

2012-2016年中国办公家具 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国办公家具市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/bangong1207/E547750GO7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-07-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国办公家具市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了办公家具相关概述、中国办公家具业发展环境等，接着分析了中国办公家具市场营运的现状，然后介绍了中国主要地区的办公家具业发展。随后，报告对国内办公家具做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国办公家具行业前景趋势。您若想对办公家具产业有个系统的了解或者想投资办公家具行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国办公家具市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

办公家具包括桌子和椅子是指在办公室或家庭里使用的工作的家具。加入WTO以来，中国本土家具开始注重办公家具部分的设计研发和市场的开发，专业办公家具企业陆续出现，并且快速成长，并且更适合中国人的传统理念。高质低价，经久耐用。但是因为历史问题初期缺乏过对办公环境，员工隐私，人机工学等方面的了解，经过不断的学习进步，逐步更上了国际步伐。

目录

第一章 办公家具相关概述 1

1.1 家具行业概述 1

1.1.1 家具行业定义 1

1.1.2 家具的特性 1

1.1.3 家具行业特性 2

1.1.4 家具的分类 3

1.2 办公家具介绍 3

1.2.1 办公家具的定义 3

1.2.2 办公家具的分类 5

1.2.3 办公家具的功能及发展 5

1.2.4 办公家具的消费群 10

1.3 办公家具主要类型的特点 11

1.3.1 木工订做办公家具 11

1.3.2 单品办公家具 11

1.3.3 OA办公家具 12

1.3.4 屏风式办公家具 12

1.3.5 现代智能化办公家具 13

第二章 2010-2011年中国办公家具业发展环境分析 15

2.1 中国宏观经济环境 15

2.1.1 中国GDP分析 15

2.1.2 消费价格指数分析 16

2.1.3 城乡居民收入分析 17

2.1.4 社会消费品零售总额 18

2.1.5 全社会固定资产投资分析 19

2.1.6 进出口总额及增长率分析 21

2.2 2010-2011年中国家具产业的整体概况分析 21

2.2.1 中国家具产业产值已跃居世界第一位 21

2.2.2 中国家具业迎来产业升级和发展契机 22

2.2.3 中国家具行业发展机遇与挑战并存 23

2.3 2010-2011年中国家具消费者行为分析 26

2.3.1 消费者阶层分类 26

2.3.2 家具消费者购买行为因素分析 28

2.3.3 经常光顾家具市场的群体分析 29

2.3.4 消费者所需要的家具类型 31

2.4 现代办公家具发展的新理念 32

2.4.1 弹性化办公空间 32

2.4.2 E时代的办公新视野 34

2.4.3 办公家具设计中的绿色气息 35

第三章 2010-2011年国外办公家具行业概况分析 37

3.1 美国 37

3.1.1 美国现代办公家具发展历程 37

3.1.2 美国办公家具行业发展势头良好	39
3.1.3 美国办公家具需求呈缓慢增长趋势	39
3.1.4 美国的办公家具呈现的发展趋势	40
3.2 俄罗斯	41
3.2.1 俄罗斯办公家具行业的发展概况	41
3.2.2 俄罗斯办公家具市场保持高速增长	41
3.2.3 俄罗斯办公家具业竞争力不断增强	42
3.2.4 俄罗斯办公家具市场竞争加剧成为主要趋势	42
3.3 其他国家	43
3.3.1 英国办公家具需求持续增长	43
3.3.2 日本办公家具企业加快强化中国业务	43
3.3.3 德国办公家具发展状况良好	44
 第四章 2010-2011年中国办公家具行业的发展态势分析	45
4.1 2010-2011年中国办公家具行业的发展概况分析	45
4.1.1 中国办公家具行业发展回顾	45
4.1.2 办公家具发展势头良好成新增长点	46
4.1.3 国办公家具成本剧增价格提升	47
4.1.4 办公家具行业面临的形势	48
4.2 2010-2011年中国现代办公家具的设计特征分析	49
4.2.1 造型趋于简洁及整体结构模块化	49
4.2.2 色彩不再单一趋向五彩纷呈	50
4.2.3 “人性化设计”逐渐加强	51
4.2.4 拆装组合的灵活性增强	51
4.2.5 智能化的不断融入	52
4.3 2010-2011年中国办公家具行业存在的问题分析	52
4.3.1 中国办公家具行业发展的主要问题	52
4.3.2 中国办公家具业发展的软肋	54
4.3.3 中国办公家具品牌发展令人堪忧	55
4.3.4 中国办公家具业面临的挑战与考验	55
4.4 2010-2011年中国办公家具行业的发展策略分析	56
4.4.1 中国办公家具行业发展对策分析	56

- 4.4.2 国内办公家具企业发展的基本对策 57
- 4.4.3 中国办公家具业应形成“绿色核心竞争力” 57
- 4.4.4 推动中国办公家具行业发展壮大的建议 58

