

2017-2022年中国家具市场发展现状及发展策略分析报告

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《2017-2022年中国家具市场发展现状及发展策略分析报告》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/285560285560.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

家具是人们的必需消费品，这个前提条件为行业定义了一个很大的市场。家具行业也是历史非常悠久的行业，它伴随着人们的衣食住行基本需要，并随着人们生活水平的提高而不断发展。近年来，中国家具行业呈现出崭新的活力和面貌。作为全球家具生产中心，早在2006年中国家具产业产值已跃居世界第一位，全球家具贸易总量的五分之一由中国完成。中国在世界家具产业和贸易领域的作用日趋重要，中国日益成为全球家具的制造中心。

2015年1 - 12月，家具制造业产销率98.3%，较2014年同期提高0.5个百分点；出口交货值1720.1亿元，累计同比增长5.0%。

12月当月，家具制造业产销率98.3%，与2014年同期基本持平；出口交货值178.1亿元，同比增长9.8%。

2016年全年，家具行业规模以上企业累计主营业务收入8559.5亿元，同比增长8.70%；累计利润总额537.5亿元，同比增长7.3%。2016年我国规模以上家具企业共5561家，比上年增加271家；其中亏损企业500家，比上年减少36家。2016年全国规模以上家具企业总资产约5416.6亿元，比上年增长403.4亿元。

2015年我国家具行业产量约76961.32万件，其中木质家具产量约25315.33万件，金属家具产量约37591.48万件，软体家具产量约5097.6万件。如下图所示：

2015年中国家具行业产品结构 资料来源：国家统计局

木制家具生产分布

2015年我国木制家具行业生产区域主要分布在华东、华南，两地占比全国产量的84%以上，我国木家具生产企业主要集中在珠江三角洲，长江三角洲以及环渤海地区，木家具出口企业也主要集中在这些地区。如下图所示：2015年中国木制家具行业生产区域分布 资料来源：

国家统计局软体家具产量分析 2011-2015年中国软体家具行业产量情况 资料来源：国家统计局 2015年我国办公家具行业产能约3.35亿件，近几年我国办公家具行业产能情况如下表所示：

2010-2015年中国办公家具产业总体产能规模

2015年我国办公家具行业产量约29655.15万件，同比2014年的28788.48万件增长了3.01%，近几年我国办公家具行业产量情况如下图所示：2004-2015年中国办公家具行业产量情况 资料来源：国家统计局 中国家具制造市场发展趋势分析

我国中高收入阶层消费能力和消费意愿较强，对价格并不敏感，对家具的材质、设计和款式等有较高的要求，并希望通过高档家具获得身份认同和价值感。另外，消费升级引领高档家具消费潮流。随着我国居民人均收入的提高，更多的70、80年代人群进入中高收入阶层，家具需求不断增加。

销售渠道其实并不仅仅是表面看到的那些摆着精致而又昂贵的家具的店铺，其背后往往是一整套包括研发、生产、展示、销售、售后服务在内的高效精良的商业运作系统。家具品牌更加注重品牌内涵的挖掘和消费体验，由于其产品价格较高，客户没有一般家具消费者广泛，所以需要更为注重品牌形象，重视设计创新和整体的服务，以取得消费者的认同。所以中高档的家具生产企业一般主要选择专业家具卖场和品牌专卖店销售产，这类渠道在销售产品的同时具备展示和体验的功能，在深化品牌形象的同时塑造自身的客户忠诚度。而中低档的现代风格家具则可以更多地选择家具大卖场和电子商务等方式进行销售。

近几年来，家具行业大幅扩张，不断新增家具大卖场、大品牌，但是卖场本身的类型和产品种类、质量同质化现象非常严重，竞争非常激烈。我国家具行业在生产上快速扩张，已经成为全球家具产品生产大国，导致中低档家具产能过剩。

伴随着经济增速趋缓的预期以及房地产调控政策的影响，家具行业中的一些实力不强的中小企业势必面临减产、倒闭、被整合的趋势。但从深层次来说，目前这种趋势属于家具行业自我调节的过程，家具行业在挤掉泡沫和不合理成分，在激烈的竞争中，逐步淘汰同质化严重的家具品牌、淘汰质次价高品牌、淘汰不符合大众消费的品牌，留下优质的家具品牌继续健康发展，也成为家具行业新的发展趋势。

