

2017-2022年中国家具行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国家具行业市场研究及发展前景预测报告》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/306097.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

我国家具互联网化行业最先出现的网站诸如齐家网、土巴兔以及天猫家装，本质都是基于信息交互对接以及佣金分成盈利模式的互联网平台。平台型企业的产业链地位决定无法深度参与供应链整合，最终无法实现上游品牌采购规模化以及设计施工环节集约化。

2015年初，智能改变未来——智能家电的现状与发展趋势报告小米等互联网公司开始进入家装行业，家居行业迎来了新变化，垂直型互联网家装这一商业模式开始兴起。相对于传统的平台型家装公司，我们认为垂直型互联网家装品牌更加具有商业模式方面的优势，一方面可以作为家居建材的零售商，另一方面也可以作为家装公司整包服务商协调设计施工环节，整合前端设计施工和后端家具软装，在未来很有可能演变成大型渠道商。

互联网家装相比传统模式有以下一些优势：

互联网模式最鲜明的特征就是去中间化。以易居的“抢工长”为例，通过搭建大平台模式，让业主和工长直接沟通。对业主而言，该平台去中间化模式砍掉了装修当中各种中间环节的费用，实现了客户直接与工长对话，并可以通过APP全程监督施工与选材，实现了全过程的信息透明化。

我国家具消费模式对比

我国主要互联网家具渠道模式

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 家具行业概述

1.1 家具行业定义与特性

1.1.1 家具行业定义

1.1.2 家具的特性

1.2 家具的分类

1.2.1 按材质和工艺分类

1.2.2 按用途品种分类

1.2.3 其它类型家具的分类

第二章 2014-2016年国际家具市场分析

2.1 国际家具市场总体状况

2.1.1 全球家具市场特点

2.1.2 全球家具行业规模

2.1.3 全球家具贸易规模

2.1.4 区域发展格局分析

2.1.5 豪华家具消费状况

2.1.6 家具环保准入法规

2.1.7 全球市场需求规模

2.2 意大利

2.2.1 家具产品优势分析

2.2.2 家具产业成功经验

2.2.3 家具行业出口规模

2.2.4 意式家具在华发展

2.2.5 意大利家具展动态

2.3 德国

2.3.1 德国家具行业概况

2.3.2 德国家具消费水平

2.3.3 德国家具对外贸易

2.3.4 德国家具行业格局

2.3.5 德国家具领先优势

2.4 美国

2.4.1 家具行业发展态势

2.4.2 美国家具行业规模

2.4.3 家具销售渠道分析

2.4.4 家具生产区域布局

2.4.5 绿色家具受消费者青睐

2.4.6 美国家具行业面临的问题

2.5 英国

2.5.1 英国家具行业简析

2.5.2 家具产业经济贡献

2.5.3 家具产业企业结构

2.5.4 家具市场零售模式

2.6 法国

- 2.6.1 法国家具市场特点
- 2.6.2 家具市场规模分析
- 2.6.3 家具市场竞争格局
- 2.7 日本
 - 2.7.1 日本家具市场特性
 - 2.7.2 日本家具产品及售价
 - 2.7.3 日本市场规模分析
 - 2.7.4 日本家具销售渠道
 - 2.7.5 纸板家具成消费热点
- 2.8 丹麦
 - 2.8.1 丹麦家具市场综述
 - 2.8.2 丹麦家具市场渠道
 - 2.8.3 开拓丹麦市场策略
- 2.9 东南亚
 - 2.9.1 越南
 - 2.9.2 缅甸
 - 2.9.3 印尼
 - 2.9.4 新加坡
 - 2.9.5 马来西亚
- 2.10 拉丁美洲及加勒比海地区
 - 2.10.1 家具消费规模
 - 2.10.2 对外贸易结构
 - 2.10.3 家具重点市场
- 2.11 其它国家或地区
 - 2.11.1 欧盟
 - 2.11.2 印度
 - 2.11.3 俄罗斯
 - 2.11.4 加拿大

第三章 2014-2016年中国家具行业分析

- 3.1 中国家具行业发展状况
 - 3.1.1 行业发展形势
 - 3.1.2 行业五大产业区
 - 3.1.3 行业集中度状况
 - 3.1.4 行业热点动态

