

2018-2023年中国办公家具产业市场竞争现状调研 与未来发展商机战略评估报告

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年中国办公家具产业市场竞争现状调研与未来发展商机战略评估报告》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/306291306291.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

办公家具是为日常生活工作和社会活动中为办公者或工作方便而配备的用具。改革开放以来，中国家具产业取得了前所未有的发展，作为家具行业的分支，中国办公家具行业随着生产技术的不断更新、品种的不断增多、专业化生产的逐渐形成和管理水平的不断提高，也实现了迅速发展。

办公家具材质分类：

(1) 铝材类：铝材属于金属类别中有色金属之一，由于应用较广，铝型材在家具中用途十分广泛：屏风骨架、各种悬挂梁、桌台脚、装饰条、拉手、走线槽及盖、椅管等等，可进行千变万化设计和运用！单独介绍如下：

常用有铝型材和压铸铝合金两种。其中主要由纯度高达92%以上的铝锭为主要原材料，同时添加增加强度、硬度、耐磨性等性能金属元素，如碳、镁、硅、硫等，组成多种成分“合金”。

1.1 铝型材：铝型材常见如屏风、铝窗等 它是采用挤出成型工艺，即铝锭等原材料在熔炉中熔融后，经过挤出机挤压到模具流出成型，它还可以挤出各种不同截面的型材。主要性能即强度、硬度、耐磨性均按国家标准GB6063。

优点：重量轻仅2.8，不生锈、设计变化快、模具投入低、纵向伸长高达10米以上。铝型材外观有光亮、哑光之分，其处理工艺采用阳极氧化处理，表面处理氧化膜达到0.12m/m厚度。铝型材壁厚依产品设计最优化来选择，不是市场上越厚越好，应看截面结构要求进行设计，它可以在0.5~5mm不均。外行人认为越厚越强硬，其实是错误的看法。

缺点：翘曲、变形、黑线、凸凹及白线。设计者水平高者及模具设计及生产工艺合理，可避免上述缺陷不太明显。检查缺陷应按国家规定检验方法进行，即视距40~50CM来判别缺陷。未经氧化处理的铝材容易“生锈”从而导致性能下降,纵向强度方面比不上铁制品.表面氧化层耐磨性比不上电镀层容易刮花.成本较高。

1.2 压铸铝合金

压铸合金和型材加工方法相比，使用设备均不同，它的原材料以铝锭（纯度92%左右）和合金材料，经熔炉融化，进入压铸机中模具成型。压铸铝产品形状可设计成像玩具那样

，造型各异，方便各种方向连接，另外，它硬度强度较高。

压铸铝成型工艺分：

- 1、压铸成型
- 2、粗抛光去合模余料
- 3、细抛光

(2) 五金类：“五金”概念属通俗说法，标准分类应划分为黑色金属和有色金属两大类，它在家具中运用有管状、棒状、板状、线、角状几种。

2.1黑色金属件

主要指铁制品。

优点：耐变形、强度特高、耐磨性好、硬度高、价格低，寿命长。属碳素铁合金，它分高碳钢、低碳钢、中碳钢；它分圆管、方管、角铁、钢板几类。圆管类主要用于椅子类产品；方管用于梁、托架类；钢板主要用于台桌的挡板、屏风板、挂件、托臂、金属柜、门等。

缺点：

- 1、易生锈
- 2、体积重
- 3、怕潮湿

(解决上述缺陷方法有电镀、喷涂、发黑发蓝处理等。)

五金件加工成型方法较多：折弯、冲切、钻孔、焊接、切割、压形。总之，按设计要求或产品要求进行加工。

2.2有色金属件

指除铁制品外一切金属件如：铝、铜、锌、不锈钢等。它有一个特点不容易生锈、强度较黑色金属差，家具中采用较多有：铝板、铝棒、不锈钢管、不锈钢板、铜板、锌板。

不锈钢制件：不锈钢制件分不锈铁和不锈钢两大类：常称“430”为不锈铁，“304”为纯不锈钢，判别它们方法之一：用磁铁测试，“430”能被磁铁吸住，而“304”则不能。不锈钢件比重略高于铁制品，价格却比铁制品高出4倍之多，因此，只有高档产品才使用

铜制品：铜制品分纯铜和铜合金。纯铜又称紫铜，强度硬度较差，但韧性好。铜合金中应用于家具较多为黄铜，它是一种含锌为主合金铜。纯铜价格略高“304”不锈钢30~40%，而黄铜则比纯铜低20%价格。铜合金硬度、强度比不锈钢略高，但易断裂、脆性较大。家具中应用铜件主要为拉手、预埋螺丝。为了防止“生锈”，纯铜一般要电镀后才能使用，而黄铜则不需要，大面积使用于家具的制品较少

