

2015-2020年中国家具及家居用品市场监测及投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国家具及家居用品市场监测及投资前景研究报告》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/jiaju1411/J14380OQLG.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】2014-11-05

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国家具及家居用品市场监测及投资前景研究报告》共十三章。介绍了家具及家居用品行业相关概述、中国家具及家居用品产业运行环境、分析了中国家具及家居用品行业的现状、中国家具及家居用品行业竞争格局、对中国家具及家居用品行业做了重点企业经营状况分析及中国家具及家居用品产业发展前景与投资预测。您若想对家具及家居用品产业有个系统的了解或者想投资家具及家居用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

泛指家具、床上用品、厨卫用具、室内配饰及日常生活需要的商品，统称为家居用品。

2014年上半年，全国共有规模以上家具制造企业4859家，亏损企业649家，企业亏损总额12.51亿元。截至2014年6月30日，中国家具制造行业资产总额为4037.33亿元，同比增长14.8%，行业负债总额为2075.56亿元，同比增长11.11%。2014年上半年，家具制造行业累计实现销售收入3282.1亿元，同比增长12.87%。2014年上半年，家具制造行业共计实现利润总额176.27亿元，同比增长17.32%。

2014年1-6月，我国家具产量达3.77亿件，同比增长4.3%。其中，木质家具产量达1.23亿件，同比增长1.73%；金属家具产量达1.90亿件，同比增长5.22%；软体家具产量达2542.43万件，同比增长5.72%。

在十二五期间，我国家具产值和家具产量保持每年15%左右的增长速度；家具出口保持年增长12%的速度；家具行业将进一步完善家居产业链，优化产业结构，逐步实现专业化分工；家具行业提高家具生产企业的整体管理水平，降低生产成本，提高产品质量，提高家具附加值；在十二五期间，加强家具产业基地建设，在全国建成100个具有一定产业规模家具产业基地。可见，未来几年，我国家具行业投资前景较为乐观。

我国经济的快速增长，有力地推动了中国家居产业的迅速发展。中央经济工作会议对经济工作所设定的总基调是“稳中求进”，即要保持经济平稳较快发展。温家宝总理在政府工作报告中也表示要继续扩大内需、保持经济增速，并提出根据形势变化适时适度预调微调。2011年我国城市化率已经达到并超过了50%，2020年预计将达到60%左右。未来十年每年新增城镇人口将达到1000多万人，对基础设施、住宅、家居产品等需求将保持长期稳定增长态势。国民经济的稳定增长、城镇化的稳步推进、生活水平的不断提高，住房条件的改善需求等有利因素，都在支撑着家居行业长期、稳定、高速的发展。

报告目录：

第一章 中国家具及家居用品行业发展概述 17

第一节 2014年家具行业发展情况 17

第二节 2014年家居用品行业发展情况 18

一、床上用品行业发展现状 18

二、厨卫用具行业发展现状 21

三、家居饰品行业发展现状 24

第三节 家具及家居用品行业发展特征 25

一、行业技术水平及特点 25

二、行业经营及生产制造模式 25

三、行业的特征 28

第四节 2014年关联产业发展分析 28

一、2014年房地产运行情况分析 28

（一）房地产产业政策分析 28

（二）房地产开发景气指数 33

（三）房地产市场供给结构 34

（四）房地产开发投资情况 36

（五）房地产商品房建筑面积 36

（六）房地产商品房销售情况 38

二、2013年全国土地市场运行状况回顾 39

三、2014年全国土地市场概况 41

四、2014年房地产市场未来展望 43

第二章 欧美家具及家居市场发展分析 49

第一节 欧美家具市场发展分析 49

一、欧美家具市场规模分析 49

二、欧美家具市场发展趋势分析 51

第二节 欧美家居消费市场情况分析 51

一、欧盟家居市场发展分析 51

二、美国家居市场发展分析 51

第三节 欧美家具及家居产品销售模式分析 52

一、产品营销模式 52

二、分销商形态 55

第四节 欧美家具及家居重点生产企业分析 55

- 一、法国格郎世家 55
- 二、丹麦古诺凡希家具公司 55
- 三、维特拉 58
- 四、阿旺特 60
- 五、丹麦FH公司 61
- 六、意大利B&B公司 63
- 七、瑞典宜家（IKEA）公司 64
- 八、美国诺尔（Knoll）公司 64
- 九、米勒（Miller）公司 66

