2009-2010年中国家具行业市场发展预测与投资分析报告

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《2009-2010年中国家具行业市场发展预测与投资分析报告》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/3648036480.html

报告价格：电子版: 6000元　纸介版：6000元　电子和纸介版: 6000

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

摘要

面对全球金融危机，我国家具行业经受住了考验。2008年我国家具行业仍然保持了高速的发展。面对形势更加严峻的2009年，只要家具企业做好技术管理升级、标准化建设和持续创新三项工作，就能保持良好的发展。从宏观环境来说，尽管2009年的经济环境不容乐观，但家具业的发展仍有很多机遇。第一，国内工业化、城市化的市场需求没有变。目前，中国工业化、城市化的进程仍在加速。此前，国家又投入四万亿资金加强基础设施建设，并展开房地产救市。同时人们的需求也在增长，住宅改善、结婚用房、装修改善三个方面是不变的，其次来自政府采购的需求也非常大。此外，我国的第三产业发展比例同发达国家相比还比较低，仍存在很大的发展空间。第二产业基础比较牢固的，企业具备了一定的抗风险能力。第三，国家出台大量政策扶持。首先，国务院已经出台了十项扩大内需增长的措施，拨四万亿资金作为支持。其次国务院还有一个保轻工行业稳步发展、轻纺工业稳定发展的六项措施，先后两次上调出口退税，已经调至13%，都会对家具行业产生一系列利好影响。

2009年的下半年中国家具的发展会发生大的变化，预计会有井喷行情出现，大概从2009年的下半年就会开始，到2010年家具行业会成为一个万亿行业。2009年的调研数据显示，我国至少有过半的家具企业倒闭了，或者是处于半停产的状态，所以在2009年下半年好的销售形势出现之前，2009年的上半年会有一小段恶劣的情况出现，一个是以前的很多问题的积压，让不少企业撑不住，上半年的三到四月份，这个问题会比较突出和严重。而之所以预测的会出现井喷行情，也是基于三个拉动因素：第一个拉动因素，从消费终端来看，第一代中国第一批使用家具的人，即从90年代买家具用到现在消费者，面临着更换家具的需求；第二个拉动，新一代的白领包括独生子女逐渐成长起来开始购入家具，这也是一个庞大的消费群体；第三部分是城市化建设的加快，特别是政府刚刚宣布的4万亿刺激内需投资，实际上也是一个城市化建设的过程，会拉动以二级市场为中心的庞大的家具消费。基于这三个因素的刺激，能挺过2009年4-5月份困难时期的家具企业，一定会迎来第二次的上升期。家具企业在2009年的其他发展机遇有以下这些：设计企业可望异军突起。专业家具市场调研机构会应运而生。知名品牌企业发展空间更大。市场重心再度下移农村。家具生产基地北移速度加快。2009年年内或2010年家具行业有望能见底并开始回暖。2009年家具企业发展策略如下：要加强传统行业的技术改造，用先进的信息技术，IT技术进行企业的管理，生产流程的管理、产品营销管理和改造。加大开展标准化工作，用标准化指导企业生产，进一步创新。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国轻工业联合协会、中国家具协会、全国及海外多种相关刊物的基础信息等单位提供的大量资料，对我国调味品市场的发展现状、进出口、细分市场、区域市场\竞争格局、发展趋势及策略等进行了深入。在对我国家具整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量方法对我国家具行业整体的格局、现

状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目 录

第一章 2008-2009年世界家具市场发展
第一节 2008-2009年世界家具市场
一、世界五大家具进口国占国际贸易比例
二、世界各国家具的进口量与消费量比例
三、2009年世界家具总产值
四、2009年世界家具需求
五、世界家具市场消费格局
第二节 2008-2009年美国家具市场
一、2008年美国优秀家具零售商及供应商
二、2008年木制庭院家具已成为美国市场的主流
三、2008年美国家具订单量
四、2009年美国家具行业发展
五、美国环保新标准使家具出口前景不容乐观
六、美国家具公司的生存之道
七、2012年美国室外家具市场
第三节 2008-2009年意大利家具市场
一、意大利家具市场状况
二、意大利木制品及家具行业发展
三、意大利的国内家具销售模式
四、意大利主要家具制造区及特色
五、意大利家具畅销世界的原因
六、意大利家具业生存之道
第四节 2008-2009年德国家具市场
一、2008年德国家具贸易
二、德国家具业危机中探索商机
三、2009年初德国办公家具销售
四、2009年德国家具零售业销售额
五、德国软体家具发展前景
第五节 2008-2009年法国家具市场
一、2008年法国家具市场发展
二、2009年法国家具市场景气
三、法国家具业对中国市场采取的措施
四、法国家具营销模式发展

