2011-2015年家具及家居用品市场全景调研及投资评估深度研究报告

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《2011-2015年家具及家居用品市场全景调研及投资评估深度研究报告》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：https://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/114668114668.html

报告价格：电子版: 7800元　纸介版：8300元　电子和纸介版: 8800

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

→内容简介

2010年，家具行业工业销售产值累计同比增长32.24%，新产品产值累计同比增长1.71%，累计产销率97.2%。2010年，家具行业累计完成产量77032.7万件，累计同比增长27.8%。其中，木质家具累计完成产量26072.6万件，累计同比增长26.4%；金属家具累计完成产量42381.3万件，累计同比增长31.3%；软体家具累计完成产量4731.1万件，累计同比增长16.8%。国家统计局4月15日公布一季度经济数据。数据显示市场销售稳定增长，汽车、家具等住行类商品销售有所降温，其中，家具类增长24.5%，增速比上年同期回落13.1个百分点。一季度，社会消费品零售总额42922亿元，同比增长16.3%。其中，家具类增长24.5%，增速比上年同期回落13.1个百分点世界家具的销售地区分布为：40%在西欧，4%在东欧和俄罗斯，24%在亚洲、太平洋地区，26%在北美，4%在南美。世界家具贸易基本上涉及50个国家和地区。世界主要的家具进口国家为美国、德国、法国、英国、加拿大和日本，主要出口国为意大利、德国、加拿大、中国、美国、法国、波兰和墨西哥。意大利目前仍是最大的家具出口国，出口额保持相对的稳定，约80亿美元。而加拿大以及5个新兴出口国（中国、波兰、印度尼西亚、马来西亚和墨西哥）的出口量持续上升。

我国家具行业生产企业主要分布在华南、华东、华北和东北等地区，尤以广东最为集中。珠三角目前是我国家具业最发达和最集中的地区，家具产量占全国70%，出口额占全国家具出口总量的一半以上。珠三角家具生产企业已超过6000家，产值400多亿元。顺德是珠三角家具企业最密集的地区之一，由2000所家生产企业，家具从业人员20多万人。东莞家具企业以外向型为主，是我国家具出口的主产地之一。正是存在顺德、东莞和中山等一批家具市场，才造就了珠三角中国家具业的龙头地位。长三角家具业增速已大大超过国内家具业整体增长水平。浙江家具的总产值已达到150亿元，每年增长速度在30%以上，是全国平均增速的两倍。而且，长三角家具已形成了富有特色的产业群和明晰的产业分工，如绍兴的软体家具、杭州的办公家具、温州的套房家具、金华的红木家具和木雕家具、宁波的古旧家具，玉环的古典家具和安吉转椅等。以浙江家具为首的长三角家具正在构筑中国家具产业除珠三角之外的又一个重要基地。

受房地产调控政策的影响，从2010年开始，家具市场就很不景气。而且随着新是问题家具价格的上涨的影响，更使本就不景气的家具市场雪上加霜。面对如此情况，很多需要装修的消费者是选择能够推迟的就尽量推迟，实在不行的就考虑家具的翻新，效果也是和新的一样。对于消费者来说是一个很不错的方法，不过对于商家而言将是更大的考验。与2008年相比，各大家具卖场2009年的业绩下滑幅度不低于一成。2011年尽管新住宅装修量随着政策的推动将会明显减少，但改善与刚性并举的市场格局依然会成为市场主流。不少消费者住了5年至10年的住宅后，在很多功能使用上或者感观需求上，都有需要翻新老房的欲望。有的消费者本来打算新购置房产，但一系列房地产新政出台后，他们更多的精力转向改装眼下的

居住空间。于是，在市场驱动的潜移默化下，翻新装修时代已俨然来临，翻新装潢在购房刚性需求被抑制的同时也迎来新的狂潮。

在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国建材工业协会、家居行业相关协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关刊物杂志的基础信息以及家居研究单位等公布和提供的大量资料，结合中研普华公司对家居相关企业的实地调查，对我国家居行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了家居行业的前景与风险。报告揭示了家居市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目 录