另外，目前家具行业中通过不断扩大生产规模的粗放式发展模式已经不适应激烈的市场竞争，具有设计优势、采用新技术和新工艺、改进机器设备、加大科技和创新投入的集约型企业将在整个行业洗牌中更多占据优势。

家具行业经过三十几年的发展，家具产品种类越来越丰富，产品风格越来越多样化，产品竞争也进入了品牌竞争时代。国内家具消费将呈现“两极化”的发展趋势，一极是高档家具消费方兴未艾，另一极是平价家具产品的流行。家具企业将在清晰的市场定位基础上，不断满足客户品牌化、个性化、环保化的需求，并追求自身价值的最大化。

A. 价格竞争逐渐转变为品牌竞争

随着居民收入水平不断提高，我国消费者的消费习惯也不断变化。家具行业由过去计划经济时代的卖方市场，逐步发展到以价格竞争为主的买方市场，目前正在处于价格竞争向品牌竞争的过渡阶段。

价格竞争和品牌竞争都是家具企业参与市场竞争的重要手段，但是价格竞争着眼于现在和生存，是有下限的竞争，品牌竞争着眼于未来和发展，是不断由低级向高级发展变化的竞争，是一种无止境的竞争。其中包括形象、产品、服务、网络、市场保护等诸多内容。家具产品具有单笔消费金额大、更换周期长、专业化等消费特性，品牌及服务的竞争是必然趋势。中国知名的家具厂商在产品质量、生产技术、消费渠道、设计等方面都取得了长足的进步，奠定了品牌竞争的坚实基础；在目前家具产品信息不对称的情况下，品牌家具一定程度上代表了产品质量和售后服务能力，越来越多的消费者倾向于选择知名品牌家具；另外，家具行业的品牌建设正在经历从低级到高级的发展变化，正在经历从理性到感性的发展变化，正在向纵深发展，这种纵深发展体现在从重视销售产品到重视服务，从做形象到做文化，从做

品牌知名度到提高品牌认知度等方面，这种家具行业的变化本身也带动了消费者理性选择品牌家具。

B. 从满足实用到张扬个性

从消费者角度来讲，随着居民消费观念、主要消费群体、收入水平变化，中高档家具的需求量迅速膨胀，消费者购买行为越来越体现差异化、个性化，催生整个市场向专业化、细分化的趋势发展。未来，消费者会更加讲究精细化、个性化、多元化，对于家具的整体性、协调性、设计感的需求将不断增强，更加注重家居的风格、品味、代表的文化及售后服务等。家具产品的系列化将进一步完善，同一系列风格的家具中有多种款式、尺寸及不同功能的产品供不同消费者选择，从产品角度满足差异化、个性化的需求。从企业角度来讲，我国整个家具行业的市场集中度明显偏低，至今没有一家企业产值超过行业1%。在集中度分散的行业，企业只能通过集中策略，集中技术、人才等资源优势专注于某细分行业，实施差异化策略，利用产品的差异化来保证市场。我国的家具企业渐渐意识到长远发展需要经营理念的转型，需要从共性到个性的转变。

C. 对产品的环保性要求逐步提高

在基本的生活需求得到满足后，人们开始注重家居生活的质量，特别是家具产品对于健康的影响。产品的环保性也逐渐成为衡量产品质量的重要标准，注重环保性成为目前家具行业不可逆转的趋势。

中国报告网发布的《2017-2022年中国家具市场发展现状及发展策略分析报告》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。