3.1.5 转型升级特点

3.2 2014-2016年中国家具制造业运营现状

3.2.1 行业竞争形势

3.2.2 行业发展现状

3.2.3 行业销售规模

3.2.4 经济效益状况

3.2.5 企业发展态势

3.3 2014-2016年中国家具行业利润分析

3.3.1 行业利润总体概况

3.3.2 利润景气指数分析

3.3.3 行业整体利润分析

3.3.4 子行业利润分析

3.3.5 地区利润分析

3.4 2013-2015年全国家具产量分析

3.4.1 2013-2015年全国家具产量趋势

3.4.2 2013年全国家具产量情况

3.4.3 2014年全国家具产量情况

3.4.4 2015年全国家具产量情况

3.4.5 2015年家具产量分布情况

2015年1-12月全国家具制造业（分地区）产品产量统计

单位：件

地区

1-12月

家具(件)

木质家具(件)

金属家具(件)

全国

769613218.72

253153274.11

375914806.00

北京

7004890.00

5654562.00

667283.00

天津

11891758.00

3328010.00

5139207.00

河北

13296754.00

2933549.00

9476171.00

山西

122797.00

119297.00

3500.00

内蒙古

836997.00

834899.00

-

辽宁

22747721.00

12233351.00

1003989.00

吉林

3171226.00

2327366.00

43269.00

黑龙江

2281995.00

1752450.00

284239.00

上海

22865764.00

3821122.00

15858870.00

江苏

16253666.00

9053692.00

3392666.00

浙江

210620795.00

33888364.00

134042359.00

安徽

11395640.50

6680524.50

188113.00

福建

134654897.00

34201381.00

90384768.00

江西

14221883.00

12090971.00

130798.00

山东

39479629.00

34786482.00

1354331.00

河南

54710526.00

10345735.00

42824050.00

湖北

6623667.00

2724341.00

498728.00

湖南

7478167.00

3787379.00

-

广东

156761702.22

51285443.61

66327380.00

广西

4716177.00

1586224.00

1290396.00

海南

15773.00

14299.00

-

重庆

5811750.00

3881729.00

368014.00

四川

19582383.00

13916929.00

2250960.00

贵州

1323010.00

675840.00

51880.00

云南

164120.00

125325.00

388.00

西藏

-

-

-

陕西

859897.00

646521.00

96728.00

甘肃

62562.00

62562.00

-

青海

22607.00

22607.00

-

宁夏

222143.00

196716.00

-

新疆

412322.00

175603.00

236719.00

3.5 中国房地产业对家具业的影响剖析

3.5.1 房地产与家具行业的关系

3.5.2 房地产调控下家具业发展形势

3.5.3 应对楼市调控的措施建议

3.5.4 家具企业可向广大农村市场推进

3.6 中国家具行业政策动态

3.6.1 《玻璃家具通用技术条件》

3.6.2 《竹制家具通用技术条件》

3.6.3 《家具用材料分类》

3.6.4 环保新规对家具行业的影响

3.7 中国家具行业面临的问题与挑战

3.7.1 行业发展制约因素

3.7.2 行业发展面临的困扰

3.7.3 行业设计人才紧缺

3.7.4 国际市场开拓难点

3.7.5 行业经销商问题分析

3.8 中国家具行业发展的策略

3.8.1 中国家具行业发展方向

3.8.2 行业可持续发展策略

3.8.3 中外市场融合对接举措

3.8.4 重视专业化服务发展

3.8.5 行业OEM企业发展方向

第四章 2012-2016年中国家具制造行业财务状况

4.1 中国家具制造行业经济规模

4.1.1 2012-2016年家具制造业销售规模

4.1.2 2012-2016年家具制造业利润规模

4.1.3 2012-2016年家具制造业资产规模

4.2 中国家具制造行业盈利能力指标分析

4.2.1 2012-2016年家具制造业销售毛利率

4.2.2 2012-2016年家具制造业成本费用利润率

4.2.3 2012-2016年家具制造业销售利润率

4.3 中国家具制造行业营运能力指标分析

4.3.1 2012-2016年家具制造业应收账款周转率

4.3.2 2012-2016年家具制造业流动资产周转率

4.3.3 2012-2016年家具制造业总资产周转率

4.4 中国家具制造行业偿债能力指标分析

4.4.1 2012-2016年家具制造业资产负债率

4.4.2 2012-2016年家具制造业利息保障倍数

4.5 中国家具制造行业财务状况综合评价

4.5.1 家具制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响家具制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2014-2016年中国家具市场分析