五、法国家具销售渠道
六、法国家具未来发展趋势
第六节 2008-2009年英国家具市场
一、英国家具零售业处境艰难
二、现代风格家具成为英国新宠
第七节 2008-2009年日本家具市场
一、日本家具市场概况
二、2009年日本家具第一品牌入沪
三、日本的家具店状况及进口现况
四、日本家具消费
五、日本家具销售渠道
第八节 东南亚家具业的主要发展方式
第九节 世界家具发展走势
一、加工方式趋向高度机械化和自动化
二、家具材料的结构比例发生明显变化
三、家具的零部件标准化进程加快
四、国际家具市场正由“木器时代”跨入“金属时代”
第二章 我国家具行业发展
第一节 我国家具行业发展状况
一、2008年家具产业运行数据
二、我国家具行业发展速度
三、中国家具行业微利时代发展
四、中国家具行业发展挑战
五、我国家具产业链现状
第二节 金融危机对家具行业影响
一、金融危机对中国家具产业影响
二、金融危机下家具企业发展策略
三、金融危机下家具市场专业调研机构动向
四、金融危机下家具行业进军国际市场
第三章 我国家具市场发展
第一节 家具市场现状
一、2008年家具市场发展状况
二、国内家具行业分级市场
三、家具三四级市场发展空间
第二节 2009年家具市场发展

一、2009年1-2月我国零售家具销售情况
二、2009年1月家具市场品牌发展
三、2009年2月家具市场品牌发展
四、2009年家具经销商发展
第三节 家具市场消费者
一、家具消费者购买行为特征
二、经常光顾家具市场的消费群体
三、中高端定制家具消费市场
四、2009年概念家具消费市场
第四章 2008-2009年我国家具行业产量情况
第一节 2008-2009年我国家具产量情况
一、2008-2009年全国家具产量情况
二、2008-2009年华北地区家具产量情况
三、2008-2009年东北地区家具产量情况
四、2008-2009年华东地区家具产量情况
五、2008-2009年华中地区家具产量情况
六、2008-2009年华南地区家具产量情况
七、2008-2009年西南地区家具产量情况
八、2008-2009年西北地区家具产量情况
第二节 2008-2009年我国木制家具产量情况
一、2008-2009年全国木制家具产量情况
二、2008-2009年华北地区木制家具产量情况
三、2008-2009年东北地区木制家具产量情况
四、2008-2009年华东地区木制家具产量情况
五、2008-2009年华中地区木制家具产量情况
六、2008-2009年华南地区木制家具产量情况
七、2008-2009年西南地区木制家具产量情况
八、2008-2009年西北地区木制家具产量情况
第三节 2008-2009年我国软体家具产量情况
一、2008-2009年全国软体家具产量情况
二、2008-2009年华北地区软体家具产量情况
三、2008-2009年东北地区软体家具产量情况
四、2008-2009年华东地区软体家具产量情况
五、2008-2009年华中地区软体家具产量情况
六、2008-2009年华南地区软体家具产量情况