第一部分 家具行业及市场分析

第一章 2014-2016年国际家具行业发展现状

第一节 国际家具行业发展状况

一、世界家具史

二、经济全球化下的国际家具业

三、国际家具市场环保准入法规和欧美家具标准简介

四、世界家具市场的变化及中国家具出口的模式创新

第二节 2016年国际家具市场的新变化

一、2016年国际家具市场分析

二、2016年国际家具市场的新特点

三、2016年进入中国家具市场途径

第三节 2016年国际家具业格局的相对稳定和中国家具业的应对

一、总的看法

二、当今的国际家具业格局

(一) 美国

(二) 欧洲

(三) 日本

三、中国家具业的应对

第二章 2014-2016年中国家具行业发展现状分析

第一节 中国家具行业发展状况

一、中国家具产业在国际上的地位

二、2016年家具业十大热点

三、2016年家具行业十大事件

四、2016年家具行业十大关键词

(一) 产业转移

(二) 贸易壁垒

(三) 卖场扩张

(四) 模式创新

(五) 达芬奇

(六) 寒冬

(七) 触电

(八) 跨界

(九) 标准

(十) 海外品牌入侵

五、2016年家具行业变革情况分析

六、2016年家具行业总结及展望

七、2016年我国家具业产品竞争力分析

八、2016年我国家具行业发展存在的问题

六、2016年家具行业电子商务发展情况分析

第二节 中国家具设计行业发展状况

- 一、透过设计看中国家具产业
- 二、2016年家具设计行业人才紧俏
- 三、2016年原创家具设计成行业发展突破口

第三章 2014-2016年中国家具市场发展现状分析

第一节 2014-2016年中国家具市场发展状况

- 一、2016年家具行业运行分析
- 二、2016年家具行业发展热点
- 三、2016年中国家具市场存在问题
- 四、2016年中国家具业的发展机遇与挑战
 - (一) 一线城市市场份额相对下降
 - (二) 二三线城市面临的机遇与挑战
 - (三) 布局二三线城市需理性
- 五、2016年家具市场行情预测
 - (一) 生存环境
 - (二) 区域市场
 - (三) 渠道模式
 - (四) 品牌&营销

第二节 2016年中国家具市场价格走势分析

- 一、2016年中国家具市场价格走势
- 二、2016年中国木质家具价格走势
- 三、2016年价格走势对家具企业的影响分析

第三节 2016年中国家具以旧换新政策及效果分析

- 一、2016年家具“以旧换新”开始试点
- 二、2016年家具“以旧换新”效果分析
- 三、2016年家具“以旧换新”面临的难题
 - (一) 回收难题
 - (二) 定价难题
 - (三) 执行难题
- 四、2016年家具“以旧换新”提振行业信心
- 五、2016年家具市场呼唤“以旧换新”政策落地

第四节 2016年中国儿童家具市场分析

- 一、2016年我国儿童家具市场发展状况
- 二、2016年我国儿童家具市场竞争分析

- 三、2016年我国儿童家具市场品牌情况
- 四、2016年我国儿童家具市场存在问题
- 五、2016年《儿童家具通用技术条件》8月1日起实施
- 六、2016年我国儿童家具市场前景
- 七、2016年我国儿童家具市场策略

第五节 2016年海外家具企业在华投资分析

- 一、2016年海外家具巨头看重中国家具市场
- 二、欧美家具进军中国市场的手法分析

第六节 2016年中国家具业海外转移情况分析

- 一、2016年中国家具业海外转移情况
- 二、我国家具行业发展中存在主要问题及相关建议
 - (一) 东南亚国家生产成本较低吸引国际、国内家具产业转移
 - (二) 欧美提高林产品准入门槛，成为我国家具产品出口新挑战
 - (三) 国内家具产品市场竞争力不足，品牌建设严重滞后
- 三、我国家具行业发展建议

第四章 2014-2016年家具业运行数据分析

第一节 2016年中国家具行业生产分析

- 一、2016年我国家具制造业产值完成情况
- 二、2016年我国家具产品产量
- 三、2016年我国木制家具产量
- 四、2016年我国软体家具产量
- 五、2016年我国金属家具产量

第二节 2016年中国家具行业生产分析

- 一、2016年我国家具制造业产值完成情况
- 二、2016年我国家具产品产量
- 三、2016年我国木制家具产量
- 四、2016年我国软体家具产量
- 五、2016年我国金属家具产量

第三节 2014-2016年中国家具制造业运行指标分析

- 一、2014-2016年中国家具制造业产销情况
 - (一) 2016年中国家具制造业产销情况
 - (二) 2016年中国家具制造业产销情况
- 二、2014-2016年中国家具制造业规模情况
 - (一) 2016年中国家具制造业规模情况

- (二) 2016年中国家具制造业规模情况
 - 三、2014-2016年中国家具制造业资产负债情况
 - (一) 2016年中国家具制造业资产负债情况
 - (二) 2016年中国家具制造业资产负债情况
 - 四、2014-2016年中国家具制造业盈利能力分析
 - (一) 2016年中国家具制造业盈利能力情况
 - (二) 2016年中国家具制造业盈利能力情况
 - 第四节 2016年中国家具子行业运行指标分析
 - 一、2014-2016年家具制造业主要经济指标
 - 二、2014-2016年木质家具制造业主要经济指标
 - 三、2014-2016年竹、藤家具制造业主要经济指标
 - 四、2014-2016年金属家具制造业主要经济指标
 - 五、2014-2016年塑料家具制造业主要经济指标
 - 六、2014-2016年其他家具制造业主要经济指标
- 第二部分 家具进出口市场分析

