

2017-2022年中国木制家具制造产业现状调查及运行态势预测报告

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年中国木制家具制造产业现状调查及运行态势预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/286395286395.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

1我国木质家具产业现状

1.1全国木质家具产业概况

2015年，全国家具行业规模以上企业5290家，主营业务收入7872.50亿元，同比增长9.29%；利润达500.86亿元，同比增长14.03%。其中，木质家具主营业务收入5030.68亿元，居第一位，占家具行业规模以上企业全部主营业务收入的63.9%，且增速最快，同比增长9.7%。

从全国的产业集中度（产业集群区）情况来看：山东、天津、东三省是实木家具的主要生产区域。

近年来，随着实木家具市场的逐步扩大，江西、江苏、河北、四川等地实木家具企业逐步增多，形成了新的集中生产区域。山东宁津县和江西赣州市南康区被中国轻工业联合会、中国家具协会授予中国实木家具之乡和中国中部家具产业基地的称号。

资料来源：互联网，中国报告网整理

资料来源：互联网，中国报告网整理

2我国木质家具产业特点

木质家具作为传统劳动密集型产业，经历了20余年的高速发展，企业总体数量和单个企业的产值，均大幅增长，但也出现了一些问题。如技术力量薄弱、专业人才短缺、资金链供给不足、盲目扩大规模等，致使部分企业亏损倒闭。如今，大多数企业也在试图寻求突破。

木质家具行业在发展中形成了以下特点：

1) 增速逐年放缓。

经济步入“新常态”后，木质家具产业面临诸多问题，如产能过剩、销售市场过多、产品同质化现象严重等。

2) 新模式渐趋形成。

随着人们对居室要求的不断提高，围绕居室的建筑装饰材料与家具不断融合，大家居成

为发展趋势。同时，面对新一代消费群体个性化、时尚化的要求，定制家具市场份额逐渐增大，定制家具能做到“量体裁衣”，使居室空间得到最大化利用，且能满足更多功能需求。整木家装模式采用工厂化装修，保证了装修质量及木质家具产品的加工精细度，同时极大地降低了装修现场的环境和噪声污染。

3) 设计价值日益显现。

作为产品价值链微笑曲线利润率最高的部分，设计是引领产业发展的关键，近年来，已受到木质家具企业的高度重视。产品设计、空间设计，包括销售店面装修装饰、软装饰品的搭配，摆件、挂件、灯光、床上用品、布艺窗帘等配套产品，均在不断满足消费者对居室设计日益提高的要求，以打造整体的家居消费环境。“轻装修、重装饰”的模式逐步获得消费者的认可。

4) 产业链上下游加快融合。

顺应供给侧结构性改革趋势，木质家具产业上、下游，在技术、信息方面的沟通和融合速度加快。木材、板材、集成材、油漆、五金连接件、胶黏剂、海绵、纺织面料等原辅材料，均可实现专业定制。木工机械生产线可依据产品特点和需求做到专线生产，以保证实现木质家具产品的完整解决方案。

5) 环保意识逐渐增强。

2001年，GB18584-2001《室内装饰装修木家具中有害物质限量》强制性标准出台，2015年新修订的《中华人民共和国环境保护法》颁布。一系列政策法规及标准的相继出台，对企业提出了更高要求。

不仅产品本身要环保，同时在原材料采购和生产加工环节，特别是对木工车间的锯末粉尘、颗粒物，油漆喷涂车间的苯系物含量，及废水处理的要求大大提高，倒逼全产业链加快安全、清洁生产的进程。

6) “两化”融合加快。

按照中国制造2025的发展战略规划，工业化与信息化融合，将极大推动木质家具产业的发展，利用软件系统，实施信息化管理。如：EnterpriseResourcePlanning（ERP）管理软件、条形码管理、生产现场管理、拆单系统等，形成以客户为服务对象，面对少品种、大

