



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国家具行业市场 发展预测与投资分析报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国家具行业市场发展预测与投资分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/106096.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 摘要

面对全球金融危机，我国家具行业经受住了考验。2008年我国家具行业仍然保持了高速的发展。面对形势更加严峻的2009年，只要家具企业做好技术管理升级、标准化建设和持续创新三项工作，就能保持良好的发展。从宏观环境来说，尽管2009年的经济环境不容乐观，但家具业的发展仍有很多机遇。第一，国内工业化、城市化的市场需求没有变。目前，中国工业化、城市化的进程仍在加速。此前，国家又投入四万亿资金加强基础设施建设，并展开房地产救市。同时人们的需求也在增长，住宅改善、结婚用房、装修改善三个方面是不变的，其次来自政府采购的需求也非常大。此外，我国的第三产业发展比例同发达国家相比还比较低，仍存在很大的发展空间。第二产业基础比较牢固的，企业具备了一定的抗风险能力。第三，国家出台大量政策扶持。首先，国务院已经出台了十项扩大内需增长的措施，拨四万亿资金作为支持。其次国务院还有一个保轻工行业稳步发展、轻纺工业稳定发展的六项措施，先后两次上调出口退税，已经调至13%，都会对家具行业产生一系列利好影响。

2009年的下半年中国家具的发展会发生大的变化，预计会有井喷行情出现，大概从2009年的下半年就会开始，到2010年家具行业会成为一个万亿行业。2009年的调研数据显示，我国至少有过半的家具企业倒闭了，或者是处于半停产的状态，所以在2009年下半年好的销售形势出现之前，2009年的上半年会有一小段恶劣的情况出现，一个是以前的很多问题的积压，让不少企业撑不住，上半年的三到四月份，这个问题会比较突出和严重。而之所以预测的会出现井喷行情，也是基于三个拉动因素：第一个拉动因素，从消费终端来看，第一代中国第一批使用家具的人，即从90年代买家具用到现在消费者，面临着更换家具的需求；第二个拉动，新一代的白领包括独生子女逐渐成长起来开始购入家具，这也是一个庞大的消费群体；第三部分是城市化建设的加快，特别是政府刚刚宣布的4万亿刺激内需投资，实际上也是一个城市化建设的过程，会拉动以二级市场为中心的庞大的家具消费。基于这三个因素的刺激，能挺过2009年4-5月份困难时期的家具企业，一定会迎来第二次的上升期。家具企业在2009年的其他发展机遇有以下这些：设计企业可望异军突起。专业家具市场调研机构会应运而生。知名品牌企业发展空间更大。市场重心再度下移农村。家具生产基地北移速度加快。2009年年内或2010年家具行业有望见底并开始回暖。2009年家具企业发展策略如下：要加强传统行业的技术改造，用先进的信息技术，IT技术进行企业的管理，生产流程的管理、产品营销管理和改造。加大开展标准化工作，用标准化指导企业生产，进一步创新。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国轻工业联合会、中国家具协会、全国及海外多种相关刊物的基础信息等单位提供的大量资料，对我国调味品市场的发展

现状、进出口、细分市场、区域市场\竞争格局、发展趋势及策略等进行了深入。在对我国家具整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量方法对我国家具行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

## 目 录

### 第一章 2008-2009年世界家具市场发展

#### 第一节 2008-2009年世界家具市场

- 一、世界五大家具进口国占国际贸易比例
- 二、世界各国家具的进口量与消费量比例
- 三、2009年世界家具总产值
- 四、2009年世界家具需求
- 五、世界家具市场消费格局

#### 第二节 2008-2009年美国家具市场

- 一、2008年美国优秀家具零售商及供应商
- 二、2008年木制庭院家具已成为美国市场的主流
- 三、2008年美国家具订单量
- 四、2009年美国家具行业发展
- 五、美国环保新标准使家具出口前景不容乐观
- 六、美国家具公司的生存之道
- 七、2012年美国室外家具市场