5.1 中国家具市场运行综况

5.1.1 市场发展特征综述

5.1.2 家具市场需求特征

5.1.3 家具市场变化分析

5.1.4 家具市场销售管道

5.1.5 家具市场需求潜力

5.1.6 家具设计市场焦点

5.2 中国三四级家具市场开拓相关分析

5.2.1 市场需求状况

5.2.2 企业竞争态势

5.2.3 市场开发潜力

5.2.4 市场发展空间

5.2.5 市场开拓战略

5.2.6 市场营销策略

5.3 2014-2016年中国家具电商市场发展分析

5.3.1 市场发展现状

5.3.2 市场竞争格局分析

5.3.3 行业机遇与挑战

5.3.4 家具电商发展方向

5.3.5 家具电商市场思考

5.4 家具市场发展的的问题与对策

5.4.1 市场存在主要问题

5.4.2 消费者权益受侵问题

5.4.3 市场发展模式建议

第六章 2014-2016年中国家具市场消费分析

6.1 中国家具市场消费状况

6.1.1 消费市场发展阶段

6.1.2 家具市场消费现状

6.1.3 家具市场消费动力

6.1.4 国内家具消费新潮流

6.1.5 儿童家具消费的关注点

6.2 中国家具的消费者行为分析

6.2.1 家具的基本消费群体

6.2.2 市场消费者行为调查

6.2.3 青年消费者行为特征

6.2.4 儿童家具市场消费特点

6.2.5 80后消费者营销策略

6.2.6 智能家具消费分析

6.3 中国家具市场消费趋势分析

6.3.1 市场消费发展趋向

6.3.2 市场消费主流产品

6.3.3 市场消费行为趋势

6.3.4 市场消费选择探析

第七章 2014-2016年木质家具发展分析

7.1 中国木质家具行业发展状况

- 7.1.1 木质家具行业综述
- 7.1.2 木质家具主要流派
- 7.1.3 木质家具运营规模
- 7.1.4 木质家具市场价格
- 7.1.5 市场需求空间分析
- 7.1.6 市场竞争状况分析
- 7.1.7 行业污染排放标准
- 7.2 2014-2016年中国木质家具产品进出口分析
 - 7.2.1 进出口规模
 - 7.2.2 国际发展动态
 - 7.2.3 出口环境严峻
- 7.3 2013-2015年全国木质家具产量分析
 - 7.3.1 2013-2015年全国木质家具产量趋势
 - 7.3.2 2013年全国木质家具产量情况
 - 7.3.3 2014年全国木质家具产量情况
 - 7.3.4 2015年全国木质家具产量情况
 - 7.3.5 2015年木质家具产量分布情况

2015年1-10月全国木质家具产量分省市统计表

地区	10月(件)	1-10月止累计(件)	10月同比增长(%)	1-10月累计同比增长(%)
全国	21,805,058.00	204,827,155.61	-2.32	-1.86
北京	548,963.00	4,284,496.00	5.34	3.71
天津	273,153.00			

