

2024-2030年中国家具及家居用品行业分析与市场年度调研报告

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年中国家具及家居用品行业分析与市场年度调研报告》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/202401/438637.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

2018年，我国经济运行保持总体平稳，稳中有进的发展态势，国内生产总值突破90亿元，同比增长6.6%，主营业务收入、利润总额均实现正增长。从投资的环境来看，2018年促进民间投资减税降费、定向降准等政策实施，可以看到企业愿意增加更多的投入用于未来的持续性发展。同时可以看到行业运行中稳中有变，变中有忧，企业累计亏损额增速明显，反映出行业企业效益风险加大。如何把握战略机遇，不断优化产业结构，从要素和投资驱动转变创新驱动，成为家具行业适应新常态，实现新发展的课题。从行业发展的情况来看，也呈现出一定的变化，竹、藤家具连续三年增长，其他行业为三年来增速最低，在创新产品多样化的趋势下，竹藤迎来了比较好的发展时期。从产量情况来看，近五年来家具行业增速缓慢，更是出现了负增长，反映家具行业在化解产能过剩的过程中，并非单纯提出规模的扩张。从这一结论，从各区域的产量中表现可以得到证明，东部地区的产量占比最大，产业最为发达，产品附加值最高，但增速为负数，前几年新兴产业园的快速建设和政策吸引下，中西部地区实现快速发展，特别是西部地区，2018年产量同比增长达到13.9%。中企顾问网发布的《2024-2030年中国家具及家居用品行业分析与市场年度调研报告》共十三章。首先介绍了中国家具及家居用品行业市场发展环境、家具及家居用品整体运行态势等，接着分析了中国家具及家居用品行业市场运行的现状，然后介绍了家具及家居用品市场竞争格局。随后，报告对家具及家居用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家具及家居用品行业发展趋势与投资预测。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中国家具及家居用品行业，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：第一章中国家具及家居用品行业发展概述 第一节家具行业发展情况 第二节家居用品行业发展情况 一、床上用品行业发展现状 二、厨卫用具行业发展现状 三、家用纺织制成品发展现状 四、家居饰品行业发展现状 第三节家具及家居用品行业发展特征 一、行业技术水平及特点 二、行业经营及生产制造模式 三、行业发展特征情况分析 第二章欧美家具及家居市场发展分析 第一节欧美国家具市场发展分析 一、欧美家具市场规模分析 二、欧美家具市场发展趋势分析 第二节欧美家居消费市场情况分析 一、欧盟家居市场发展分析 二、美国家居市场发展分析 第三节欧美家具及家居产品销售模式分析 一、产品营销模式 二、分销商形态 第四节欧美家具及家居重点生产企业分析 一、法国格郎世家 二、丹麦古诺凡希家具公司 三、维特拉 四、阿旺特 五、丹麦FH公司 六、意大利B&B公司 七、瑞典宜