#### 第三节 2008-2009年意大利家具市场

- 一、意大利家具市场状况
- 二、意大利木制品及家具行业发展
- 三、意大利的国内家具销售模式
- 四、意大利主要家具制造区及特色
- 五、意大利家具畅销世界的原因
- 六、意大利家具业生存之道

#### 第四节 2008-2009年德国家具市场

- 一、2008年德国家具贸易
- 二、德国家具业危机中探索商机
- 三、2009年初德国办公家具销售

四、2009年德国家具零售业销售额

五、德国软体家具发展前景

第五节 2008-2009年法国家具市场

一、2008年法国家具市场发展

二、2009年法国家具市场景气

三、法国家具业对中国市场采取的措施

四、法国家具营销模式发展

五、法国家具销售渠道

六、法国家具未来发展趋势

第六节 2008-2009年英国家具市场

一、英国家具零售业处境艰难

二、现代风格家具成为英国新宠

第七节 2008-2009年日本家具市场

一、日本家具市场概况

二、2009年日本家具第一品牌入沪

三、日本的家具店状况及进口现况

四、日本家具消费

五、日本家具销售渠道

第八节 东南亚家具业的主要发展方式

第九节 世界家具发展走势

一、加工方式趋向高度机械化和自动化

二、家具材料的结构比例发生明显变化

三、家具的零部件标准化进程加快

四、国际家具市场正由"木器时代"跨入"金属时代"

## 第二章 我国家具行业发展

第一节 我国家具行业发展状况

一、2008年家具产业运行数据

二、我国家具行业发展速度

三、中国家具行业微利时代发展

四、中国家具行业发展挑战

五、我国家具产业链现状

## 第二节 金融危机对家具行业影响

- 一、金融危机对中国家具产业影响
- 二、金融危机下家具企业发展策略
- 三、金融危机下家具市场专业调研机构动向
- 四、金融危机下家具行业进军国际市场

## 第三章 我国家具市场发展

### 第一节 家具市场现状

- 一、2008年家具市场发展状况
- 二、国内家具行业分级市场
- 三、家具三四级市场发展空间

### 第二节 2009年家具市场发展

- 一、2009年1-2月我国零售家具销售情况
- 二、2009年1月家具市场品牌发展
- 三、2009年2月家具市场品牌发展
- 四、2009年家具经销商发展

### 第三节 家具市场消费者

- 一、家具消费者购买行为特征
- 二、经常光顾家具市场的消费群体
- 三、中高端定制家具消费市场
- 四、2009年概念家具消费市场

## 第四章 2008-2009年我国家具行业产量情况

### 第一节 2008-2009年我国家具产量情况

- 一、2008-2009年全国家具产量情况
- 二、2008-2009年华北地区家具产量情况
- 三、2008-2009年东北地区家具产量情况
- 四、2008-2009年华东地区家具产量情况
- 五、2008-2009年华中地区家具产量情况
- 六、2008-2009年华南地区家具产量情况
- 七、2008-2009年西南地区家具产量情况
- 八、2008-2009年西北地区家具产量情况

### 第二节 2008-2009年我国木制家具产量情况

- 一、2008-2009年全国木制家具产量情况
- 二、2008-2009年华北地区木制家具产量情况
- 三、2008-2009年东北地区木制家具产量情况
- 四、2008-2009年华东地区木制家具产量情况
- 五、2008-2009年华中地区木制家具产量情况
- 六、2008-2009年华南地区木制家具产量情况
- 七、2008-2009年西南地区木制家具产量情况
- 八、2008-2009年西北地区木制家具产量情况

### 第三节 2008-2009年我国软体家具产量情况

- 一、2008-2009年全国软体家具产量情况
- 二、2008-2009年华北地区软体家具产量情况
- 三、2008-2009年东北地区软体家具产量情况
- 四、2008-2009年华东地区软体家具产量情况
- 五、2008-2009年华中地区软体家具产量情况
- 六、2008-2009年华南地区软体家具产量情况
- 七、2008-2009年西南地区软体家具产量情况
- 八、2008-2009年西北地区软体家具产量情况