CONTENTS

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 1
第一节 2010年家具及家居用品行业发展情况 1
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 7
一、赢利性 7
二、成长速度 7
三、附加值的提升空间 7
四、进入壁垒／退出机制 10
五、风险性 13
六、行业周期 15
七、竞争激烈程度指标 18
八、当前行业发展所属周期阶段的判断 21
第三节 2010年关联产业发展分析 25
一、2010年房地产最新动态分析 26
二、2010年全国土地市场运行状况回顾 28
三、2011年全国土地市场概况 38
四、十二个典型城市土地市场总体情况对比分析 42
五、2010年重庆土地市场分析 44
六、2010年房地产市场总结及未来展望 47
第二章 中国家具及家居用品行业的国际比较分析 51
第一节 中国家具及家居用品行业竞争力指标分析 51
一、行业经济效益指标分析 51

二、行业财务状况指标分析 52
三、行业对外开放指标分析 53
四、行业社会效益指标分析 56
第二节 中国家具及家居用品行业经济指标国际比较分析 56
一、盈利能力比较分析 57
二、发展潜力比较分析 57
三、企业规模比较分析 58
第三节 全球家具及家居用品行业市场需求分析 59
一、市场规模现状 59
二、需求结构分析 59
三、重点需求客户 59
四、市场前景展望 60
第四节 全球家具及家居用品行业市场供给分析 60
一、生产规模现状 60
二、产能规模分布 61
三、市场价格走势 61
四、重点厂商分布 62
第三章 欧美家具及家居市场发展分析 65
第一节 2010-2011年欧美国家具及家居市场分析 65
一、欧美家具及家居市场现状分析 65
二、欧美家具及家居市场发展趋势分析 74
第二节 2010-2011年欧美家具及家居产品销售模式分析 77
一、产品营销模式 77
二、分销商形态 79
三、渠道架构 82
第三节 2010-2011年欧美家具及家居重点生产企业分析 89
一、法国罗杰集团 89
二、法国格郎世家 90
三、丹麦古诺凡希家具公司 90
四、维特拉 91
五、阿旺特 93
六、丹麦FH公司 95
七、意大利B&B公司 97
八、瑞典宜家（IKEA）公司 100
九、美国诺尔（Knoll）公司 103

十、米勒（Miller）公司 107
第四节 2010-2011年欧美家具及家居消费市场情况分析 111
一、欧美家具消费市场情况 111
二、欧美家具市场发展分析 113
第五节 2011-2015年欧美家具及家居发展趋势分析 115
一、欧洲家具流行趋势分析 115
二、欧洲家具设计五大发展趋势 117
三、欧美家具企业发展趋势 118
四、欧美家具工业的发展趋势 119
第二部分 市场需求分析
第四章 应用领域及行业供需分析 123
第一节 需求分析 123
一、家具及家居用品行业需求市场 123
二、家具及家居用品行业客户结构 124
三、家具及家居用品行业需求的地区差异 125
第二节 供给分析 129
第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 133
一、家具及家居用品行业的需求预测 133
二、家具及家居用品行业的供应预测 135
三、供求平衡分析 136
四、供求平衡预测 138
第四节 市场价格走势分析 141
第五章 家具及家居用品产业链的分析 145
第一节 行业集中度 145
第二节 主要环节 的增值空间 146
一、家具企业提升产品附加值 146
二、工艺创新突显品牌综合实力 147
三、房屋结构装修分析 147
第三节 行业进入壁垒和驱动因素 148
一、进入壁垒 148
二、驱动因素 149
第四节 上下游行业影响及趋势分析 151
一、炒房对家居的影响 151
二、迎合首次置业者是关键 152
三、环境压力家居行业转型 153

