

2014-2019年中国办公家具 行业监测与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国办公家具行业监测与发展前景预测报告》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.cction.com/report/201403/102597.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

办公家具是指在办公室或家庭里使用的工作的家具。办公家具做为家具的一个分支和组成部分，一直以来并没有被人们所认识和关注。人们把目光更多地投向了与自身生活更相关地民用家具。然而，办公家具相对于企业，与民用家具相对于家庭一样。它不仅能最直接反映一个企业的文化和形象，同时也由于其功能性、舒适性、美观度等直接影响到员工的工作效率。美观、轻便、舒适、灵活、个性、耐用、环保、节约、可持续利用成为现代商业活动中人们对办公家具的要求。

全球办公家具拥有十年的稳健发展阶段，但是在美国次贷危机中开始停滞不前，欧洲经济又遇到困境，整体环境并不理想。但2011年全球办公家具出现了小幅度的复苏，全球办公家具的交易额达到450亿美元。

目前，中国已成为全球办公家具制造大国和出口大国。由于我国经济建设发展很快，政府机关的办公条件改善，银行、证券、学校、医院以及企业事业单位不断扩大，办公家具需求量增长很快，行业产值也呈现增长态势。2013年1月-12月，主要包括办公桌椅、文件柜、会议室家具等在内的办公家具采购总金额为15.99亿元，同比增长5%。

正在发展建设中的经济城市将会为我国创造出数百万平方米的商业和民用空间，以及随着跨国公司的业务在各个地区不断扩张而带动的城市发展，还有人们对办公家具人性化、舒适化、科技化的追求越来越高等因素都会促使办公家具行业进一步发展。未来我国办公家具市场必定蓬勃发展，尤其是办公椅的需求。未来几年我国办公椅消费能够达到20%以上的增长，到2015年我国办公椅市场需求将达到332亿元。

本办公家具行业报告，首先是办公家具相关概述、发展环境分析，然后是主要地区的办公家具业发展，接着是办公家具行业经营及营销分析，最后是办公家具行业的前景趋势分析。为该行业中相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 办公家具相关概述 1