### 第四节 2008-2009年我国金属家具产量情况

- 一、2008-2009年全国金属家具产量情况
- 二、2008-2009年华北地区金属家具产量情况
- 三、2008-2009年东北地区金属家具产量情况
- 四、2008-2009年华东地区金属家具产量情况
- 五、2008-2009年华中地区软体家具产量情况
- 六、2008-2009年华南地区金属家具产量情况
- 七、2008-2009年西南地区金属家具产量情况
- 八、2008-2009年西北地区金属家具产量情况

## 第五章 2008-2009年中国家具行业主要经济指标

### 第一节 2008-2009年中国家具制造业产销情况

- 一、2008-2009年中国家具制造业工业总产值（当年价格）
- 二、2008-2009年中国家具制造业累计产成品
- 三、2008-2009年中国家具制造业累计产品销售收入

## 第二节 2008-2009年中国家具制造业成本费用情况

- 一、2008-2009年中国家具制造业累计产品销售成本
- 二、2008-2009年中国家具制造业累计产品销售费用
- 三、2008-2009年中国家具制造业累计产品管理费用
- 四、2008-2009年中国家具制造业累计产品财务费用

## 第三节 2008-2009年中国家具制造业资产负债情况

- 一、2008-2009年中国家具制造业资产总计
- 二、2008-2009年中国家具制造业负债合计
- 三、2008-2009年中国家具制造业资产负债率
- 四、2008-2009年中国家具制造业资本保值增值率

## 第四节 2008-2009年中国家具制造业行业规模情况

- 一、2008-2009年中国家具制造业企业单位数
- 二、2008-2009年中国家具制造业全部从业人员平均人数

## 第五节 2008-2009年中国家具制造业行业效益情况

- 一、2008-2009年中国家具制造业利润总额
- 二、2008-2009年中国家具制造业产值利税率
- 三、2008-2009年中国家具制造业成本费用利润率
- 四、2008-2009年中国家具制造业资金利税率
- 五、2008-2009年中国家具制造业产成品资金占用率

## 第六节 2008-2009年中国家具制造业亏损情况

- 一、2008-2009年中国家具制造业亏损单位数
- 二、2008-2009年中国家具制造业亏损企业亏损总额

## 第七节 2008-2009年中国家具制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

- 一、2008年中国家具制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标
- 二、2009年中国家具制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

# 第六章 2008-2009年我国家具行业外贸内销

## 第一节 我国家具行业进出口

- 一、2008年我国家具产品进出口情况
- 二、2008年我国红木家具进出口情况
- 三、2009年我国家具及其零件出口情况
- 四、2009年进口家具在中国市场发展

## 第二节 我国家具行业出口

- 一、中国家具出口俄罗斯
- 二、中国家具出口拉脱维亚
- 三、2009年"绿色壁垒"对中国家具出口影响
- 四、2009年我国家具出口趋势

## 第三节 我国家具行业内销

- 一、2009年家具行业内销现状
- 二、2009年家具行业内销问题
- 三、2009年家具产业内销策略
- 四、家具企业内销情况

## 第七章 木质家具市场

### 第一节 木质家具市场

- 一、木质家具的市场地位
- 二、木制家具质量标准
- 三、中国木质家具已成为世界家具生产和出口大国
- 四、吴江地区木质家具出口
- 五、木质家具进入美国市场遭遇"阻击战"

### 第二节 红木家具市场

- 一、奥运商机与红木家具
- 二、京沪红木家具市场
- 三、红木家具价格市场
- 四、红木家具投资价值

### 第三节 2008-2009年木制家具制造业经济指标

- 一、2008-2009年中国木制家具制造业产销情况
- 二、2008-2009年中国木制家具制造业成本费用情况
- 三、2008-2009年中国木制家具制造业资产负债情况
- 四、2008-2009年中国木制家具制造业行业规模情况
- 五、2008-2009年中国木制家具制造业行业效益情况
- 六、2008-2009年中国木制家具制造业亏损情况