- 第五章 2014-2016年中国家具进出口市场分析
- 第一节 2014-2016年中国家具进出口分析
- 一、2016年我国家具出口的主要特点
 - 二、2016年我国家具出口增速明显放缓的主要原因
 - 三、目前我国家具出口存在的主要问题
 - (一) 家具行业同质化现象严重，缺乏品牌优势
 - (二) 人民币汇率波动加大给企业带来更大风险
 - (三) 国际市场贸易壁垒日益增多
 - 四、2016年我国木制家具贸易发展情况分析
- 第二节 2014-2016年中国家具进出口总体数据
- 一、2016年中国家具进出口总体数据
 - 二、2016年中国家具进出口总体数据
- 第三节 2014-2016年中国家具主要省市进出口数据
- 一、2016年中国家具主要省市进出口数据
 - 二、2016年中国家具主要省市进出口数据
- 第四节 2014-2016年中国家具主要国家进出口数据
- 一、2016年中国家具主要国家进出口数据
 - 二、2016年中国家具主要国家进出口数据
- 第五节 2017-2022年家具出口环境及策略分析

- 一、2016年我国家具出口频遭障碍
- 二、2016年阻塞家具出口的因素
- 三、我国家具品牌建设和产品研发落后 影响出口
- 四、2016年杭州家具出口企业应对策略

第六章 2014-2016年主要家具进出口市场分析

第一节 欧洲家具行业分析

- 一、欧洲家具业发展态势
- 二、2016年欧美家具在中国市场发展状况
- 三、欧洲设计引领未来5年家具市场发展潮流

第二节 2016年美国家具行业分析

- 一、美国家具市场销售情况
- 二、五大美国家具制造商拓展中国市场的典范
- 三、美国家具零售市场电子化状况
- 四、美国家具行业电子商务销售比重远高于中国
- 五、2016年美国决定对中国木制卧室家具发起反倾销调查

第三节 2016年德国家具行业分析

- 一、2016年德国家具行业发展状况
- 二、德国家具设计处于国际领先地位

第四节 2016年越南家具行业分析

- 一、越南取代中国成为美国销售家具主要来源地
- 二、越南成为中国红木家具重要的生产基地
- 三、2016年越南木制家具出口预计

第五节 2016年意大利家具行业分析

- 一、2016年多意大利品牌进驻国内
- 二、2016年意大利家具急寻入华通道
- 三、2016年意大利家具遭遇“伪品牌”危机

第六节 2016年其他国家家具行业分析

- 一、日本家具行业分析
- 二、巴西家具行业分析
- 三、印尼家具行业分析
- 四、英国家具行业分析
- 五、新加坡家具行业分析
- 六、土耳其家具行业分析
- 七、孟加拉家具行业分析

