

2018-2024年中国家具行业市场竞争现状分析与投资发展前景研究报告

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年中国家具行业市场竞争现状分析与投资发展前景研究报告》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/310118310118.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

宜家线下地位难挑战，现有企业转型困难。宜家卖场以大面积著称，卖场平均占地面积达到3万平方米，能够充分展示其产品，目前我国大家居企业多通过中小型旗舰店、家具卖场专卖店方式进行产品销售，难以达到较好的大家居展示效果。据宜家官网信息，2016年宜家在全球范围内坪效约为 26343 元，高于我国家具企业、家具卖场坪效水平，家具企业在线下销售竞争力上仍与宜家存在差距。另一方面，目前家具企业基本采用重资产模式经营，若向轻资产模式转型需对财务、供应链布局等诸多方面进行调整，耗时耗力，在此情景下，线上渠道或许将成为家具企业轻资产模式发展的突破口。

图：宜家全球市场坪效

图：我国网络购物市场规模及增速 互联网平台或成“宜家”诞生突破口。据《中国互联网络发展状况统计报告》数据，截至 2016 年，我国网民规模已达到 7.31 亿人，网络购物市场规模达到5万亿元，在消费业态变化下，互联网已成为重要销售渠道。当下大部分家具企业都设有电商平台作为线下销售渠道的重要补充，但以互联网为渠道的轻资产家具企业少之又少。我们认为“中国宜家”有机会从线上产生主要基于如下理由：（1）互联网普及，网上购物已成为居民生活常态；（2）大型互联网企业品牌信誉较好，已有较大的用户流量；（3）大平台易于组建能力强大的运作团队，在供应商选择、议价、产品质量控制等方面具有优势（4）线上发展避开了宜家等企业在线下激烈的竞争，同时也减少了在线下卖场上的成本投入。网易严选形式发展前景值得期待。 目前国内轻资产电商平台做的较好的是网易 2016 年推出的自营电商品牌网易严选：（1）在品牌方面，得益于网易大品牌背书，产品质量与客户流量都具有一定保障，同时中间环节的减少降低了商品价格，具有较大吸引力；（2）在供应链管理上，网易严选商品来自国内一线品牌制造商代工生产，由网易公司负责采购、品控、物流、销售、售后等环节，产品品质有所保障；（3）在销售渠道上，以网络平台销售为主，线下通过与酒店合作，将酒店打造成为网易严选的线下体验店，让用户在真实的空间和环境体验商品，既有效展示了产品又能与酒店互利共赢，降低线下展示成本。尽管目前平台上装饰、家居产品居多而家具产品较少，但我们认为该类发展形式前景值得期待，是家居企业轻资产化发展的可选途径，未来宜家式轻资产企业极有可能从此类互联网平台中诞生。

图：网易严选商城

图：网易严选合作酒店的房间内部陈列 观研天下发布的《2018-2024年中国家具行业市场竞争现状分析与投资发展前景研究报告》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】

第一部分 行业发展现状

第一章 中国家具及家居用品行业发展概述

第一节 2017年家具及家居用品行业发展情况

第二节 最近3-5年中国家具及家居用品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 2017年关联产业发展分析

一、2017年房地产最新动态分析

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、十二个典型城市土地市场总体情况对比分析

五、2017年重庆土地市场调研

六、2017年房地产市场总结及未来展望

第二章 中国家具及家居用品行业的国际比较分析

第一节 中国家具及家居用品行业竞争力指标分析

一、行业经济效益指标分析

二、行业财务状况指标分析

三、行业对外开放指标分析

四、行业社会效益指标分析

第二节 中国家具及家居用品行业经济指标国际比较分析

一、盈利能力比较分析

二、发展潜力比较分析

三、企业规模比较分析

第三节 全球家具及家居用品行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第四节 全球家具及家居用品行业市场供给分析

一、生产规模现状

二、产能规模分布

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第三章 欧美家具及家居市场发展分析

第一节 2016-2017年欧美国家具及家居市场调研

一、欧美家具及家居市场现状分析

二、欧美家具及家居市场发展趋势分析

第二节 2016-2017年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

三、渠道架构

第三节 2016-2017年欧美家具及家居重点生产企业分析

一、法国罗杰集团

二、法国格郎世家

三、丹麦古诺凡希家具公司

四、维特拉

五、阿旺特

六、丹麦FH公司

七、意大利B&B公司

八、瑞典宜家（IKEA）公司

九、美国诺尔（Knoll）公司

十、米勒（Miller）公司

第四节 2016-2017年欧美家具及家居消费市场情况分析

一、欧美家具消费市场情况

二、欧美家具市场发展分析

第五节 2018-2024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

第二部分 市场需求分析

第四章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、家具及家居用品行业需求市场

二、家具及家居用品行业客户结构

三、家具及家居用品行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及投资预测

一、家具及家居用品行业的需求预测

二、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

第五章 家具及家居用品产业链的分析

第一节 行业集中度

第二节 主要环节的增值空间

一、家具企业提升产品附加值

二、工艺创新突显品牌综合实力

三、房屋结构装修分析

第三节 行业进入壁垒和驱动因素

一、进入壁垒

二、驱动因素

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

第六章 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、长三角区域市场格局变化
- 二、长三角区域市场未来主流
- 三、长三角区域市场潜力领域
- 四、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、广东省对珠三角家具行业发展的政策支持

