

2019年中国家具零售行业分析报告- 市场供需现状与投资战略研究

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《2019年中国家具零售行业分析报告-市场供需现状与投资战略研究》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/387540387540.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

家具既是物质产品，又是艺术创作，这便是人们常说的家具二重特点。家具的类型、数量、功能、形式、风格和制作水平以及当时的占有情况，还反映了一个国家与地区在某一历史时期的社会生活方式，社会物质文明的水平以及历史文化特征。家具是某一国家或地域在某一历史时期社会生产力发展水平的标志，是某种生活方式的缩影，是某种文化形态的显现，因而家具凝聚了丰富而深刻的社会性。零售行业是指零售企业为满足不同消费需求，进行相应的要素组合而形成的不同经营形态。按照零售业态分类标准，中国零售业态可分为百货店、超市、大型超市、专业店、专卖店、购物中心、便利店、折扣店、仓储会员店等17种形式。

一、家具零售现状

1、家具消费需求总量大

随着我国居民生活水平的提高，人们对住宅的消费观念发生了根本性的变化。城镇居民的居住环境正在逐步改善，住房装修、购置新家具已成为一种时尚。中国城乡家庭有1.2亿户，每年约有5%的家庭需要装修并购置家具，每户如果花费1万元，就是600亿元。此外，我国每年约有2000万人进入结婚年龄，这些新建家庭几乎都要装修和购置新家具，再加上商业、旅游业等各类公共设施更新装修和家具更新的周期越来越短，将使中国家具市场需求量每年超过600亿元。

2、家具销售呈现明显区域特征

目前，我国家具销售呈现七大区域销售市场：一是以四川、重庆为中心的西南大市场；二是以上海为中心的华东市场体系；三是以武汉和郑州为中心的中原销售市场；四是以沈阳、哈尔滨为中心的东北销售市场；五是以北京为中心的华北销售市场；六是以西安为中心的西北市场；七是以广州为中心的华南家具市场。

3、国内家具市场国际化，市场竞争激烈

自我国加入WTO以后，由于中国家具市场巨大的潜力，吸引了大量的海外家具厂商到国内投资办厂。如香港几乎所有的家具厂都转移到了广东、福建等地；台湾在大陆投资的企业也已经超过400家；新加坡在江苏昆山投资近1亿美元兴建家具工业园。同时，以意大利、德国、法国、西班牙、美国为代表的欧美家具大国在继续扩大对中国出口的同时，也积极

在华寻求合作伙伴，以推进本地化生产，在中、高档家具市场中占有较为明显的优势地位。市场上的知名品牌，如上海的“美时”、“震旦”，北京的“天坛”，齐齐哈尔的“华鹤”，大连的“华丰”，广东的“联邦家私”等均为三资企业所有。这样，使得国内家具市场呈现国际化的趋势，竞争日趋激烈。

4、家具企业竞争力普遍较低

企业竞争力是指在竞争的环境下，在有效利用甚至创造企业资源的基础上，企业在产品设计、生产、销售等经营活动领域和产品价格、质量、服务等方面，比竞争对手更好、更快地满足消费者需求，为企业带来更多收益，进而促使企业持续发展的能力。一般而言，企业竞争力具体体现在规模竞争力、市场开拓竞争力、管理竞争力、创新竞争力及政策环境竞争力等五个方面。据研究，我国家具企业仍是以年产值几百万元的中小企业为主，他们在市场开拓竞争力、管理竞争力、创新竞争力及政策环境竞争力等方面均普遍低下。

二、市场生产规模

近年来，我国零售业企业数量在持续增长，2017年行业企业数量为105157个，行业资产规模也在不断扩大，2017年资产规模达到了67523.17亿元。

2012-2017年中国零售行业企业数量

资料来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

我国2012年家具产量约为65444.34万件，到2017年增长到了80473.19万件。

2012-2017年我国家具生产规模

资料来源：观研天下数据中心整理

我国家具2012年市场规模为7100.1亿元，到2017年增长到了12152.1亿元，行业发展迅速。

2012-2017年我国家具零售市场规模 资料来源：观研天下数据中心整理（ww）

观研天下发布的《2019年中国家具零售行业分析报告-市场供需现状与投资战略研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国家具零售行业发展概述

第一节 家具零售行业发展情况概述

- 一、家具零售行业相关定义
- 二、家具零售行业基本情况介绍
- 三、家具零售行业发展特点分析

第二节 中国家具零售行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家具零售行业产业链条分析
- 三、中国家具零售行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国家具零售行业生命周期分析

