

2018年中国家居市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

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年中国家居市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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/324834324834.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

地产对家居影响几何？

对家居行业基本面的影响：行业层面存滞后，公司层面有分化。总体来看，家具行业营收增速与地产销售面积增速呈较强滞后相关性。受制于期房到交房再到硬/软装的时间延迟效应，家具行业营收增速通常滞后于期房销售面积增速一年至一年半的时间。不过，具体到公司层面，还需逐个分析。比如，以索菲亚为例，与地产的同时性较强；欧派、志邦与地产的滞后性较明显。我们判断可能由于偏软装类的家居消费中延时效应较短的二手房占比更高，偏硬装类的则新房占比更高。

图：住宅地产交易中，期房占比高导致交房期滞后于销售期1年以上

资料来源：观研天下整理图：家居行业营收增速滞后于地产销售面积增速 资料来源：观研天下整理

表：地产与家居行业营收具备显著的相关性，从不同维度分析结论有所差异 资料来源：观研天下整理

对家居板块估值的影响：短期内，对估值影响强于对业绩的影响。通过分析三次地产政策调控出台后3个月内家居板块估值的变化，我们发现，其相关性较为明显，且同时性较强：

1) 受惠于2015年930地产新政的红利，家具行业估值再创新高。截止到12月31日，行业市盈率（TTM）最大涨幅达45.82%，其中美克家居、好莱客、曲美家居最大涨幅分别达17.47%/57.31%/71.26%。

2) 2016年十一期间，21城限购限贷政策陆续出台，家具行业市盈率（TTM）在其后半个月内跌幅为10.25%。在新政公布的2-3个月内，家具龙头估值亦不同程度下降。其中，美克家居、索菲亚、大亚圣象、好莱客及曲美家居最大跌幅分别为-16.20%、-24.02%、-24.56%、-26.14%和-23.35%。

表：地产新政对家居板块估值影响显著，且同步性较强 资料来源：观研天下整理

图：家具板块估值已出现一定程度的回调 资料来源：观研天下整理

图：以索菲亚/大亚为例，地产周期对个股估值的影响已有所体现 资料来源：观研天下整理
地产表现后续或分化，家居板块估值料向好

展望明年，资金压力或推动一、二线地产销售筑底回升。今年以来，一、二线地产销售下滑主要是供给端的问题。高频数据显示，销售负增长50%左右，其下降趋势并非源于需求不足，实际上多地出现抢房的情况，而是新增楼盘低于市场需求所致。展望明年，我们认为偿债压力或迫使开发商加大推盘力度，进而助力一、二线地产销售筑底。截止2017年一季度，全行业净负债率约100%，达到历史高点；并且从债券到期情况可以看到2018Q1开始陆续到期。此外，今年以来土地购置面积由降转增，并持续提速，据此推测未来3年内，新房供给将有所增长。

棚户货币化边际影响钝化或导致三、四线地产销售增速放缓，甚至出现负增长。今年以来，三、四线地产销售面积延续正增长，不过增速自6月份起开始放缓。相比于一、二线地产销售大幅下滑，三、四线地产的良好表现短期主要源于两大催化剂：棚户货币化和房贷利率折扣。然而展望明年，政府去地产库存手段的边际影响在钝化，比如棚改任务今年为600万套，而未来三年的目标有所下滑，年均500万套的目标。因此，我们认为，三、四线地产销售同比增速放缓的趋势将延续，甚至会出现负增长。

综上所述，明年地产销售将出现分化，趋势上，一、二线城市或优于三、四线城市，由于大部分上市家居企业依然在一二线城市的营收占比较高，而在三四线城市则以渠道渗透和品牌品类扩张的消费逻辑为主导；同时我们也从过去几年的行情中发现家居板块估值对一二线地产周期的敏感度高于三四线地产周期。因此，从边际变化上，明年板块预期或将改善，我们对明年家居板块的估值持乐观积极判断。

观研天下发布的《2018年中国家居市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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、家居T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 2015-2017年中国家居行业发展概述