第六章 区域市场情况深度研究 155
第一节 长三角区域市场情况分析 155
一、长三角区域市场格局变化 155
二、长三角区域市场未来主流 156
三、长三角区域市场潜力领域 156
四、长三角区域市场楼市影响 157
第二节 珠三角区域市场情况分析 158
一、珠三角家具市场现状 158
二、珠三角家具加速向西部八省转移 158
三、广东省对珠三角家具行业发展的政策支持 164
第三节 环渤海区域市场情况分析 165
一、环渤海家具产业区简介 165
二、环渤海家居市场发展潜力分析 165
三、环渤海家居市场的制约因素 167
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 170
一、华北大区市场分析 170
二、华中大区市场分析 187
三、华南大区市场分析 194
四、华东大区市场分析 207
五、东北大区市场分析 221
六、西南大区市场分析 225
七、西北大区市场分析 239
第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 248
一、国内家具行业市场竞争现状 248
二、国内家具行业竞争企业集中度分布 249
三、国内主要省市家具市场竞争分析 250
四、提高我国家具产业竞争力对策建议 251
第七章 2011-2015年需求预测分析 253
第一节 家具及家居用品行业领域2011-2015年需求量预测 253
一、消费者年龄分布预测 253
二、消费者家庭年收入预测 254
三、装修时间预测 255
四、消费者主要房产装修状态 257
五、居室装修面积预测 258
六、消费者家庭装修预算预测 260

七、消费者选购家居产品的渠道分析 261
第二节 2011-2015年家具及家居用品行业领域需求产品（服务）功能预测 262
一、综合性价比分析 262
二、个性化需求分析 262
三、品牌意识分析 263
四、绿色环保分析 263
五、智能化趋势分析 264
第三节 2011-2015年家具及家居用品行业领域需求产品（服务）市场格局预测 265
一、材质需求分析 265
二、风格需求分析 266
三、产品设计需求分析 268
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 271
第一节 行业竞争结构分析 271
一、现有企业间竞争 271
二、潜在进入者分析 271
三、替代品威胁分析 271
四、供应商议价能力 271
五、客户议价能力 272
第二节 行业集中度分析 272
一、市场集中度分析 272
二、企业集中度分析 273
三、区域集中度分析 273
第三节 行业国际竞争力比较 274
一、生产要素 274
二、需求条件 274
三、资源与相关产业 275
四、企业战略、结构与竞争状态 276
五、机遇分析 276
六、政府的作用 277
第四节 家具及家居用品行业主要企业竞争力分析 277
一、重点企业资产总计对比分析 277
二、重点企业从业人员对比分析 278
三、重点企业全年营业收入对比分析 278
四、重点企业利润总额对比分析 278

五、重点企业综合竞争力对比分析 278
第五节 家具及家居用品行业竞争格局分析 279
一、2011年家具及家居用品行业竞争分析 279
二、2011年国内外家具及家居用品竞争分析 280
三、2011年中国家具及家居用品市场竞争分析 282
四、2011年中国家具及家居用品市场集中度分析 284
第九章 主要生产企业的排名与产业结构分析 289
第一节 行业企业排名分析 289
一、皇朝家私 289
二、曲美家具 290
三、红苹果家具 291
四、双叶家具 292
五、华日家具 293
六、宜家家居 294
七、华丰家具 294
八、联邦集团 295
九、健威家具 296
十、双虎家私 297
第二节 产业结构分析 298
一、市场细分充分程度的分析 298
二、各细分市场领先企业排名 300
三、各细分市场占总市场的结构比例 306
四、领先企业的结构分析（所有制结构） 308
第三节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 309
一、产业价值链条的构成 309
二、产业链条的竞争优势与劣势分析 316
第四节 产业结构发展预测 319
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） 319
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 324
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 326
第十章 前十大领先企业分析 329
第一节 皇朝家私分析 329
一、主营业务及经营状况 329
二、历年生产规模、销售规模、利润指标 330
三、主要市场定位 332