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、环渤海家居市场发展潜力分析
- 三、环渤海家居市场的制约因素

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、华北大区市场调研
- 二、华中大区市场调研
- 三、华南大区市场调研
- 四、华东大区市场调研
- 五、东北大区市场调研
- 六、西南大区市场调研
- 七、西北大区市场调研

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

- 一、国内家具行业市场竞争现状
- 二、国内家具行业竞争企业集中度分布
- 三、国内主要省市家具市场竞争分析
- 四、提高我国家具产业竞争力对策建议

第七章 2018-2024年需求预测分析

第一节 家具及家居用品行业领域2018-2024年需求量预测

- 一、消费者年龄分布预测

二、消费者家庭年收入预测

三、装修时间预测

四、消费者主要房产装修状态

五、居室装修面积预测

六、消费者家庭装修预算预测

七、消费者选购家居产品的渠道分析

第二节 2018-2024年家具及家居用品行业领域需求产品（服务）功能预测

一、综合性价比分析

二、个性化需求分析

三、品牌意识分析

四、绿色环保分析

五、智能化趋势分析

第三节 2018-2024年家具及家居用品行业领域需求产品（服务）市场格局预测

一、材质需求分析

二、风格需求分析

三、产品设计需求分析

第三部分 产业竞争格局分析

第八章 家具及家居用品市场竞争格局分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

五、机遇分析

六、政府的作用

第四节 家具及家居用品行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 家具及家居用品行业竞争格局分析

一、2017年家具及家居用品行业竞争分析

二、2017年国内外家具及家居用品竞争分析

三、2017年中国家具及家居用品市场竞争分析

四、2017年中国家具及家居用品市场集中度分析

第九章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

一、皇朝家私

二、曲美家具

三、红苹果家具

四、双叶家具

五、华日家具

六、宜家家居

七、华丰家具

八、联邦集团

九、健威家具

十、双虎家私

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

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）

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国家具及家居用品行业参与国际竞争的战略市场定位

第十章 前十大领先企业分析

第一节 皇朝家私分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位
- 四、主要优势与主要劣势
- 五、市场拓展战略与手段分析

第二节 曲美家具分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、主要市场定位
- 三、主要优势与主要劣势
- 四、市场拓展战略与手段分析

第三节 红苹果家具分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、主要市场定位
- 三、主要优势与主要劣势
- 四、市场拓展战略与手段分析

第四节 双叶家具分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、主要市场定位
- 三、主要优势与主要劣势
- 四、市场拓展战略与手段分析

第五节 华日家具分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、主要市场定位
- 三、主要优势与主要劣势
- 四、市场拓展战略与手段分析

第六节 宜家家居分析

- 一、主营业务及经营状况
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标
- 三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第七节 华丰家具分析

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第八节 联邦集团分析

一、主营业务及经营状况

二、主要市场定位

三、主要优势与主要劣势

四、市场拓展战略与手段分析

第九节 健威家具分析

一、主营业务及经营状况

二、历年生产规模、销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节 双虎家私分析

一、主营业务及经营状况

二、主要市场定位

三、主要优势与主要劣势

四、市场拓展战略与手段分析

第四部分 产业发展关键趋势与投资方向推荐

第十一章 2017年中国家具及家居用品行业整体运行指标分析

第一节 中国家具及家居用品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 中国家具及家居用品行业产销分析

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 中国家具及家居用品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

第十二章 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、局限化或佳构化
- 五、配套处事的人道化

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
- 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
- 二、联合营销成趋势
- 三、家居企业电子商务瓶颈

第六节 中国家具及家居用品行业SWOT分析

- 一、优势（Strengths）
- 二、弱点（Weakness）
- 三、机会（Opportunities）
- 四、威胁（Threats）
- 五、SWOT矩阵

第十三章 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、我国家居产业发展的有利因素
- 二、我国家具行业发展仍面临三大不利因素

第二节 产业发展的空白点分析

- 一、家居市场的空白
- 二、高端家具市场空白
- 三、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、家具投资回报率惊人
- 二、全球家具建材投资方向分析

第四节 新进入者应注意的障碍因素

- 一、行政性垄断壁垒
- 二、规模经济壁垒
- 三、必要资本量壁垒
- 四、区域壁垒

第五节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

图表目录

- 图表：2017年家具制造业利润总额及增长分析
- 图表：2017年家具制造业企业单位数分析
- 图表：2017年我国土地收入、财政收入及同比变化
- 图表：2017年土地出让总面积、住房用地实际供应面积及同比变化
- 图表：2017年完成开发土地面积及累计增长率
- 图表：2017年推出土地面积、均价、成交面积及土地均价
- 图表：2017年推出楼面均价与成交楼面均价
- 图表：2017年土地使用类型占比
- 图表：2017年全国土地拍卖状况
- 图表：2017年成交面积占全国比例
- 图表：2017年全国各大城市土地出让金排行
- 图表：2017年住宅用地楼面均价排行
- 图表：2017年商业用地楼面均价排行

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/310118310118.html>