第五章 2010-2011年中国办公家具市场营运形势分析 59

- 5.1 2010-2011年中国办公家具市场的发展概况分析 59
 - 5.1.1 中国办公家具市场发展迅速 59
 - 5.1.2 中国办公家具市场发展喜忧参半 60
 - 5.1.3 中国办公家具市场的发展态势 62
 - 5.1.4 国内办公家具市场本土品牌仍是主流 62
- 5.2 2010-2011年中国办公家具市场内销与外销对比分析 63
 - 5.2.1 办公家具外销与内销的客户群对比 63
 - 5.2.2 办公家具外销与内销的营销方式对比 63
 - 5.2.3 办公家具外销与内销的产品结构对比 64
 - 5.2.4 办公家具外销与内销的经营管理对比 64
 - 5.2.5 办公家具外销与内销的批次产量对比 64

第六章 2010-2011年中国主要地区的办公家具业发展分析 65

- 6.1 上海 65
 - 6.1.1 上海办公家具倡导现代全新理念 65
 - 6.1.2 上海办公家具市场持续升温 65
 - 6.1.3 粗放式管理严重阻碍上海办公家具企业发展 66
 - 6.1.4 上海办公家具企业专业化经营的策略 67
- 6.2 广东 68
 - 6.2.1 广东办公家具生产商瞄准二三线城市 68
 - 6.2.2 深圳办公家具业发展概况 69
 - 6.2.3 深圳高端办公家具市场发展潜力巨大 70
 - 6.2.4 深圳办公家具市场竞争愈加激烈 72
- 6.3 浙江 74
 - 6.3.1 浙江办公家具行业迅速崛起 74
 - 6.3.2 浙江办公家具市场的消费特点 75
 - 6.3.3 浙江办公家具销售渠道分析 76

6.3.4 浙江办公家具未来发展及建议 77

第七章 2010-2011年中国写字楼带动办公家具市场发展分析 80

7.1 2010-2011年中国写字楼市场概况 80

7.1.1 中国写字楼发展史及种类回顾 80

7.1.2 中国成为亚洲写字楼金融业热点 81

7.1.3 中国写字楼市场发展呈现不同态势 82

7.1.4 国内中央商务区写字楼仍在摸索阶段 89

7.1.5 房产商进军写字楼开发的战略转换分析 92

7.2 国家政策对中国写字楼市场影响分析 93

7.2.1 宏观调控 93

7.2.2 金融政策 93

7.2.3 交易环节限制政策 93

7.2.4 税收政策 93

7.3 2010-2011年中国城市写字楼现状分析 94

7.3.1 北京 94

7.3.2 上海 94

7.3.3 深圳 96

7.3.4 广州 101

7.3.5 宁波 102

7.4 2010-2011年中国写字楼市场营销分析 102

7.4.1 写字楼需求变化的模型研究 102

7.4.2 写字楼的营销阶段与手段 106

7.4.3 写字楼营销策略探讨 108

7.4.4 写字楼整栋销售秘诀解读 110

7.5 2010-2011年中国写字楼市场发展出现的问题与对策分析 111

7.5.1 国内写字楼市场面临的问题及风险 111

7.5.2 浅析高档写字楼开发的差距与误区 112

7.5.3 发展国内写字楼市场的若干策略 119

7.6 2012-2016年中国写字楼市场发展趋势分析 120

7.6.1 中国写字楼市场需求可能持续低迷 120

7.6.2 中国写字楼细分化发展趋势分析 120

- 7.6.3 未来写字楼的三种发展类型 124
- 7.6.4 生态节能型写字楼为未来发展主方向 125

第八章 2010-2011年中国办公家具行业经营及营销分析 126

- 8.1 顾客购买办公家具的心理分析 126
 - 8.1.1 要求布局紧凑 126
 - 8.1.2 要求尺寸适宜 126
 - 8.1.3 要求气氛统一 126
- 8.2 办公家具企业网络营销的优势分析 127
 - 8.2.1 网络营销有望成为办公家具销售的主阵地 127
 - 8.2.2 网络媒体更适合办公家具产品的信息传播 128
 - 8.2.3 网络营销适宜办公家具习惯性的集体采购特点 129
 - 8.2.4 网络媒体具有多重特征更易吸引顾客 129
- 8.3 中国办公家具营销的问题及策略分析 130
 - 8.3.1 中国本土办公家具品牌缺乏科学营销战略 130
 - 8.3.2 办公家具营销需要做好市场调研 130
 - 8.3.3 中国办公家具品牌营销策略分析 132
 - 8.3.4 办公家具品牌应对金融危机的营销策略 138
- 8.4 办公家具企业营销战略计划的构建 143
 - 8.4.1 分析宏观环境及竞争对手 143
 - 8.4.2 在竞争激烈的行业里寻找机会 144
 - 8.4.3 资源和能力是战略两大基本点 145
 - 8.4.4 初期的战略选择越简单越好 146
- 8.5 信息化管理与中国办公家具业的发展 146
 - 8.5.1 粗放式管理严重阻碍办公家具企业发展 146
 - 8.5.2 精细化管理决定办公家具企业竞争成败 147
 - 8.5.3 粗放式管理已不适应激烈的行业竞争 148
 - 8.5.4 精细化管理是办公家具企业必由之路 149

