

2019-2025年中国家具及家居用品市场供需格局及 未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国家具及家居用品市场供需格局及未来发展趋势报告》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://www.huaon.com/detail/424674.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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：

第一章 中国家具及家居用品行业发展概述17

第一节 2018年家具行业发展情况17

第二节 2018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 2018年关联产业发展分析28

一、2018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、2017年全国土地市场运行状况回顾39

三、2018年全国土地市场概况41

四、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 2018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、2018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 2018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、2019-2025年家具及家居用品行业的需求预测74

二、2019-2025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）四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）四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）四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、企业经营状况分析165

三、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、企业经营状况分析169

三、企业发展战略分析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、企业经营情况分析174

三、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、企业经营状况分析188

三、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、企业经营状况分析191

三、企业发展战略分析199

第六节 全友家私有限公司199

一、企业发展基本情况199

二、企业经营状况分析200

三、企业发展战略分析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、企业经营状况分析204

三、企业发展战略分析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、企业经营状况分析208

三、企业发展战略分析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、企业经营状况分析213

三、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、企业经营状况分析221

三、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、企业经营状况分析228

三、企业发展战略分析234

第十章 2018年中国家具制造所属行业整体运行指标分析235

第一节 中国家具制造所属行业总体规模分析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 中国家具制造所属行业产销分析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 中国家具制造所属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) 2018年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 2019-2025年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 2019-2025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310

图表目录：(略)

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/424674.html>