七、2008-2009年西南地区软体家具产量情况
八、2008-2009年西北地区软体家具产量情况
第四节 2008-2009年我国金属家具产量情况
一、2008-2009年全国金属家具产量情况
二、2008-2009年华北地区金属家具产量情况
三、2008-2009年东北地区金属家具产量情况
四、2008-2009年华东地区金属家具产量情况
五、2008-2009年华中地区软体家具产量情况
六、2008-2009年华南地区金属家具产量情况
七、2008-2009年西南地区金属家具产量情况
八、2008-2009年西北地区金属家具产量情况
第五章 2008-2009年中国家具行业主要经济指标
第一节 2008-2009年中国家具制造业产销情况
一、2008-2009年中国家具制造业工业总产值（当年价格）
二、2008-2009年中国家具制造业累计产成品
三、2008-2009年中国家具制造业累计产品销售收入
第二节 2008-2009年中国家具制造业成本费用情况
一、2008-2009年中国家具制造业累计产品销售成本
二、2008-2009年中国家具制造业累计产品销售费用
三、2008-2009年中国家具制造业累计产品管理费用
四、2008-2009年中国家具制造业累计产品财务费用
第三节 2008-2009年中国家具制造业资产负债情况
一、2008-2009年中国家具制造业资产总计
二、2008-2009年中国家具制造业负债合计
三、2008-2009年中国家具制造业资产负债率
四、2008-2009年中国家具制造业资本保值增值率
第四节 2008-2009年中国家具制造业行业规模情况
一、2008-2009年中国家具制造业企业单位数
二、2008-2009年中国家具制造业全部从业人员平均人数
第五节 2008-2009年中国家具制造业行业效益情况
一、2008-2009年中国家具制造业利润总额
二、2008-2009年中国家具制造业产值利税率
三、2008-2009年中国家具制造业成本费用利润率
四、2008-2009年中国家具制造业资金利税率
五、2008-2009年中国家具制造业产成品资金占用率

第六节 2008-2009年中国家具制造业亏损情况
一、2008-2009年中国家具制造业亏损单位数
二、2008-2009年中国家具制造业亏损企业亏损总额
第七节 2008-2009年中国家具制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标
一、2008年中国家具制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标
二、2009年中国家具制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标
第六章 2008-2009年我国家具行业外贸内销
第一节 我国家具行业进出口
一、2008年我国家具产品进出口情况
二、2008年我国红木家具进出口情况
三、2009年我国家具及其零件出口情况
四、2009年进口家具在中国市场发展
第二节 我国家具行业出口
一、中国家具出口俄罗斯
二、中国家具出口拉脱维亚
三、2009年“绿色壁垒”对中国家具出口影响
四、2009年我国家具出口趋势
第三节 我国家具行业内销
一、2009年家具行业内销现状
二、2009年家具行业内销问题
三、2009年家具产业内销策略
四、家具企业内销情况
第七章 木质家具市场
第一节 木质家具市场
一、木质家具的市场地位
二、木制家具质量标准
三、中国木质家具已成为世界家具生产和出口大国
四、吴江地区木质家具出口
五、木质家具进入美国市场遭遇“阻击战”
第二节 红木家具市场
一、奥运商机与红木家具
二、京沪红木家具市场
三、红木家具价格市场
四、红木家具投资价值
第三节 2008-2009年木制家具制造行业经济指标

一、2008-2009年中国木制家具制造业产销情况
二、2008-2009年中国木制家具制造业成本费用情况
三、2008-2009年中国木制家具制造业资产负债情况
四、2008-2009年中国木制家具制造业行业规模情况
五、2008-2009年中国木制家具制造业行业效益情况
六、2008-2009年中国木制家具制造业亏损情况
第八章 竹藤家具市场
第一节 竹藤家具市场
一、竹藤家具的特点
二、竹藤家具个性化
三、竹藤家具发展
第二节 2008-2009年竹、藤家具家具制造行业经济指标
一、2008-2009年中国竹、藤家具制造业产销情况
二、2008-2009年中国竹、藤家具制造业成本费用情况
三、2008-2009年中国竹、藤家具制造业资产负债情况
四、2008-2009年中国竹、藤家具制造业行业规模情况
五、2008-2009年中国竹、藤家具制造业行业效益情况
六、2008-2009年中国竹、藤家具制造业亏损情况
第九章 塑料家具市场
第一节 塑料家具市场
一、塑料家具的特点
二、塑料家具的优点
三、塑料家具热销欧洲
四、塑料家具颠覆传统
第二节 2008-2009年塑料家具家具制造行业经济指标
一、2008-2009年中国塑料家具制造业产销情况
二、2008-2009年中国塑料家具制造业成本费用情况
三、2008-2009年中国塑料家具制造业资产负债情况
四、2008-2009年中国塑料家具制造业行业规模情况
五、2008-2009年中国塑料家具制造业行业效益情况
六、2008-2009年中国塑料家具制造业亏损情况
第十章 金属家具市场
第一节 金属家具市场
一、金属家具的发展情况
二、金属家具的优势

