

2018年中国泛家居行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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年中国泛家居行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/baihuo/340507340507.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

一、大数据赋能线下企业，全方位打通消费体验 新零售作为一种以消费者体验为中心的数据驱动零售形态，在前台、中台、后台三个方面全方位赋能线下企业。前台方面：新零售模式下除线下渠道外，还提供电商、移动端、智能终端等多元化的消费场景，利用数据沉淀全息消费者画像，甄别有效客户，按需智能供货。中台方面：用数据打通消费者认知、兴趣、购买、忠诚及分享反馈的全链路以及采用C2B模式真正实现消费方式逆向牵引生产方式。后台方面，利用人工智能等技术提升门店消费体验，如自动结账、布局优化、客户追踪、实时个性化促销、库存优化等。

新零售模式下的家居企业可以实现前台个性化、后台标准化、推动业务发展，提升客户满意度。在前端，家居企业可以利用数字化设计系统进行方案设计，客户可参与可视化设计与报价，实现“所见即所得”。同时，随着线上线下数据的打通，家居公司可以将用户积累的消费数据充分转化利用，从而为消费者量身打造个性化的定制服务，并能够基于购物者的消费行为预判未来的消费趋势，从而把握消费热点。在中后台方面，亦可通过全线打通信息化系统，保障数据传递的及时性和精准性，实现标准化管理。使产品和管理系统都实现标准化，提升可复制性，易于泛家居行业的扩张。因此，线上巨头凭借自身优势，为线下家居企业提供流量数据、技术支撑等，打通线上线下，实现资源共享，打造家居新零售。

图表：新零售全方位赋能企业

图表来源：公开资料整理

二、重构组合各种元素，跨界经营改善低频消费痛点 借力跨界组合，提升消费频次。家居行业是典型低频消费行业，新零售模式下，跨界组合的经营模式可以助力传统家居由低频消费向高频转变。跨界经营作为一种创造性的零售模式，在提升客户停留时间和消费频次方面卓有成效，“餐饮+零售”、“咖啡+服装”等跨界组合方式层出不穷，例如阿里打造的盒马鲜生，则将传统大卖场每周一次的计划性购买变成每天小批量的高频购买。因此，在新零售的催化下，泛家居行业可以进行跨界组合，引入食品、餐饮、数码等零售业态，从而有效黏住客户，更好地服务顾客，提升进店率和消费频次。

宜家家居（IKEA）：场景化展示+增加餐饮等高频消费，打造一站式购物的家居零售商。宜家自1943年于瑞典成立后，发展至今已成为提供一站式购物的全球最大家居零售企业，2016年公司实现营收342亿欧元，同比增长7.2%，实现净利润42亿欧元，同比增长20%。宜家的成功可归因于高性价比、设计性强的产品，高效的全球供应链体系，此外，宜家通过场景化展示、单一的导览路线和增加餐饮等高频消费的方式，改善购物体验，增加消费频

次。尤其是宜家餐厅的设置，完美地契合了当下流行的“逛吃文化”，宜家家居卖场多地处城市边缘地段，逛累之余可以休息就餐，之后可再享受购物的乐趣，有效增加客户逗留时间，提升成交率促进业绩增长。2016年宜家餐饮板块实现营收17亿欧元，占比5%。

图表：宜家营业收入逐年增加

图表来源：公开资料整理

图表：宜家净利润逐年增加

图表来源：公开资料整理

图表：宜家家居+餐饮的跨界经营

图表来源：公开资料整理

图表：宜家场景化展示

图表来源：公开资料整理

三、精准营销促使流量变现，降低获客成本 低频消费属性行业，获客成本居高不下。泛家居产品是低频消费品类，因此泛家居企业面临高获客成本的问题。此前，企业一般采用捆绑营销方式提高客单价从而降低获客成本，一种方式是若企业产品品类多，有能力做全屋定制，则会将品类打包一起出售，还有一种方式是不同品牌、品类经销商或厂商直营机构的捆绑，比如做地板的经销商与做厨具、灯饰、洁具等品类经销商组队结成联盟，实现客户资源共享。

