

2020年中国泛家居行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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《2020年中国泛家居行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/340512340512.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

按照产品的标准化程度和服务属性来看，网购趋势经历了四阶段：第一阶段是标准化、轻服务的产品，如图书；第二阶段是非标准化、轻服务的产品，如服装；第三阶段是标准化、重服务的产品，如家电；第四阶段则是非标准化、重服务的泛家居行业。对标生鲜行业和服装行业，泛家居行业实行线上线下深度融合的新零售模式有其必然性和可行性。一方面，家居产品与日常生活息息相关，人们对品质和品味的需求远远高于其他产品；另一方面，泛家居行业线上板块重要性凸显，线上流量对业绩贡献不断走高；此外，泛家居消费天然具有高个性化、重体验、重服务的消费特性，始终绕不开线下环节。

图表：我国网购趋势经历四个阶段

图表来源：公开资料整理

1、市场规模稳中有升，消费人群广泛

在政策、经济、社会、人口和技术各因素的共同推动下，泛家居行业市场规模不断扩大，2016年我国家居建材市场规模4.23万亿元，其中住宅装饰市场规模1.78亿元。

泛家居行业作为“衣食住行”的一部分，消费人群广泛，按需求类型划分，可分为新房装修、旧房改造、家具家电购置和软装，消费人群遍布一二三四线城市，未来随着三四线城市地产走高和居民购买力的提升，泛家居行业市场规模有望进一步扩大。

图表：我国家居建材市场规模稳中有升

图表来源：公开资料整理

图表：我国住宅装饰市场规模逐渐提高

图表来源：公开资料整理

图表：家居需求类型占比

图表来源：公开资料整理

图表：家居消费人群的城市分布

图表来源：公开资料整理

2、线上渠道重要性凸显，网络流量业绩贡献提高

伴随着泛家居行业的加速渗透，从1991年发展至今，泛家居行业从最初的探索阶段，经历了团购阶段、整装套餐阶段、现在平台化开始兴起。2005年以来随着互联网技术的发展，泛家居行业线上销售渗透率逐渐提高，电商营销手段多元化，调查显示，消费者购买家居产品的渠道倾向线上略高于线下，其中线上以产品商户官网和综合电商购物平台为主，线

下以家具家电城、建材市场为主。

图表：消费者购买家居产品的渠道倾向

图表来源：公开资料整理

图表：我国泛家居行业演变过程

图表来源：公开资料整理

线上销售对泛家居行业业绩贡献逐渐提高。2017年天猫双十一狂欢节交易总额超 1682 亿元，相比2016年销售总额1027亿元，再创新高。在天猫TOP50店铺中，泛家居行业获得 10%席位，贡献8%的业绩，双十一成交过亿的泛家居品牌有42家，其中TATA木门、全友泛家居、索菲亚、九牧双十一当天销售额超过5亿，因此，线上销售渠道对家居类企业销售业绩贡献不可忽视，家居类企业对线上营销的重视程度逐渐提高。

图表：部分家居品牌双十一当日销售业绩

图表来源：公开资料整理

3、服务属性重，天然适合做O2O

消费主力切换叠加小户型住宅兴起，定制家具迎来风口。经济发展、人均可支配收入提高使得泛家居行业迎来消费升级，相比于消费者之前对家居的需求只停留在实用阶段，现在人们购买家居产品时开始注重产品的美观、环保、个性等品质。尤其是定制家具的出现，随着80/90后成为消费主力，小户型住宅的兴起，对家具的个性化定制和空间利用率等要求提高，定制家具能够满足上述需求，因此2017年迎来定制家具的风口

图表：2016年我国家居消费者年龄分布

图表来源：公开资料整理

图表：2016年我国房屋销售户型面积分布

图表来源：公开资料整理

相比于成品家具及手工打制家具，定制家具服务属性更重，天然适合做O2O。定制家具的产销模式主要是以销定产，即从消费者角度出发，根据消费者的住房特点以及个人偏好对家具进行个性化定制生产。整个服务流程是C2B叠加O2O，消费者在网上或线下进行预约，家具厂商提供方案设计、上门量尺等服务，根据消费者对产品材料、外观、尺寸等要求进行拆单、排单、核单、生产，最后送货上门、安装并提供售后服务。因此，服务属性较重的定制家具的生产销售是完整的O2O过程，需要线上线下的深度融合，因此家具行业比较适合引进新零售模式。

图表：定制家具C2B+O2O消费流程

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-市场深度调研与发展前景研究》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 2017-2020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 中国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 2017-2020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 2021-2026年世界泛家居行业分布走势预测

第七节 2021-2026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、泛家居价格变化分析

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 2017-2020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 2017-2020年中国泛家居行业需求特点与动态分析

第一节 中国泛家居行业消费市场动态情况

第二节 中国泛家居行业消费市场特点分析

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 2017-2020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 中国华东地区泛家居市场分析

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

四、华南地区泛家居市场规模预测

第九章 2017-2020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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国泛家居行业发展战略及规划建议

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 2021-2026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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/340512340512.html>