四、主要优势与主要劣势 334
五、市场拓展战略与手段分析 336
第二节 曲美家具分析 338
一、主营业务及经营状况 338
二、主要市场定位 338
三、主要优势与主要劣势 340
四、市场拓展战略与手段分析 342
第三节 红苹果家具分析 342
一、主营业务及经营状况 342
二、主要市场定位 343
三、主要优势与主要劣势 343
四、市场拓展战略与手段分析 345
第四节 双叶家具分析 346
一、主营业务及经营状况 346
二、主要市场定位 347
三、主要优势与主要劣势 348
四、市场拓展战略与手段分析 348
第五节 华日家具分析 350
一、主营业务及经营状况 350
二、主要市场定位 350
三、主要优势与主要劣势 351
四、市场拓展战略与手段分析 352
第六节 宜家家居分析 355
一、主营业务及经营状况 355
二、历年生产规模、销售规模、利润指标 355
三、主要市场定位 356
四、主要优势与主要劣势 357
五、市场拓展战略与手段分析 358
第七节 华丰家具分析 365
一、主营业务及经营状况 365
二、历年生产规模、销售规模、利润指标 365
三、主要市场定位 366
四、主要优势与主要劣势 367
五、市场拓展战略与手段分析 367
第八节 联邦集团分析 367

一、主营业务及经营状况 367
二、主要市场定位 369
三、主要优势与主要劣势 371
四、市场拓展战略与手段分析 372
第九节 健威家具分析 375
一、主营业务及经营状况 375
二、历年生产规模、销售规模、利润指标 376
三、主要市场定位 381
四、主要优势与主要劣势 384
五、市场拓展战略与手段分析 384
第十节 双虎家私分析 398
一、主营业务及经营状况 398
二、主要市场定位 398
三、主要优势与主要劣势 402
四、市场拓展战略与手段分析 404
第四部分 产业发展关键趋势与投资方向推荐
第十一章 2011年中国家具及家居用品行业整体运行指标分析 409
第一节 中国家具及家居用品行业总体规模分析 409
一、企业数量结构分析 409
二、行业生产规模分析 409
第二节 中国家具及家居用品行业产销分析 410
一、行业产成品情况总体分析 410
二、行业产品销售收入总体分析 410
第三节 中国家具及家居用品行业财务指标总体分析 411
一、行业盈利能力分析 411
二、行业偿债能力分析 411
三、行业营运能力分析 413
四、行业发展能力分析 414
第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势 417
第一节 市场整合成长趋势 417
一、卖场业态分析 417
二、同质化竞争分析 418
三、市场质变分析 419
四、局限化或佳构化 419
五、配套处事的人道化 420

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 421
一、需求变化趋势 421
二、新的商业机遇 425
第三节 企业区域市场拓展的趋势 427
一、保障性住房需求对家居行业影响分析 427
二、未来竞争点对家居经销商的影响分析 428
第四节 科研开发趋势及替代技术进展 429
一、智能家居市场的新技术与新趋势 429
二、未来家居室内设计新趋势 431
三、建材的技术标准与发展趋势 433
第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 435
一、家具行业发展新趋势 435
二、联合营销成趋势 437
三、家居企业电子商务瓶颈 438
第六节 中国家具及家居用品行业SWOT分析 440
一、优势（Strengths） 440
二、弱点（Weakness） 442
三、机会（Opportunities） 444
四、威胁（Threats） 445
五、SWOT矩阵 446
第十三章 2011-2015年家具及家居用品行业投资方向预测分析 449
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 449
一、我国家居产业发展的有利因素 449
二、我国家具行业发展仍面临三大不利因素 454
第二节 产业发展的空白点分析 456
一、家居市场的空白 456
二、高端家具市场空白 458
三、家具行业发展潜力分析 460
第三节 投资回报率比较高的投资方向 462
一、家具投资回报率惊人 462
二、全球家具建材投资方向分析 463
第四节 新进入者应注意的障碍因素 467
一、行政性垄断壁垒 471
二、规模经济壁垒 472
三、必要资本量壁垒 473

