行业投资逻辑分析

第四节 行业投资策略及分析

- 一、家具行业投资策略及建议

二、家具及家居用品行业投资策略及建议

- (一) 把握国家投资的契机
- (二) 竞争性战略联盟的实施

三、市场的重点客户战略实施

- (一) 实施重点客户战略的必要性
- (二) 企业重点客户的鉴别与确定
- (三) 企业重点客户的开发与培育
- (四) 实施重点客户战略要需解决的问题
- (五) 企业重点客户的市场营销策略分析

图表详见报告正文 (BGZQJP)

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/310123310123.html>