

2018-2024年中国定制家具行业市场需求现状分析与投资前景规划预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国定制家具行业市场需求现状分析与投资前景规划预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/310134310134.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

韩国汉森公司成立于 1970 年，2002 年 7 月于韩国证券交易所上市，是世界五大橱柜生产商之一，同时也是韩国最大的家具生产商。汉森以橱柜业务起家，凭借其在设计和制造商的优势，树立了在韩国橱柜领域的品牌知名度。亚洲金融危机后，汉森大胆进行业务转型，实施大家居战略，丰富产品品类，并先后推出高端橱柜品牌 KITCHENBACH、意大利奢侈橱柜品牌 MAISTRI、中低端橱柜品牌 IK，打开企业发展空间，进一步巩固了公司行业中的竞争优势。2008 年起，汉森加强对销售渠道的建设，线上积极布局电商平台，线下加快开店速度，形成了“线上+线下”、“直营+经销+代理”的销售体系。目前，汉森在韩国家具领域市场占有率达到 18%，是韩国综合家具装潢领域名副其实的第一大公司。图：汉森主要发展历程

制造能力优秀，生产成本低于同行

汉森凭借设计+制造能力脱颖而出。企业成立时正值韩国经济快速发展的黄金时期，制造业水平迅速提升，据 wind 数据，1970 年至 1990 年间韩国家具行业产值由 750 亿韩元增长至 52780 亿韩元，增速长期维持在 10%以上，而汉森良好的设计与制造水平是其从众多家具企业脱颖而出的关键。目前汉森拥有韩国家具行业规模最大的产品制造工厂，并通过规模化生产、在越南等劳动力较低的国家设立工厂以及加大自动化设备投入等方式降低生产成本；优秀的制造能力与庞大的制造规模使汉森家具制造成本低于同行。2009 年转型后汉森利用自身在制造领域的优势扩大工厂规模，以满足产品需求的增长，期间公司毛利率水平稳步提升，超越福喜事毛利率，2011 年至今汉森毛利率持续保持在 30%以上水平。

图：韩国 1970 年以来家具和其他制造业总产值及同比增长情况

图：汉森、利百特和福喜事毛利率对比

“多品类+多品牌”模式助力汉森在本土做强做大

多品类、多品牌产品体系建立，各类业务均衡发展。1998 年、2008 年两次金融危机影响下，大量企业破产倒闭，而汉森通过建立多品类和多品牌的产品体系，将业务领域从单一的厨房家具扩展至卧室、客厅、书房、儿童房等多个住宅空间，将消费人群由高收入群体拓展至各类消费水平人群，拓展了目标市场范围。2016 财年，公司厨房家具业务、室内家具业务和建材业务分别占比 44%，34%和 21%，各类业务均衡发展，是韩国综合家具装潢领域名副其实的第一大公司。

多品牌模式实现全面覆盖。在销售增速出现放缓的时候，汉森的策略是进一步细分市场，扩大目标客户群来提振销售业绩，为此，汉森启用了多品牌战略。在橱柜领域，2006-2008 年的三年间，汉森先后推出了三大品牌：1) 定位高端橱柜的 Kitchen Bach；2) 定位中低端橱柜的 Interior Kitchen；3) 定位奢侈橱柜的 MAISTRI。在卫浴领域，汉森同样用 Hi Bath、Euro、Milan 三个品牌布局奢华、高端、中低端三个层级。即使是线上业务，汉森也在 2008 年、2009 年分别推出了专供线上销售的 HOWIZ、SAM 品牌。

图：汉森各项业务收入占比

图：汉森发展全品类、多品牌产品体系

图：汉森在韩国家具领域市场占有率 本土市场广阔，深耕国内渠道拓展市场份额

深耕国内，多元化渠道体系有效占领市场。汉森营收中 95.9%来自于韩国国内，在扎根国内的定位下，汉森将发展重点放在了挖掘国内家居消费能力上，通过建立“线上+线下”的 O2O 体系、线下“直营+经销+代理”的分销渠道，进一步扩大品牌在韩国本土市场覆盖范围与渗透力度，成为企业第二次飞跃发展的重要助力。在行业集中度低的发展环境下，多元化的渠道营销模式对于企业占领市场、加强品牌渗透作用显著，据 Euromonitor 数据，截至 2015 年汉森在韩国家具领域市场占有率达到 18%，高出第二名近 13%。据彭博数据，汉森以服务 C 端和全屋定制为主，2016 年毛利率分别高出国内可比公司的利百特和福喜事 8pct 和 4.5pct。

B2C 橱柜业务分两大分销渠道。橱柜业务渠道主要有定位中高端的经销商专卖店渠道及定位中低端的 IK 渠道。高端品牌“KitchenBach”销售渠道以代理店为主，通过升级传统店面与公司传统渠道形成协同，抢占了高端厨房家具市场 30%左右的市场份额。IK 渠道主要通过收编中小橱柜店铺进行扩张。据公司财报数据，截至 2016 年年底，合作店铺超过 3000 家，橱柜业务销售占比约为 44%。