批量或多品种、小批量生产管理，均能通过软件进行信息管理，客户服务跟踪，有效地提高了管理能力和生产效率。

电商平台可有效地减少产品销售过程的中间环节，与实体店相结合，线下体验，线上交易。通过网络将订单传到工厂，通过物流配送系统，完成产品安装、调试、售后服务等流程。

。

3我国木质家具产业发展趋势

面对新的营销模式和新一代的消费群体，木质家具产业的发展将呈现以下趋势：1)“新常态”下平稳增长。

随着城镇化进程和新农村建设速度的加快，人们对居室环境要求的提高，以及创新驱动战略的实施，未来几年，木质家具产业仍将保持较平稳的增长速度。

2) 行业洗牌加剧。

2015年1月，新环保法出台，对污染物排放标准的要求更严。7月，北京、深圳、浙江、江苏先后出台地方法规，对使用油漆企业的VOC排放标准，提出了更高要求，北京大批家具企业迁已外迁至河北、山东等地。

2016年，山东家具行业的地方性环保标准通过审批，正待颁布实施。新标准要求大大提高，规定了苯、甲苯与二甲苯及苯系物的排放标准：第 时段，苯最高允许排放浓度为1.0 mg/m³，甲苯与二甲苯最高允许排放浓度为40mg/m³；第 时段，苯为0.5mg/m³，甲苯与二甲苯为20mg/m³。

作为全国首个“油改水”试点城市，深圳规定，自2017年7月起，要求深圳地区使用油漆的企业，改用水性漆。基于国家对环保和安全生产的要求升级，未来行业洗牌加剧。

3) 定制家具和实木家具仍将是消费主流。

定制家具适应当前的需要应运而生，一方面满足了消费者个性化、时尚化的需求特点；另一方面根据客户具体要求，实现了居室空间的有效利用。

鉴于当前市场产品良莠不齐，人们对板式家具的环保问题心有余悸，实木家具满足了人

们崇尚自然、环保安全的消费心理。未来一段时间，实木家具仍将是家居消费中的主流。

4) 集成材在家具中的应用前景广阔。

集成材可加工成各种规格的拼板或指接材，长度、宽度和厚度，均可定制。不仅能提高木材利用率，小材大用、劣材优用，且稳定性好，利于再加工，可大大提高木质家具制造企业的生产效率，实现实木家具板式化，板式家具实木化。目前，市场上不仅有辐射松、柳桉、杉木等普通集成材，也有红橡、白橡、奥古曼、胡桃木等高档集成材，极大地满足了企业的需求。

鉴于未来大家居的发展趋势，为客户提供一站式家装、家具配套方案时，集成材将为实木橱柜、衣柜、木门、地板等提供大幅面或特殊规格用材。

5) 设计与创新推动产业发展。

设计不仅局限于产品的外观，也要通过设计赋予产品美感，增加产品外在表现力及更多文化元素。

技术创新旨在通过使用新技术、新工艺、新材料等内在作用力，增强产品的功能性、实用性，更符合“以人为本”的理念，提高产品内在的技术含量，适应市场的需要。二者相辅相成，是木质家具产业健康发展的根本保证。

4小结

木质家具产业急需转型，提质增效、实现全产业链的环保，是产业升级的必然要求。面对行业的深刻变革，不仅需要产品的设计研发、新材料及新技术的推动应用，还需要产业集群的集聚效应和示范拉动作用。定制家具、智能家居、整木家装将渐趋成为行业发展的主流，而实木家具在未来一段时期仍是家具的主导产品。

中国报告网发布的《2017-2022年中国木制家具制造产业现状调查及运行态势预测报告》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。

