

2018-2023年中国家居软装行业市场发展动向调查 与投资前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国家居软装行业市场发展动向调查与投资前景趋势研究报告》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/301186301186.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

软装实质上指用于室内装潢的各种物品，包括家具、饰品陈设品、古董字画、窗帘、室内绿化植物等等。对居室内进行软装，是对视觉空间的延伸与发展。在具体的软装饰中，还涉及到饰品陈设类，如工艺品、灯饰、小摆设等，以及织物类的装饰，如沙发罩、床单、被罩等等。从软装的适用范围上讲，软装不仅能被有效运用到家居装潢中，还能充分运用于服装店、售楼中心、酒店、品牌卖场、美容中心等各类商业场所内，店主通过灵活选择与运用这些装饰物品，来完美衬托其店内产品或营造舒适、愉悦的购物氛围。而本文主要分析是家居软装的运用及设计发展趋势。家居软装运用的主要目的相较商业场所软装，往往较为单一，普遍以温馨、舒适为主。

通过搜集调查资料显示，现阶段国内家居产业总值远远超出10000亿元，且呈逐年上涨趋势，上涨的速度也较为，基本保持在20%左右。随着经济水平的提升，房地产行业精装房的大量增加，社会公众有了更好地条件去追求高品质的家居生活。而软装作为满足人们生活品质的重要途径，其在家居内的设计与运用越来越普遍。据调查数据显示，我国关于软装饰品的销售额在2010年便已突破300多亿，且从整体趋势上看，保持着逐年上涨15%的状态。由此可见，软装行业是一个市场前景非常广阔的行业。

图：家居软装效果图

纵观我国的室内环境设计，虽不乏令人叹为观止的五星级宾馆，但那种由钢筋混凝土和冰冷的玻璃幕墙组成的构筑物，再加上室内“堆金砌银”的室内装饰，虽能给人一种豪华的感受，但却始终是一种“拒人千里之外”的感觉。一尘不染的大厅，除了暖色调的灯光能偶尔给人一丝暖意外，很难再找到宾至如归的感觉。也就是说，我们室内环境设计师往往偏重室内空间的硬装饰部分，而把室内的另一重要部分“软装饰”给忽视了。设计师们在极认真的装饰着人的栖身之所时，却又把人的精神需要抛之脑后，在无意中制造着要人适应的行为“规范”。最终使生活其间的人没有归宿感。但随着人们环境意识逐渐觉醒的今天，当人们发现自己的生活已被千篇一律的生活方式和早已被别人设计好的环境不断扭曲时，开始渴望人自身价值的回归，开始寻求“人-空间-环境”的和谐共生。利用软装饰去构筑“自身文明化”的生活方式。把植物、阳光大胆的引进室内以创建自然和生态景致。

观研天下发布的《2018-2023年中国家居软装行业市场发展动向调查与投资前景趋势研究报告》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 2015-2017年中国家居软装行业发展概述

第一节 2015-2017年家居软装行业发展情况概述

- 一、家居软装行业相关定义
- 二、家居软装行业基本情况介绍
- 三、2015-2017年家居软装行业国内发展特点分析

第二节 2015-2017年中国家居软装行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家居软装行业产业链条分析
- 三、2015-2017年中国家居软装行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 2015-2017年中国家居软装行业生命周期分析

- 一、家居软装行业生命周期理论概述
- 二、2017年家居软装行业所属的生命周期分析

第四节 2015-2017年家居软装行业经济指标分析

- 一、2015-2017年家居软装行业的赢利性分析
- 二、2015-2017年家居软装行业的经济周期分析
- 三、家居软装行业附加值的提升空间分析

第五节 2015-2017年中国家居软装行业进入壁垒分析

- 一、家居软装行业技术壁垒分析
- 二、家居软装行业规模壁垒分析
- 三、家居软装行业品牌壁垒分析
- 四、家居软装行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球家居软装行业市场发展现状分析

第一节 全球家居软装行业发展历程回顾

第二节 2015-2017年全球家居软装行业市场区域分布情况

第三节 2015-2017年亚洲家居软装行业地区市场分析

一、2015-2017年亚洲家居软装行业市场现状分析

二、2015-2017年亚洲家居软装行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲家居软装行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲家居软装发展趋势分析

第四节 2015-2017年北美家居软装行业地区市场分析

一、2015-2017年北美家居软装行业市场现状分析

二、2015-2017年北美家居软装行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美家居软装行业市场前景分析