## 第八章 竹藤家具市场

## 第一节 竹藤家具市场

### 一、竹藤家具的特点

### 二、竹藤家具个性化

### 三、竹藤家具发展

## 第二节 2008-2009年竹、藤家具家具制造行业经济指标

### 一、2008-2009年中国竹、藤家具制造业产销情况

### 二、2008-2009年中国竹、藤家具制造业成本费用情况

### 三、2008-2009年中国竹、藤家具制造业资产负债情况

### 四、2008-2009年中国竹、藤家具制造业行业规模情况

### 五、2008-2009年中国竹、藤家具制造业行业效益情况

### 六、2008-2009年中国竹、藤家具制造业亏损情况

## 第九章 塑料家具市场

### 第一节 塑料家具市场

#### 一、塑料家具的特点

#### 二、塑料家具的优点

#### 三、塑料家具热销欧洲

#### 四、塑料家具颠覆传统

## 第二节 2008-2009年塑料家具家具制造行业经济指标

### 一、2008-2009年中国塑料家具制造业产销情况

### 二、2008-2009年中国塑料家具制造业成本费用情况

### 三、2008-2009年中国塑料家具制造业资产负债情况

### 四、2008-2009年中国塑料家具制造业行业规模情况

### 五、2008-2009年中国塑料家具制造业行业效益情况

### 六、2008-2009年中国塑料家具制造业亏损情况

## 第十章 金属家具市场

### 第一节 金属家具市场

#### 一、金属家具的发展情况

#### 二、金属家具的优势

#### 三、金属家具出口退税率提至13%

#### 四、胜芳将成为最大的金属家具产业地区

## 第二节 2008-2009年金属家具家具制造行业经济指标

- 一、2008-2009年中国金属家具制造业产销情况
- 二、2008-2009年中国金属家具制造业成本费用情况
- 三、2008-2009年中国金属家具制造业资产负债情况
- 四、2008-2009年中国金属家具制造业行业规模情况
- 五、2008-2009年中国金属家具制造业行业效益情况
- 六、2008-2009年中国金属家具制造业亏损情况

## 第十一章 办公家具

### 第一节 办公家具介绍

- 一、办公家具的三大类型
- 二、办公家具的功能及发展
- 三、屏风式办公家具介绍
- 四、现代智能化办公家具的三大特征
- 五、办公家具需符合人体工学原理

### 第二节 办公家具行业动态

- 一、中国办公家具行业发展
- 二、现代办公家具的新理念
- 三、中国办公家具产业链合纵连横

### 第三节 办公家具的前景与趋势

- 一、未来的办公家具走向
- 二、中国办公家具市场潜力大
- 三、家庭办公家具市场发展空间大
- 四、中国未来办公家具业整体发展走向

## 第十二章 厨房家具

### 第一节 厨房家具发展现状

- 一、国内厨房家具行业现状
- 二、国内厨柜行业发展总体概况
- 三、2008年《中国厨房家具北京宣言》
- 四、厨房家具行业须关注的要点

### 第二节 厨房家具市场

- 一、国际厨房家具市场综述
- 二、国内橱柜市场中的"国洋之争"
- 三、中国厨房家具市场发展形势

### 第三节 厨房家具的发展与趋势

- 一、中国厨房家具市场空间巨大
- 二、未来中国厨房家具的市场容量
- 三、厨房家具未来发展新趋势

## 第十三章 古典家具

### 第一节 古典家具介绍

- 一、中国古典家具发展历史
- 二、中国古典家具的演变
- 三、浅析古典家具的价值取向
- 四、古典家具的用材

### 第二节 明清古典家具概述

- 一、明清古典家具发展历程
- 二、明清古典家具种类详解
- 三、明清古典家具风格特点介绍
- 四、明清古典家具材质列举

### 第三节 古典家具市场发展状况

- 一、解析中国的仿古家具市场
- 二、2008年新仿古典家具市场回顾
- 三、2008年仿古典家具市场
- 四、古典家具整体市场欲走高端路线
- 五、浅析古典家具市场需在繁荣中规范