家 (IKEA) 公司 八、美国诺尔 (Knoll) 公司 九、米勒 (Miller) 公司 第五节年欧美家具及家居发展趋势分析 一、欧洲家具流行趋势分析 二、欧洲家具设计五大发展趋势 三、欧美家具企业发展趋势 四、欧美家具工业的发展趋势 第三章应用领域及行业供需分析 第一节家具需求情况分析 一、家具及家居用品行业需求市场 二、家具及家居用品行业需求的地区差异 第二节家具供给情况分析 一、家具产量情况 二、木质家具产量情况 三、金属家具产量情况 四、软体家具产量情况 第三节供求平衡分析及未来发展趋势 一、2022年家具及家居用品行业的需求预测 二、2022年家具及家居用品行业的供应预测 三、供求平衡分析 四、供求平衡预测 第四节市场价格走势分析 第四章家具及家居用品产业链的分析 第一节家具及家居用品行业产业链概述 一、家具行业产业链概述 二、家居饰品行业产业链概述 第二节家具及家居用品行业上游原材料分析 一、家具行业上游原材料分析 (一) 木材产量市场分析 (二) 家具皮革需求分析 (三) 家具涂料市场分析 (四) 家具五金配件分析 二、家居饰品行业上游原材料分析 (一) 主要原材料供应情况分析 (二) 主要原材料价格情况分析 第三节家具及家居用品行业下游市场分析 一、家具及家居用品主要销售渠道分析 (一) 家居卖场 (二) 专卖店 (三) 百货商场 (四) 网络销售 二、家具及家居用品下游行业发展分析 (一) 房地产产业政策分析 (二) 房地产开发景气指数 (三) 房地产市场供给结构 (四) 房地产开发投资情况 (五) 房地产商品房建筑面积 (六) 房地产商品房销售情况 第四节上下游行业影响及趋势分析 一、居民可支配收入 二、住宅精装修 三、巨大的婚育人口 四、保障性住房对家具需求 五、家庭装修对家具的需求 第五章区域市场情况深度研究 第一节长三角区域市场情况分析 一、长三角家具产业区现状 二、长三角区域市场格局变化 三、长三角区域市场未来主流 四、长三角区域市场潜力领域 五、长三角区域市场楼市影响 第二节珠三角区域市场情况分析 一、珠三角家具市场现状 二、珠三角家具加速向西部八省转移 三、广东省家具行业发展现状 第三节环渤海区域市场情况分析 一、环渤海家具产业区简介 二、环渤海家具市场供给情况 三、环渤海家居市场发展潜力分析 四、环渤海家具市场发展趋势 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 一、华北地区市场分析 二、华中地区市场分析 三、华南地区市场分析 四、华东地区市场分析 五、东北地区市场分析 六、西南大区市场分析 七、西北地区市场分析 第五节中国家具产业集群的升级路径 第六章家具及家居行业消费者调研分析 第一节家具行业消费者市场调研分析 一、家具市场消费者特征调查分析 (一) 消费者年龄分布情况 (二) 消费者收入情况分析 (三) 消费者职业分布情况 二、家具市场消费情况调查分析 (一) 家具购买动机调查分析 (二) 家具更换频率调查分析 (三) 获取家具信息的主要渠道 (四) 选择购买渠道考虑的因素 (五) 家具购买预算投入分析 (六) 家具购买关注因素分析 (七) 家具购买风格偏好分析 (八) 家具购买材质喜好分析 (九) 家具购买原创品牌分析 (十) 购买家具决定权分析 三、家具市场消

费者购买心理分析 (一) 卧室家具购买心理分析 (二) 客厅家具购买心理分析 (三) 书房家具购买心理分析 (四) 儿童家具购买心理分析 (五) 厨房家具购买心理分析 (六) 餐厅家具购买心理分析 (七) 酒店家具购买心理分析 (八) 办公家具购买心理分析 第二节家居行业消费者市场调研分析 一、家居市场消费者需求分析 (一) 家居市场消费价格分析 (二) 家居市场消费半径分析 (三) 家居品牌的关注度分析 (四) 家居市场销售环境分析 (五) 家居市场售后服务分析 (六) 家居市场配送能力分析 二、家居建材消费者品牌关注度 (一) 家装产品关注度排行分析 (二) 柜类家具品牌关注度 (三) 卫浴洁具品牌关注度 (四) 地板品牌关注度分析 (五) 墙地瓷砖品牌关注度 (六) 油漆涂料品牌关注度 第七章家具及家居用品市场竞争格局分析 第一节行业竞争现状分析 第二节行业竞争结构分析 一、现有企业间竞争 二、潜在进入者分析 三、替代品威胁分析 四、供应商议价能力 五、客户议价能力 第三节家具行业竞争格局分析 一、产品竞争格局分析 (一) 京派家具产品竞争态势 (二) 粤派家具产品竞争态势 (三) 川派家具产品竞争态势 二、渠道竞争格局分析 (一) 京派家具渠道竞争态势 (二) 粤派家具渠道竞争态势 (三) 川派家具渠道竞争态势 三、品牌竞争格局分析 (一) 京派家具品牌竞争态势 (二) 粤派家具品牌竞争态势 (三) 川派家具品牌竞争态势 四、价格竞争格局分析 第四节家居行业竞争格局分析 第五节行业集中度分析 一、市场集中度分析 二、企业集中度分析 三、区域集中度分析 第六节行业竞争力比较 一、生产要素 二、需求条件 三、资源与相关产业 四、企业战略、结构与竞争状态 第七节提升行业竞争力的策略 一、加快家具企业产业结构调整,推动产业集群升级 二、加强原创设计和提高工艺技术 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 第八章家具及家居行业产业结构分析 第一节家具行业主要品牌及结构分析 一、家具行业主要品牌情况 二、家具行业产品结构情况 三、家具行业企业结构情况 四、家具行业供给结构情况 五、家具市场需求结构情况 第二节家居重点企业竞争力及产品结构分析 一、产品结构及定位分析 二、信息化水平对比分析 三、主要供应商对比分析 四、下游消费者对比分析 五、市场营销网络对比分析 六、市场销售能力对比分析 七、售后服务能力对比分析 八、经营发展策略对比分析 第九章家具及家居用品领先企业竞争力分析 第一节孚日股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分布 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第二节索菲亚家居股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分布 五、企业发展战略分析 六、企业发展动态分析 第三节顾家家居股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主营产品分析 三、企业产品产销分析 四、企业经营情况分析 五、企业销售网络分布 六、企业竞争优势分析 七、企业发展战略分析 第四节喜临门家具股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分