三、金属家具出口退税率提至13%
四、胜芳将成为最大的金属家具产业地区
第二节 2008-2009年金属家具家具制造行业经济指标
一、2008-2009年中国金属家具制造业产销情况
二、2008-2009年中国金属家具制造业成本费用情况
三、2008-2009年中国金属家具制造业资产负债情况
四、2008-2009年中国金属家具制造业行业规模情况
五、2008-2009年中国金属家具制造业行业效益情况
六、2008-2009年中国金属家具制造业亏损情况
第十一章 办公家具
第一节 办公家具介绍
一、办公家具的三大类型
二、办公家具的功能及发展
三、屏风式办公家具介绍
四、现代智能化办公家具的三大特征
五、办公家具需符合人体工学原理
第二节 办公家具行业动态
一、中国办公家具行业发展
二、现代办公家具的新理念
三、中国办公家具产业链合纵连横
第三节 办公家具的前景与趋势
一、未来的办公家具走向
二、中国办公家具市场潜力大
三、家庭办公家具市场发展空间大
四、中国未来办公家具业整体发展走向
第十二章 厨房家具
第一节 厨房家具发展现状
一、国内厨房家具行业现状
二、国内厨柜行业发展总体概况
三、2008年《中国厨房家具北京宣言》
四、厨房家具行业须关注的要点
第二节 厨房家具市场
一、国际厨房家具市场综述
二、国内橱柜市场中的“国洋之争”
三、中国厨房家具市场发展形势

第三节 厨房家具的发展与趋势
一、中国厨房家具市场空间巨大
二、未来中国厨房家具的市场容量
三、厨房家具未来发展新趋势
第十三章 古典家具
第一节 古典家具介绍
一、中国古典家具发展历史
二、中国古典家具的演变
三、浅析古典家具的价值取向
四、古典家具的用材
第二节 明清古典家具概述
一、明清古典家具发展历程
二、明清古典家具种类详解
三、明清古典家具风格特点介绍
四、明清古典家具材质列举
第三节 古典家具市场发展状况
一、解析中国的仿古家具市场
二、2008年新仿古典家具市场回顾
三、2008年仿古典家具市场
四、古典家具整体市场欲走高端路线
五、浅析古典家具市场需在繁荣中规范
第四节 北京古典家具集散地特点
一、潘家园名气大、价格偏贵
二、高碑店仿古家具多适合大众口味
三、吕家营适合搜罗大型家具价格最合算
第十四章 儿童家具
第一节 儿童家具市场总体
一、儿童家具的特性
二、儿童家具市场特点
三、儿童家具市场发展的现状
四、浅析儿童家具市场异军突起
第二节 儿童家具市场存在的问题
一、国内市场品牌意识缺乏
二、品牌价格合理性消费者不大认可
三、市场产品结构不合理

四、产品设计水平良莠不齐
五、儿童家具研究水平较低
第三节 儿童家具市场前景与趋势
一、中国内地儿童家具市场潜力大
二、解析儿童家具三大发展趋势
三、未来儿童家具设计发展趋势
第十五章 其它类型家具
第一节 户外家具
一、户外家具简介
二、户外家具设计透析
三、户外家具企业冷对国内市场
四、户外家具商机显现市场诱人
第二节 浴室家具
一、浴室家具的定义
二、浴室家具行业的发展现状
三、浴室家具业值得深思的问题
四、浴室家具企业的核心竞争力
五、浴室家具业进入振荡调整期
第三节 软体家具市场
一、市场现状
二、市场发展力
三、市场特性
第四节 酒店家具市场
第十六章 2008-2009年我国区域家具行业发展状况
第一节 2008-2009年浙江家具行业发展
一、浙江家具产业升级
二、2009年浙江省家具出口情况
三、2009年浙江省家具品牌建设
四、2009年浙江宁波家具行业发展
五、浙江安吉家具产业发展状况
六、浙江办公家具市场特点及销售渠道
第二节 2008-2009年四川省家具行业发展
一、2008年四川家具行业发展
二、2008年四川家具出口
三、2009年四川开发环保涂料促家具出口

