

2018-2023年中国红木营销产业市场竞争现状调研 及发展机遇分析研究报告

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《2018-2023年中国红木营销产业市场竞争现状调研及发展商机分析研究报告》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/301660301660.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 红木资源概况

红木属于热带地区木材，主要产于南洋地区（东南亚、南亚，大洋洲部分地区）、非洲与拉丁美洲地区。我国红木行业所需原料几乎全部依赖进口，其中“南洋”地区和非洲地区分别是我国红木资源进口第一和第二大来源地，根据相关数据显示，2014年我国上述地区累计进口红木205.56万立方米，同比增长71.87%；总金额达26.39亿美元，同比增长91.24%。红木材料的大量进口，引起国际有关方面的关注。

图：2017年我国红木进口形势同比图

图：2014-2017年红木锯材进口形势

2014年从“南洋地区”进口红木达115.17万立方米，占进口总量的56%；从非洲地区进口红木达87.24万立方米，占进口总量的42%，从中美洲地区进口红木3.16万立方米，占进口总量的2%。我国从“南洋地区”进口红木比重最大，但随着该地区内各国收紧或禁止木材出口政策，使得该地区红木原木出现大幅下滑，从据相关资料显示，由于国内经济发展进入新常态，2017年1-11月，我国红木原材料进口量与进口额同比均下滑60%左右。从红木原材料全年走势的来看，说明红木家具生产销售也进入了新常态。从行业统计数据不难看出，2017年行业整体步入深度调整期。

红木家具产业由此将进入转型升级细分的阶段，红木家具市场将出现价格回归，风险与机遇并存的状态。市场已经出现一些品质较低，技术优势缺乏，没有清晰目标和市场定位、没有品牌和营销体系的企业被淘汰出局。

同时，由于房地产与高端消费市场的收缩，市场需求持续低增长。受诸多利空因素影响，红木家具生产状况也明显减低，原材料经营者大多以让利方式回笼资金。在市场观望情绪作用下，市场交易依旧难有改观，前一阶段带来的材料库存将继续对红木市场产生影响。

在行业调整的转型期，质量过硬的产品2014年下半年开始，我国从非洲地区进口红木原木超过“南洋”地区，非洲地区成为我国红木原木最大来源地。从进口类型来看，受原产地国木材出口政策的影响，原木进口下降，板材进口上升。

近年来，有些红木资源的一些树种濒临灭绝。国际动植物保护组织及有关国家加大了对红木资源的保护力度，限制或禁止红木资源贸易。对红木家具用材形成制约。虽然目前我国已引种部分树种，并在云南、广东等地人工种植，但因其生产周期长，人工种植成材率偏低，使得社会营林的积极性不高，短期内不会发挥作用。面对红木资源的稀缺，我们应该研

究行业用材的战略，合理用材，减少资源浪费是出路之一。

2红木家具产业发展现状

2.1行业进入调整转型期

据相关资料显示，由于国内经济发展进入新常态，2017年1-11月，我国红木原材料进口量与进口额同比均下滑60%左右。从红木原材料全年走势的来看，说明红木家具生产销售也进入了新常态。从行业统计数据不难看出，2017年行业整体步入深度调整期。

红木家具产业由此将进入转型升级细分的阶段，红木家具市场将出现价格回归，风险与机遇并存的状态。市场已经出现一些品质较低，技术优势缺乏，没有清晰目标和市场定位、没有品牌和营销体系的企业被淘汰出局。

同时，由于房地产与高端消费市场的收缩，市场需求持续低增长。受诸多利空因素影响，红木家具生产状况也明显减低，原材料经营者大多以让利方式回笼资金。在市场观望情绪作用下，市场交易依旧难有改观，前一阶段带来的材料库存将继续对红木市场产生影响。

在行业调整的转型期，质量过硬的产品和有影响力的品牌以及制作精良的精品红木家具将会更多的获得市场的认可。近年来，购买红木家具的消费者在文化层次和综合素养上显著高于以往，对家具品质的要求明显提高，消费观念也日趋理性。优胜劣汰，适者生存的市场经济法则，将会充分展现。