线上流量导入线下，精准洞察用户需求，降低营销成本。泛家居行业引进新零售商业模式，线上线下高度融合，除了捆绑式营销外，还可以通过将线上流量在线下变现来降低家居企业获客成本。泛家居品类客单价高，属于大宗耐用消费品，消费者进行购买决策时会比较谨慎，同时在线上、线下获取相关信息。因此能够精准触达消费者，准确洞察消费偏好，满足消费需求非常重要。阿里、腾讯等线上巨头拥有可观的线上流量，比如阿里体系就有5亿活跃用户，这些用户都是有数据“画像”的，如果从中筛选出未来有泛家居需求的用户，并导入线下泛家居企业，即将线上流量精准地带到线下，则对线下的人力、广告、促销等成本都能起到优化作用。

图表：大数据下的精准营销

图表来源：公开资料整理

四、优化行业供应链，市场集中度有望提升 产业链冗长，市场分散，传统家居行业痛点较多。一方面，产业链冗长、沟通成本高、效率低，家居品牌商分发家居产品到工厂，然后通过经销商分发至建材专卖店、泛家居专卖店等，供应链中间环节较多，沟通效率低下。另一方面，泛家居行业集中度不高，很多仍然采用传统包工队的装修方式，行业分散使得行业运行规范欠缺。

新零售赋能，泛家居行业集中度有望提升。未来泛家居行业的区域性小卖场将会消失，行业龙头所占市场份额将会越来越高，以红星美凯龙、居然之家为代表的泛家居龙头与其他区域性或全国性家居卖场的合作、兼并现象将会屡见不鲜。因此，整个泛家居行业集中度得到提升，区域性小卖场逐渐消失，地方龙头市场被分食。

五、阿里“HOMETIMES家时代”，提供泛家居新零售门店样本 2017年9月，阿里“HOMETIMES家时代”在杭州西湖银泰城1F开业。该店面积在500平方米左右，包含了智能泛家居、黑科技3C、文创、进口零食等超2万个sku的产品，是天猫大数据以及智能硬件赋能线下零售商的一个全新标杆，该门店可以根据不同顾客消费偏好，通过天猫大数据精选推荐匹配门店特性进行数据化选品。在产品陈列上，采用了场景搭建模式，每个区域都有各自的主题陈列，如客厅、卧室、卫生间等很有代入感。门店商品全部由阿里零售PLUS的智慧系统支持，顾客可以扫码在线购买邮寄到家，或者在店铺立即购买。如果消费者想看看自己喜欢的诸如法式、美式、现代风格的家居场景，还可以在店内电子大屏的虚拟样板间中体验购买。目前共有5个样板间，几十种家具组合可供选择，包括客厅和卧室等场景，可以选择自己喜欢相应的沙发、柜子、窗帘等，点击自由替换，组合搭配即可。此外，HOMETIMES家时代在进门处就配备了一台触摸展示屏，供顾客大致浏览品牌和商品信息，并在地表设计了一个指示路线，告诉顾客产品的分布。

图表：阿里“HOMETIMES家时代”智能LED屏

图表来源：公开资料整理

图表：阿里“HOMETIMES家时代”门店内部布置

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国泛家居行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国泛家居行业发展概述

第一节 泛家居行业发展情况概述

- 一、泛家居行业相关定义
- 二、泛家居行业基本情况介绍
- 三、泛家居行业发展特点分析

第二节 中国泛家居行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、泛家居行业产业链条分析
- 三、中国泛家居行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国泛家居行业生命周期分析

- 一、泛家居行业生命周期理论概述
- 二、泛家居行业所属的生命周期分析

第四节 泛家居行业经济指标分析

- 一、泛家居行业的赢利性分析
- 二、泛家居行业的经济周期分析
- 三、泛家居行业附加值的提升空间分析

第五节 国内泛家居行业进入壁垒分析

- 一、泛家居行业资金壁垒分析
- 二、泛家居行业技术壁垒分析
- 三、泛家居行业人才壁垒分析
- 四、泛家居行业品牌壁垒分析
- 五、泛家居行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球泛家居行业市场发展现状分析