汉森室内家居部门渠道主要包括旗舰店、加盟店和网络商城。汉森运营着 6 家韩国最大的专业综合装潢卖场——蚕室、论岷、方背、盆唐、釜山、木洞等旗舰店。在旗舰店内，消费者不仅可以看到一个个风格各异的家各个空间，包括厨房、客厅、餐厅、卧室、儿童房、书房、卫浴等，还能通过 VR（虚拟现实）技术看到家的百变效果；另外，在旗舰店二楼，还有多个 73 平米到 132 平米不等的实景样板房，为消费者展示了从新婚、婴儿、幼儿到小学、初高中等各个人生阶段的多样家庭空间解决方案，旗舰店内还有一个拥有 2000 多种居家用品的生活用品馆。据公司财报数据，2014 年，旗舰店销售收入占比为 14%。

截至目前汉森已有 80 余家加盟店，其中有 50 家大店。2008 年开始公司实施电商战略，推出 HOWIZ 品牌，并于 2009 年推出“S AM”线上特供品牌；2015 年实现营收 1220 亿韩元，同比增长 23%；2014 年网上商城营业收入占比为 8%。

图：汉森国内外销售收入占比

图：2014 年汉森各渠道销售收入占比 不断革新，成就龙头。据彭博数据，1999 年转型大家居与 2009 年实施多品牌+渠道拓展战略为汉森挖掘出新的利润增长点，是汉森业绩增长最为迅速的两个时期。1999 年至 2002 年间汉森营业收入由 2690 亿韩元增长至 5276 亿韩元，几乎翻了一倍，净利润也由 81 亿韩元增长至 231 亿韩元；随着公司战略效果的显现，2009 年至 2015 年公司营业收入由 6334 亿韩元增长至 17105 亿韩元，年均复合增长率约为 15%，股价上涨近 30 倍，而同期韩国综合指数收益率仅 70%。事实证明，“制造+分销”模式是适合汉森发展的正确选择。

图：汉森 1999 年-2016 年营业收入及同比增速

图：汉森 1999 年-2016 年净利润及同比增速

图：韩国汉森股票价格变化情况 观研天下发布的《2018-2024 年中国定制家具行业市

《市场需求现状分析与投资前景规划预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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家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】

第一部分 行业基本概述

第一章 定制家具行业概述

第一节 定制家具行业概述

一、定制家具行业的定义

二、定制家具行业的分类

三、定制家具行业的用途

第二节 最近3-5年中国定制家具行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业生命周期

第三节 定制家具产业链分析

一、产业链模型介绍

二、定制家具产业链模型分析

第二章 2016-2017年全球定制家具行业发展分析

第一节 2016-2017年全球定制家具行业发展综述

- 一、2016-2017年全球定制家具行业发展概述
- 二、2016-2017年全球定制家具行业市场规模分析
- 三、2016-2017年全球定制家具行业市场结构分析
- 四、2016-2017年全球定制家具行业重点企业分析

- 1、德国柏丽
- 2、意大利威乃达集团
- 3、德国阿尔诺集团

第二节 2018-2024年全球定制家具行业发展预测

- 一、2018-2024年全球定制家具行业市场规模预测
- 二、2018-2024年全球定制家具行业发展趋势分析

第三章 2016-2017年中国定制家具行业发展环境分析

第一节 2016-2017年中国定制家具行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济分析
 - 1、主要经济体运行情况
 - 2、世界经济发展与政策展望
- 二、中国宏观经济分析
 - 1、当前经济运行形势分析
 - 2、当前经济运行中的主要问题
 - 3、未来宏观调控政策取向分析

第二节 2016-2017年中国定制家具行业发展政策环境分析

- 一、行业政策影响分析
- 二、行业发展规划分析
- 三、相关行业标准分析

第三节 2016-2017年中国定制家具行业发展社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2016-2017年中国定制家具行业技术环境分析

- 一、行业技术发展水平
- 二、行业技术发展动态
- 三、行业技术发展趋势

第二部分 行业深度分析

第四章 2016-2017年中国定制家具行业发展概况

第一节 2016-2017年中国定制家具行业发展概况

- 一、中国定制家具行业发展阶段
- 二、中国定制家具行业发展总体概况
- 三、中国定制家具行业发展特点分析

第二节 2016-2017年中国定制家具行业发展现状

- 一、2016-2017年中国定制家具行业市场规模
- 二、2016-2017年中国定制家具行业发展分析
- 三、2016-2017年中国定制家具行业企业发展分析

第三节 2016-2017年中国定制家具市场动态分析

第五章 2016-2017年中国定制家具行业运行分析

第一节 中国定制家具行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业人员规模状况分析
- 三、行业资产规模状况分析
- 四、行业销售收入规模状况
- 五、行业利润规模情况分析

第二节 中国定制家具行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析与预测
- 二、行业偿债能力分析与预测
- 三、行业营运能力分析与预测
- 四、行业发展能力分析与预测