四、区域壁垒 473
第五节 营销分析与营销模式推荐 474
一、渠道构成 474
二、销售贡献比率 479
三、覆盖率 480
四、销售渠道效果 482
五、价值流程结构 487
图表目录
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 7
图表：2011年家具制造业企业单位数分析 7
图表：2010年我国土地收入、财政收入及同比变化 29
图表：2010年土地出让总面积、住房用地实际供应面积及同比变化 30
图表：2010年完成开发土地面积及累计增长率 30
图表：2010年推出土地面积、均价、成交面积及土地均价 31
图表：2010年推出楼面均价与成交楼面均价 31
图表：2010年土地使用类型占比 32
图表：2010年全国土地拍卖状况 32
图表：2010年成交面积占全国比例 33
图表：2010年全国各大城市土地出让金排行 33
图表：2010年住宅用地楼面均价排行 34
图表：2010年商业用地楼面均价排行 34
图表：2010奶奶房地产开发投资及同比变化 35
图表：2010年土地使用类型分析 35
图表：2010年商品房销售面积及同比变化 36
图表：2010年商品房销售额及同比变化 36
图表：2010年房地产行业资金利用情况分析 37
图表：2010乃房地产开发景气指数 37
图表：2010年土地成交宗数及均价 38
图表：2010年供应建设用地面积及成交分析 39
图表：2010年成交土地均价及评级溢价率 40
图表：2010奶奶土地出让金分析 40
图表：2010年城市居民租房消费价格指数 41
图表：2010年房地产开发投资总额及增速 41
图表：2010年国房景气指数 42
图表：2010年退出面积、成交面积及均价 43

图表：2010年退出楼面均价 43
图表：2010年土地出让金 44
图表：2010年推出面积及成交面积 45
图表：2010年推出及成交楼面均价 45
图表：2010年推出土地及成交土地均价 46
图表：2010年平均溢价率 46
图表：2011年家具制造业本月工业销售产值及增长分析 51
图表：2011年家具制造业工业销售产值及增长分析 51
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 51
图表：2011年家具制造业从业人员平均人数及增长分析 52
图表：2011年家具制造业流动资产合计及增长分析 52
图表：2011年家具制造业资产合计及增长分析 52
图表：2011年家具制造业负债合计及增长分析 52
图表：2011年家具制造业存货(及增长分析 53
图表：近五年来美国每年从中国进口额分析 54
图表：2011年家具制造业从业人员平均人数及增长分析 56
图表：2011年家具制造业应交增值税及增长分析 56
图表：2011年家具制造业主营业务收入及增长分析 57
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 57
图表：2011年家具制造业应收帐款净额及增长分析 58
图表：2011年家具制造业企业单位数分析 58
图表：2011年家具制造业亏损企业单位数及增长分析 58
图表：2011年家具制造业亏损企业亏损总额及增长分析 59
图表：2011年1-3月中国家具产量分省市统计 129
图表：2011年1-4月中国家具产量数据统计（分省市） 130
图表：2010-2011年人造板产量分析 130
图表：2010-2011年人造板表面装饰板产量分析 131
图表：2010-2011年实木木地板产量分析 131
图表：2010-2011年复合木地板产量分析 132
图表：2010-2011年家具产量分析 133
图表：2011第一季度求购热点 134
图表：2011第一季度个性产品需求趋势 134
图表：2011第一季度供应热点 136
图表：北京不同材质家具市场占有率 170
图表：北京不同家具市场占有率 171