第一节 家具行业概述 1

一、家具行业定义 1

二、家具的特性 1

三、家具的构成要素 2

四、家具的分类 4

第二节 办公家具介绍 11

一、办公家具的定义 11

二、办公家具的分类 11

三、办公家具的工艺 11

四、办公家具的消费群 12

第三节 办公家具主要类型的特点 12

一、木工订做办公家具 12

二、OA办公家具 12

三、屏风式办公家具 13

四、现代智能化办公家具 13

第二章 中国办公家具业发展环境分析 14

第一节 中国宏观经济环境 14

一、2013年中国国民经济和社会发展状况 14

二、2014年中国经济形势前瞻及政策走势分析 27

第二节 中国家具产业的整体概况 33

一、中国家具产业产值已跃居世界第一位 33

二、我国五大家具产业区分布格局 33

三、2013年中国家具业发展分析 35

四、我国家具出口世界第一 业内品牌建设仍需加强 37

五、家具行业发展趋势：呈现五大特色 38

第三节 中国家具消费者行为分析 40

一、家具消费者购买行为因素分析 40

二、经常光顾家具市场的群体分析 41

三、消费者所需要的家具类型 41

四、2012年家具行业消费者品牌家具消费行为越加成熟 42

五、2013年家具消费行为新特点 43

第四节 现代办公家具发展的新理念 45

一、弹性化办公空间 45

二、e时代的办公新视野 46

三、办公家具设计中的绿色气息 47

第三章 国外办公家具行业概况 49

第一节 美国 49

- 一、美国办公家具市场规模及产品差别 49
- 二、美国办公家具行业发展势头良好 49
- 三、美国办公家具消费状况 50
- 四、办公家具行业成为美国可持续发展排头兵 52
- 五、美国的办公家具呈现的发展趋势 53
- 第二节 俄罗斯 55
 - 一、俄罗斯办公家具行业的发展概况 55
 - 二、俄罗斯办公家具市场保持高速增长 57
 - 三、俄罗斯办公家具业竞争力不断增强 58
 - 四、俄罗斯办公家具市场竞争加剧成为主要趋势 59
- 第三节 其他国家、地区 59
 - 一、台湾办公家具产业的原创之路 59
 - 二、日本办公家具企业加快强化中国业务 62
 - 三、2012年德国办公家具发展分析 62
 - 四、法国办公家具的消费情况分析 63
- 第四章 中国办公家具行业的发展 65
 - 第一节 中国办公家具行业的发展概况 65
 - 一、中国办公家具行业发展回顾 65
 - 二、2012年中国办公家具业生产总值 66
 - 三、我国办公家具从“量”向“质”的提高 66
 - 四、2013年中国办公家具发展分析 67
 - 五、2014年办公家具行业面临的形势 70
 - 第二节 中国现代办公家具的设计特征 72
 - 一、造型趋于简洁及整体结构模块化 72
 - 二、色彩不再单一趋向五彩纷呈 73
 - 三、“人性化设计”逐渐加强 73
 - 四、拆装组合的灵活性增强 74
 - 五、智能化的不断融入 74
 - 第三节 中国办公家具行业存在的问题 75
 - 一、中国办公家具行业发展的主要问题 75
 - 二、中国办公家具业发展的软肋 76
 - 三、中国办公家具品牌发展令人堪忧 78

四、中国办公家具业面临的挑战与考验	79
第四节 中国办公家具行业的发展策略	80
一、中国办公家具行业发展对策分析	80
二、国内办公家具企业发展的基本对策	83
三、中国办公家具业应形成“绿色核心竞争力”	85
四、推动中国办公家具行业发展壮大的建议	86
第五章 中国办公家具市场的发展	88
第一节 中国办公家具市场的发展概况	88
一、中国办公家具市场发展迅速	88
二、国内办公家具生产商瞄准二三线城市	93
三、中国办公家具市场的发展态势	94
四、国内办公家具市场本土品牌仍是主流	95
第二节 2012-2013年中国办公家具市场的发展	99
一、国外家具巨头抢滩中国办公家具市场	99
二、2012-2013年国内办公家具市场趋势	100
三、2012年中国办公家具市场概况	101
四、2013年中国办公家具市场概况	102
五、2013年中高档办公家具更受关注	103
第三节 2013年办公室家具产品市场关注度调查	103
一、2013年9月办公家具产品关注度调查分析	103
二、2013年10月办公家具产品关注度调查分析	104
三、2013年11月办公家具产品关注度调查分析	106
四、2013年12月办公家具产品关注度调查分析	107
第三节 中国办公家具市场内销与外销对比分析	111
一、办公家具外销与内销的客户群对比	111
二、办公家具外销与内销的营销方式对比	111
三、办公家具外销与内销的产品结构对比	112
四、办公家具外销与内销的经营管理对比	112
五、办公家具外销与内销的批次产量对比	112
第六章 主要地区的办公家具业发展	113
第一节 上海	113
一、上海办公家具倡导现代全新理念	113

二、上海办公家具市场特点分析	113
三、粗放式管理严重阻碍上海办公家具企业发展	114
四、精细化管理决定上海办公家具企业竞争成败	115
第二节 广东	116
一、广东办公家具生产商瞄准二三线城市	116
二、深圳办公家具业发展概况	117
三、深圳办公家具市场分析	117
四、深圳高端办公家具市场发展潜力巨大	119
五、深圳办公家具产业终端渠道的多元化战略	120
第三节 浙江	121
一、浙江办公家具市场的消费特点	121
二、浙江办公家具销售渠道分析	122
三、杭州办公家具市场发展分析	123
第七章 写字楼带动办公家具市场发展	126
第一节 中国写字楼市场概况	126
一、中国写字楼发展史及种类回顾	126
二、2013年中国写字楼市场发展分析	127
四、国内中央商务区写字楼仍在摸索阶段	130
五、房产商进军写字楼开发的战略转换分析	132
第二节 国家政策对中国写字楼市场影响分析	134
一、宏观调控	134
二、金融政策	135
三、交易环节限制政策	135
四、税收政策	136
第三节 2013年中国城市写字楼现状	137
一、北京	137
二、上海	139
三、深圳	140
四、广州	140
五、成都	142
六、武汉	145
第四节 写字楼市场营销分析	147