2.2行业发展具有一定规模

根据有关统计数据，2017年全年，我国红木家具的行业企业有上万家，总产值大约有1000亿元左右。产业集群分布在广东、浙江、福建、江苏、河北、北京、上海等省市。中山大涌、中山三乡，江门新会、江门大江，福建仙游，浙江东阳，苏州常熟，江苏南通都是在国内有代表性的产业聚集地，形成了生产，营销，交流的平台，促进了我国传统文化的继承和发展，同时也为红木产品创新发展，为更多的消费者服务提供了条件。红木家具成为我国最具民族特色的，在世界上得到广泛认可的产品享誉世界。

2014年受原料价格上涨，红木家具行业的销售费用、管理费用与财务费用增长明显，在企业销售收入中的比重有所增加，挤压了行业的利润空间，造成行业盈利能力下降。受市场需求不足与原材料价格积压资金的影响，行业进入了低谷，资金紧张，市场低迷，受红木

原材料价格下滑的影响，部分红木家具产品出现了不同程度的下降。同时，受高端消费品市场萎缩与房地产市场走弱的影响，红木家具市场有所收缩，量价交易走低，市场呈现较大下行压力。

从红木家具进出口情况来看，红木家具出口呈下降趋势。2014年我国累计出口红木家具与其它红木制品11291件，出口量同比下降8.82%；出口额达433.77万美元，同比下降4.14%。红木家具进口也呈现下降，2014A年我国累计进口红木家具与其它红木制品12万5403件，同比减少21.13%；进口额2479.93万美元，同比下降1.24%。

3红木家具产业的未来发展

红木家具行业已经形成了实力较强，有很大市场潜力，同时是传承发展中国文化的载体，行业的发展，有利于整个家具行业的进步，有利于拉动消费市场，所以红木家具行业的健康发展是重要的。

第一，我们要制定好行业发展的十三五规划。在国家宏观战略政策的实施过程中，红木家具行业要抓住结构调整和转型升级有利时机，进行供给侧改革，企业应把握发展机遇，创新管理，创新设计，降低运行成本，提高商品附加值，在新常态的经济背景下，持续健康稳步发展。

第二，培育品牌企业。红木家具行业造就一批具有实力的名牌企业，带动行业的整体发展。利用现代加工技术，改造传统生产工艺，利用信息化技术，提高红木家具的生产能力，提高劳动生产率。

第三，加大研发投入。行业、企业加大对产品研发的投入，借助社会设计专家进行联合设计与开发，增加对设计人才的培养，通过设计水平的提高，红木家具拥有更多的消费者。同时，企业应提高申报设计专利的意识，利用法律手段保护自己的原创作品。

第四，坚持绿色发展。在材料应用上厉行节约，在设计上减少材料的使用，提倡绿色生产，绿色消费。解决生产过程对环境的污染，使用不排放有毒有害物质的油漆涂料，保证红木家具产品安全、卫生、环保。

第五，进一步推进行业标准体系建设，加强和完善行业基础管理标准的制定。红木家具行业的发展与成熟需要一个健全的标准体系支撑。而这些标准应该涉及原料、生产、进口、检测、市场、售后服务等多个方面。因此，红木产业的进一步发展，标准体系建设亟待推

进。

第六，大力弘扬红木传统文化，不断开展红木家具的艺术创新，抓住国家大力发展文化产业的历史机遇，做好高仿红木家具的传承，做好具有中国传统文化中式家具，创新设计，利用红木材料的特性，生产新中式家具，达到传承文化，适应发展的目的。

第七，营造良好的市场氛围。进一步优化产业空间布局，推动红木家具产业聚集区的优化升级和创新发展的格局。构建现代红木产业聚集区联系和交流。创建公共服务平台，推动企业采取现代化经营方式，形成骨干重点企业与特色企业共同发展的格局。

第八，培养专业人才。我们要建立与高等院校和社会培训机构的培训合作机制，培养红木家具专业人才。实行产学研结合发展战略，为红木家具行业培养专业技术人才，探索红木家具行业发展新空间。