### 第四节 北京古典家具集散地特点

- 一、潘家园名气大、价格偏贵
- 二、高碑店仿古家具多适合大众口味
- 三、吕家营适合搜罗大型家具价格最合算

## 第十四章 儿童家具

### 第一节 儿童家具市场总体

- 一、儿童家具的特性
- 二、儿童家具市场特点
- 三、儿童家具市场发展的现状
- 四、浅析儿童家具市场异军突起

## 第二节 儿童家具市场存在的问题

- 一、国内市场品牌意识缺乏
- 二、品牌价格合理性消费者不大认可
- 三、市场产品结构不合理
- 四、产品设计水平良莠不齐
- 五、儿童家具研究水平较低

## 第三节 儿童家具市场前景与趋势

- 一、中国内地儿童家具市场潜力大
- 二、解析儿童家具三大发展趋势
- 三、未来儿童家具设计发展趋势

# 第十五章 其它类型家具

## 第一节 户外家具

- 一、户外家具简介
- 二、户外家具设计透析
- 三、户外家具企业冷对国内市场
- 四、户外家具商机显现市场诱人

## 第二节 浴室家具

- 一、浴室家具的定义
- 二、浴室家具行业的发展现状
- 三、浴室家具业值得深思的问题
- 四、浴室家具企业的核心竞争力
- 五、浴室家具业进入振荡调整期

## 第三节 软体家具市场

- 一、市场现状
- 二、市场发展力
- 三、市场特性

## 第四节 酒店家具市场

## 第十六章 2008-2009年我国区域家具行业发展状况

### 第一节 2008-2009年浙江家具行业发展

- 一、浙江家具产业升级
- 二、2009年浙江省家具出口情况
- 三、2009年浙江省家具品牌建设
- 四、2009年浙江宁波家具行业发展
- 五、浙江安吉家具产业发展状况
- 六、浙江办公家具市场特点及销售渠道

### 第二节 2008-2009年四川省家具行业发展

- 一、2008年四川家具行业发展
- 二、2008年四川家具出口
- 三、2009年四川开发环保涂料促家具出口
- 四、2009年四川家具布局山西
- 五、四川省家具产业未来发展

### 第三节 2008-2009年河北省家具行业发展

- 一、河北省家具行业政策环境
- 二、2008年河北省家具出口情况
- 三、河北打造国内最大家具市场

### 第四节 2008-2009年北京市家具行业发展

- 一、2009年北京新版家具买卖合同政策
- 二、北京市家具行业发展现状
- 三、2009年北京家具企业发展策略
- 四、2009年北京家具品牌扩张
- 五、北京家具发展政策
- 六、北京市红木家具市场

### 第五节 2008-2009年山东省家具行业发展

- 一、山东省家具产业发展状况
- 二、2008年山东家具出口情况
- 三、2009年山东日照家具出口情况
- 四、山东宁津家具业应对金融危机策略

### 第六节 2008-2009年沈阳市家具行业发展

- 一、2009年沈阳将推出家具购销示范合同

- 二、2009年沈阳实木家具价格
- 二、金融危机下沈阳高端家具销售情况
- 三、沈阳于洪家具集散中心发展现状
- 第七节 2008-2009年广东省家具行业发展
  - 一、2008年广东家具业经济运行
  - 二、金融危机对广东家具业影响
  - 三、2009年广东家具行业总体形势
  - 四、2009年广东大牌家具"密谋"成都市场
  - 五、2009年广东应出台"家具下乡"政策
  - 六、广东省OEM以及展会发展
  - 七、东莞家具行业发展状况
  - 八、2009年深圳家具产业集聚地发展现状

