

2021年中国家具定制市场调研报告- 行业运营态势与发展前景预测

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《2021年中国家具定制市场调研报告-行业运营态势与发展前景预测》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/jiajujiancai/532881532881.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

随着家具产业消费升级、人们对生活品质追求的提高以及家具企业生产技术的提高，家具定制逐渐对成品家具形成替代，整个行业空间不断在增长。根据数据显示，2018年我国定制家具行业市场规模达到2901亿元，同比增长20.22%，2019年为**亿元。

定制家具与成品家具对比

项目

成品家具

定制家具

时间周期

成品，现提现取

木工定制一周、厂家定制一个月左右

材质

实木为主，包含密度板、刨花板

中密度板、刨花板、复合木板等

生产成本

流水线生产成本较低

一对一定制，价格相对较高

产品特点

尺寸固定，空间利用率低

设计自由度高，尺寸和限制小

生产模式

工厂标准化生产

柔性化生产数据来源：公开资料整理

2012-2019年我国定制家具行业市场规模及增长情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力指的是现有企业向供应商购买原料时，供应商争取获得较好价格的能力。家具制造企业的供应商主要为板材供应商。据调查，目前国内家具的板材供应商的供应价格往往处于一个较为均衡的水平上，对各企业的出售价格相差不大，故而导致定制家具行业的议价能力较低。

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。家具定制行业由于特定的定制化性质，生产成本较高，所以在价格上较为固定，购买者的议价能力较弱。而且，消费升级下家具品质追求的提升拉动精装修渗透率提升，叠加近年来存量房翻新需求急剧增加，驱动我国家具定制行业持续增长。

2016-2019年我国精装修渗透率 数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。由于家具定制行业不存在较高的技术、品牌等要求，导致行业壁垒较低，新进入者进入市场较为容易，对现有企业构成的威胁较大。

四、替代品的威胁

家具定制行业差异化的生产服务方式使得其所提供产品独树一帜，能满足消费者的个性化需求。此外，家具定制行业供应链各环节的无缝衔接使其生产成本得以控制，从而提高行业核心竞争力，使其存在替代品的威胁较弱。

五、同业竞争者的竞争程度

我国家具定制的市场竞争与其他行业不同，在大多数行业中均存在龙头企业，其掌握了较大的市场份额，但在家具定制行业中，各小型企业及加工坊共同占据了较大的市场份额，CR5仅为10.3%，其中欧派家居较领先，占比为4.0%。

我国定制家具行业市场份额结构图 数据来源：公开资料整理

我国家具定制行业主要企业业务模式及信用政策情况

公司名称

业务模式

信用政策

志邦家居

直营+工程代理商合作

房地产开发商：针对一般房地产开发商采取按进度付款方式进行货款结算；对于广州恒大，下单结算货款10%，到货结算货款20%，安装验收结算货款70%，绿地集团，早在到货即可交付50%货款，龙湖、万科的信用政策均为到货款交付70%，上述各期结算款均在6个月内以商业承兑汇票支付。工程经销商：在收取工程经销商全款后，公司按照订单安排生产

欧派家居

由公司与房地产开发商或工程承包商签订产品供应与安装合同，工程经销商作为项目履约实际操作人

大宗业务客户：向公司支付一定比例的货款。经销商：需按照销售货款扣除安装费用和预收大宗客户货款后的差额向公司支付保证金。公司在安排大宗客户业务订单生产时实际已收到全额货款，相关应收账款基本不存在坏账损失风险

索菲亚

自营+经销商经营

依据客户信用和资金实力等情况，与客户签订合同，并按照合同规定先收取一定比例的货款，然后按照计划安排量度、设计、生产、发货、安装和收取货款

金牌厨柜

直营销售+代理销售

(1)融资担保：为了及时收回货款，经过授权，工程代理商可在兴业银行办理“卖方担保买方融资业务”，即工程代理商与兴业银行签订授信贷款合同并约定贷款用途，贷款只能用于支付代理商与公司之间购销合同项下的货款，公司为前述合同提供担保。该贷款账户由公司和代理商共同管理。(2)货款结算：下单前工程代理商支付货款的30%，出货前支付该笔货款的70%；经授权的个别代理商，下单前支付货款的30%，出货前支付货款40%，剩余30%的货款给予1个月信用期。

好莱客

直营为主

工程客户需要先预付一定比例的合同款，然后根据工程进度结算除保修金外的剩余合同款，待工程验收后，通常情况下，工程客户保留5%左右的合同款作为质保金，待工程验收完工后1-2年支付给公司

皮阿诺

直营+工程经销商

合同签署后公司需预收部分定金，产品安装并经验收合格，公司与客户进行账单核对并开具发票后，收取95%左右的货款(公司开票、客户核对账单及付款一般需一个月左右)，剩余5%质保金于质保期(一般为2年)满后收取

我乐家居

直营为主

大宗客户根据双方签署的合同约定付款

顶固集创

直营模式

大宗用户一般需要先预付一定比例的合同款,待产品安装验收后,通常情况下,大宗用户保留5%左右的合同款作为质保金,待安装验收完工后1-2年内支付数据来源：公开资料整理

通过上述分析，目前我国家具定制行业主要存在三大竞争力威胁，分别为行业竞争对手、潜在进入者和供应商议价，其余两项的威胁相对较弱。因此，针对这三大竞争力分析，制定出成本领先、差异化两大战略。

我国家具定制行业发展战略 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国家具定制市场调研报告-行业运营态势与发展前景预测》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。