2,866,984.00

-14.85

-10.01

河北

256,079.00

2,326,649.00

1.81

-2.39

山西

13,094.00

95,061.00

-22.66

-22.66

内蒙古

73,208.00

693,301.00

5.52

-28.77

辽宁

954,531.00

10,312,557.00

-10.87

-14.84

吉林

183,369.00

2,022,651.00

-1.37

-15.82

黑龙江

164,200.00

1,421,832.00

-11.67

-15.83

上海

196,272.00

3,289,105.00

-56.04

-16.8

江苏

780,214.00

7,327,736.00

8.72

3.74

浙江

2,864,624.00

27,181,451.00

-4.37

1.43

安徽

648,914.00

5,328,255.50

29.75

1.88

福建

3,202,779.00

27,424,315.00

9.56

3.53

江西

1,202,852.00

9,489,460.00

4.37

-7.55

山东

2,824,956.00

29,080,497.00

-2.15

2.57

河南

1,009,703.00

7,980,359.00

1.1

3.31

湖北

211,663.00

2,207,632.00

-14.87

6.06

湖南

383,012.00

2,948,699.00

13.16

11.37

广东

4,230,441.00

41,543,260.11

-10.03

-6.5

广西

125,036.00

1,259,293.00

-32.81

-2.79

海南

682

12,767.00

-83.83

-74.77

重庆

391,642.00

3,029,829.00

8.39

5.34

四川

1,089,524.00

11,199,115.00

2.72

1.56

贵州

57,434.00

550,288.00

16.33

32.93

云南

10,887.00

102,370.00

16.81

12.14

西藏

-

-

-

-

陕西

66,699.00

497,970.00

11.39

10.28

甘肃

5,195.00

49,343.00

-63.44

-35.49

青海

1,930.00

18,917.00

-79.53

-77.99

宁夏

22,095.00

155,876.00

-1.48

0.12

新疆

11,907.00

127,087.00

-5.96

-19.6

7.4 古典家具

7.4.1 市场总体状况分析

7.4.2 古典家具市场变化

7.4.3 古典家具市场需求

7.4.4 古典家具拍卖市场

7.4.5 主要木材市场行情

7.4.6 设计风格发展走向

7.4.7 行业市场亟待规范

7.5 板式家具

7.5.1 行业运营形势

7.5.2 价格影响要素

7.5.3 运营模式创新

7.5.4 板式家具基地

7.5.5 行业发展挑战

7.5.6 企业发展对策

7.5.7 未来设计方向

7.5.8 未来发展趋势

7.6 实木家具

7.6.1 行业发展历程

7.6.2 市场发展亮点

7.6.3 实木家具受青睐

7.6.4 定制家具发展迅猛

7.6.5 木质家具定制平台

7.6.6 实木家具品牌分析

7.6.7 行业的不足及对策

7.6.8 未来产品设计方向

7.7 红木家具

7.7.1 行业运行现状

7.7.2 行业竞争分析

7.7.3 产品受众分析

7.7.4 刺猬紫檀市场

7.7.5 行业发展问题

7.7.6 产品发展趋势

第八章 2014-2016年其他材质家具发展分析

8.1 金属家具

8.1.1 金属家具综述

8.1.2 行业运行状况

8.1.3 区域市场分析

8.1.4 产品产量分析

8.1.5 行业发展措施

8.2 塑料家具

8.2.1 塑料家具综况

8.2.2 产品畅销原因

8.2.3 行业运行状况

8.2.4 行业出口分析

8.2.5 国家标准发布

8.2.6 农村市场发展

8.2.7 行业发展方向

8.3 竹藤家具

8.3.1 市场需求上升

8.3.2 竹家具的分类

8.3.3 产品特点及个性化发展

8.3.4 行业经济运行状况

8.3.5 市场发展潜力分析

8.3.6 市场发展趋势剖析

第九章 2014-2016年办公家具发展分析

9.1 办公家具介绍

9.1.1 办公室家具类型

9.1.2 办公室家具功能

9.1.3 屏风式办公家具

9.1.4 智能化办公家具

9.2 2014-2016年中国办公家具行业发展分析

9.2.1 行业特征

9.2.2 发展阶段

9.2.3 生产格局

9.2.4 电商模式

9.2.5 创新理念

9.2.6 政策动态

9.2.7 企业动态