锌制品：纯锌制品使用较少，主要与以锌合金或钢铁结合使用。如镀锌板、电解板等。家具中使用较少，原因为锌制品强度较差。锌合金配件如偏心扣、结构件连接点（件）等。锌合金比重比铁略低约6.8左右，价格介于钢铁和铝合金之间，多数锌合金以压铸件形式生产家具配件

钛、锆合金：此类属较昂贵金属，它用于家具中多数以电镀形式出现，用于高档拉手、合页及高挡外露连接件或酒店家具之中。其电镀成本比镀铬成本高40%左右，但外观高档类似金银产品，耐磨性十分好，不会生锈

2.3铸件金属

家具五金制品中有很多采用铸件，如拉手、门铰等，2007年市场流行各种铸件生产工艺方式很多，如：精铸工艺、压铸工艺、浇铸工艺。铸件材料有黄铜、不锈钢、锌锡合金、铝合金。铸件产品特点：精致、造型特别等。缺点为单件成本高，不同铸件工艺成本均不同，大致高到低，精铸压铸浇铸，模具造价高到低为：压铸精铸浇铸。铸件产品缺点为：生产周期略增，产品要经2~3道工序才能做出合格配件，而配件还要按不同要求进行或电镀、抛光、拉丝、喷砂、喷油等表面装饰处理。

(3) 橡塑类

3.1 塑胶件

家具中应用塑料制品例子十分普遍，而材料类别也很多：ABS、PP、PVC、PU、PO

M、PA、PMMA、PE、PS、PC，不同材料适应范围不同。

ABS：俗名工程塑料，可用于连接件、座椅背、座板，它是塑料中能进行电镀（水镀）主要原料。

PP：俗名聚丙烯，用于五星脚、扶手、脚垫以及强度要求不高连接件。缺点：耐磨性差、表面硬度低。

PVC：俗名聚氯乙烯，主要用于封边件、插条件。它适应于挤出成型，同时PVC材料属塑料件中不燃材料，加工成型温度稳定性差、特别是颜色的稳定性不好。

PU：俗名聚氨酯。主要用于扶手（发泡）配件。

POM：俗名赛钢。主要用于耐磨件如脚垫、脚轮、门铰、合页等。性能耐磨、耐压、但尺寸稳定性较差。

PA：俗名尼龙。主要用做脚垫、五星爪、脚轮等耐磨、寿命要求高的地方。特点：耐磨、耐压、高强度室内使用寿命长，个别型号如PA66耐高温达2200，缺点是在太阳底下晒易改变性能、易断、耐候性差。

PMMA：有机玻璃（俗称亚加力）。塑料中有五种透明材料，而PMMA是其中一种透明度最高，工件切割时有醋酸味，加工变容易，用开水浸泡能整形变弯。缺点：表面易划伤，硬度偏低，弯曲时容易龟裂，价格比ABS高20%以上。

PC：俗称聚碳酸酯。该品种也属透明材料，表面硬度高、耐划伤、耐冲击力强、强度高、耐候性好（即不怕阳光照射）。家具中屏风隔板阳光板便是此材料中空挤塑成型。特点：价格成本高，比PMMA高约40%左右。

办公家具产业链 资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国办公家具产业市场竞争现状调研与未来发展商机战略评估报告》主要研究办公家具行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 办公家具基本概述