第五节 2015-2020年欧美家具及家居发展趋势分析 67

- 一、欧洲家具流行趋势分析 67
- 二、欧洲家具设计五大发展趋势 68
- 三、欧美家具企业发展趋势 69
- 四、欧美家具工业的发展趋势 69

第三章 应用领域及行业供需分析 71

第一节 需求分析 71

- 一、2009-2013年家具及家居用品行业需求市场 71
- 二、家具及家居用品行业需求的地区差异 71

第二节 2009-2013年供给分析 72

- 一、家具产量情况 72
- 二、木质家具产量情况 72
- 三、金属家具产量情况 73
- 四、软体家具产量情况 73

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 74

- 一、2015-2020年家具及家居用品行业的需求预测 74
- 二、2015-2020年家具及家居用品行业的供应预测 74
- 三、供求平衡分析 75
- 四、供求平衡预测 75

第四节 市场价格走势分析 76

第四章 家具及家居用品产业链的分析 77

第一节 家具及家居用品行业产业链概述 77

第二节 家具及家居用品行业上游原材料分析 78

一、家具行业上游原材料分析 78

（一）木材产量价格分析 78

（二）家具皮革需求分析 79

（三）家具五金配件分析 80

（四）家具涂料市场分析 80

二、家居饰品行业上游原材料分析 81

（一）主要原材料价格及供应情况 81

（二）主要原材料价格情况分析 85

（三）主要原材料未来价格及供应情况预测 88

第三节 家具及家居用品行业下游市场分析 88

一、家具及家居用品主要销售渠道分析 88

（一）家居卖场 88

（二）专卖店 89

（三）百货商超 89

（四）网络销售 90

二、家具及家居用品下游行业发展分析 90

（一）房地产与家具需求分析 90

（二）房地产投资规模分析 91

（三）房地产销售面积分析 91

第四节 上下游行业影响及趋势分析 92

一、炒房对家居的影响 92

二、迎合首次置业者是关键 93

三、环境压力家居行业转型 94

四、保障性住房对家具需求 94

五、家庭装修对家具的需求 94

第五章 区域市场情况深度研究 96

第一节 长三角区域市场情况分析 96

一、长三角家具产业区现状 96

二、长三角区域市场格局变化	96
三、长三角区域市场未来主流	97
四、长三角区域市场潜力领域	97
五、长三角区域市场楼市影响	98
第二节 珠三角区域市场情况分析	98
一、珠三角家具市场现状	98
二、珠三角家具加速向西部八省转移	99
三、广东省家具行业发展现状	99
第三节 环渤海区域市场情况分析	99
一、环渤海家具产业区简介	99
二、环渤海家具市场供给情况	100
三、环渤海家居市场发展潜力分析	100
四、环渤海家具市场发展趋势	101
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	102
一、华北地区市场分析	102
二、华中地区市场分析	103
三、华南地区市场分析	103
四、华东地区市场分析	104
五、东北地区市场分析	105
六、西南大区市场分析	106
七、西北地区市场分析	107
第五节 中国家具产业集群的升级路径	108
第六章 家具及家居行业消费者调研分析	110
第一节 家具行业消费者市场调研分析	110
一、家具市场消费者特征调查分析	110
（一）消费者年龄分布情况	110
（二）消费者性别占比情况	110
（三）消费者收入情况分析	111
（四）消费者职业分布情况	111
二、家具市场消费情况调查分析	112
（一）家具购买动机调查分析	112

(二) 家具更换频率调查分析	112
(三) 家具购买了解渠道分析	113
(四) 家具购买预算投入分析	113
(五) 家具购买关注因素分析	114
(六) 家具购买风格偏好分析	114
(七) 家具购买材质喜好分析	115
三、家具市场消费者购买心理分析	116
(一) 卧室家具购买心理分析	116
(二) 客厅家具购买心理分析	116
(三) 书房家具购买心理分析	117
(四) 儿童家具购买心理分析	117
(五) 厨房家具购买心理分析	118
(六) 餐厅家具购买心理分析	120
(七) 酒店家具购买心理分析	121
(八) 办公家具购买心理分析	121
第二节 家居行业消费者市场调研分析	122
一、家居建材消费者消费行为	122
(一) 消费者购买动机分析	122
(二) 消费者购买频率分析	123
(三) 消费者购买渠道分析	123
(四) 消费者购买预算分析	124
(五) 消费者选购影响因素	124
二、家居市场消费者需求分析	125
(一) 家居市场消费价格分析	125
(二) 家居市场消费半径分析	125
(三) 家居品牌的关注度分析	126
(四) 家居市场销售环境分析	126
(五) 家居市场售后服务分析	127
(六) 家居市场配送能力分析	128
三、家居建材消费者品牌关注度	129
(一) 家装产品关注度排行分析	129
(二) 柜类家具品牌关注度	129

