

2018-2023年中国置物架行业市场现状规模分析与 投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国置物架行业市场现状规模分析与投资价值前景评估报告》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/298068298068.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、置物架行业概况

20 世纪中期，置物架收纳产品诞生于美国，由于组装方便，期初普遍用于仓储货架。20 世纪 90 年代初期，置物架收纳产品被日本引入其国内市场并加以研发改良，由仓储货架过渡到家庭置物架，凭借灵活方便、通风透气、开放式自由组合等特点，迅速成为日本家庭时尚产品。近年来，在日本、韩国、美国等发达国家，坚固耐用的高品质金属置物架及相关产品普遍应用于家庭及仓储物流等领域，行业发展日益成熟。

中国置物架行业的发展，起源于改革开放时期外资企业在国内的投资，在带动我国经济发展的同时，也带动了置物架行业的形成。人民生活水平的提高及工业经济的飞速增长，提高了全社会对置物架的需求，置物架成为合理利用空间，提高效率的重要工具。中国置物架行业虽然起步较晚，但随着经济的发展及人们家居整洁意识的提高，金属置物架的使用以及高品质金属置物架的需求将逐渐提升。

当前我国置物架行业呈现出以下特点：

1、金属置物架逐渐成为置物架市场主流 从材料来看，置物架主要有玻璃、塑料、不锈钢、合金等材质，各类不同材料拥有各自不同的特性，相比之下，金属置物架在装卸便捷、环保耐用等方面具有较大的优势，产品自身结实可靠，无需复杂工具即可随时对结构进行调整改造，以满足不同物品放置需求，操作简单，近年来受到越来越多的消费者青睐。

2、家用类金属置物架需求不断提升 随着人口数量的增加，人均住宅面积逐渐趋于稳定，而国民消费水平的不断提升使得家庭所需安置的生活用品种类及数量与日俱增，在有限空间条件下合理安放更多物品对生活品质的提升至关重要，置物架节约空间、合理收纳的功能优势日益体现，其中金属置物架种类多样，用途广泛，可放置于厨房、卧室、客厅及储物间等多处不同场景，收纳整理各种家庭生活用品，提高物品拿取效率，受到越来越多家庭的接受与认可。

3、置物架行业尚需进一步发展与规范 目前我国的收纳产品还处于“置物架时代”，主要是以金属置物架为代表的收纳产品，没有形成相应的行业规范。行业企业数量众多但集中度相对较低，产品技术含量低，相似度高，以低价占据市场，暂未形成行业代表性企业。另外，行业缺乏相关的监管，存在许多手工小规模作坊式生产企业，导致产品质量及安全性大打折扣，一定程度上制约了置物架行业的发展。

二、置物架行业市场前景预测

1、世界宏观经济向好带动置物架需求上升 国际货币基金组织 2017 年 1 月发布的《世界经济展望》数据显示，全球经济形势正处于转变之中，2017 年和 2018 年发达经济体以及新兴和发展中经济体的经济活动预计都将加快，两年全球增长率预计将分别达到 3.4% 和 3.6%，而全球增长的预期加快更大程度上得益于美国、中国、欧洲和日本前景的改善。

世界宏观经济环境的稳定及向好转变，社会消费能力的恢复及提升，将有利于稳定和扩大置物架的市场需求，为行业的持续发展创造良好的外部环境，同时主要经济体的发展、中国国际地位的提升也将促进我国置物架行业出口业务的发展，为行业内企业提供广阔的市场空间以及难得的成长机遇。

图：2006-2018 年世界主要经济体国内生产总值变动及预测情况

2、中国逐渐成为置物架生产及出口大国 我国置物架制造行业内部分企业在生产规模、生产效率及生产成本等方面优势逐渐形成，行业整体水平随之上升，产品在价格、质量及设计方面得到广泛认可，越来越多的世界知名品牌选择中国企业作为市场合作对象，中国逐渐成为置物架生产及出口大国。

其中，金属置物架凭借其灵活多变、用途广泛、承力能力强、环保性能强等优势在行业内产品中占有重要地位，海关报关科目类别主要为其他金属家具（94032000.00）。据联合国数据显示，2011 至 2015 年，我国金属家具及配件出口总量呈现出良好的成长态势，2015 年出口金属家具及配件总值约 88.30 亿美元，相比于 2010 年的 67.19 亿美元上涨达 31.42%，涨幅明显且市场前景好。