9.3 2014-2016年中国办公家具行业品牌与竞争分析

9.3.1 品牌现状

9.3.2 品牌格局

9.3.3 品牌排名

9.3.4 品牌意识

9.3.5 品牌困境

9.3.6 竞争加剧

9.4 2014-2016年中国办公家具对外贸易分析

9.4.1 进出口状况

9.4.2 出口竞争优势

9.4.3 出口面临挑战

9.4.4 提升出口措施

9.5 办公家具行业存在的问题及对策

9.5.1 面临问题分析

9.5.2 发展对策分析

9.5.3 扩大市场建议

9.5.4 行业转型建议

9.6 办公家具行业的发展趋势分析

9.6.1 市场发展方向

9.6.2 产品设计导向

9.6.3 材料发展趋势

9.6.4 行业发展方向

9.6.5 二三级市场潜力

第十章 2014-2016年厨房家具发展分析

10.1 厨房家具基本介绍

- 10.1.1 厨房设备组成
- 10.1.2 厨房家具结构
- 10.1.3 厨房家具功能
- 10.1.4 厨房家具材质
- 10.2 2014-2016年厨房家具行业运行分析
 - 10.2.1 市场环境
 - 10.2.2 营销策略
 - 10.2.3 设计创新
 - 10.2.4 二三线城市
- 10.3 2014-2016年厨房家具行业热点分析
 - 10.3.1 整体橱柜
 - 10.3.2 嵌入式厨电
 - 10.3.3 智能化厨房
- 10.4 2014-2016年橱柜行业发展分析
 - 10.4.1 行业发展变革
 - 10.4.2 行业发展阶段
 - 10.4.3 市场发展格局
 - 10.4.4 市场规模上升
 - 10.4.5 行业规模化发展
 - 10.4.6 行业发展趋势
 - 10.4.7 环保要求上升
- 10.5 厨房家具的发展趋势分析
 - 10.5.1 标准化服务
 - 10.5.2 终端品牌化
 - 10.5.3 多风格专卖店
 - 10.5.4 分工两极分化

第十一章 2014-2016年儿童家具发展分析

- 11.1 儿童家具基本介绍
 - 11.1.1 儿童家具特性
 - 11.1.2 儿童家具分类
 - 11.1.3 产品材质分类
 - 11.1.4 设计要点分析
 - 11.1.5 儿童整体套房
- 11.2 2014-2016年儿童家具行业发展分析

- 11.2.1 产品发展变化
- 11.2.2 行业发展综况
- 11.2.3 市场发展加快
- 11.2.4 产品质量情况
- 11.2.5 品牌建设分析
- 11.3 儿童家具市场相关政策标准分析
 - 11.3.1 国家行业标准
 - 11.3.2 电商质审标准
 - 11.3.3 “二孩”政策红利
- 11.4 儿童家具市场存在的问题
 - 11.4.1 总体发展问题
 - 11.4.2 质量有待加强
 - 11.4.3 服务体系不足
 - 11.4.4 品牌理念较弱
 - 11.4.5 研发投入不足
- 11.5 儿童家具市场前景与趋势
 - 11.5.1 行业发展展望
 - 11.5.2 产品定位走向
 - 11.5.3 设计生产关键
 - 11.5.4 产品设计趋势

第十二章 2014-2016年其它类型家具发展分析

- 12.1 其他家具制造业
 - 12.1.1 其他家具范围及定义
 - 12.1.2 其他家具制造业经济规模
 - 12.1.3 其他家具制造业盈利能力
 - 12.1.4 其他家具制造业营运能力
 - 12.1.5 其他家具制造业偿债能力
 - 12.1.6 其他家具制造业财务状况评价
- 12.2 软体家具
 - 12.2.1 行业发展概况
 - 12.2.2 行业产量分析
 - 12.2.3 行业经营模式
 - 12.2.4 产业基地落户
 - 12.2.5 企业竞争格局

- 12.2.6 行业进入壁垒
- 12.2.7 国家标准实施
- 12.2.8 市场发展趋势
- 12.3 户外家具
 - 12.3.1 户外家具综述
 - 12.3.2 户外家具设计透析
 - 12.3.3 市场营销布局
 - 12.3.4 市场发展热点
 - 12.3.5 企业发展路径
 - 12.3.6 市场突围策略
 - 12.3.7 市场发展机遇
- 12.4 浴室家具
 - 12.4.1 产业发展综况
 - 12.4.2 行业发展特点
 - 12.4.3 核心竞争力分析
 - 12.4.4 市场开发热点
 - 12.4.5 行业发展特色
 - 12.4.6 行业发展问题

第十三章 2014-2016年广东省家具行业发展分析

- 13.1 2014-2016年广东省家具业发展总体状况
 - 13.1.1 产业发展综述
 - 13.1.2 2014年行业经济运行
 - 13.1.3 2015年行业运行状况
 - 13.1.4 2015年政府采购品牌
 - 13.1.5 2016年行业出口特点
 - 13.1.6 出口问题及对策分析
 - 13.1.7 行业发展规划分析
- 13.2 2014-2016年广州市家具业运行分析
 - 13.2.1 家具卖场各具特色
 - 13.2.2 完善家具行业标准
 - 13.2.3 花都成家具聚集地
 - 13.2.4 酒店家具市场潜力
 - 13.2.5 展会推新速度放缓
- 13.3 2014-2016年深圳市家具业运行分析

