

2018-2023年中国家具行业市场产销态势分析与未来发展前景预测报告

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年中国家具行业市场产销态势分析与未来发展前景预测报告》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/308551308551.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

与国外龙头品类多元化不同，国内龙头家居企业主要还是处于扩品类的前期阶段，且考虑到行业集中度仍较低，我们认为在未来 3~5 年的时间内，汉森模式是国内家居企业主要对标的发展方向，国内龙头将主要通过扩充品类、发展同类产品的多品牌策略以及升级渠道布局来实现市场占有率的提升。进一步向前看，我们预计国内龙头家居企业有望通过对产品和品牌的赋能实现从卖家居产品转变为卖生活品味和空间的大家居模式。

目前国内的家居企业与韩国汉森的商业模式最为相似，都是走全屋定制的产业路径。

对标韩国的人口规模及结构、城镇化率、房地产交易规模等指标，从 2016 年人口与房地产数据上看，我国人口约为韩国的 27 倍，房地产市场规模也远超韩国，为行业提供了广阔的成长空间。以当前韩国汉森 280 亿人民币的市值来看（截止至 2017 年 10 月 20 日），我们认为在国内一线定制家居品牌中，未来可能产生数家市值过千亿的上市公司。

经济快速增长，家具消费增加。20 世纪 60 年代起，韩国经济经历了高速增长，一跃成为“亚洲四小龙”之一，创造了举世瞩目的“汉江奇迹”。据 Wind 数据，1970 年至 2000 年间，韩国家具制造业产值由 750 亿韩元增长至 10.6 万亿韩元，家具、家用设备等支出在整体消费支出中所占比重的迅速增长，成为汉森公司成长和发展的主要推动力。到 20 世纪 90 年代末，宽松的信贷政策引发了前所未有的消费热潮，家庭消费支出增速迅速攀升，推动汉森新一轮大发展。与汉森发展的经济环境相似，我国经济在改革开放以来迅速发展，家具制造业水平显著提升，消费者对家具的购买能力也在增强，限额以上家具类零售额持续增加，据 wind 数据，其在商品零售总额中所占比重也由 2000 年的 0.81% 增长至 1.92%。2016 年我国城镇居民可支配收入达到 3.3 万元，2011~2016 年的复合增长率保持在 8% 以上水平，在消费水平不断提升下，消费者在家具领域消费不断增加，为家具行业发展提供良好机遇。

图：1970~2010 年韩国家具行业和其他制造业产值及同比增速

图：2000-2016 年我国限额以上家具类零售额

图：1980~2010 年韩国居民可支配收入及同比变化情况

图：中国城镇居民人均可支配收入与同比增速情况

房地产销售规模不断扩大。家具行业与房地产销售的相关性比较高，受到房地产销售滞后影响较大。从韩国竣工住宅数量上看，1989、1999、2010 年前后都是房地产大热时期，汉森积极拓展产品领域，扩大市场占有率，实现了业务收入的快速增长。目前，我国房地产市场状况稳健，据国家统计局数据，2016 年城镇居民人均住宅建筑面积 36.6 平方米，与 1978 年水平相比增长近 5 倍，住宅商品房销售面积也从 2006 年的 5.5 亿平方米增至 2015 年的 12.8 亿平方米，年均复合增长率为 8%，销售面积的增长推动了家具市场不断扩大，

带来了行业发展的空间。

图：韩国竣工住宅数量及同比

图：我国住宅商品房销售面积及销售额

城镇化推进激活家具购买力。1960 年至 1990 年是韩国城镇化进程的重要阶段，经济发展政策迅速吸引大量人口流入城市，城市人口比重由 28% 升至 74%，在为经济发展提供大量劳动力的同时也创造和激活了庞大的内需。汉森抓住了家具行业需求增长的机遇，凭借在橱柜设计及制造方面竞争优势，树立了在橱柜行业的品牌知名度。当前，我国正处在城镇化进程快速推进时期，据国家统计局数据，过去十年间我国城镇人口比重由 46% 增至 57%，城镇人口增加约 1.9 亿人，与发达国家近 80% 城镇化率相比，我们认为我国的城市化率仍有较大幅度的提升空间。国务院发布的《国家新型城镇化规划（2014-2020）》提出，力争到 2020 年常住人口城镇化率达到 60% 左右，实现 1 亿左右农业转移人口和其他常住人口在城镇落户，我们认为新增城镇人口购置新房后配置整体家居产品的需求增加，将形成强大的购买力，能够有力地推动我国家具行业的发展。

图：韩国城镇化率变化情况

图：我国城镇人口占总人口比重变化情况

消费升级提升品质要求。20 世纪 90 年代是韩国中产阶级规模迅速扩大时期，至 2000 年中产阶级比重升至 63.3%，达到历史新高。中产阶级对产品品牌与质量都更为注重，为定位中高端产品、转型大家居发展的汉森提供了良好的发展机会。根据中国家庭金融调查（CHFS）统计数据显示，2015 年中国中产阶级的数量为 2.04 亿人，掌握的财富总量达到 28.3 万亿元，超过美国和日本，跃居世界首位。规模不断扩大的中产阶级以及以 80、90 后适婚人群为的家具消费主力对产品个性化提出更高要求，影响居民消费行为的因素也从单纯的价格因素逐渐发展到品牌、产品质量、配套服务以及购物环境等综合因素，持续推动家具行业转型升级。

图：韩国中产阶级比重变化情况

图：影响我国消费者购买家具的因素

家居子板块集中度仍较低，市场占有率仍是核心目标。汉森成功的主要因素不仅在于其制造能力，还在于广泛的零售分销策略。公司利用直营、经销、代理相结合的方式，通过多元化渠道在全国范围内开展业务，同时建立起线上商城，以充分满足日益增长的需求。可以看到，汉森在 2012 年进行渠道拓展后，其市场份额得到快速提升，稳居韩国家具企业第一。目前我国家具行业集中度仍然较低，据中国家具协会统计，2016 年室内家具 CR5 约 5.4%，在尚未出现绝对领先企业的情况下，市场覆盖越广，在竞争中越具优势。近两年，我国家具企业在渠道拓展上狠下功夫，加密一二线城市网店的同时加速向三四线城市渠道下沉，抢占三四线城市市场，逐步扩大品牌影响力。

图：汉森在韩国家具行业所占市场份额变化情况

图：我国大家居上市企业门店数量（家）

观研天下发布的《2018-2023年中国家具行业市场产销态势分析与未来发展前景预测报告》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 2018-2023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 2018-2023年需求预测分析

第一节 家具及家居用品行业领域2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 曲美家具分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节 红苹果家具分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节 双叶家具分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五节 华日家具分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第六节 宜家家居分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第七节 华丰家具分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第八节 联邦集团分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第九节 健威家具分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第十节 双虎家私分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

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 2018-2023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：2017年房地产开发投资及同比变化

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/308551308551.html>