- 一、写字楼需求变化的模型研究 147
- 二、写字楼的营销阶段与手段 150
- 三、写字楼营销策略探讨 157
- 四、写字楼整栋销售秘诀解读 159
- 第五节 写字楼市场发展出现的问题与对策 164
 - 一、国内写字楼市场面临的问题及风险 164
 - 二、浅析高档写字楼开发的差距与误区 165
 - 三、繁荣写字楼市场的战略思考 168
- 第六节 写字楼市场发展趋势 173
 - 一、中国写字楼细分化发展趋势分析 173
 - 二、未来写字楼的三种发展类型 173
 - 三、生态节能型写字楼为未来发展主方向 174
 - 四、2013年中国写字楼市场或将复苏 175
- 第八章 中国办公家具行业经营及营销分析 178
 - 第一节 顾客购买办公家具的心理分析 178
 - 一、要求布局紧凑 178
 - 二、要求尺寸适宜 178
 - 三、要求气氛统一 178
 - 第二节 办公家具企业网络营销的优势分析 178
 - 一、网络营销有望成为办公家具销售的主阵地 178
 - 二、办公家具注重网络营销原因分析 179
 - 三、中小家具企业网络营销潜力巨大 180
 - 第三节 中国办公家具营销的问题及策略分析 182
 - 一、中国本土办公家具品牌缺乏科学营销战略 182
 - 二、办公家具营销需要做好市场调研 182
 - 三、中国办公家具品牌策划分析 184
 - 四、办公家具品牌应对金融危机的营销策略 186
 - 第四节 办公家具企业营销战略计划的构建 190
 - 一、分析宏观环境及竞争对手 190
 - 二、在竞争激烈的行业里寻找机会 190
 - 三、资源和能力是战略两大基本点 192
 - 四、初期的战略选择越简单越好 193

第五节 信息化管理与中国办公家具业的发展 193

一、粗放式管理严重阻碍办公家具企业发展 193

二、精细化管理决定办公家具企业竞争成败 194

三、粗放式管理已不适应激烈的行业竞争 195

四、精细化管理是办公家具企业必由之路 195

第九章 2014-2019年中国办公家具行业的前景趋势分析 197

第一节 2014-2019年家具业的发展前景及趋势 197

一、中国家具市场需求空间大 197

二、未来几年中国家具业发展趋势分析 198

三、中国家具市场的整体发展趋势 199

四、智能化将成为中国成为家具强国的推动力量 201

第二节 2014-2019年办公家具的发展前景展望 202

一、中国办公家具市场前景广阔 202

二、中国办公家具正面临前所未有的压力 203

三、家庭办公家具市场发展空间大 204

四、办公家具业二三级市场未来潜力大 205

第三节 2014-2019年办公家具的发展趋势预测 206

一、未来中国办公家具行业的发展趋势 206

二、办公家具市场消费趋势分析 211

三、2013办公家具流行新趋势 213

四、开放式办公家具成为新时尚趋势 214

图表目录

图表：家具分类 4

图表：柜类家具 6

图表：桌类家具 7

图表：桌类家具（续） 7

图表：坐具类家具 8

图表：床类家具 9

图表：箱、架类家具 10

图表：1998年—2013年国内生产总值季度累计同比增长率 14

图表：1999年12月—2013年12月工业增加值月度同比增长率 15

图表：1999年12月—2013年12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率 16

图表：1999年12月—2013年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 16

图表：1999年12月—2013年12月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 17

图表：1999年12月—2013年12月货币供应量月度同比增长率 19

图表：2013年中国最具投标实力办公家具供应商五十强榜单 96

图表：2013年10月热门办公家具产品排行榜 104

图表：2013年10月办公家具热门产品关注度比例 104

图表：2013年11月热门办公家具产品排行榜 105

图表：2013年11月办公家具热门产品关注度比例 105

图表：2013年12月办公家具产品排行榜 106

图表：2013年12月办公家具热门产品关注度比例 106

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102597.html>