- 13.3.1 产业发展历程
- 13.3.2 产业发展综况
- 13.3.3 行业标准制定
- 13.3.4 标准联盟成立
- 13.3.5 行业发展瓶颈
- 13.3.6 行业前景展望
- 13.4 2014-2016年中山市家具行业分析
 - 13.4.1 行业发展综述
 - 13.4.2 红木家具发展
 - 13.4.3 市场竞争态势
 - 13.4.4 产业联盟试点
 - 13.4.5 产业发展问题
 - 13.4.6 转型升级策略
- 13.5 2014-2016年东莞市家具行业分析
 - 13.5.1 行业发展规模
 - 13.5.2 基地发展现状
 - 13.5.3 产业园建设情况
 - 13.5.4 行业智能化发展
 - 13.5.5 行业产业链完善
 - 13.5.6 产业引领国际潮流
- 13.6 2014-2016年其他区域家具行业分析
 - 13.6.1 惠州市
 - 13.6.2 佛山市
 - 13.6.3 湛江市
 - 13.6.4 江门市

第十四章 2014-2016年家具行业其他区域发展分析

- 14.1 山东省
 - 14.1.1 产业主要成就
 - 14.1.2 主要存在问题
 - 14.1.3 十三五主要目标
 - 14.1.4 十三五发展重点
 - 14.1.5 发展保障措施
- 14.2 浙江省
 - 14.2.1 市场消费特征

- 14.2.2 行业运行状况
- 14.2.3 行业销售渠道
- 14.2.4 行业发展动态
- 14.2.5 医院家具采购
- 14.2.6 宁海建设情况
- 14.2.7 行业发展建议
- 14.3 四川省
 - 14.3.1 四川产业运行分析
 - 14.3.2 成都行业发展分析
 - 14.3.3 办公家具市场前景
 - 14.3.4 四川家具行业前景
- 14.4 江苏省
 - 14.4.1 基地建设情况
 - 14.4.2 家具出口状况
 - 14.4.3 家具制造标准
 - 14.4.4 产业集群发展问题
 - 14.4.5 企业集群模式策略
- 14.5 湖南省
 - 14.5.1 产业发展综述
 - 14.5.2 家具行业公约
 - 14.5.3 产业基地发展
 - 14.5.4 竹木家具发展
 - 14.5.5 产业发展措施
 - 14.5.6 市场发展潜力
- 14.6 福建省
 - 14.6.1 2014年出口市场
 - 14.6.2 2015年出口状况
 - 14.6.3 2016年市场变化
 - 14.6.4 手工家具发展状况
- 14.7 北京市
 - 14.7.1 家具行业发展加速
 - 14.7.2 政府采购状况分析
 - 14.7.3 产业转移状况分析
 - 14.7.4 家具行业地方标准
 - 14.7.5 经营服务标准发布