1.1 家具基本概念

1.1.1 定义

1.1.2 分类

1.1.3 不同材质家具介绍

1.2 办公家具定义及分类

1.2.1 定义

1.2.2 分类

1.2.3 消费群

1.2.4 国内外办公家具发展

1.3 现代办公家具设计特征

1.3.1 造型简洁及结构模块化

1.3.2 色彩不再单一

1.3.3 人性化设计逐渐加强

1.3.4 拆装组合的灵活性增强

1.3.5 智能化的不断融入

第二章 2015-2017年中国家具行业发展分析

2.1 中国家具业发展概况

2.1.1 我国家具行业加速发展的特点

2.1.2 我国家具产业踏入微利时期

2.1.3 中国家具行业进入大规模调整阶段

2.1.4 国内家具行业的产业转移态势剖析

2.1.5 中国家具行业主要产区发展分析

2.1.6 我国家具市场营销渠道转变

2.2 2015-2017年中国家具行业运行分析

2.2.1 我国家具业发展简况

2.2.2 2015年中国家具行业运行状况

2.2.3 2016年我国家具业发展焦点分析

2.2.4 2017年中国家具行业发展态势

2.3 2015-2017年全国及主要省份家具产量分析

2.3.1 2015-2017年全国家具产量趋势

2.3.2 2015年全国家具产量情况

2.3.3 2016年全国家具产量情况

2.3.4 2017年全国家具产量情况

2.3.5 2017年家具产量分布情况

2.4 2015-2017年中国家具行业发展存在的问题

2.4.1 中国家具业发展面临的困扰

2.4.2 我国家具产业面临建立标准化机制的挑战

2.4.3 中国家具市场质量问题严重

2.4.4 中国家具企业进军国外市场遭遇阻碍

2.5 2015-2017年中国家具业发展策略分析

2.5.1 我国家具行业走出困境的四大思路

2.5.2 我国家具行业发展方向解析

2.5.3 加快我国家具企业发展的对策分析

2.5.4 我国家具行业营销战略分析

第三章 2015-2017年世界办公家具行业发展分析

3.1 2015-2017年全球办公家具业运行概况

3.1.1 世界办公家具市场发展简况

3.1.2 全球办公椅市场增长态势良好

3.1.3 全球家具行业主要环保法规

3.2 2015-2017年部分国家办公家具市场发展分析

3.2.1 美国办公家具业发展概况

3.2.2 美国办公椅市场发展状况

3.2.3 俄罗斯办公家具市场发展分析

3.2.4 俄罗斯办公家具增长态势佳

第四章 2015-2017年中国办公家具行业发展分析

4.1 中国办公家具行业发展综况

4.1.1 中国办公家具业增长状况分析

4.1.2 我国办公家具行业发展格局

4.1.3 我国办公家具行业发展焦点

4.1.4 我国办公家具行业关注度状况

4.1.5 外企均以收购模式进军中国办公家具市场

4.2 2015-2017年中国政府办公家具采购分析

- 4.2.1 国家政府办公家具采购概况
- 4.2.2 办公家具市场政府采购成焦点
- 4.2.3 国家政府采购办公家具特点
- 4.2.4 2015年国家政府采购办公家具情况
- 4.2.4 2016年国家政府采购办公家具情况
- 4.2.5 政府批量采购办公家具面临标准化挑战
- 4.3 2015-2017年中国办公家具对外贸易概况
- 4.3.1 我国办公家具外贸市场发展态势分析
- 4.3.2 中国办公家具对外贸易状况
- 4.3.3 我国办公家具进入欧洲市场遇壁垒
- 4.4 2015-2017年中国办公家具行业品牌与竞争分析
- 4.4.1 我国办公家具品牌发展现状
- 4.4.2 我国办公家具区域性品牌受宠
- 4.4.3 办公家具行业品牌意识差
- 4.4.4 民用家具争夺办公家具市场
- 4.4.5 日企抢滩中国办公家具市场
- 4.5 2015-2017年中国办公家具行业存在的问题
- 4.5.1 制约我国办公家具业快速发展的因素剖析
- 4.5.2 我国办公家具业发展存在四大弊端
- 4.5.3 中国办公家具发展存在的不足
- 4.5.4 我国办公家具厂家面临四大困扰
- 4.6 2015-2017年中国办公家具行业发展的对策
- 4.6.1 我国办公家具行业发展策略解析
- 4.6.2 我国办公家具行业走出困境的思路
- 4.6.3 中国办公家具企业赢得市场的三大对策
- 第五章 2015-2017年中国办公家具区域市场发展分析
- 5.1 广东
- 5.1.1 广东省办公家具销售渠道下沉
- 5.1.2 深圳办公家具市场发展概况
- 5.1.3 深圳办公家具市场发展特点
- 5.1.4 深圳办公家具消费者的需求特征
- 5.2 杭州
- 5.2.1 杭州办公家具产业蓬勃发展
- 5.2.2 杭州办公家具企业发展状况
- 5.2.3 杭州成立我国首个办公家具产业中心