四、2009年四川家具布局山西
五、四川省家具产业未来发展
第三节 2008-2009年河北省家具行业发展
一、河北省家具行业政策环境
二、2008年河北省家具出口情况
三、河北打造国内最大家具市场
第四节 2008-2009年北京市家具行业发展
一、2009年北京新版家具买卖合同政策
二、北京市家具行业发展现状
三、2009年北京家具企业发展策略
四、2009年北京家具品牌扩张
五、北京家具发展政策
六、北京市红木家具市场
第五节 2008-2009年山东省家具行业发展
一、山东省家具产业发展状况
二、2008年山东家具出口情况
三、2009年山东日照家具出口情况
四、山东宁津家具业应对金融危机策略
第六节 2008-2009年沈阳市家具行业发展
一、2009年沈阳将推出家具购销示范合同
二、2009年沈阳实木家具价格
二、金融危机下沈阳高端家具销售情况
三、沈阳于洪家具集散中心发展现状
第七节 2008-2009年广东省家具行业发展
一、2008年广东家具业经济运行
二、金融危机对广东家具业影响
三、2009年广东家具行业总体形势
四、2009年广东大牌家具“密谋”成都市场
五、2009年广东应出台“家具下乡”政策
六、广东省OEM以及展会发展
七、东莞家具行业发展状况
八、2009年深圳家具产业集聚地发展现状
第十七章 木材供应
第一节 家具木材概述
一、日常家具常用的木材

二、家具用木材的种类及特性
三、新型高科技家具用木材
四、木材染色技术工艺现状
第二节 世界木材市场总体
一、全球木材资源状况
二、世界木材贸易的变化
三、非洲木材市场的概况
第三节 中国木材市场总体
一、国内木材资源的概况
二、国内木材市场总体回顾
三、全国木材交易市场的概况
四、中国木材市场供需状况剖析
第四节 2005-2009年木材市场
一、2005年木材市场运行状况
二、2006年中国木材贸易状况
三、2007年木材进出口贸易
四、2008年木材市场贸易
五、2009年木材市场贸易
第五节 木材市场发展中的问题与对策
一、中国木材市场承需改善之处
二、中国木材供给状况严峻
三、中国木材市场发展策略
四、发展人造板业利于缓解木材供需矛盾
第六节 中国木材市场预测与趋势
一、中国木材市场的供需预测
二、未来国内木材需求缺口将扩大
三、国内木材干燥技术发展前景良好
第十八章 其它关联产业
第一节 建材市场
一、国内建材市场销售模式
二、2008年建材行业运行状况
三、2008年建材行业运行状况
第二节 五金市场
一、中国家具五金特色产业基地一览
二、中国现代家具五金件的应用

三、国内五金行业发展趋势
四、五金市场未来竞争格局将扩大
五、国内家具五金配件的应用趋势
第三节 家具装饰
一、家具装饰业标准化规则颁布
二、浅析家具装饰业商会建诚信机制
三、国内丝织企业进军高档家具装饰业
第四节 家具设计
一、中国家具设计的历史与现状
二、中国家具设计进展情况
三、浅析家具设计注入新理念
四、发达国家家具设计行业发展趋势
五、21世纪家具设计流行趋势
第十九章 家具行业营销
第一节 中国家具营销现状
一、中国家具市场营销概况
二、中国家具营销的困难之处
三、中国家具流通市场模式缺陷
四、中国家具营销存在的其他问题
五、家具行业营销缺失原因及对策
第二节 家具营销模式
一、家具销售渠道
二、专卖模式与高介入度营销模式
三、家具行业的特许经营模式
四、中国家具卖场招商模式市场解析
五、浅析家具联盟组织开拓家具营销新模式
六、国内家具终端营销模式创新策略
七、浅析传统家具商贸业的营销模式变革
第三节 家具营销策略
一、中国家具行业的主要营销策略
二、业内企业互动互利营销策略
三、家具企业信息化管理策略解析
四、家具企业网络营销SWOT
五、中国家具出口渠道策略盘点
六、进入美国市场需整合营销策略

