

# 2019年中国家居行业分析报告- 产业现状与未来规划分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国家居行业分析报告-产业现状与未来规划分析》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/387253387253.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

我国家居行业经过二十多年的市场化发展，已经形成了较为完整的产业链。上游是材料供应商，中游是家具制造商以及品牌商，下游是家具经销体系和渠道商，终端是消费者。

我国传统家居产业链示意图 资料来源：公开资料整理

我国房地产已经告别地产销售黄金期，中国家居消费整体已经过了高速成长期，未来需求中枢将整体下移。虽然中枢下滑，但是家居消费整体基数异常庞大，同时我国人口结构以及收入水平提升仍然支撑我国家居消费步入高质量的白银时期。实际上决定我国家居市场最关键的因素是人口结构以及可支配收入。家居行业驱动逻辑图 资料来源：公开资料整理

总体来说，我国家居行业供需结构发生趋势性逆转，过去供不应求的家居市场未来将长期面临僧多粥少的境地。因此作为连接生产和消费的流通体系的效率将受到考验。分析认为未来只有能够有效打破传统渠道效率的瓶颈的品牌商才能获得有超预期成长。我国家居上游品牌商的相对集中有赖于下游渠道体系的整合再造。

家居产业链经过近30年的发展，已经比较成熟和完善。从最上游的人造板供应商到上游的普通家具加工厂，到中游的品牌家具商，到下游的经销商和专卖店，终端是广大消费者。

初创期（80年代-90年代初）：家具加工企业先行，生产能力大幅提升。我国家具行业真正的大发展是改革开放之后我国长三角以及珠三角地区出现的以出口为导向的外贸家具企业，这一阶段我国的品牌家具商依然处于雏形。整个家具行业由于生产能力落后，始终处于供不应求阶段。民营企业家在这一阶段完成了资本原始积累。

野蛮生长期（90年代）：品牌商成长期，渠道体系落后。这一阶段一部分完成初期积累的外贸家具企业开始转向内需市场建立自己的品牌。这一阶段品牌家具商极度分散，这与我国滞后的家具消费渠道体系有关。这一时期家具消费的主要渠道是全国各地地方性的家具建材市场，所以家具品牌商呈现出地域性特色，不存在全国性认知的家具品牌。

加速扩张期（2000年初-2012年）：家具卖场突飞猛进，品牌商开店扩张。这一时期是我国房地产销售的黄金时期，以红星美凯龙为代表的家居卖场模式成为我国家具品牌商成长的重要加速器。但是这一时期，家居品牌商主要是靠专卖店以及经销商的推广来成长，经销代理模式的专卖店扩张使得这一时期的家居品牌商获得了高速成长，逐渐有一批家居品牌商初步具有全国影响，但是整体而言家具品牌商仍然极度分散。

龙头崛起（2012年之后）：后地产周期的渠道体系重构，家具品牌商集中趋势明显。目前我国家居产业链正处于这一阶段的发展期。第四阶段可以从房地产行业告别高速成长期开始，主要驱动力来自于下游渠道体系的重新构建。预判这一阶段会有全国性连锁渠道品牌商出现，下游渠道体系的重构与集中趋势必然引致上游品牌家具企业的相对集中。

从我国家居产业发展历史可以看出，我国家居产业现代化起步于改革开放之后，外资尤其是港资和台资企业在广东以及江浙沿海地区开始设立家具工厂。由于国内市场还没有起

步，此时的家具产业主要面向于海外出口。所以家具上游生产的工业化优先于流通领域现代化。

2016年我国家居建材行业市场规模约45688亿元，同比2015年的42735亿元增长了6.91%，近几年我国家居建材行业市场规模情况如下图所示：2010-2016年我国家居建材行业市场规模情况

资料来源：观研天下整理2010-2016年我国家居建材行业细分市场规模情况资料来源：观研天下整理

一、住宅建筑装饰简况 建筑装饰主要包括公共建筑装饰、住宅装饰和幕墙工程三大组成部分，公共建筑装饰行业为建筑装饰行业的主要细分行业。

公共建筑主要包括写字楼、科技园区、政府办公场所等办公空间，精品店、购物中心、酒店、会展中心、银行等商业空间，以及医院、学校、机场等公共设施。公共建筑装饰指通过建筑装饰设计和施工来保护公共建筑的主体结构、完善其使用功能并美化其室内外空间的过程。从原材料供应、商业道具加工生产、设计、施工到最后公共建筑物投入使用，本行业已经形成了一个完整的产业链。住宅装饰装修（Interior decoration of housings）是为了保护住宅建筑主体结构，完善住宅的使用功能，才用装饰材料或饰物，对住宅内部表面和使用空间环境所进行的处理和美化过程。

建筑幕墙是建筑物不承重的外墙护围，通常由面板（玻璃、金属板、石板、陶瓷板等）和后面的支承结构（铝横梁立柱、钢结构、玻璃肋等等）组成。2008-2016年中国建筑装饰行业产值及细分市场情况 资料来源：中国建筑装饰行业协会

建筑装饰行业是我国市场化程度较高的行业之一，具有业务资质优势、品牌优势、人才优势和资金优势的企业，发展迅速，市场份额不断提高。经过三十多年的发展，我国建筑装饰产业的竞争格局已逐步形成三个梯队：第一梯队：企业规模较大，企业品牌、技术、人才、管理、经验、资金优势明显，已经成为业务全面，涉及不同建筑领域，布局全国的综合型企业。这类企业主要是“中国建筑装饰企业百强”中排名靠前的企业。