八、中亚国家家具行业分析

九、东盟国家家具行业分析

十、阿联酋家具行业分析

十一、印度家具行业分析

十二、俄罗斯家具行业分析

十三、芬兰家具行业分析

第三部分 家具行业竞争格局分析

第七章 2014-2016年我国家具行业竞争格局

第一节 我国家具行业竞争分析

一、我国家具行业竞争现状

二、家具行业进入品牌竞争时代

三、家居市场进入深度竞争时代

第二节 2016年我国家具行业竞争分析

一、2016年家具业进入深度调整期

二、2016年家具区域竞争日益激烈

三、2016年家具渠道竞争激烈

四、2016年家具行业电商进入白炽竞争状态

五、2016年中国家具行业标准化竞争已成趋势

六、2016年家具行业碳经济将成新竞争力

第三节 2016年我国家具业市场竞争趋势展望

一、卖场关店潮或显现

二、家装公司彻底分化

三、二三线市场竞争白热化

四、一线品牌加速上市

五、2014关键期

第四节 2016年我国家具业提高企业竞争力决胜市场之策分析

第五节 正在影响中国家具业的市场公理

第八章 2014-2016年中国家具业区域经济发展状况分析

第一节 中国家具区域经济的发展状况

一、中国家具区域经济概况

二、中国家具特色区域经济

三、家具区域经济发展的优势

四、家具区域经济存在的问题

五、2016年家具业双向产业转移情况研究分析

第二节 2016年广东家具行业发展状况

- 一、广东家具业总产值及展望
- 二、2016年广东省家具产业进出口分析
- 三、2016年广东家具行业发展情况
- 四、2016年广东家具市场面临的问题
- 五、2016年广东家具业转移要慎重
- 六、2016年中山家具行业发展情况
- 七、2016年深圳家具行业发展情况
- 八、2016年顺德家具行业发展情况
- 九、2016年乐从家具行业发展情况

第三节 2016年四川家具行业发展状况

- 一、2016年成都家具产业发展分析
- 二、2016年四川家具企业首赴米兰参展
- 三、2016年四川家具产业发展分析
- 四、“十二五”四川家具产业发展规划

第四节 2016年浙江家具行业发展状况

- 一、2016年浙江家具产业及十二五规划
- 二、2016年温州家具店试水“以旧换新”
- 三、2016年浙江省家具行业分析

第九章家具领先企业分析

第一节 美克国际家具股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 广东省宜华木业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 索菲亚家居股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 全友家私有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 北京曲美家具（集团）公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四部分 家具相关产业发展分析

第十章 2014-2016年相关产业发展分析

第一节 木材市场分析

一、中国林业发展概况

二、2016年2-4季度我国进口木材市场走势调查分析

三、2016年国内外木材市场行情浅析

四、2016年一季度东莞木材价格上涨情况调查分析

五、2016年木材市场将异常艰难

六、2016年国内外木材供需预测

第二节 中国木工机械行业分析

一、2016年我国木工机械行业发展状况

二、我国木工机械行业概况与主要问题

三、2016年北京木工机械展分析

四、中国木工机械市场的未来趋势

第三节 中国房地产行业分析

一、2016年中国房地产市场分析

（一）国房景气指数变动情况

（二）房地产开发投资情况

（三）房地产开发企业资金来源情况

（四）商品房建筑与销售情况

（五）全国房地产市场价格变动情况

二、2016年全国房地产开发和销售情况

- (一) 房地产开发投资完成情况
- (二) 商品房销售和待售情况
- (三) 房地产开发企业资金来源情况
- (四) 房地产开发景气指数
- 三、2016年房地产业发展趋势预测
 - (一) 宏观经济形势预测
 - (二) 房地产调控政策仍将继续从紧
 - (三) 供求关系将有所改善 房价涨幅将继续回落
 - (四) 相关政策建议
- 四、十二五3600万套保障房将拉动千亿家具消费
- 第四节 家具物流行业
 - 一、家具企业如何控管物流
 - 二、家具业自建物流网是更好出路
 - 三、对现代家具物流发展的构想
- 第五部分 家具行业发展趋势及投资策略

第十一章 2017-2022年家具行业发展趋势分析

第一节 2017-2022年家具行业发展环境分析

- 一、家具制造业收入增速大幅下滑
- 二、以旧换新曾大幅刺激家电需求
- 三、家具以旧换新预计将净增消费千亿元
 - (一) 政策出台尚需解决的政策瓶颈
 - (二) 家具以旧换新政策受益公司的量化测算
 - (三) 预计中端家居、网点覆盖广的公司将受益
- 四、2017-2022年家具消费的核心影响因素
 - (一) 中长期影响因子为居民收入水平
 - (二) 中短期增速则受制于上游房地产销售
- 五、2017-2022年中国家具消费预测
- 六、2017-2022年消费升级为品牌家具成长创造市场空间
 - (一) 家具消费将进入消费加速升级阶段
 - (二) 行业调整期有利于品牌企业的扩张
 - (三) 定位于三、四线的渠道下沉品牌企业相对表现突出

第二节 2017-2022年及未来几年家具行业发展趋势

- 一、2017-2022年中国家具业发展展望
- 二、2017-2022年中国家具业步入电子商务时代

- 三、2017-2022年中国家具业新商业模式有望开启
- 四、2017-2022年中国家具业展览会趋势
- 五、2017-2022年中国家居生活体验概念
- 六、2017-2022年中国家具业品牌两极分化
- 七、2017-2022年中国中式家具主流地位将全面提升
- 八、2017-2022年区域家具产业园迎来黄金发展时代
- 九、2017-2022年中国家具业人力资源匮乏现象加剧
- 十、2017-2022年家具业设计是企业的生存基础