第一部分产业环境透视

第一章中国木制家具制造行业发展综述

第一节木制家具制造行业定义及分类

- 一、行业概念及定义
- 二、行业主要产品大类
- 三、行业在国民经济中的地位

第二节木制家具制造行业统计标准

- 一、木制家具制造行业统计部门和统计口径
- 二、木制家具制造行业统计方法
- 三、木制家具制造行业数据种类

第三节木制家具制造行业供应链分析

- 一、木制家具制造行业上下游产业供应链简介
- 二、木制家具制造行业主要下游产业链分析
 - 1、房地产行业发展分析
 - 2、商用写字楼市场发展分析
 - 3、住宅市场发展状况分析
- 三、木制家具制造行业上游产业供应链分析
 - 1、林业发展现状与趋势分析
 - 2、木材市场运营状况及价格分析
 - 3、油漆市场运营状况及价格分析
 - 4、木工机械市场运营状况分析

第二章木制家具制造行业市场环境分析

第一节行业政策环境分析

- 一、行业相关政策动向
- 二、木制家具制造行业发展规划

第二节行业经济环境分析

- 一、宏观经济走势分析

二、城市化进程对家具消费结构的影响

三、基尼系数对家具消费结构的影响

四、房地产行业发展分析

五、居民消费结构变化分析

六、信贷融资政策分析

第三节行业需求环境分析

一、行业需求特征分析

二、行业需求趋势分析

第四节行业贸易环境分析

一、行业贸易环境发展现状

二、行业贸易环境发展趋势

第五节行业社会文化环境分析

一、社会家庭结构分析

二、社会年龄结构分析

三、社会教育状况分析

第六节行业物流环境分析

一、行业物流主要运输工具分析

二、行业物流主要运输成本费用分析

三、石油价格上涨对行业物流的影响

四、中国家具行业发展的物流模式的构建

第二部分行业深度分析

第三章2014-2016年木制家具制造行业发展状况分析

第一节中国木制家具制造行业发展状况分析

一、中国木制家具制造行业发展总体概况

二、中国木制家具制造行业发展主要特点

第二节2014-2016年木制家具制造行业经济指标分析

一、木制家具制造行业主要经济效益影响因素

二、2014-2016年木制家具制造行业经济指标分析

三、2014-2016年不同规模企业经济指标分析

四、2014-2016年不同性质企业经济指标分析

五、2014-2016年不同地区企业经济指标分析

第三节2014-2016年木制家具制造行业供需平衡分析

一、2014-2016年全国木制家具制造行业供给情况分析

1、2014-2016年全国木制家具制造行业总产值分析

- 2、2014-2016年全国木制家具制造行业产成品分析
 - 二、2014-2016年各地区木制家具制造行业供给情况分析
 - 1、2014-2016年总产值排名前的10个地区分析
 - 2、2014-2016年产成品排名前的10个地区分析
 - 三、2014-2016年全国木制家具制造行业需求情况分析
 - 1、2014-2016年全国木制家具制造行业销售产值分析
 - 2、2014-2016年全国木制家具制造行业销售收入分析
 - 四、2014-2016年各地区木制家具制造行业需求情况分析
 - 1、2014-2016年销售产值排名前的10个地区分析
 - 2、2014-2016年销售收入排名前的10个地区分析
 - 五、2014-2016年全国木制家具制造行业产销率分析
- 第四节2016年木制家具制造行业运营状况分析
- 一、2016年产业规模分析
 - 二、2016年资本/劳动密集度分析
 - 三、2016年木制家具制造行业产销分析
 - 四、2016年成本费用结构分析
 - 五、2016年木制家具制造行业盈亏分析

第四章我国木制家具制造行业整体运行指标分析

第一节2014-2016年中国木制家具制造行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节2014-2016年中国木制家具制造行业产销情况分析

- 一、我国木制家具制造行业工业总产值
- 二、我国木制家具制造行业工业销售产值
- 三、我国木制家具制造行业产销率

第三节2014-2016年中国木制家具制造行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国木制家具制造行业销售利润率
 - 2、我国木制家具制造行业成本费用利润率
 - 3、我国木制家具制造行业亏损面
- 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国木制家具制造行业资产负债比率