14.7.6 市场下滑应对策略

14.8 上海市

14.8.1 家具行业出口分析

14.8.2 家具制造业规模

14.8.3 市场发展困境及对策

14.8.4 地方经营标准实施

14.8.5 行业发展趋势分析

14.9 其他

14.9.1 云南省

14.9.2 安徽省

14.9.3 河南省

14.9.4 河北省

14.9.5 辽宁省

第十五章 2014-2016年中国家具进出口分析

15.1 中国家具行业出口相关概述

15.1.1 行业出口企业构成

15.1.2 出口市场竞争对手

15.1.3 出口贸易影响因素

15.2 中国家具出口面临的主要国际环境

15.2.1 欧盟推真皮家具新标

15.2.2 欧盟出台新环保令

15.2.3 美国推行严格进口标准

15.2.4 加州发布可燃性标准

15.2.5 出口贸易环境趋严

15.2.6 家具出口贸易壁垒

15.3 2014-2016年中国其他家具及其零件进出口总量数据分析

15.3.1 2014-2016年中国其他家具及其零件进口分析

15.3.2 2014-2016年中国其他家具及其零件出口分析

15.3.3 2014-2016年中国其他家具及其零件贸易现状分析

15.3.4 2014-2016年中国其他家具及其零件贸易顺逆差分析

15.4 2014-2016年主要贸易国其他家具及其零件进出口情况分析

15.4.1 2014-2016年主要贸易国其他家具及其零件进口市场分析

15.4.2 2014-2016年主要贸易国其他家具及其零件出口市场分析

15.5 2014-2016年主要省市其他家具及其零件进出口情况分析

15.5.1 2014-2016年主要省市其他家具及其零件进口市场分析

15.5.2 2014-2016年主要省市其他家具及其零件出口市场分析

15.6 家具行业出口面临的问题与对策

15.6.1 行业出口重点问题

15.6.2 行业出口战略分析

15.6.3 市场出口渠道策略

15.6.4 出口市场问题及对策

15.6.5 应对欧盟环保指令的建议

第十六章 2014-2016年中国家具行业竞争分析

16.1 中国家具行业的竞争状况分析

16.1.1 家具制造业竞争优势

16.1.2 家具业市场竞争形势

16.1.3 主要家具业品牌对比

16.1.4 家具业竞争方向分析

16.1.5 家具业竞争趋势分析

16.2 中国家具行业三大派系竞争格局分析

16.2.1 产品战

16.2.2 渠道战

16.2.3 品牌战

16.3 家具市场区域竞争分析

16.3.1 北京市

16.3.2 天津市

16.3.3 武汉市

16.3.4 成都市

16.3.5 福州市

16.4 提高中国家具行业竞争力的建议与措施

16.4.1 品牌经营抱团

16.4.2 保持成本优势

16.4.3 信息化的利用

16.4.4 从专利战入手

16.4.5 提升产业集群

第十七章 2014-2016年中国家具行业营销分析

17.1 中国家具营销模式发展综述

- 17.1.1 营销模式发展阶段
- 17.1.2 销售模式及渠道分析
- 17.1.3 营销模式变革分析
- 17.2 中国家具营销模式发展分析
 - 17.2.1 专卖营销模式
 - 17.2.2 连锁经营模式
 - 17.2.3 网络营销新模式
 - 17.2.4 定制营销模式
- 17.3 中国家具营销渠道发展状况
 - 17.3.1 卖场渠道
 - 17.3.2 独立店渠道
 - 17.3.3 网络营销渠道
 - 17.3.4 展会渠道
 - 17.3.5 设计师渠道
 - 17.3.6 营销推广渠道
 - 17.3.7 主题活动
- 17.4 家具行业营销存在的问题
 - 17.4.1 流通市场模式缺陷
 - 17.4.2 营销存在的主要问题
 - 17.4.3 市场营销运作的弊端
 - 17.4.4 企业营销存在的盲点
 - 17.4.5 企业终端销售困境
- 17.5 家具行业营销策略分析
 - 17.5.1 行业主要营销策略
 - 17.5.2 企业营销关键点分析
 - 17.5.3 新兴企业营销策略
 - 17.5.4 行业网络营销战略
 - 17.5.5 终端市场营销思路
 - 17.5.6 老年家具营销策略
- 17.6 家具品牌营销思路分析
 - 17.6.1 品牌快速成长策略
 - 17.6.2 品牌有效营销思路
 - 17.6.3 品牌有效营销模式
 - 17.6.4 品牌有效营销关键
 - 17.6.5 新品牌市场培育路径