图表：北京不同价格家具市场占有率 172
图表：北京家具消费预算 172
图表：北京各年龄段家具消费预算均值 173
图表：北京消费章 者床垫消费预算 174
图表：北京消费预算对家具风格的影响 174
图表：北京消费者年龄对家具风格的影响 175
图表：北京消费者对专业儿童家具的接受程度 176
图表：北京儿童家具选购关注因素对比分析 176
图表：北京家具产品购买关注因素分析 177
图表：天津不同材质家具市场占有率 179
图表：天津不同风格家具市场占有率 180
图表：天津不同价格家具市场占有率 181
图表：天津家具消费预算 182
图表：天津各年龄段家具消费预算均值 182
图表：消费者床垫消费预算 183
图表：天津消费预算对家具风格的影响 183
图表：天津消费者年龄对家具风格的影响 184
图表：天津消费者对专业儿童家具的接受度 185
图表：儿童家具选购关注因素对比分析 185
图表：天津家具产品购买关注因素分析 186
图表：武汉不同材质家具市场占有率 187
图表：武汉不同风格家具市场占有率 188
图表：武汉不同价格家具市场占有率 188
图表：武汉家具消费预算 189
图表：五行各年龄段家具消费预算均值 190
图表：武汉消费者床垫消费预算 190
图表：武汉消费预算对家具风格的影响 191
图表：重庆消费者年龄段对家具风格的影响 192
图表：五行消费者对专业儿童家具的接受度 192
图表：儿童家具选购关注因素对比分析 193
图表：武汉家具产品购买关注因素分析 193
图表：广州不同材质家具市场占有率 194
图表：广州不同风格家具市场占有率 195
图表：不同价格家具市场占有率 195
图表：广州家具消费预算 196

图表：广州各年龄段家具消费预算均值 197
图表：广州消费者床垫消费预算 197
图表：广州消费预算对家具风格的影响 198
图表：广州消费者年龄段对家具风格的影响 199
图表：广州消费者对专业儿童家具的接受程度 199
图表：儿童家具选购冠珠因素对比分析 200
图表：广州家具产品购买关注因素分析 200
图表：深圳不同材质家具市场占有率 201
图表：说你真不同风格家具市场占有率 202
图表：深圳不同价格家具市场占有率 202
图表：深圳家具消费预算 203
图表：深圳各年龄段家具消费预算均值 204
图表：深圳消费者床垫消费预算 204
图表：深圳消费预算对家具风格的影响 205
图表：深圳消费者年龄对家具风格的影响 205
图表：深圳消费者对专业儿童家具的接受度 206
图表：儿童家具选购关注因素对比分析 206
图表：深圳家具产品购买关注因素分析 207
图表：上海不同材质家具市场占有率 208
图表：上海不同风格家具市场占有率 208
图表：上海不同价格家具市场占有率 209
图表：上海家具消费预算 210
图表：上海各年龄段家具消费预算均值 211
图表：上海消费者床垫消费预算 211
图表：上海消费预算对家具风格的影响 212
图表：上海消费者年龄对家具风格的影响 212
图表：上海消费者对专业儿童家具的接受度 213
图表：儿童家具选购关注因素对比分析 213
图表：上海家具产品购买关注因素分析 214
图表：杭州不同材质家具市场占有率 215
图表：杭州不同风格家具市场占有率 215
图表：杭州不同价格家具市场占有率 216
图表：杭州家居消费预算 217
图表：杭州各年龄段家具消费预算均值 217
图表：杭州消费者床垫消费预算 218