2、我国木制家具制造行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国木制家具制造行业应收帐款周转率

2、我国木制家具制造行业总资产周转率

3、我国木制家具制造行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国木制家具制造行业总资产增长率

2、我国木制家具制造行业利润总额增长率

3、我国木制家具制造行业主营业务收入增长率

4、我国木制家具制造行业资本保值增值率

第三部分市场全景调研

第五章木制家具制造行业产业结构分析

第一节木制家具制造产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

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及整体竞争优势分析

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、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国木制家具制造行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第六章木制家具制造行业主要产品分析

第一节行业主要产品结构特征

一、行业产品结构特征分析

二、行业产品市场发展概况

第二节行业主要产品市场分析

一、实木家具产品市场分析

二、板式家具产品市场分析

第三节行业主要产品销售渠道与策略

一、行业产品销售渠道存在的主要问题

二、行业产品销售渠道发展趋势与策略

第四节行业主要产品新技术发展趋势

一、国家重点支持的技术

二、新热点技术简单介绍

第七章我国木制家具制造行业营销趋势及策略分析

第一节木制家具制造行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、木制家具制造营销环境分析与评价

1、国际环境下的木制家具制造

2、企事业需求下的木制家具制造

3、我国木制家具制造市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节木制家具制造行业营销策略分析

一、中国木制家具制造营销概况

二、木制家具制造营销策略探讨

1、中国木制家具制造产品营销策略浅析

2、木制家具制造新产品的市场推广策略

3、木制家具制造细分产品营销策略分析

第三节木制家具制造营销的发展趋势

一、未来木制家具制造市场营销的出路

二、中国木制家具制造营销的趋势预测

第四节木制家具制造市场营销模式与面临的挑战

第四部分竞争格局分析

第八章木制家具制造行业重点区域市场分析

第一节行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析
- 六、行业企业数的区域分布分析

第九章木制家具制造行业市场竞争状况分析

第一节行业总体市场竞争状况分析

第二节行业国际市场竞争状况分析

- 一、国际木制家具市场发展状况
- 二、国际木制家具市场竞争状况分析
- 三、国际木制家具市场发展趋势分析

第三节行业国内市场竞争状况分析

- 一、国内木制家具制造行业竞争格局分析
- 二、国内木制家具制造行业集中度分析
 - 1、行业销售集中度分析
 - 2、行业资产集中度分析
 - 3、行业利润集中度分析
- 三、国内木制家具制造行业市场规模分析
- 四、木制家具制造行业议价能力分析
- 五、国内木制家具制造行业潜在威胁分析

第四节行业投资兼并与重组整合分析

- 一、木制家具制造行业投资兼并与重组整合概况
- 二、外资木制家具企业投资兼并与重组整合
- 三、国内木制家具企业投资兼并与重组整合
- 四、木制家具制造行业投资兼并与重组整合特征判断

第五节行业不同经济类型企业特征分析

- 一、不同经济类型企业特征情况
- 二、行业经济类型集中度分析

第十章木制家具制造行业领先企业经营形势分析

第一节东莞美时家具有限公司

- 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

第二节北京天坛股份有限公司

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

第四节深圳天诚家具有限公司

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

第五节大连华丰家俱集团有限公司

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

第六节北京弗沃德实木家具有限公司

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

第七节上海和木家具有限公司

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

第五部分发展前景展望

第十一章木制家具制造行业发展趋势分析与预测

第一节中国木制家具市场发展趋势

- 一、中国木制家具市场发展趋势分析
- 二、中国木制家具市场发展前景预测

第二节木制家具制造行业投资特性分析

- 一、木制家具制造行业进入壁垒分析
- 二、木制家具制造行业盈利模式分析
- 三、木制家具制造行业盈利因素分析

第三节中国木制家具制造行业投资建议

- 一、木制家具制造行业投资风险分析
- 二、木制家具制造行业投资建议

第十二章2017-2022年木制家具制造行业投资机会与风险防范

第一节木制家具制造行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、木制家具制造行业投资现状分析
 - 1、木制家具制造产业投资经历的阶段
 - 2、2014-2016年木制家具制造行业投资状况回顾
 - 3、2014-2016年中国木制家具制造行业风险投资状况
 - 4、2017-2022年我国木制家具制造行业的投资态势