第九，行业协会要在促进红木家具行业发展的过程中发挥积极作用。在为会员服务，为行业服务，为政府服务，为社会服务过程中，促进区域红木家具行业发展。科学合理的制定产业发展规划，发挥协会引领行业发展的作用。向政府反映企业诉求，帮助企业建立沟通机制和平台，发挥协会的协调作用。

加强行业的国际合作，引领企业走出去发展，发挥协会的国际化优势。

4结语

未来五年，红木家具产业要根据国家和家具行业“十三五”发展规划以及创新、协调、绿色、开放、共享五大发展理念的总体要求，积极培育行业新的经济增长点，加快转变发展方式，积极推动行业调整战略，整合资源，以市场为导向，以文化为动力，以科技为支撑，加快红木家具企业的创新发展步伐，促进红木家具产业健康持续发展。

观研天下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】

第一章红木营销行业发展概述

第一节红木营销概述

一、红木营销的定义

二、红木营销的分类

第二节红木营销技术

一、红木营销技术前景分析

二、红木营销技术发展趋势

三、红木营销产业技术应用情况解析

第三节红木营销行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节红木营销市场特征分析

一、产业关联度

二、影响需求的关键因素

三、主要竞争因素

第二章2017年全球红木营销行业发展形势分析

第一节2017年全球红木营销行业发展分析

一、2017年全球红木营销市场供给分析

二、2017年全球红木营销市场需求分析

三、2017年全球主要红木营销企业分析

四、2017年全球红木营销主要品种分析

第二节2017年全球主要国家红木营销市场分析

一、2017年美国红木营销市场分析

二、2017年德国红木营销市场分析

三、2017年英国红木营销市场分析

四、2017年印度红木营销市场分析

五、2017年日本红木营销市场分析

第三章2017年中国红木营销市场发展现状剖析

第一节2017年中国红木营销行业发展现状

- 一、中国红木营销产业发展现状分析
- 二、中国红木营销核心技术有待提高
- 三、便利性红木营销装置的发展现状
- 四、中国红木营销分销市场发展分析

第二节2017年中国红木营销市场分析

- 一、红木营销回顾
- 二、其它行业对其影响分析
- 三、中国红木营销行业发展热点
- 四、中国红木营销行业发展动态解析

第三节2017年中国红木营销市场供需状况分析

- 一、2017年中国红木营销行业供给能力
- 二、2017年中国红木营销市场供给分析
- 三、2017年中国红木营销市场需求分析
- 四、2017年中国红木营销产品价格分析

第四节2017年制约中国红木营销发展的因素

- 一、自主知识产权问题
- 二、供应商存在的问题
- 三、生产管理体系问题
- 四、新兴产品认识问题

第四章2015-2017年中国红木营销行业产销状况监测分析

第一节2015-2017年中国工业总产值分析

- 一、中国红木营销行业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节2015-2017年中国红木营销行业总销售收入分析

- 一、中国红木营销行业总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节2015-2017年中国红木营销行业利润总额分析

- 一、2015-2017年中国红木营销行业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额分析

三、不同所有制企业利润总额比较

第四节2015-2017年中国红木营销行业销售毛利率分析

一、2015-2017年中国红木营销行业销售毛利率分析

二、不同规模企业销售毛利率分析

三、不同所有制企业销售毛利率比较

第五节2015-2017年中国红木营销行业销售利润率

一、2015-2017年中国红木营销行业销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率分析

三、不同所有制企业销售利润率比较

第五章2015-2017年中国红木营销行业获利能力监测分析

第一节2015-2017年中国红木营销行业利润总额分析

一、2015-2017年中国红木营销行业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节2015-2017年中国红木营销行业销售毛利率分析

一、2015-2017年中国红木营销行业销售毛利率分析

二、不同规模企业销售毛利率分析

三、不同所有制企业销售毛利率比较分析

第三节2015-2017年中国红木营销行业销售利润率

一、2015-2017年中国红木营销行业销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第四节2015-2017年中国红木营销行业成本费用利润率分析