第九章 2007-2011年中国办公家具制造行业主要经济运行数据监测 151

- 9.1 2007-2011年中国办公家具制造行业规模分析 151
 - 9.1.1 企业数量增长分析 151

9.1.2 从业人数增长分析	151
9.1.3 资产规模增长分析	152
9.1.4 销售规模增长分析	152
9.2 2007-2011年中国办公家具制造行业应收账款分析	153
9.3 2007-2011年中国办公家具制造行业产值分析	153
9.3.1 产成品增长分析	153
9.3.2 工业产值分析	154
9.4 2007-2011年中国办公家具制造行业成本费用分析	154
9.4.1 销售成本分析	154
9.4.2 费用分析	155
9.5 2007-2011年中国办公家具制造行业盈利能力分析	155
9.5.1 主要盈利指标分析	155
9.5.2 主要盈利能力指标分析	156

第十章 2009-2011年中国办公室用金属家具市场进出口数据分析 157

10.1 2009-2011年中国办公室用金属家具出口统计	157
10.2 2009-2011年中国办公室用金属家具进口统计	157
10.3 2009-2011年中国办公室用金属家具进出口价格对比	157
10.4 中国办公室用金属家具进出口主要来源地及出口目的地	158

第十一章 2010-2011年国内办公家具重点企业经营性数据分析 159

11.1 上海震旦家具有限公司	159
11.1.1 公司基本概述	159
11.1.2 公司主要经营数据指标分析	160
11.1.3 公司竞争力分析	160
11.1.4 公司发展战略分析	161
11.2 东莞美时家具有限公司	161
11.2.1 公司基本概述	161
11.2.2 公司主要经营数据指标分析	162
11.2.3 公司竞争力分析	162
11.2.4 公司发展战略分析	163
11.3 世楷家具（深圳）有限公司	163

11.3.1 公司基本概述	163
11.3.2 公司主要经营数据指标分析	164
11.3.3 公司竞争力分析	164
11.3.4 公司发展战略分析	165
11.4 浙江圣奥家具制造有限公司	165
11.4.1 公司基本概述	165
11.4.2 公司主要经营数据指标分析	166
11.4.3 公司竞争力分析	166
11.4.4 公司发展战略分析	167
11.5 上海冠美家具有限公司	167
11.5.1 公司基本概述	167
11.5.2 公司主要经营数据指标分析	168
11.5.3 公司竞争力分析	169
11.5.4 公司发展战略分析	169
11.6 江门健威家具装饰有限公司	170
11.6.1 公司基本概述	170
11.6.2 公司主要经营数据指标分析	170
11.6.3 公司竞争力分析	171
11.6.4 公司发展战略分析	171
11.7 深圳长江家具有限公司	172
11.7.1 公司基本概述	172
11.7.2 公司主要经营数据指标分析	173
11.7.3 公司竞争力分析	174
11.7.4 公司发展战略分析	174
11.8 杭州荣业家具有限公司	175
11.8.1 公司基本概述	175
11.8.2 公司主要经营数据指标分析	175
11.8.3 公司竞争力分析	176
11.8.4 公司发展战略分析	177
11.9 南昌迪欧家具实业有限公司	177
11.9.1 公司基本概述	177
11.9.2 公司主要经营数据指标分析	177

11.9.3 公司竞争力分析	178
11.9.4 公司发展战略分析	178
11.10 东莞市兆生家具实业有限公司	179
11.10.1 公司基本概述	179
11.10.2 公司主要经营数据指标分析	179
11.10.3 公司竞争力分析	180
11.10.4 公司发展战略分析	180
第十二章 2012-2016年中国办公家具行业的前景趋势分析	181
12.1 2012-2016年中国家具业的发展前景及趋势分析	181
12.1.1 中国家具市场需求空间大	181
12.1.2 中国家具市场的整体发展趋势	184
12.1.3 智能化将成为中国成为家具强国的推动力量	188
12.2 2012-2016年中国办公家具的发展前景展望分析	190
12.2.1 中国办公家具市场前景广阔	190
12.2.2 中国办公家具正面临前所未有的压力	191
12.2.3 家庭办公家具市场发展空间大	192
12.2.4 办公家具业二三级市场未来潜力大	193
12.3 2012-2016年中国办公家具的发展趋势分析	193
12.3.1 未来中国办公家具行业的发展趋势	193
12.3.2 办公家具市场未来走向	194
12.3.3 办公家具的设计流行新趋势	196
12.3.4 开放式办公家具成为新时尚趋势	197

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/bangong1207/E547750GO7.html>