第二节2017-2022年木制家具制造行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、木制家具制造行业投资机遇

第三节2017-2022年木制家具制造行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节中国木制家具制造行业投资建议

- 一、木制家具制造行业未来发展方向
 - 二、木制家具制造行业主要投资建议
 - 三、中国木制家具制造企业融资分析
 - 1、中国木制家具制造企业IPO融资分析
 - 2、中国木制家具制造企业再融资分析
- 第六部分发展战略研究

第十三章2017-2022年木制家具制造行业面临的困境及对策

第一节2016年木制家具制造行业面临的困境

第二节木制家具制造企业面临的困境及对策

- 一、重点木制家具制造企业面临的困境及对策
 - 1、重点木制家具制造企业面临的困境
 - 2、重点木制家具制造企业对策探讨
- 二、中小木制家具制造企业发展困境及策略分析
 - 1、中小木制家具制造企业面临的困境
 - 2、中小木制家具制造企业对策探讨
- 三、国内木制家具制造企业的出路分析

第三节中国木制家具制造行业存在的问题及对策

- 一、中国木制家具制造行业存在的问题
- 二、木制家具制造行业发展的建议对策
 - 1、把握国家投资的契机
 - 2、竞争性战略联盟的实施
 - 3、企业自身应对策略
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、重点客户战略管理
 - 4、重点客户管理功能

第四节中国木制家具制造市场发展面临的挑战与对策

第十四章木制家具制造行业发展战略研究

第一节木制家具制造行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国木制家具制造品牌的战略思考

一、木制家具制造品牌的重要性

二、木制家具制造实施品牌战略的意义

三、木制家具制造企业品牌的现状分析

四、我国木制家具制造企业的品牌战略

五、木制家具制造品牌战略管理的策略

第三节木制家具制造经营策略分析

一、木制家具制造市场细分策略

二、木制家具制造市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、木制家具制造新产品差异化战略

第四节木制家具制造行业投资战略研究

一、2016年木制家具制造行业投资战略

二、2017-2022年木制家具制造行业投资战略

三、2017-2022年细分行业投资战略

第十五章研究结论及投资建议

第一节木制家具制造行业研究结论及建议

第二节木制家具制造子行业研究结论及建议

第三节中道泰和木制家具制造行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：木制家具制造行业生命周期

图表：木制家具制造行业产业链结构

图表：2014-2016年全球木制家具制造行业市场规模

图表：2014-2016年中国木制家具制造行业市场规模

图表：2014-2016年木制家具制造行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国木制家具制造市场占全球份额比较

图表：2014-2016年木制家具制造行业工业总产值

图表：2014-2016年木制家具制造行业销售收入

图表：2014-2016年木制家具制造行业利润总额

图表：2014-2016年木制家具制造行业资产总计

图表：2014-2016年木制家具制造行业负债总计

图表：2014-2016年木制家具制造行业竞争力分析

图表：2014-2016年木制家具制造市场价格走势

图表：2014-2016年木制家具制造行业主营业务收入

图表：2014-2016年木制家具制造行业主营业务成本

图表：2014-2016年木制家具制造行业销售费用分析

图表：2014-2016年木制家具制造行业管理费用分析

图表：2014-2016年木制家具制造行业财务费用分析

图表：2014-2016年木制家具制造行业销售毛利率分析

图表：2014-2016年木制家具制造行业销售利润率分析

图表：2014-2016年木制家具制造行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年木制家具制造行业总资产利润率分析

(GYZJY)

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/286395286395.html>