第二梯队：建筑装饰下游涉及行业较多，部分建筑装饰企业走差异化竞争之路，分别专注于星级酒店、交通基础设施、政府机关、住宅精装楼盘等自身具有优势的细分领域，做精做强，在建筑装饰细分领域排名靠前。第三梯队：受益于建筑装饰行业整体空间较大，致力于中低端或者某个区域建筑装饰市场，这部分企业主要是中小企业，优势不明显，随着竞争的加剧，有被并购和整合的趋势。

## 二、家具制造业简况

根据国家统计局公布数据：2016年1~12月，全国家具行业累计完成产量79464.15万件，同比增长1.27%。2004-2016年中国家具行业产量情况

资料来源：国家统计局

截止2016年底，我国现有家具企业近8万家，规模以上企业达到5561家，与上年相比增加271家，其中木质家具生产企业3165家。家具根据材料分类，可分为实木家具、板式家

具、金属家具、软体等其他家具，木质家具产值占家具总产值比例约为64%。2010-2016年中国家具行业产值情况 资料来源：国家统计局（ww）

观研天下发布的《2019年中国家居行业分析报告-产业现状与未来规划分析》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 2016-2018年中国家居行业发展概述

#### 第一节 家居行业发展情况概述

##### 一、家居行业相关定义

##### 二、家居行业基本情况介绍

##### 三、家居行业发展特点分析

#### 第二节 中国家居行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、家居行业产业链条分析

##### 三、中国家居行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国家居行业生命周期分析

- 一、家居行业生命周期理论概述
- 二、家居行业所属的生命周期分析
- 第四节 家居行业经济指标分析
  - 一、家居行业的赢利性分析
  - 二、家居行业的经济周期分析
  - 三、家居行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国家居行业进入壁垒分析
  - 一、家居行业资金壁垒分析
  - 二、家居行业技术壁垒分析
  - 三、家居行业人才壁垒分析
  - 四、家居行业品牌壁垒分析
  - 五、家居行业其他壁垒分析
- 第二章 2016-2018年全球家居行业市场发展现状分析
  - 第一节 全球家居行业发展历程回顾
  - 第二节 全球家居行业市场区域分布情况
  - 第三节 亚洲家居行业地区市场分析
    - 一、亚洲家居行业市场现状分析
    - 二、亚洲家居行业市场规模与市场需求分析
    - 三、亚洲家居行业市场前景分析
  - 第四节 北美家居行业地区市场分析
    - 一、北美家居行业市场现状分析
    - 二、北美家居行业市场规模与市场需求分析
    - 三、北美家居行业市场前景分析
  - 第五节 欧盟家居行业地区市场分析
    - 一、欧盟家居行业市场现状分析
    - 二、欧盟家居行业市场规模与市场需求分析
    - 三、欧盟家居行业市场前景分析
  - 第六节 2019-2025年世界家居行业分布走势预测
  - 第七节 2019-2025年全球家居行业市场规模预测
- 第三章 中国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 中国家居行业运行情况

#### 第一节 中国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 中国家居行业市场规模分析

#### 第三节 中国家居行业供应情况分析

#### 第四节 中国家居行业需求情况分析

#### 第五节 中国家居行业供需平衡分析

#### 第六节 中国家居行业发展趋势分析

### 第五章 中国家居所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国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年中国家居市场格局分析

### 第一节 中国家居行业竞争现状分析

#### 一、中国家居行业竞争情况分析

#### 二、中国家居行业主要品牌分析

### 第二节 中国家居行业集中度分析

#### 一、中国家居行业市场集中度分析

#### 二、中国家居行业企业集中度分析

### 第三节 中国家居行业存在的问题

### 第四节 中国家居行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国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年中国家居行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国家居行业消费市场动态情况

### 第二节 中国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 家居行业成本分析

### 第四节 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 中国家居行业价格现状分析

### 第六节 中国家居行业平均价格走势预测

#### 一、中国家居行业价格影响因素

#### 二、中国家居行业平均价格走势预测

#### 三、中国家居行业平均价格增速预测



## 第八章 2016-2018年中国家居行业区域市场现状分析

### 第一节 中国家居行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区家居市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区家居市场规模分析

##### 四、华东地区家居市场规模预测

#### 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、华中地区家居市场规模分析

##### 四、华中地区家居市场规模预测

#### 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、华南地区家居市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国家居行业竞争情况

### 第一节 中国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 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

#### 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 2019-2025年中国家居行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国家居行业未来发展前景分析

#### 一、家居行业国内投资环境分析

#### 二、中国家居行业市场机会分析

#### 三、中国家居行业投资增速预测

### 第二节 中国家居行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国家居行业市场发展预测

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

### 第四节 中国家居行业盈利走势预测

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

## 第十二章 2019-2025年中国家居行业投资风险与营销分析

### 第一节 家居行业投资风险分析

- 一、家居行业政策风险分析
- 二、家居行业技术风险分析
- 三、家居行业竞争风险分析
- 四、家居行业其他风险分析

### 第二节 家居行业企业经营发展分析及建议

- 一、家居行业经营模式
- 二、家居行业销售模式
- 三、家居行业创新方向

### 第三节 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 2019-2025年中国家居行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国家居行业品牌战略分析

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

### 第二节 中国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 2019-2025年中国家居行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国家居行业定价策略分析

第三节 中国家居行业营销渠道策略

一、家居行业渠道选择策略

二、家居行业营销策略

第四节 中国家居行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家居行业重点投资区域分析

二、中国家居行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/387253387253.html>