图表：杭州消费预算对家具风格的影响 218
图表：杭州消费者年龄对家具风格的影响 219
图表：杭州消费者对专业儿童家具的接受度 220
图表：儿童家具选购关注因素对比分析 220
图表：杭州家具产品购买关注因素分析 221
图表：东北大市场家居市场排名 222
图表：成都不同材质家具市场占有率 226
图表：成都不同风格家具市场占有率 226
图表：成都不同价格家具市场占有率 227
图表：成都家具消费预算 228
图表：成都各年龄段家具消费预算均值 228
图表：成都消费者床垫消费预算 229
图表：成都消费预算对家具风格的影响 229
图表：成都消费者年龄对家具风格的影响 230
图表：成都消费者对专业儿童家具的接受度 231
图表：儿童家具选购关注因素对比分析 231
图表：成都家具产品购买关注因素分析 232
图表：重庆橱柜台面材质 233
图表：重庆橱柜门板材质 234
图表：重庆橱柜设计风格 235
图表：重庆橱柜销售价格 236
图表：重庆橱柜消费预算 237
图表：重庆橱柜消费关注因素 238
图表：重庆整套厨房用品购买方式 239
图表：西北各家具市场排名 240
图表：全国消费者年龄分布 253
图表：重点城市消费者年龄分布 254
图表：全国消费者家庭年收入分布 254
图表：重点城市消费者家庭年收入分析 255
图表：全国消费者近期装修计划分析 255
图表：重点城市消费者近期装修计划分析 256
图表：全国消费者房产装修状态分析 257
图表：重点城市消费者房产装修状态分析 257
图表：全国所要装修的居室面积分析 258
图表：重点城市消费者装修的居室面积分析 259

图表：全国装修预算分析 260
图表：重点城市消费者装修预算分析 260
图表：全国家居产品信息获取渠道 261
图表：不同材质家具市场占有率 265
图表：不同风格家具市场占有率 266
图表：消费预算对家具风格选择的影响 267
图表：不同风格家具产品市场占有率 268
图表：家具产品研发设计趋势 268
图表：2011年家具制造业流动资产合计及增长分析 277
图表：2011年家具制造业资产合计及增长分析 277
图表：2011年家具制造业从业人员平均人数及增长分析 278
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 278
图表：2011年家具制造业应收帐款净额及增长分析 278
图表：2011年家具制造业资产合计及增长分析 279
图表：2011年家具制造业负债合计及增长分析 279
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 279
图表：中国家具行业领先企业的所有制结构 308
图表：皇朝家私近三年重要财务指标 330
图表：皇朝家私近三年资产负债表 330
图表：皇朝家私近三年现金流量表 331
图表：皇朝家私近三年综合损益表 331
图表：2011年家具制造业企业单位数分析 409
图表：2011年家具制造业亏损企业单位数及增长分析 409
图表：2011年家具制造业亏损企业亏损总额及增长分析 409
图表：2010-2011年家具行业产量 409
图表：2011年家具制造业产成品及增长分析 410
图表：2011年家具制造业本月工业销售产值及增长分析 410
图表：2011年家具制造业工业销售产值及增长分析 411
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 411
图表：2011年家具制造业应收帐款净额及增长分析 411
图表：2011年家具制造业存货(及增长分析 411
图表：2011年家具制造业产成品及增长分析 412
图表：2011年家具制造业流动资产合计及增长分析 412
图表：2011年家具制造业资产合计及增长分析 412
图表：2011年家具制造业负债合计及增长分析 412

图表：2011年家具制造业主营业务收入及增长分析 412
图表：2011年家具制造业主营业务收入及增长分析 413
图表：2011年家具制造业主营业务成本及增长分析 413
图表：2011年家具制造业营业费用及增长分析 413
图表：2011年家具制造业管理费用及增长分析 413
图表：2011年家具制造业财务费用及增长分析 413
图表：2011年家具制造业利息支出及增长分析 414
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 414
图表：2011年家具制造业流动资产合计及增长分析 414
图表：2011年家具制造业资产合计及增长分析 414
图表：2011年家具制造业负债合计及增长分析 414
图表：2011年家具制造业主营业务收入及增长分析 415
图表：2011年家具制造业利润总额及增长分析 415
图表：亚洲家具业员工每小时的工资 441
图表：SWOT矩阵 446
图表：进入壁垒与退出壁垒模型 470

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/114668114668.html