3、日本、美国等传统置物架消费市场空间稳步扩大 置物架收纳产品诞生于 20 世纪中期美国，普遍用作仓储货架，20 世纪 90 年代初期被引入日本，功能得到进一步扩展，过渡成为家庭置物架，在灵活方便、通风透气、开放式自由组合等性能方面得到极大提升。目前上述国家置物架行业发展成熟，出现了以美国 INTERMETRO、日本 ERECTA 为代表的行业知名企业，结合所在国特点形成了不同的产品风格，置物架产品已成为当地消费者不可或缺的生活用品，同时，对置物架产品质量、设计、价格等方面的要求日益提升。

联合国数据显示，日本、韩国、美国等国家仍是置物架产品消费大国且市场空间稳步扩大。2015 年我国向美国出口金属家具及配件 37.72 亿美元，约占当年向世界总出口量的 42.72%，较 2010 年向美国出口量的 25.76 亿元上涨 46.43%；2015 年我国向日本出口金属家具及配件 3.20 亿美元，较 2010 年的 2.83 亿美元上涨 13.07%。

图：2011 年至 2015 年我国金属家具及配件出口情况

4、国民经济持续稳定增长，人均消费水平提高，拉动置物架行业需求 我国国内生产总值近年一直保持快速增长，人均国内生产总值由 2006 年 16,738 元上升至 2015 年 50,251 元，同时城乡居民收入水平大幅提升，城镇家庭人均可支配收入由 2006 年 11,760 元上升至 2015 年 31,195 元。人均可支配收入的提升为消费能力的增长奠定了坚实的物质基

础，生活用品的丰富必然产生对其合理收纳的需求，合理利用空间的同时提升物品取用效率。

相较于日本、韩国、美国成熟的收纳行业发展阶段及对置物架的稳定需求，置物架行业在我国仍存在着巨大的发展潜力，也将随着人民生活品质的提升被越来越多的家庭所接纳、认可，并在生活中发挥不可替代的重要作用。

图：2006年至2015年我国人均国内生产总值及城镇居民人均可支配收入情况

5、城镇化进程加速为置物架行业创造机遇 根据国家统计局的数据，我国城镇人口所占比重由1990年的26.41%上升至2015年的56.10%，城镇化进程的加快伴随着居民生活水平提升、消费观念转变等一系列现象，如何利用有限的资源在兼顾效率的情况下获取尽可能高的生活品质将成为越来越多人面临的问题。置物架款式、型号多样，可根据需求调整隔板位置，充分利用空间，提升物品放置整齐度及拿取效率，并可进行零部件的添加及替换，体现使用者个性的同时也顺应了资源节约型社会的潮流。而金属置物架收纳用品在兼具上述特性的同时，又增添了表面光洁、结实可靠、耐腐蚀等优点，在同类产品中具备较强竞争力。

图：1990年至2015年我国城镇化情况

城镇化进程加速使得越来越多居民重视生活品质的改善，对日常用品的选择日益注重品牌、质量及个性化等多因素综合而非仅仅关注单一价格，这也为置物架尤其是金属置物架收纳用品行业的发展创造了机遇。

中国报告网发布的报告书内容严谨、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。

【报告目录】

第一章 2015-2017年中国置物架行业发展概述

第一节 2015-2017年置物架行业发展情况概述

一、置物架行业相关定义

二、置物架行业基本情况介绍

三、2015-2017年置物架行业国内发展特点分析

第二节 2015-2017年中国置物架行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、置物架行业产业链条分析

三、2015-2017年中国置物架行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2015-2017年中国置物架行业生命周期分析

一、置物架行业生命周期理论概述

二、2017年置物架行业所属的生命周期分析

第四节 2015-2017年置物架行业经济指标分析

二、2015-2017年置物架行业的赢利性分析

四、2015-2017年置物架行业的经济周期分析

三、置物架行业附加值的提升空间分析

第五节 2015-2017年中国置物架行业进入壁垒分析

一、置物架行业技术壁垒分析

二、置物架行业规模壁垒分析

三、置物架行业品牌壁垒分析

四、置物架行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球置物架行业市场发展现状分析

第一节 全球置物架行业发展历程回顾

第二节 2015-2017年全球置物架行业市场区域分布情况

第三节 2015-2017年亚洲置物架行业地区市场分析

一、2015-2017年亚洲置物架行业市场现状分析

二、2015-2017年亚洲置物架行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲置物架行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲置物架发展趋势分析