- 一、家具零售行业生命周期理论概述
- 二、家具零售行业所属的生命周期分析

第四节 家具零售行业经济指标分析

- 一、家具零售行业的赢利性分析
- 二、家具零售行业的经济周期分析
- 三、家具零售行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家具零售行业进入壁垒分析

- 一、家具零售行业资金壁垒分析
- 二、家具零售行业技术壁垒分析

三、家具零售行业人才壁垒分析

四、家具零售行业品牌壁垒分析

五、家具零售行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球家具零售行业市场发展现状分析

第一节 全球家具零售行业发展历程回顾

第二节 全球家具零售行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家具零售行业地区市场分析

一、亚洲家具零售行业市场现状分析

二、亚洲家具零售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲家具零售行业市场前景分析

第四节 北美家具零售行业地区市场分析

一、北美家具零售行业市场现状分析

二、北美家具零售行业市场规模与市场需求分析

三、北美家具零售行业市场前景分析

第五节 欧盟家具零售行业地区市场分析

一、欧盟家具零售行业市场现状分析

二、欧盟家具零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟家具零售行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界家具零售行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球家具零售行业市场规模预测

第三章 中国家具零售产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品家具零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国家具零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国家具零售产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国家具零售行业运行情况

第一节 中国家具零售行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国家具零售行业市场规模分析

第三节 中国家具零售行业供应情况分析

第四节 中国家具零售行业需求情况分析

第五节 中国家具零售行业供需平衡分析

第六节 中国家具零售行业发展趋势分析

第五章 中国家具零售所属行业运行数据监测

第一节 中国家具零售所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国家具零售所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国家具零售所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国家具零售市场格局分析

第一节 中国家具零售行业竞争现状分析

一、中国家具零售行业竞争情况分析

二、中国家具零售行业主要品牌分析

第二节 中国家具零售行业集中度分析

一、中国家具零售行业市场集中度分析

二、中国家具零售行业企业集中度分析

第三节 中国家具零售行业存在的问题

第四节 中国家具零售行业解决问题的策略分析

第五节 中国家具零售行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国家具零售行业需求特点与动态分析

第一节 中国家具零售行业消费市场动态情况

第二节 中国家具零售行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 家具零售行业成本分析

第四节 家具零售行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国家具零售行业价格现状分析

第六节 中国家具零售行业平均价格走势预测

一、中国家具零售行业价格影响因素

二、中国家具零售行业平均价格走势预测

三、中国家具零售行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国家具零售行业区域市场现状分析

第一节 中国家具零售行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家具零售市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家具零售市场规模分析

四、华东地区家具零售市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区家具零售市场规模分析

四、华中地区家具零售市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区家具零售市场规模分析

第九章 2016-2018年中国家具零售行业竞争情况

第一节 中国家具零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国家具零售行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国家具零售行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家具零售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

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

第三节 企业

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

第四节 企业

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

第五节 企业

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

第十一章 2019-2025年中国家具零售行业发展前景分析与预测

第一节 中国家具零售行业未来发展前景分析

- 一、家具零售行业国内投资环境分析
- 二、中国家具零售行业市场机会分析
- 三、中国家具零售行业投资增速预测

第二节 中国家具零售行业未来发展趋势预测

第三节 中国家具零售行业市场发展预测

- 一、中国家具零售行业市场规模预测
- 二、中国家具零售行业市场规模增速预测
- 三、中国家具零售行业产值规模预测
- 四、中国家具零售行业产值增速预测
- 五、中国家具零售行业供需情况预测

第四节 中国家具零售行业盈利走势预测

- 一、中国家具零售行业毛利润同比增速预测
- 二、中国家具零售行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国家具零售行业投资风险与营销分析

第一节 家具零售行业投资风险分析

- 一、家具零售行业政策风险分析
- 二、家具零售行业技术风险分析
- 三、家具零售行业竞争风险分析
- 四、家具零售行业其他风险分析

第二节 家具零售行业企业经营发展分析及建议

- 一、家具零售行业经营模式
- 二、家具零售行业销售模式
- 三、家具零售行业创新方向

第三节 家具零售行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国家具零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国家具零售行业品牌战略分析

- 一、家具零售企业品牌的重要性
- 二、家具零售企业实施品牌战略的意义
- 三、家具零售企业品牌的现状分析
- 四、家具零售企业的品牌战略
- 五、家具零售品牌战略管理的策略

第二节 中国家具零售行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国家具零售行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2019-2025年中国家具零售行业发展策略及投资建议

第一节 中国家具零售行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国家具零售行业定价策略分析

第三节 中国家具零售行业营销渠道策略

一、家具零售行业渠道选择策略

二、家具零售行业营销策略

第四节 中国家具零售行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家具零售行业重点投资区域分析

二、中国家具零售行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/387540387540.html>