一、2015-2017年中国红木营销行业成本费用利润率分析

二、不同规模企业成本费用利润率分析

三、不同所有制企业成本费用利润率比较分析

第五节2015-2017年中国红木营销行业总资产利润率分析

一、2015-2017年中国红木营销行业总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第六章中国红木营销进出口数据监测分析

第一节中国红木营销进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节中国红木营销出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节2015-2017年中国红木营销进出口平均单价分析

第四节2015-2017年中国红木营销进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章2017年中国红木营销行业细分产品市场分析

第一节红木原木

第二节红木家具

第三节红木艺术品

第二部分中国红木营销行业市场格局调研

第八章2017年中国红木营销产业发展地区比较分析

第一节长三角地区

一、竞争优势

二、2017年发展状况分析

三、2018-2023年发展趋势预测分析

第二节珠三角地区

一、竞争优势

二、2017年发展状况分析

三、2018-2023年发展趋势预测分析

第三节环渤海地区

一、竞争优势

二、2017年发展状况分析

三、2018-2023年发展趋势预测分析

第四节东北地区

一、竞争优势

二、2017年发展状况分析

三、2018-2023年发展趋势预测分析

第五节西部地区

一、竞争优势

二、2017年发展状况分析

三、2018-2023年发展趋势预测分析

第九章2017年中国红木营销行业市场竞争格局分析

第一节2017年中国红木营销行业竞争结构分析

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2017年中国红木营销红木营销市场竞争现状分析

一、信息娱乐引领红木营销市场

二、出口转内销对企业竞争影响

三、本土电子企业面临压力分析

四、华南市场的发展空间及竞争

第三节2017年中国红木营销行业国际竞争力比较

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

第四节2017年中国红木营销红木营销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、重点企业出货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第十章2017年中国红木营销企业竞争策略分析

第一节2017年中国红木营销行业竞争策略分析

一、红木营销中小企业竞争形势

二、红木营销国内企业竞争策略

三、上下游产业链合作共赢策略

第二节2017年中国红木营销市场竞争策略分析

一、红木营销主要潜力品种分析

二、现有红木营销产品竞争策略分析

三、潜力红木营销品种竞争策略选择

四、典型企业产品竞争策略分析

第三节红木营销企业竞争策略分析

一、金融危机对红木营销行业竞争格局的影响

二、2018-2023年我国红木营销市场竞争趋势

三、2018-2023年红木营销企业竞争策略分析

第十一章2017年中国主要红木营销企业竞争分析

第一节江西斯尔摩红木集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二节仇滩红木家具厂

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三节常熟市东方红木家具有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第四节上海航管红木家具有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三部分中国红木营销行业前景空间透析