- (三) 卫浴洁具品牌关注度 130
- (四) 地板品牌关注度分析 131
- (五) 墙地瓷砖品牌关注度 131
- (六) 油漆涂料品牌关注度 132

第七章 家具及家居用品市场竞争格局分析 134

第一节 行业竞争现状分析 134

第二节 行业竞争结构分析 135

一、现有企业间竞争 135

二、潜在进入者分析 136

三、替代品威胁分析 136

四、供应商议价能力 136

五、客户议价能力 136

第三节 行业竞争格局分析 136

一、产品竞争格局分析 138

(一) 京派家具产品竞争态势 138

(二) 粤派家具产品竞争态势 138

(三) 川派家具产品竞争态势 139

二、渠道竞争格局分析 139

(一) 京派家具渠道竞争态势 139

(二) 粤派家具渠道竞争态势 140

(三) 川派家具渠道竞争态势 141

三、品牌竞争格局分析 141

(一) 京派家具品牌竞争态势 142

(二) 粤派家具品牌竞争态势 142

(三) 川派家具品牌竞争态势 143

四、价格竞争格局分析 143

第四节 行业集中度分析 144

一、市场集中度分析 144

二、企业集中度分析 144

三、区域集中度分析 144

第五节 行业国际竞争力比较 145

- 一、生产要素 145
- 二、需求条件 145
- 三、资源与相关产业 146
- 四、企业战略、结构与竞争状态 146
- 第六节 提升行业国际竞争力的策略 147
 - 一、加快家具企业产业结构调整，推动产业集群升级 147
 - 二、加强原创设计和提高工艺技术 148
 - 三、促使家具制造业实现从低成本战略到差异化战略的转变 148

第八章 家具及家居行业产业结构分析 149

第一节 家具行业主要品牌及结构分析 149

- 一、家具行业主要品牌情况 149
- 二、家具行业产品结构情况 150
- 三、家具行业企业结构情况 151
- 四、家具行业供给结构情况 151
- 五、家具市场需求结构情况 152

第二节 家居重点企业竞争力及产品结构分析 153

- 一、产品结构及定位分析 153
- 二、信息化水平对比分析 156
- 三、主要供应商对比分析 157
- 四、下游消费者对比分析 158
- 五、市场营销网络对比分析 160
- 六、市场销售能力对比分析 161
- 七、售后服务能力对比分析 161
- 八、经营发展策略对比分析 162

第九章 领先企业竞争力分析 164

第一节 孚日集团股份有限公司 164

- 一、企业发展基本情况 164
- 二、企业主要产品分析 164
- 三、企业经营状况分析 165
- 四、企业销售网络分布 166

五、企业竞争优势分析	166
六、企业发展战略分析	167
第二节 索菲亚家居股份有限公司	168
一、企业发展基本情况	168
二、企业主要产品分析	169
三、企业经营状况分析	169
四、企业销售网络分布	170
五、企业发展战略分析	171
六、企业发展动态分析	171
第三节 顾家家居股份有限公司	171
一、企业发展基本情况	171
二、企业主营产品分析	172
三、企业产品产销分析	173
四、企业经营情况分析	174
五、企业销售网络分布	177
六、企业竞争优势分析	182
七、企业发展战略分析	187
第四节 喜临门家具股份有限公司	187
一、企业发展基本情况	187
二、企业主要产品分析	187
三、企业经营状况分析	188
四、企业销售网络分布	189
五、企业竞争优势分析	190
六、企业发展战略分析	190
第五节 欧派家居集团股份有限公司	191
一、企业发展基本情况	191
二、企业主要产品分析	191
三、企业主要经济指标	197
四、企业经营效益分析	197
五、企业销售网络分析	198
六、企业竞争优势分析	199
第六节 全友家私有限公司	199

一、企业发展基本情况	199
二、企业主要产品分析	200
三、企业主要经济指标	200
四、企业经营效益分析	201
五、企业销售网络分析	201
六、企业竞争优势分析	202
第七节 大连华丰家俱集团有限公司	203
一、企业发展基本情况	203
二、企业主要产品分析	204
三、企业主要经济指标	206
四、企业经营效益分析	206
五、企业销售网络分析	207
六、企业竞争优势分析	207
第八节 博洛尼家居用品（北京）股份有限公司	207
一、企业发展基本情况	207
二、企业主要产品分析	208
三、企业主要经济指标	210
四、企业经营效益分析	211
五、企业销售网络分析	211
六、企业竞争优势分析	212
第九节 曲美家具集团股份有限公司	212
一、企业发展基本情况	212
二、企业主营产品分析	213
三、企业产品产销分析	214
四、企业经营情况分析	215
五、企业销售网络分布	216
六、企业竞争优势分析	218
七、企业发展战略分析	221
第十节 江苏恒康家居科技股份有限公司	221
一、企业发展基本情况	221
二、企业主营产品分析	221
三、企业产品产销分析	222