第一节 家居行业发展情况概述

- 一、家居行业相关定义
- 二、家居行业基本情况介绍
- 三、家居行业发展特点分析
- 第二节 中国家居行业上下游产业链分析
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、家居行业产业链条分析
 - 三、中国家居行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国家居行业生命周期分析
 - 一、家居行业生命周期理论概述
 - 二、家居行业所属的生命周期分析
- 第四节 家居行业经济指标分析
 - 一、家居行业的赢利性分析
 - 二、家居行业的经济周期分析
 - 三、家居行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国家居行业进入壁垒分析
 - 一、家居行业资金壁垒分析
 - 二、家居行业技术壁垒分析
 - 三、家居行业人才壁垒分析
 - 四、家居行业品牌壁垒分析
 - 五、家居行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球家居行业市场发展现状分析

- 第一节 全球家居行业发展历程回顾
- 第二节 全球家居行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲家居行业地区市场分析
 - 一、亚洲家居行业市场现状分析
 - 二、亚洲家居行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲家居行业市场前景分析
- 第四节 北美家居行业地区市场分析
 - 一、北美家居行业市场现状分析
 - 二、北美家居行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美家居行业市场前景分析
- 第五节 欧盟家居行业地区市场分析

- 一、欧盟家居行业市场现状分析
- 二、欧盟家居行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟家居行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界家居行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球家居行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国家居产业发展环境分析

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 中国家居行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国家居产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、家居环境分析
- 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年中国家居行业运行情况

第一节 中国家居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 中国家居行业市场规模分析

第三节 中国家居行业供应情况分析

第四节 中国家居行业需求情况分析

第五节 中国家居行业供需平衡分析

第六节 中国家居行业发展趋势分析

第五章 中国家居所属行业运行数据监测

第一节 中国家居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 中国家居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 中国家居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 2015-2017年中国家居市场格局分析

第一节 中国家居行业竞争现状分析

一、中国家居行业竞争情况分析

二、中国家居行业主要品牌分析

第二节 中国家居行业集中度分析

一、中国家居行业市场集中度分析

二、中国家居行业企业集中度分析

第三节 中国家居行业存在的问题

第四节 中国家居行业解决问题的策略分析

第五节 中国家居行业竞争力分析

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 2015-2017年中国家居行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国家居行业消费特点

第二节 中国家居行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 家居行业成本分析

第三节 家居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

第四节 中国家居行业价格现状分析

第五节 中国家居行业平均价格走势预测

一、中国家居行业价格影响因素

二、中国家居行业平均价格走势预测

三、中国家居行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国家居行业区域市场现状分析

第一节 中国家居行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家居市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家居市场规模分析

四、华东地区家居市场规模预测

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、华中地区家居市场规模分析

四、华中地区家居市场规模预测

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、华南地区家居市场规模分析

第九章 2015-2017年中国家居行业竞争情况

第一节 中国家居行业竞争结构分析（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 中国家居行业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 中国家居行业竞争环境分析（家居T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 家居行业企业分析（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

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

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

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

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 2018-2024年中国家居行业发展前景分析与预测

第一节 中国家居行业未来发展前景分析

一、家居行业国内投资环境分析

二、中国家居行业市场机会分析

三、中国家居行业投资增速预测

第二节 中国家居行业未来发展趋势预测

第三节 中国家居行业市场发展预测

一、中国家居行业市场规模预测

二、中国家居行业市场规模增速预测

三、中国家居行业产值规模预测

四、中国家居行业产值增速预测

五、中国家居行业供需情况预测

第四节 中国家居行业盈利走势预测

一、中国家居行业毛利润同比增速预测

二、中国家居行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国家居行业投资风险与营销分析

第一节 家居行业投资风险分析

一、家居行业政策风险分析

二、家居行业技术风险分析

三、家居行业竞争风险

四、家居行业其他风险分析

第二节 家居行业企业经营发展分析及建议

一、家居行业经营模式

二、家居行业销售模式

三、家居行业创新方向

第三节 家居行业应对策略

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2018-2024年中国家居行业发展策略及投资建议

第一节 中国家居行业品牌战略分析

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

第二节中国家居行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国家居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 2018-2024年中国家居行业发展策略及投资建议

第一节中国家居行业产品策略分析

- 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 中国家居行业定价策略分析

第二节中国家居行业营销渠道策略

- 一、家居行业渠道选择策略
- 二、家居行业营销策略

第三节中国家居行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国家居行业重点投资区域分析
- 二、中国家居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/324834324834.html>