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。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年中国家具定制行业发展概述

第一节 家具定制行业发展情况概述

- 一、家具定制行业相关定义
- 二、家具定制行业基本情况介绍
- 三、家具定制行业发展特点分析
- 四、家具定制行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、家具定制行业需求主体分析

第二节 中国家具定制行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家具定制行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国家具定制行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国家具定制行业生命周期分析

一、家具定制行业生命周期理论概述

二、家具定制行业所属的生命周期分析

第四节 家具定制行业经济指标分析

一、家具定制行业的赢利性分析

二、家具定制行业的经济周期分析

三、家具定制行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家具定制行业进入壁垒分析

一、家具定制行业资金壁垒分析

二、家具定制行业技术壁垒分析

三、家具定制行业人才壁垒分析

四、家具定制行业品牌壁垒分析

五、家具定制行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球家具定制行业市场发展现状分析

第一节 全球家具定制行业发展历程回顾

第二节 全球家具定制行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家具定制行业地区市场分析

一、亚洲家具定制行业市场现状分析

二、亚洲家具定制行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲家具定制行业市场前景分析

第四节 北美家具定制行业地区市场分析

一、北美家具定制行业市场现状分析

二、北美家具定制行业市场规模与市场需求分析

三、北美家具定制行业市场前景分析

第五节 欧洲家具定制行业地区市场分析

一、欧洲家具定制行业市场现状分析

二、欧洲家具定制行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲家具定制行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界家具定制行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球家具定制行业市场规模预测

第三章 中国家具定制产业发展环境分析

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、全社会消费品家具定制总额
- 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 中国家具定制行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国家具定制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 中国家具定制行业运行情况

第一节 中国家具定制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 中国家具定制行业市场规模分析

第三节 中国家具定制行业供应情况分析

第四节 中国家具定制行业需求情况分析

第五节 我国家具定制行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国家具定制行业供需平衡分析

第七节 中国家具定制行业发展趋势分析

第五章 中国家具定制所属行业运行数据监测

第一节 中国家具定制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 中国家具定制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 中国家具定制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年中国家具定制市场格局分析

第一节 中国家具定制行业竞争现状分析

一、中国家具定制行业竞争情况分析

二、中国家具定制行业主要品牌分析

第二节 中国家具定制行业集中度分析

一、中国家具定制行业市场集中度影响因素分析

二、中国家具定制行业市场集中度分析

第三节 中国家具定制行业存在的问题

第四节 中国家具定制行业解决问题的策略分析

第五节 中国家具定制行业钻石模型分析

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年中国家具定制行业需求特点与动态分析

第一节 中国家具定制行业消费市场动态情况

第二节 中国家具定制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 家具定制行业成本结构分析

第四节 家具定制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 中国家具定制行业价格现状分析

第六节 中国家具定制行业平均价格走势预测

一、中国家具定制行业价格影响因素

二、中国家具定制行业平均价格走势预测

三、中国家具定制行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国家具定制行业区域市场现状分析

第一节 中国家具定制行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家具定制市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家具定制市场规模分析

四、华东地区家具定制市场规模预测

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、华中地区家具定制市场规模分析

四、华中地区家具定制市场规模预测

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、华南地区家具定制市场规模分析

四、华南地区家具定制市场规模预测

第九章 2017-2020年中国家具定制行业竞争情况

第一节 中国家具定制行业竞争结构分析（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 中国家具定制行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国家具定制行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 家具定制行业企业分析（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
- 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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国家具定制行业发展前景分析与预测

第一节 中国家具定制行业未来发展前景分析

一、家具定制行业国内投资环境分析

二、中国家具定制行业市场机会分析

三、中国家具定制行业投资增速预测

第二节 中国家具定制行业未来发展趋势预测

第三节 中国家具定制行业市场发展预测

一、中国家具定制行业市场规模预测

二、中国家具定制行业市场规模增速预测

三、中国家具定制行业产值规模预测

四、中国家具定制行业产值增速预测

五、中国家具定制行业供需情况预测

第四节 中国家具定制行业盈利走势预测

一、中国家具定制行业毛利润同比增速预测

二、中国家具定制行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家具定制行业投资风险与营销分析

第一节 家具定制行业投资风险分析

一、家具定制行业政策风险分析

二、家具定制行业技术风险分析

三、家具定制行业竞争风险分析

四、家具定制行业其他风险分析

第二节 家具定制行业应对策略

- 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年中国家具定制行业发展战略及规划建议

第一节 中国家具定制行业品牌战略分析

- 一、家具定制企业品牌的重要性
- 二、家具定制企业实施品牌战略的意义
- 三、家具定制企业品牌的现状分析
- 四、家具定制企业的品牌战略
- 五、家具定制品牌战略管理的策略

第二节 中国家具定制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 中国家具定制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

第四节 家具定制行业竞争力提升策略

- 一、家具定制行业产品差异性策略
- 二、家具定制行业个性化服务策略
- 三、家具定制行业的促销宣传策略
- 四、家具定制行业信息智能化策略
- 五、家具定制行业品牌化建设策略
- 六、家具定制行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国家具定制行业发展策略及投资建议

第一节 中国家具定制行业产品策略分析

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 中国家具定制行业营销渠道策略

一、家具定制行业渠道选择策略

二、家具定制行业营销策略

第三节 中国家具定制行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家具定制行业重点投资区域分析

二、中国家具定制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/jiajujiancai/532881532881.html>