第十二章2018-2023年中国红木营销行业市场发展趋势分析

第一节2018-2023年中国红木营销行业趋势预测分析

一、2018-2023年中国红木营销市场发展潜力分析

二、红木营销发展中孕育的商机

三、红木营销卖点及设计

第二节2018-2023年中国红木营销制造行业技术发展趋势分析

一、红木营销制造行业技术现状

二、红木营销企业技术改造方针

三、红木营销技术改进途径分析

第三节2018-2023年中国红木营销市场趋势分析

一、红木营销产业政策趋向

二、红木营销技术革新趋势

三、红木营销市场发展空间

第十三章2018-2023年中国红木营销行业发展预测分析

第一节2018-2023年国际红木营销市场预测分析

一、2018-2023年全球红木营销行业产值预测

二、2018-2023年全球红木营销市场需求前景

三、2018-2023年全球红木营销市场价格预测

第二节2018-2023年中国红木营销市场预测分析

一、2018-2023年国内红木营销行业产值预测

二、2018-2023年国内红木营销市场需求前景

三、2018-2023年国内红木营销市场价格预测

第三节2018-2023年中国红木营销行业盈利预测分析

一、资产利润率走势预测

二、销售利润率走势预测

三、成本费用利润率走势预测

第四部分投资规划建议研究

第十四章2015-2017年中国红木营销行业投资现状分析

第一节2015-2017年红木营销行业投资情况分析

一、2015-2017年投资规模及年均增长情况

二、2015-2017年不同规模投资对比

三、2015-2017年不同所有制规模投资对比

四、2015-2017年外商投资增长速度分析

五、2017年底中国红木营销行业主要省市投资状况对比

第二节2017年红木营销行业投资情况分析

一、2017年红木营销行业总体投资增长状况

二、2017年主要省市增长速度对比

三、2017年外商投资增长分析

四、2017年私营企业发展分析

第十五章2017年中国红木营销行业市场发展环境分析

第一节2017年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、中国汇率调整

八、对外贸易&进出口

第二节2017年中国红木营销行业政策环境分析

一、2017年红木营销行业政策环境

二、2017年国内宏观政策对其影响

三、2017年行业产业政策对其影响

第三节2017年中国红木营销行业社会环境分析

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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节2017年中国红木营销行业技术环境分析

第十六章2018-2023年中国红木营销行业投资机会与风险分析

第一节2018-2023年中国红木营销行业投资机会分析

一、行业活力系数比较及分析

二、行业投资收益率比较及分析

三、红木营销行业投资效益分析

第二节2018-2023年中国红木营销行业投资前景分析

一、红木营销行业政策风险

二、红木营销行业技术风险

三、红木营销同业竞争风险

四、红木营销行业其他风险

第三节2018-2023年中国红木营销行业投资前景控制策略及建议

第十七章2018-2023年中国红木营销行业投资规划建议研究

第一节2018-2023年中国红木营销行业发展战略研究

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

第二节对我国红木营销品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、红木营销实施品牌战略的意义

三、红木营销企业品牌的现状分析

第三节2018-2023年中国红木营销行业细分行业投资规划建议

图表目录：

图表1：红木营销的分类

图表2：红木营销行业生命周期示意图

图表3：2015-2017年全球红木家具行业市场供给分析

图表4：2015-2017年全球红木家具行业市场需求分析

图表5：2015-2017年中国红木家具行业供给能力分析

图表6：2015-2017年中国红木家具行业市场供给分析

图表7：2015-2017年中国红木家具行业市场需求分析

图表8：2015-2017年中国红木家具行业产品价格分析

图表9：2015-2017年中国红木营销行业工业总产值分析

图表10：2017年中国红木营销市场不同规模企业工业总产值分析

图表11：2017年中国红木营销市场不同所有制企业工业总产值比较

图表12：2015-2017年中国红木营销行业总销售收入分析

图表13：2017年中国红木营销市场不同规模企业总销售收入分析

图表14：2017年中国红木营销市场不同所有制企业总销售收入比较

图表15：2015-2017年中国红木营销行业利润总额分析

图表16：2017年中国红木营销市场不同规模企业利润总额分析

图表17：2017年中国红木营销市场不同所有制企业利润总额比较

- 图表18：2015-2017年中国红木营销行业销售毛利率分析
- 图表19：2017年中国红木营销市场不同规模企业销售毛利率分析
- 图表20：2017年中国红木营销市场不同所有制企业销售毛利率比较
- 图表21：2015-2017年中国红木营销行业销售利润率分析
- 图表22：2017年中国红木营销市场不同规模企业销售利润率分析
- 图表23：2017年中国红木营销市场不同所有制企业销售利润率比较
- 图表24：2015-2017年中国红木营销行业利润总额分析
- 图表25：2017年中国红木营销市场不同规模企业利润总额分析
- 图表26：2017年中国红木营销市场不同所有制企业利润总额比较
- 图表27：2015-2017年中国红木营销行业销售毛利率分析
- 图表28：2017年中国红木营销市场不同规模企业销售毛利率分析
- 图表29：2017年中国红木营销市场不同所有制企业销售毛利率比较
- 图表30：2015-2017年中国红木营销行业销售利润率分析
- 图表31：2017年中国红木营销市场不同规模企业销售利润率分析
- 图表32：2017年中国红木营销市场不同所有制企业销售利润率比较
- 图表33：2015-2017年中国红木营销行业成本费用利润率分析

更多图表详见正文（GYGSLJP）

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/301660301660.html>