- 第一节 全球泛家居行业发展历程回顾
- 第二节 全球泛家居行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲泛家居行业地区市场分析
 - 一、亚洲泛家居行业市场现状分析
 - 二、亚洲泛家居行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲泛家居行业市场前景分析
- 第四节 北美泛家居行业地区市场分析
 - 一、北美泛家居行业市场现状分析
 - 二、北美泛家居行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美泛家居行业市场前景分析
- 第五节 欧盟泛家居行业地区市场分析
 - 一、欧盟泛家居行业市场现状分析
 - 二、欧盟泛家居行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟泛家居行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界泛家居行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球泛家居行业市场规模预测

第三章 中国泛家居产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品泛家居总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国泛家居行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国泛家居产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国泛家居行业运行情况

第一节 中国泛家居行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国泛家居行业市场规模分析

第三节 中国泛家居行业供应情况分析

第四节 中国泛家居行业需求情况分析

第五节 中国泛家居行业供需平衡分析

第六节 中国泛家居行业发展趋势分析

第五章 中国泛家居所属行业运行数据监测

第一节 中国泛家居所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国泛家居所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国泛家居所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国泛家居市场格局分析

第一节 中国泛家居行业竞争现状分析

一、中国泛家居行业竞争情况分析

二、中国泛家居行业主要品牌分析

第二节 中国泛家居行业集中度分析

一、中国泛家居行业市场集中度分析

二、中国泛家居行业企业集中度分析

第三节 中国泛家居行业存在的问题

第四节 中国泛家居行业解决问题的策略分析

第五节 中国泛家居行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国泛家居行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国泛家居行业消费特点

第二节 中国泛家居行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 泛家居行业成本分析

第四节 泛家居行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国泛家居行业价格现状分析

第六节 中国泛家居行业平均价格走势预测

一、中国泛家居行业价格影响因素

二、中国泛家居行业平均价格走势预测

三、中国泛家居行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国泛家居行业区域市场现状分析

第一节 中国泛家居行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地泛家居市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区泛家居市场规模分析

四、华东地区泛家居市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区泛家居市场规模分析

四、华中地区泛家居市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区泛家居市场规模分析

第九章 2016-2018年中国泛家居行业竞争情况

第一节 中国泛家居行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国泛家居行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国泛家居行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 泛家居行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- #### 四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国泛家居行业发展前景分析与预测

第一节 中国泛家居行业未来发展前景分析

- 一、泛家居行业国内投资环境分析
- 二、中国泛家居行业市场机会分析
- 三、中国泛家居行业投资增速预测

第二节 中国泛家居行业未来发展趋势预测

第三节 中国泛家居行业市场发展预测

- 一、中国泛家居行业市场规模预测
- 二、中国泛家居行业市场规模增速预测
- 三、中国泛家居行业产值规模预测
- 四、中国泛家居行业产值增速预测
- 五、中国泛家居行业供需情况预测

第四节 中国泛家居行业盈利走势预测

- 一、中国泛家居行业毛利润同比增速预测
- 二、中国泛家居行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国泛家居行业投资风险与营销分析

第一节 泛家居行业投资风险分析

一、泛家居行业政策风险分析

二、泛家居行业技术风险分析

三、泛家居行业竞争风险分析

四、泛家居行业其他风险分析

第二节 泛家居行业企业经营发展分析及建议

一、泛家居行业经营模式

二、泛家居行业销售模式

三、泛家居行业创新方向

第三节 泛家居行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国泛家居行业发展策略及投资建议

第一节 中国泛家居行业品牌战略分析

一、泛家居企业品牌的重要性

二、泛家居企业实施品牌战略的意义

三、泛家居企业品牌的现状分析

四、泛家居企业的品牌战略

五、泛家居品牌战略管理的策略

第二节 中国泛家居行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国泛家居行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国泛家居行业发展策略及投资建议

第一节 中国泛家居行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国泛家居行业定价策略分析

第三节 中国泛家居行业营销渠道策略

一、泛家居行业渠道选择策略

二、泛家居行业营销策略

第四节 中国泛家居行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国泛家居行业重点投资区域分析

二、中国泛家居行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340507340507.html>