第六章 2016-2017中国定制家具市场供需分析

第一节 2016-2017中国定制家具行业供给分析

- 一、2016-2017年中国定制家具行业产值情况分析
- 二、2016-2017年中国定制家具行业供给区域分析

第二节 2016-2017中国定制家具行业需求分析

- 一、2016-2017年中国定制家具行业需求情况分析
- 二、2016-2017年中国定制家具行业需求区域分析

第三节 2016-2017定制家具行业供需平衡分析

第七章 2016-2017年中国定制家具行业进出口市场调研

第一节 2016-2017中国定制家具行业进出口状况综述

第二节 2016-2017中国定制家具行业进口市场调研

一、2016-2017年中国定制家具行业进口总量分析

二、2016-2017年中国定制家具行业进口区域结构分析

第三节 2016-2017年定制家具行业出口市场调研

一、2016-2017年中国定制家具行业出口总量分析

二、2016-2017年中国定制家具行业出口区域结构分析

第四节 2018-2024年中国定制家具行业进出口前景及建议

第八章 2016-2017年中国定制家具行业价格走势分析

第一节 国内产品2016-2017年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2018-2024年国内产品未来价格走势预测

第九章 2016-2017年中国定制家具区域市场规模分析

第一节 2016-2017年中国定制家具市场规模分析

第二节 2016-2017年中国定制家具区域市场规模分析

一、2016-2017年东北地区市场规模分析

二、2016-2017年华北地区市场规模分析

三、2016-2017年华东地区市场规模分析

四、2016-2017年华中地区市场规模分析

五、2016-2017年华南地区市场规模分析

六、2016-2017年西部地区市场规模分析

第十章 2016-2017年中国定制家具上下游行业调研

第一节 定制家具行业上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游市场发展分析

第二节 定制家具行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第三部分 行业竞争格局

第十一章 中国定制家具行业市场竞争格局及策略分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、定制家具行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

第二节 定制家具行业竞争策略

- 一、提高定制家具企业核心竞争力的对策
- 二、影响定制家具企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高定制家具企业竞争力的策略

第十二章 定制家具行业国内重点企业分析

第一节 欧派集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业优势与劣势分析
- 五、企业投资前景分析

第二节 厦门金牌橱柜股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业优势与劣势分析
- 五、企业投资前景分析

第三节 博洛尼家居用品(北京)有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构
- 三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业投资前景分析

第四节 志邦厨柜股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业投资前景分析

第五节 广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业投资前景分析

第六节 广州尚品宅配家居用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业投资前景分析

第七节 索菲亚家居股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业投资前景分析

第八节 广州亿尚家具

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构

三、企业经营状况分析

四、企业优势与劣势分析

五、企业投资前景分析

第四部分 行业行业前景调研

第十三章 2018-2024年中国定制家具行业投资效益与机会分析

第一节 2016-2017年行业投资收益率比较及分析

一、2016-2017年相关产业投资收益率比较

二、2016-2017行业投资收益率分析

第二节 2018-2024年中国定制家具行业投资效益分析

一、2018-2024年定制家具行业投资效益分析

二、2018-2024年定制家具行业投资前景预测

三、2018-2024年定制家具行业投资的建议

四、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 2018-2024年影响定制家具行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响定制家具行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响定制家具行业运行的不利因素分析

三、2018-2024年中国定制家具行业发展面临的挑战分析

四、2018-2024年中国定制家具行业发展面临的机遇分析

第十四章 定制家具行业发展预测分析

第一节 定制家具行业发展预测分析

一、2018-2024年中国定制家具行业潜力分析

二、2018-2024年中国定制家具行业前景展望分析

三、2018-2024年中国定制家具行业发展趋势分析

第二节 2018-2024年中国定制家具行业发展预测分析

一、2018-2024年中国定制家具供给预测

二、2018-2024年中国定制家具需求预测

三、2018-2024年中国定制家具供需平衡预测

第三节 2018-2024年中国定制家具行业投资前景分析

一、2018-2024年定制家具行业市场风险及控制策略

二、2018-2024年定制家具行业政策风险及控制策略

三、2018-2024年定制家具行业经营风险及控制策略

四、2018-2024年定制家具行业技术风险及控制策略

五、2018-2024年定制家具同业竞争风险及控制策略

六、2018-2024年定制家具行业其他风险及控制策略

第十五章 专家观点与结论

第一节 2016-2017年定制家具行业研究结论

第二节 2018-2024年定制家具行业投资价值评估

第三节定制家具行业投资建议

图表目录：

图表：定制家具行业产业链结构

图表：2016-2017年全球定制家具市场规模情况

图表：2016-2017年全球定制家具市场结构分析

图表：2016-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016-2017年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2016-2017年中国工业增加值增长趋势图

图表：2016-2017年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2016-2017年人民币兑美元汇率中间价

图表：2016-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2016-2017年中国总人口数量增长趋势图

图表：2016-2017年中国城镇化率走势图

图表：2016-2017年中国定制家具行业市场规模情况

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/310134310134.html>