七、家具市场的其他营销策略
第四节 品牌营销策略
一、解析中国家具业品牌迷局
二、品牌经营是家具产业发展之路
三、家具品牌营销的有效策略
四、本土家具产业进入品牌时代
第五节 中国家具营销预测与趋势
一、浅析家具业定制营销模式即将来临
二、中国家具市场营销细分化的趋势
三、未来的家具市场营销的趋势与特点
第二十章 家具行业竞争局势与建议
第一节 中国家具行业的竞争现状
一、家具行业竞争形势
二、品牌家具竞争进入群雄割据时代
三、浅析国产家具竞争力的欠缺
第二节 中国家具区域竞争格局
一、广东：OEM以及展会的先锋标榜
二、浙江：产业升级中的突击士兵
三、四川、陕西：中部崛起的平民化策略
四、河北：冀派家具博采众长之路
五、北京：内销背景下渠道优势的典范
六、山东：产业后起之秀的广博视野
七、东北：资源优势背后的国际化战略
第三节 主要城市家具市场竞争
一、2008年上海家具卖场竞争白热化
二、2008年深圳家具业竞争力提升大
三、2008年福州家具市场竞争升级
四、2008年广州家具市场竞争态势
第四节 提高竞争力的建议与措施
一、家具制造提高整体综合实力方略
二、保持成本优势增强竞争力
三、利用信息化提高竞争力
四、提高中国家具国际竞争力
第二十一章 我国家具行业优势企业简介
第一节 光明集团家具股份有限公司

一、企业概况
二、2008-2009年公司财务状况
三、公司发展动向
第二节 美克国际家具股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年公司财务状况
三、公司发展战略
第三节 全友家私有限公司
一、企业概况
二、公司品牌
第四节 北京曲美家具（集团）公司
一、企业概况
二、公司产品特点
三、公司家具设计创新
第五节 北京天坛股份有限公司
一、企业概况
二、公司发展战略
第六节 广东省宜华木业股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年公司财务状况
三、2009年公司经营状况
第七节 广东联邦家私集团有限公司
一、企业概况
二、公司技术水平
三、公司发展战略
第八节 吉盛伟邦家具集团股份公司
一、企业概况
二、2009年公司家展新概念
三、2009年公司逆市扩张
第九节 健威企业集团
一、企业概况
二、公司产品质量
三、2009年公司动态
第十节 宜家集团
一、企业概况

二、2008年公司经营状况
三、2009年公司发展方向
第二十二章 我国家具行业发展趋势
第一节 2009年中国家具行业发展趋势
一、2009年家具行业发展预测
二、2009年家具设计企业发展预测
三、2009年家具行业发展前景
四、2009年下半年家具市场走势
五、2009年家具市场发展变化预测
六、家具行业产业化发展趋势
第二节 2009年中国家具流行趋势
一、多功能家具潮流趋势
二、2009年家具流行趋势预测
三、2009家具时尚潮流预测
四、未来家具发展趋势
第三节 中国家具行业战略策略
一、家具业战略设计时代
二、家具企业战略设计策略
三、家具行业发展新战略
四、2009年高端家具企业品牌战略
第四节 金融危机下家具业发展策略
一、金融危机下家具行业蓝海战略
二、金融危机下行业竞争策略
三、金融危机下家具行业营销策略
四、2009年家具行业经营策略
第二十三章 中国家具行业投资分析
第一节 中国家具行业投资环境
一、经济环境
二、政策环境
三、人口环境
四、技术环境
第二节 中国家具行业投资优势
一、中国家具产业发展具有良好的发展环境
二、中国家具产业发展劳动力成本优势突出
三、中国家具产业发展产业集群优势明显

四、中国家具产业发展原料上具有一定成本优势
第三节 中国家具市场投资风险
一、政策频出 家具行业风险加大
二、投资家具建材市场风险大

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/3648036480.html