第四节 2015-2017年北美置物架行业地区市场分析

一、2015-2017年北美置物架行业市场现状分析

二、2015-2017年北美置物架行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美置物架行业市场前景分析

四、2018-2023年北美置物架行业发展趋势分析

第五节 2015-2017年欧盟置物架行业地区市场分析

一、2015-2017年欧盟置物架行业市场现状分析

二、2015-2017年欧盟置物架行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟置物架行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟置物架行业发展趋势分析

第六节 2018-2023年世界置物架行业分布走势预测

第七节 2018-2023年全球置物架行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲置物架行业市场规模预测

二、2018-2023年北美置物架行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟置物架行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国置物架产业发展环境分析

第一节 2015-2017年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 2015-2017年中国置物架行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 2015-2017年中国置物架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 2015-2017年中国置物架产业运行情况

第一节 中国置物架行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国置物架行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国置物架行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国置物架行业产能情况分析

三、2015-2017年中国置物架行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国置物架行业需求情况分析

一、2015-2017年中国置物架行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国置物架行业行业需求区域分布

第四节 2018-2023年中国置物架行业发展趋势分析

第五章 2015-2017年中国置物架市场格局分析

第一节 2015-2017年中国置物架行业竞争现状分析

一、中国置物架行业竞争情况分析

二、中国置物架行业主要品牌分析

第二节 2015-2017年中国置物架行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2015-2017年中国置物架行业存在的问题

第四节 2015-2017年中国置物架行业解决问题的策略分析

第五节 2015-2017年中国置物架行业竞争力分析

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

第六章 2015-2017年中国置物架市场价格走势分析

第一节 2015-2017年置物架行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2015-2017年中国置物架行业价格现状分析

一、2015-2017年置物架行业平均价格走势回顾分析

二、2018年置物架行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国置物架行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国置物架行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国置物架行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国置物架行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国置物架行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区置物架市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区置物架市场规模分析

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、2015-2017年华中地区置物架市场规模分析

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、2015-2017年华南地区置物架市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区置物架市场规模分析

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、2015-2017年东北地区置物架市场规模分析

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、2015-2017年西部地区置物架市场规模分析

第八章 2015-2017年中国置物架行业竞争情况

第一节 2015-2017年中国置物架行业竞争结构分析（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 2015-2017年中国置物架行业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 2015-2017年中国置物架行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第九章 中国置物架所属行业数据监测

第一节 中国置物架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 中国置物架所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国*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

第十章 我国置物架行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业一

- 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 企业二

- 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

第三节 企业三

- 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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

第十一章2018-2023年中国置物架行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国置物架行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国置物架行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国置物架行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国置物架行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国置物架行业市场发展预测

- 一、2018-2023年中国置物架行业市场规模预测
- 二、2018-2023年中国置物架行业市场规模增速预测
- 三、2018-2023年中国置物架行业产值规模预测
- 四、2018-2023年中国置物架行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国置物架行业盈利走势预测

- 一、2018-2023年中国置物架行业毛利润同比增速预测
- 二、2018-2023年中国置物架行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国置物架行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年置物架行业投资风险分析

- 一、2018-2023年置物架行业政策风险分析
- 二、2018-2023年置物架行业技术风险分析
- 三、2018-2023年置物架行业竞争风险分析
- 四、2018-2023年置物架行业其他风险分析

第二节 2018-2023年置物架行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2023年置物架行业经营模式
- 二、2018-2023年置物架行业生产模式
- 三、2018-2023年置物架行业销售模式

第三节 2018-2023年置物架行业应对策略

- 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 2018-2023年中国置物架行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国置物架行业品牌战略分析

- 一、置物架企业品牌的重要性
- 二、置物架企业实施品牌战略的意义

三、置物架企业品牌的现状分析

四、置物架企业的品牌战略

五、置物架品牌战略管理的策略

第二节2018-2023年中国置物架行业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、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 2018-2023年中国置物架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 2018-2023年中国置物架行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国置物架行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国置物架行业营销渠道策略

一、2018-2023年置物架行业营销模式

二、2018-2023年置物架行业营销策略

第三节2018-2023年中国置物架行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2023年中国置物架行业投资区域分析

二、2018-2023年中国置物架行业投资产品分析

更多图表详见正文（GSLWK）

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，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/298068298068.html>