5.3 其他地区

5.3.1 贵阳东升办公家具发展良好

5.3.2 辽宁办公家具市场亮点分析

5.3.3 中南地区首现办公家具采购中心

5.3.4 重庆提高政府购买办公家具门槛

第六章 中国写字楼行业的发展

6.1 2015-2017年中国写字楼市场现状

6.1.1 中国写字楼市场走势分析

6.1.2 中国写字楼开发投资概况

6.1.3 中国写字楼市场销售概况

6.1.4 中国写字楼市场的发展特点

6.2 2015-2017年中国写字楼市场分区域发展概况

6.2.1 华北地区

6.2.2 华东地区

6.2.3 华南地区

6.2.4 中西部地区

6.3 2015-2017年中国写字楼市场的需求概况

6.3.1 差异化的市场需求

6.3.2 大型公司对写字楼的选择

6.3.3 写字楼的地理因素及品质因素

6.3.4 写字楼物业评估

6.3.5 写字楼总部经济的需求

6.4 2015-2017年中国写字楼市场存在的问题

6.4.1 市场的结构失衡问题

6.4.2 租赁管理方面的问题

6.4.3 与城市发展的协调问题

6.4.4 城市规划与之相协调的问题

6.5 2015-2017年中国写字楼市场发展的对策

6.5.1 加强市场管理营造公平的市场环境

6.5.2 建立完整的市场引导机制

6.5.3 取消企业自建房实现完全市场化

6.5.4 注重开发与市场需求之间的合理协调

第七章 2015-2017年办公家具行业营销分析

7.1 办公家具业营销概况

7.1.1 我国办公家具营销模式解析

- 7.1.2 体验营销渐成办公家具主流
- 7.1.3 我国办公家具销售渠道简况
- 7.2 办公家具网络营销的优势分析
 - 7.2.1 网络营销适合办公家具集体采购的特点
 - 7.2.2 网络媒体的多重特征
 - 7.2.3 网络的多媒体特征
- 7.3 办公家具绿色营销分析
 - 7.3.1 绿色营销基本概述
 - 7.3.2 中国办公家具开展绿色营销的背景
 - 7.3.3 我国办公家具开展绿色营销的SWOT分析
 - 7.3.4 我国办公家具绿色营销策略分析
- 7.4 办公家具营销存在的问题及对策分析
 - 7.4.1 我国办公家具营销存在的问题
 - 7.4.2 办公家具电子商务营销模式面临的难题及对策
 - 7.4.3 中国办公家具SEO优化营销战略分析
 - 7.4.4 办公家具新闻营销策略剖析
 - 7.4.5 我国办公家具企业营销的三大方向
- 第八章 2015-2017年办公家具行业重点企业分析
 - 8.1 HNI集团 (HNI CORPORATION)
 - 8.1.1 公司简介
 - 8.1.2 2015年HNI集团经营状况分析
 - 8.1.3 2016年HNI集团经营状况分析
 - 8.1.4 2017年HNI集团经营状况分析
 - 8.2 震旦集团
 - 8.2.1 公司简介
 - 8.2.2 2015年震旦集团经营状况分析
 - 8.2.3 2016年震旦集团经营状况分析
 - 8.2.4 2017年震旦集团经营状况分析
 - 8.3 江苏科派家具有限公司
 - 8.3.1 公司简介
 - 8.3.2 科派办公家具发展的两大优势
 - 8.3.3 江苏科派办公家具受市场青睐
 - 8.3.4 科派办公家具定位高端发展中美两国市场
 - 8.3.5 科派以创新赢取市场青睐
 - 8.4 圣奥集团有限公司

8.4.1 公司简介

8.4.2 圣奥公司发展历程介绍

8.4.3 圣奥企业发展策略分析

8.4.4 圣奥未来发展目标

8.5 深圳长江家具有限公司

8.5.1 公司简介

8.5.2 长江办公家具市场成就

8.5.3 长江家具的核心竞争力及经营理念

8.6 其他企业介绍

8.6.1 海沃氏公司

8.6.2 华润励致洋行家私（珠海）有限公司

8.6.3 冠美家具集团

8.6.4 上海豪嘉家具有限公司

8.6.5 鸿盛家具（福建）有限公司

8.6.6 中山迪欧家具实业有限公司

第九章 对办公家具行业发展前景及趋势分析

9.1 家具市场前景展望

9.1.1 现代家具业的发展方向分析

9.1.2 中国家具市场的整体发展趋势

9.1.3 我国家具行业市场发展战略

9.1.4 未来中国家具行业面临的机遇与挑战

9.2 办公家具行业发展前景分析

9.2.1 我国办公家具市场发展空间广

9.2.2 中国办公家具二三级市场发展潜力大

9.2.3 未来我国办公椅市场前景广阔

9.2.4 对2018-2023年我国办公家具行业预测分析

9.3 办公家具业发展趋势分析

9.3.1 办公家具行业整体发展展望

9.3.2 未来我国办公家具业发展的七大趋势

9.3.3 办公家具产品发展趋向解析

9.3.4 未来我国办公家具设计趋势分析

图表详见正文（FSWJP）

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/306291306291.html>