四、2018-2023年北美家居软装行业发展趋势分析

第五节 2015-2017年欧盟家居软装行业地区市场分析

一、2015-2017年欧盟家居软装行业市场现状分析

二、2015-2017年欧盟家居软装行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟家居软装行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟家居软装行业发展趋势分析

第六节 2018-2023年世界家居软装行业分布走势预测

第七节 2018-2023年全球家居软装行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲家居软装行业市场规模预测

二、2018-2023年北美家居软装行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟家居软装行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国家居软装产业发展环境分析

第一节 2015-2017年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、全社会消费品零售总额

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 2015-2017年中国家居软装行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节2015-2017年中国家居软装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 2015-2017年中国家居软装产业运行情况

第一节 中国家居软装行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国家居软装行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国家居软装行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国家居软装行业产能情况分析

三、2015-2017年中国家居软装行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国家居软装行业需求情况分析

一、2015-2017年中国家居软装行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国家居软装行业行业需求区域分布

第四节 2018-2023年中国家居软装行业发展趋势分析

第五章 2015-2017年中国家居软装市场格局分析

第一节 2015-2017年中国家居软装行业竞争现状分析

一、中国家居软装行业竞争情况分析

二、中国家居软装行业主要品牌分析

第二节2015-2017年中国家居软装行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2015-2017年中国家居软装行业存在的问题

第四节 2015-2017年中国家居软装行业解决问题的策略分析

第五节 2015-2017年中国家居软装行业竞争力分析

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

第六章 2015-2017年中国家居软装市场价格走势分析

第一节 2015-2017年家居软装行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2015-2017年中国家居软装行业价格现状分析

一、2015-2017年家居软装行业平均价格走势回顾分析

二、2018年家居软装行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国家居软装行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国家居软装行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国家居软装行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国家居软装行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国家居软装行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区家居软装市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区家居软装市场规模分析

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、2015-2017年华中地区家居软装市场规模分析

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、2015-2017年华南地区家居软装市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区家居软装市场规模分析

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、2015-2017年东北地区家居软装市场规模分析

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、2015-2017年西部地区家居软装市场规模分析

第八章 2015-2017年中国家居软装行业竞争情况

第一节 2015-2017年中国家居软装行业竞争结构分析（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 2015-2017年中国家居软装行业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 2015-2017年中国家居软装行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国家居软装所属行业数据监测

第一节 中国家居软装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 中国家居软装所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国家居软装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

第十章 我国家居软装行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业一

- 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 企业二

- 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 企业三

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 企业四

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 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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2018-2023年中国家居软装行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国家居软装行业未来发展前景分析

一、2018-2023年行业国内投资环境分析

二、2018-2023年中国家居软装行业市场机会分析

三、2018-2023年中国家居软装行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国家居软装行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国家居软装行业市场发展预测

一、2018-2023年中国家居软装行业市场规模预测

二、2018-2023年中国家居软装行业市场规模增速预测

三、2018-2023年中国家居软装行业产值规模预测

四、2018-2023年中国家居软装行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国家居软装行业盈利走势预测

一、2018-2023年中国家居软装行业毛利润同比增速预测

二、2018-2023年中国家居软装行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国家居软装行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年家居软装行业投资风险分析

一、2018-2023年家居软装行业政策风险分析

二、2018-2023年家居软装行业技术风险分析

三、2018-2023年家居软装行业竞争风险分析

四、2018-2023年家居软装行业其他风险分析

第二节 2018-2023年家居软装行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2023年家居软装行业经营模式

二、2018-2023年家居软装行业生产模式

三、2018-2023年家居软装行业销售模式

第三节 2018-2023年家居软装行业应对策略

- 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 2018-2023年中国家居软装行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国家居软装行业品牌战略分析

- 一、家居软装企业品牌的重要性
- 二、家居软装企业实施品牌战略的意义
- 三、家居软装企业品牌的现状分析
- 四、家居软装企业的品牌战略
- 五、家居软装品牌战略管理的策略

第二节 2018-2023年中国家居软装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 2018-2023年中国家居软装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 2018-2023年中国家居软装行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国家居软装行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 2018-2023年中国家居软装行业营销渠道策略

- 一、2018-2023年家居软装行业营销模式

二、2018-2023年家居软装行业营销策略

第三节2018-2023年中国家居软装行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2023年中国家居软装行业投资区域分析

二、2018-2023年中国家居软装行业投资产品分析

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/301186301186.html>