四、企业经营情况分析 223

五、企业销售网络分布 224

六、企业竞争优势分析 225

七、企业发展战略分析 227

第十一节 广州好莱客创意家居股份有限公司 227

一、企业发展基本情况 227

二、企业主营产品分析 228

三、企业产品产销分析 229

四、企业经营情况分析 230

五、企业销售网络分布 230

六、企业竞争优势分析 232

七、企业发展战略分析 234

第十章 2009-2014年中国家具制造行业整体运行指标分析 235

第一节 中国家具制造行业总体规模分析 235

一、企业数量结构分析 235

二、行业资产总额分析 235

三、行业利润总额分析 236

第二节 中国家具制造行业产销分析 237

一、行业产成品情况总体分析 237

二、行业产品销售收入总体分析 238

第三节 中国家具制造行业成本费用情况分析 239

一、行业销售成本分析 239

二、行业销售费用分析 240

三、行业管理费用分析 241

四、行业财务费用分析 242

第四节 中国家具制造行业财务指标总体分析 243

一、行业盈利能力分析 243

二、行业偿债能力分析 245

三、行业营运能力分析 245

四、行业发展能力分析 247

第十一章 影响企业生产与经营的关键趋势	248
第一节 市场整合成长趋势	248
一、卖场业态分析	248
二、同质化竞争分析	249
三、市场质变分析	249
四、规模化或精品化	250
五、配套服务的人道化	250
第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测	251
一、需求变化趋势	251
二、新的商业机遇	252
第三节 企业区域市场拓展的趋势	253
一、保障性住房需求对家居行业影响分析	253
二、未来竞争点对家居经销商的影响分析	253
第四节 科研开发趋势及替代技术进展	256
一、智能家居市场的新技术与新趋势	256
（一）智能家居发展趋势影响因素	256
（二）智能家居行业技术趋势分析	257
（三）智能家居行业布局趋势分析	257
（四）智能家居产业热点趋势分析	258
二、未来家居室内设计新趋势	261
三、建材的技术标准与发展趋势	263
第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势	264
一、家具行业发展新趋势	264
（一）2014中国家具市场变化趋势	264
（二）家具行业发展趋势	265
（三）家具行业消费趋势	268
（四）软体家具行业发展趋势	269
（五）床垫行业发展趋势	270
二、联合营销成趋势	272
三、家居企业电子商务瓶颈	272
四、中国家具业发展规划分析	273

第十二章 博思数据关于家具及家居用品行业投资方向预测分析 276

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 276

一、中国家居产业发展的有利因素 276

二、中国家具行业发展仍面临不利因素 276

第二节 产业发展的空白点分析 277

一、老年人家居市场的空白 277

二、高端红木家具保养市场空白 279

三、家具租赁市场空白 280

四、家具行业发展潜力分析 281

第三节 投资回报率比较高的投资方向 284

一、红木家具投资回报率惊人 284

二、国内家具建材投资方向分析 285

第四节 行业投资机会分析 286

一、家具行业投资前景分析 286

二、家居行业投资机会分析 287

第十三章 2015-2020年家具及家居用品行业投资风险及策略分析 289

第一节 行业投资风险分析 289

一、宏观经济风险分析 289

二、行业政策风险分析 289

三、市场竞争风险分析 290

四、渠道建设风险分析 290

第二节 行业进入壁垒和驱动因素 290

一、进入壁垒 290

二、驱动因素 292

第三节 行业投资逻辑分析 297

第四节 行业投资策略及建议分析 299

一、家具行业投资策略及建议 299

二、家具及家居用品行业投资策略及建议 301

（一）把握国家投资的契机 301

（二）竞争性战略联盟的实施 301

三、市场的重点客户战略实施 302

- (一) 实施重点客户战略的必要性 302
- (二) 企业重点客户的鉴别与确定 304
- (三) 企业重点客户的开发与培育 306
- (四) 实施重点客户战略要需解决的问题 310
- (五) 企业重点客户的市场营销策略分析

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaju1411/J14380OQLG.html>