17.7 中国家具营销未来发展趋势

17.7.1 市场营销趋势

17.7.2 市场营销细分化

17.7.3 家具定制化营销

17.7.4 网络营销渠道兴起

第十八章 2014-2016年家具行业重点企业发展分析

18.1 皇朝家俬控股有限公司

18.1.1 企业发展概况

18.1.2 2013年经营状况分析

18.1.3 2014年经营状况分析

18.1.4 2015年经营状况分析

18.2 宜华生活科技股份有限公司（原宜华木业）

18.2.1 企业发展概况

18.2.2 经营效益分析

18.2.3 业务经营分析

18.2.4 财务状况分析

18.2.5 未来前景展望

18.3 美克国际家具股份有限公司

18.3.1 企业发展概况

18.3.2 经营效益分析

18.3.3 业务经营分析

18.3.4 财务状况分析

18.3.5 未来前景展望

18.4 索菲亚家居股份有限公司

18.4.1 企业发展概况

18.4.2 经营效益分析

18.4.3 业务经营分析

18.4.4 财务状况分析

18.4.5 未来前景展望

18.5 东莞诺华家具有限公司

18.5.1 企业发展概况

18.5.2 2014年经营状况分析

18.5.3 2015年经营状况分析

18.5.4 2016年经营状况分析

18.6 曲美家居集团股份有限公司

18.6.1 企业发展概况

18.6.2 品牌创新探索

18.6.3 经营效益分析

18.6.4 业务经营分析

18.6.5 财务状况分析

18.6.6 未来前景展望

18.7 红苹果家具（香港）有限公司

18.7.1 企业发展概况

18.7.2 品牌发展分析

18.7.3 企业实力比较

18.7.4 企业发展战略

18.8 全友家私有限公司

18.8.1 企业发展概况

18.8.2 企业发展战略

18.8.3 企业发展动向

18.8.4 品牌塑造策略

第十九章 中国家具行业投资潜力及风险分析

19.1 2014-2016年中国家具市场投资概况

19.1.1 2014年投资动态

19.1.2 2015年投资动态

19.1.3 行业投资特征

19.2 中国家具行业投资潜力分析

19.2.1 市场投资空间大

19.2.2 中期投资形势剖析

19.2.3 产业投资前景光明

19.2.4 市场投资机遇分析

19.2.5 细分市场投资潜力

19.3 中国家具行业投资风险分析

19.3.1 投资风险概述

19.3.2 主要投资风险

19.3.3 产业园投资风险

19.4 中国家具企业提高风险控制能力的措施

19.4.1 建设风险管理体系

19.4.2 提升企业决策水平

19.4.3 建立风险制度文化

19.4.4 建立风险预警机制

19.4.5 营造良好控制环境

第二十二章 2017-2022年中国家具行业发展前景趋势分析

22.1 中国家具行业“十三五”发展规划探析

22.1.1 行业面临形势

22.1.2 行业发展任务

22.1.3 行业保障措施

22.1.4 智能家具规划方向

22.2 中国家具产业总体趋势解析

22.2.1 产业变革方向

22.2.2 市场结构趋势

22.2.3 市场营销趋势

22.2.4 企业发展趋势

22.3 中国家具产品发展趋势分析

22.3.1 智能化趋势

22.3.2 个性化趋势

22.3.3 定制化趋势

22.3.4 机电一体化趋势

22.4 2017-2022年中国家具制造行业预测分析

22.4.1 中国家具制造行业发展因素分析

22.4.2 2017-2022年中国家具制造业销售收入预测

22.4.3 2017-2022年中国家具制造业利润总额预测

22.4.4 2017-2022年中国家具总产量预测

22.4.5 2017-2022年中国木质家具产量预测

22.4.6 2017-2022年中国金属家具产量预测

22.4.7 2017-2022年中国软体家具产量预测

附录

附录一：《木家具通用技术条件》

附录二：《中国家具建材行业市场经营行为规范公约》

图表目录：

图表 家具分类

图表 柜类家具分类

图表 桌类家具分类

图表 坐具类家具分类

图表 床类家具分类

图表 箱、架类家具分类

图表 德国各种家具产品销售份额

图表 德国家居市场品牌格局

图表 1988-2013年法国家具产品市场销售额

图表 2011-2016年日本家具类批发销售额

图表 2014年拉丁美洲及加勒比海地区各区域家具消费占比

图表 2014年拉丁美洲及加勒比海地区各区域家具出口量占比

图表 2004至2014年EU28木制家具出口市场发展趋势

图表 2009至2014年EU28成员国木制家具出口趋势（包括欧盟内部贸易）

图表 中国部分主要区域性特色生产基地

图表 2014-2015年家具行业利润景气指数变化态势

图表 2014年家具行业规模以上企业月度利润总额及增速

图表 2015年家具行业规模以上企业月度利润总额及增速

图表 2014年家具子行业规模以上企业累计利润总额占比情况

图表 2014年家具子行业规模以上企业累计利润总额增速情况

图表 2015年家具子行业规模以上企业累计利润总额占比情况

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/306097.html>