

2024-2030年中国家居连锁 市场评估与投资潜力分析报告

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

《2024-2030年中国家居连锁市场评估与投资潜力分析报告》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/202403/447975.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家居连锁市场评估与投资潜力分析报告》共十一章。首先介绍了家居连锁行业市场发展环境、家居连锁整体运行态势等，接着分析了家居连锁行业市场运行的现状，然后介绍了家居连锁市场竞争格局。随后，报告对家居连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了家居连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对家居连锁产业有个系统的了解或者想投资家居连锁行业，本报告是您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：

第一章 研究概述

第一节 研究背景

一、行业背景

1.家居连锁定义

2.家居市场的经营模式分类

3.家居连锁行业的经营模式分类

4.家居连锁行业发展历程

5.家居连锁的行业经营特征

二、市场背景

1.市场特点

2.市场投融资热点

三、地质战略背景

1.地质条件

2.地质战略

四、政策背景

1.政策背景解读

2.政策变化趋势分析

第二节 研究内容

一、分析内容

二、分析要点

三、数据来源：共研产业咨询

第三节研究方法

一、方法特征

二、应用指标

三、应用原理

第四节研究结论

一、市场环境

二、商业模式

三、区域扩张

四、模式创新

五、消费特征

六、行业热点

七、企业动态

八、机会风险

第二章 中国家居连锁行业内外发展环境分析

第一节中国家居连锁行业经济环境分析

一、2017-2022年中国经济增长宏观环境分析

二、2017-2022年中国社会零售品总额统计分析

三、2017-2022年中国城镇居民收支增长分析

四、2017-2022年中国物价水平持续上涨

五、点评：经济环境及趋势

第二节中国家居连锁行业政策环境分析

一、大型商业流通企业的规范性政策

二、中国特许经营连锁行业发展政策

三、节能环保政策波及家居业

四、2022年家居行业新标准执行缺乏宣传

五、2017-2022年中国宏观调控政策分析

六、2017-2022年中国房地产行业政策分析

第三节中国家居连锁行业社会环境分析

一、城市居民日益追求生活的品质和品味

二、时尚、个性、品质成为消费主题

三、中国中产阶级数量迅速增多

四、中国居民生活节奏日益加快

五、家居消费日趋理性

第四节中国家居连锁行业资本市场环境分析

一、2017-2022年中国VC/PE行业市场发展现状

二、中国家居连锁企业资本市场的投融资进入与退出渠道

三、2022年各大主要资本市场的发展概况

四、2022年中国家居连锁企业资本市场运作现状

五、观点：资本市场环境对家居连锁企业的影响

第五节中国家居连锁相关产业环境分析

一、2017-2022年中国房地产市场发展现状

二、2017-2022年中国家纺市场发展现状

三、2017-2022年中国家具市场发展现状及行业经济运行

四、2017-2022年中国陶瓷卫浴市场发展现状

第三章 中国家居连锁行业现状及发展趋势

第一节中国家居服务市场发展现状分析

一、2017-2022年中国家居市场规模分析

二、家居市场销售业态分析

三、连锁经营家居受到资金关注

四、家居标准提高，提升家居市场竞争

五、品牌和文化成为市场营销的关键

第二节中国家居市场销售渠道现状

一、家居流通市场向两极化方向发展

二、各大业态在家居市场各有特色

三、大商场和大卖场从传统走向高端市场

四、小型专卖店从特色取胜走向连锁经营

五、大型专业卖场从追求硬件走向追求软硬结合

第三节中国家居连锁行业发展现状

一、家居连锁品牌进入重点城市扩张阶段

二、全国领先品牌尚没有形成

三、贸易战将迫使国际知名家居连锁企业更加重视中国市场

四、2022年家居连锁企业加快转型

五、家居连锁企业始终坚持维护重点地区的市场优势

第四节中国家居连锁行业存在的问题

一、宏观经济环境存在对家居市场的制约因素

二、连锁体系的经营管理缺乏系统性和专业性

三、软因素的提升成为家居连锁企业共同关注点

四、家居连锁扩张中遇到水土不服和竞争者反击行为强烈

五、外资占据市场领导地位

第五节中国家居连锁发展趋势分析

一、特色连锁和规模连锁将成为发展的主旋律

二、家居连锁的运营模式将决定竞争结果

三、家居连锁将继续扩张规模，应对市场竞争

四、连锁经营信息化流程化

五、个性化消费引发家居连锁行业变革

第四章 中国家居连锁行业的竞争分析

第一节中国家居连锁行业竞争行为

一、市场定位

二、连锁网络的布局及店址的选择

三、规模扩张竞争

四、营销方式竞争

五、质量和技术竞争

六、总部支持服务竞争

七、管理效率及员工素质竞争

第二节家居连锁品牌竞争现状

一、主要家居连锁的品牌定位分析

二、主要家居连锁的市场定位分析

三、主要家居连锁的总部支持服务分析

四、主要家居连锁的连锁规模对比分析

第五章 主要城市家居连锁市场现状与发展趋势分析

第一节北京

- 一、市场宏观环境PEST分析
- 二、地区市场规模预测
- 三、家居连锁行业发展现状
- 四、市场发展特征分析
- 五、市场竞争格局分析
- 六、主要家居连锁企业竞争格局