第三节 2017-2022年家具产品发展趋势

- 一、2017-2022年家具的环保化趋势分析
- 二、2017-2022年中国家具市场流行趋势
- 三、2017-2022年定制化和小型化成家具市场消费趋势
- 四、2017-2022年我国儿童家具市场发展趋势分析
- 五、2017-2022年多功能家具将成家具主角
- 六、2017-2022年办公家具发展趋势

第十二章 2017-2022年家具行业投资策略分析

第一节 家具行业进入壁垒分析

- 一、家具行业投资风险分析
- 二、家具行业准入门槛分析

第二节 2017-2022年家具行业投资方向分析

- 一、2017-2022年家具行业投资评级
- 二、2017-2022年家具行业投资方向分析
 - (一) 儿童家具市场
 - (二) 定制家具市场
 - (三) 三四级市场
 - (四) 家具下乡市场
 - (五) 小户型房市场
 - (六) 保障房市场
 - (七) 环保型家具
 - (八) 海外市场

第六部分 家具行业消费者调查及发展策略

第十三章 2016年家具消费者调查与分析

第一节 2016年中国家具消费意向调查

一、家具购买动机

二、家具消费特征

三、消费者维权

四、用户特征

第二节 经常光顾家具市场的消费群体分析

一、消费群体年龄结构分析

二、消费群体文化结构分析

三、消费者的收入状况分析

四、消费者的住房面积分析

第三节 消费者对家具的期望

第十四章 2017-2022年我国家具行业发展策略

第一节 我国家具品牌建设及营销分析

一、OEM家具企业的品牌建设分析

二、家具品牌的蓝海战略分析

三、我国家具业品牌建设情况

四、中国家具行业十大营销事件

五、2016年家具行业发展策略探讨

六、家具业应形成联盟品牌

七、品牌家具的体验营销策略研究

八、2016年家具市场国际化战略

第二节 家具营销策略

一、款式新颖策略

二、成本优势策略

三、品牌提升策略

四、新产品通报策略

五、动态营销策略利

六、服务销售策略

第三节 家具产品组合策略探析

一、家具产品组合内涵

二、家具产品组合策略

三、影响家具产品组合策略的因素

第四节 外销家具企业转型内销发展策略

一、家具企业顺利运作国内市场须面对的障碍

二、家具业内销应人才策略

三、家具业内销策略中的十大市场规律

四、外销家具企业转型内销发展策略

第五节 家具企业实施ERP存在的问题及对策探讨

一、家具企业实施ERP的现状与问题

二、家具企业实施ERP解决问题的对策

第六节 家具公司薪酬改革策略

一、某家具有限公司现行的薪酬管理现状

二、某家具有限公司薪酬管理存在的主要问题

三、某家具有限公司薪酬管理改革及对策

图表目录

图表：传统家具行业国际贸易模式图

图表：未来家具行业国际贸易模式图

图表：世界家具产量数据

图表：1999-2011年五大家具进口国家进口量现值

图表：1999-2011五大家具出口国家。出口量现值

图表：全球国内生产总值发展实值计算的年度百分比变化

图表：世界家具贸易现值美元（十亿）

图表：世界家具贸易现值年度百分比变化

图表：2016年1-12月家具制造业工业总产值情况

图表：2016年1-12月家具制造业工业销售产值情况

图表：2016年1-12月家具制造业产量情况

图表：2016年1-12月家具制造业出口交货值情况

图表：2016年1-12月家具产量全国及各省市合计

图表：2016年1-12月木制家具产量全国及各省市合计

图表：2016年1-12月软体家具产量全国及各省市合计

图表：2016年1-12月金属家具产量全国及各省市合计

图表：2016年家具产量全国及各省市合计

图表：2016年木制家具产量全国及各省市合计

图表：2016年软体家具产量全国及各省市合计

图表：2016年金属家具产量全国及各省市合计

图表：2016年1-12月全国及各省市家具制造业销售产值统计数据

图表：2016年1-12月全国及各省市家具制造业销售产值同比增长

图表：2016年1-12月全国及各省市家具制造业主营业务收入统计数据

图表：2016年1-12月全国及各省市家具制造业主营业务收入同比增长

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/285560285560.html>