布 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第五节曲美家具股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主营产品分析 三、企业经营情况分析 四、企业销售网络分布 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第六节江苏恒康家居科技股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主营产品分析 三、企业产品产销分析 四、企业经营情况分析 五、企业销售网络分布 六、企业竞争优势分析 七、企业发展战略分析 第七节广州好莱客创意家居股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主营产品分析 三、企业经营情况分析 四、企业销售网络分布 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第八节浙江永艺家具股份有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分布 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第九节家居零售有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业销售网络分布 五、企业竞争优势分析 六、企业发展战略分析 第十节马仕达控股有限公司 一、企业发展基本情况 二、企业主要产品分析 三、企业经营状况分析 四、企业竞争优势分析 五、企业发展战略分析 第十章年中国家具制造行业整体运行指标分析 第一节年中国家具制造业行业规模分析 一、企业数量增长分析 二、资产规模增长分析 三、销售规模增长分析 四、利润规模增长分析 第二节年中国家具制造业行业结构分析 一、企业数量结构分析 二、资产规模结构分析 三、销售规模结构分析 四、利润规模结构分析 第三节年中国家具制造业行业成本费用分析 一、销售成本统计 二、主要费用统计 第四节年中国家具制造业行业运营效益分析 一、偿债能力分析 二、盈利能力分析 三、运营能力分析 第十一章影响企业生产与经营的关键趋势 第一节市场整合成长趋势 一、卖场业态分析 二、同质化竞争分析 三、市场质变分析 四、规模化或精品化 五、配套服务的人道化 第二节企业区域市场拓展的趋势 一、保障性住房需求对家居行业影响分析 二、未来竞争点对家居经销商的影响分析 第三节科研开发趋势及替代技术进展 一、智能家居市场的新技术与新趋势 (一) 智能家居发展趋势影响因素 (二) 智能家居行业技术趋势分析 (三) 智能家居行业布局趋势分析 (四) 智能家居产业热点趋势分析 二、未来家居室内设计新趋势 三、建材的技术标准与发展趋势 第四节影响企业销售与服务方式的关键趋势 一、家具相关行业发展新趋势 (一) 家具行业发展趋势 (二) 家具行业消费趋势 (三) 软体家具行业发展趋势 (四) 床垫行业发展趋势 二、联合营销成趋势 三、家居企业电子商务瓶颈 四、中国家具业发展规划分析 第十二章 2024-2030年家具及家居用品行业投资方向预测分析 第一节产业发展的有利因素与不利因素分析 一、中国家居产业发展的有利因素 二、中国家具行业发展的不利因素 第二节产业发展的空白点分析 一、老年人家居市场的空白 二、高端红木家具保养市场空白 三、家具租赁市场空白 四、家具行业发展潜力分析 第三节投资回报率比较高的投资方向 一、红木家具投资回报率惊人 二、国内家具建材投资方向分析 第四节行业投资机会分析 一、家具行业投资前

景分析 二、家居行业投资机会分析 第十三章年家具及家居用品行业投资风险及策略分析
第一节行业投资风险分析 一、宏观经济风险分析 二、行业政策风险分析 三、市场竞争风险分析 四、渠道建设风险分析 第二节行业进入壁垒和驱动因素 一、进入壁垒 二、驱动因素
第三节行业投资逻辑分析 第四节行业投资策略及建议分析 一、家具行业投资策略及建议 二、家具及家居用品行业投资策略及建议 (一)把握国家投资的契机 (二)竞争性战略联盟的实施 三、市场的重点客户战略实施 (一)实施重点客户战略的必要性 (二)企业重点客户的鉴别与确定 (三)企业重点客户的开发与培育 (四)实施重点客户战略要需解决的问题

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/438637.html>