第二节上海

- 一、市场宏观环境PEST分析
- 二、地区市场规模预测
- 三、家居连锁行业发展现状
- 四、市场发展特征分析
- 五、市场竞争格局分析
- 六、主要家居连锁企业竞争格局

第三节重庆

- 一、市场宏观环境PEST分析
- 二、地区市场规模预测
- 三、家居连锁行业发展现状
- 四、市场发展特征分析
- 五、市场竞争格局分析
- 六、主要家居连锁企业竞争格局

第四节深圳

- 一、市场宏观环境PEST分析
- 二、地区市场规模预测
- 三、家居连锁行业发展现状
- 四、市场发展特征分析
- 五、市场竞争格局分析
- 六、主要家居连锁企业竞争格局

第五节成都

- 一、市场宏观环境PEST分析
- 二、地区市场规模预测
- 三、家居连锁行业发展现状

四、市场发展特征分析

五、市场竞争格局分析

六、主要家居连锁企业竞争格局

第六节广州

一、市场宏观环境PEST分析

二、地区市场规模预测

三、家居连锁行业发展现状

四、市场发展特征分析

五、市场竞争格局分析

六、主要家居连锁企业竞争格局

第七节武汉

一、市场宏观环境PEST分析

二、地区市场规模预测

三、家居连锁行业发展现状

四、市场发展特征分析

五、市场竞争格局分析

六、主要家居连锁企业竞争格局

第六章 家居连锁行业国际主体企业竞争力分析

第一节宜家家居

一、公司概况

二、公司经营规模和经营效益

三、公司在中国市场的运营现状

四、公司运营模式分析

五、公司的采购策略和现状

六、公司在物流配送策略和现状

第二节百安居

一、公司概况

二、公司经营规模和经营效益

三、公司在中国市场的运营现状

四、公司运营模式分析

五、公司的采购策略和现状

六、公司在物流配送策略和现状

第三节美克•美家

一、公司概况

二、公司经营规模和经营效益

三、公司在中国市场的运营现状

四、公司运营模式分析

五、公司的采购策略和现状

六、公司在物流配送策略和现状

第四节多样屋家居连锁

一、公司概况

二、公司经营规模和经营效益

三、公司在中国市场的运营现状

四、公司运营模式分析

五、公司的采购策略和现状

六、公司在物流配送策略和现状

第五节乐华梅兰

一、公司概况

二、公司经营规模和经营效益

三、公司在中国市场的运营现状

四、公司运营模式分析

五、公司的采购策略和现状

六、公司在物流配送策略和现状

第七章 中国家居连锁企业国内主体竞争力分析

第一节居然之家

一、公司发展概况

二、公司营业规模

三、公司经营模式分析

四、公司连锁经营策略分析

五、公司家居连锁行业竞争力SWOT分析

六、公司竞争行为分析

第二节红星美凯龙

- 一、公司发展概况
- 二、公司营业规模
- 三、公司经营模式分析
- 四、公司连锁经营策略分析
- 五、公司家居连锁行业竞争力SWOT分析
- 六、公司竞争行为分析

第三节 集美

- 一、公司发展概况
- 二、公司营业规模
- 三、公司经营模式分析
- 四、公司连锁经营策略分析
- 五、公司家居连锁行业竞争力SWOT分析
- 六、公司竞争行为分析

第四节 懒洋洋

- 一、公司发展概况
- 二、公司营业规模
- 三、公司经营模式分析
- 四、公司连锁经营策略分析
- 五、公司家居连锁行业竞争力SWOT分析
- 六、公司竞争行为分析

第五节 好百年

- 一、公司发展概况
- 二、公司营业规模
- 三、公司经营模式分析
- 四、公司连锁经营策略分析
- 五、公司家居连锁行业竞争力SWOT分析
- 六、公司竞争行为分析

第八章 中国家居市场消费者需求特征及趋势分析

第一节 中国家居市场消费者需求变量分析

- 一、人口统计变量分析
- 二、地理变量分析

三、心理变量分析

四、行为变量分析

第二节中国家居市场消费者需求特征分析

一、消费产品偏好

二、消费品牌偏好

三、消费渠道偏好

四、消费环境偏好

五、消费影响因素

第九章 中国家居连锁市场投资优劣势分析

第一节市场投资优势

第二节市场投资劣势

第三节市场投资机会

第四节市场投资风险

第十章 中国家居连锁市场风险分析

第一节市场风险

第二节政策风险

第三节管理风险

第四节区域经济风险

第五节物流配送风险

第十一章 中国家居连锁市场研究成果及战略建议

第一节中国家居连锁市场研究成果

第二节中国家居市场战略建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/447975.html>