## 第十七章 木材供应

### 第一节 家具木材概述

- 一、日常家具常用的木材
- 二、家具用木材的种类及特性
- 三、新型高科技家具用木材
- 四、木材染色技术工艺现状

### 第二节 世界木材市场总体

- 一、全球木材资源状况
- 二、世界木材贸易的变化
- 三、非洲木材市场的概况

### 第三节 中国木材市场总体

- 一、国内木材资源的概况
- 二、国内木材市场总体回顾
- 三、全国木材交易市场的概况
- 四、中国木材市场供需状况剖析

### 第四节 2005-2009年木材市场

- 一、2005年木材市场运行状况
- 二、2006年中国木材贸易状况
- 三、2007年木材进出口贸易

#### 四、2008年木材市场贸易

#### 五、2009年木材市场贸易

### 第五节 木材市场发展中的问题与对策

#### 一、中国木材市场供需改善之处

#### 二、中国木材供给状况严峻

#### 三、中国木材市场发展策略

#### 四、发展人造板业利于缓解木材供需矛盾

### 第六节 中国木材市场预测与趋势

#### 一、中国木材市场的供需预测

#### 二、未来国内木材需求缺口将扩大

#### 三、国内木材干燥技术发展前景良好

## 第十八章 其它关联产业

### 第一节 建材市场

#### 一、国内建材市场销售模式

#### 二、2008年建材行业运行状况

#### 三、2008年建材行业运行状况

### 第二节 五金市场

#### 一、中国家具五金特色产业基地一览

#### 二、中国现代家具五金件的应用

#### 三、国内五金行业发展趋势

#### 四、五金市场未来竞争格局将扩大

#### 五、国内家具五金配件的应用趋势

### 第三节 家具装饰

#### 一、家具装饰业标准化规则颁布

#### 二、浅析家具装饰业商会建诚信机制

#### 三、国内丝织企业进军高档家具装饰业

### 第四节 家具设计

#### 一、中国家具设计的历史与现状

#### 二、中国家具设计进展情况

#### 三、浅析家具设计注入新理念

#### 四、发达国家家具设计行业发展趋势

## 五、21世纪家具设计流行趋势

### 第十九章 家具行业营销

#### 第一节 中国家具营销现状

- 一、中国家具市场营销概况
- 二、中国家具营销的困难之处
- 三、中国家具流通市场模式缺陷
- 四、中国家具营销存在的其他问题
- 五、家具行业营销缺失原因及对策

#### 第二节 家具营销模式

- 一、家具销售渠道
- 二、专卖模式与高介入度营销模式
- 三、家具行业的特许经营模式
- 四、中国家具卖场招商模式市场解析
- 五、浅析家具联盟组织开拓家具营销新模式
- 六、国内家具终端营销模式创新策略
- 七、浅析传统家具商贸业的营销模式变革

#### 第三节 家具营销策略

- 一、中国家具行业的主要营销策略
- 二、业内企业互动互利营销策略
- 三、家具企业信息化管理策略解析
- 四、家具企业网络营销SWOT
- 五、中国家具出口渠道策略盘点
- 六、进入美国市场需整合营销策略
- 七、家具市场的其他营销策略

#### 第四节 品牌营销策略

- 一、解析中国家具业品牌迷局
- 二、品牌经营是家具产业发展之路
- 三、家具品牌营销的有效策略
- 四、本土家具产业进入品牌时代

#### 第五节 中国家具营销预测与趋势

- 一、浅析家具业定制营销模式即将来临

- 二、中国家具市场营销细分化的趋势
- 三、未来的家具市场营销的趋势与特点

## 第二十章 家具行业竞争局势与建议

### 第一节 中国家具行业的竞争现状

- 一、家具行业竞争形势
- 二、品牌家具竞争进入群雄割据时代
- 三、浅析国产家具竞争力的欠缺

### 第二节 中国家具区域竞争格局

- 一、广东：OEM以及展会的先锋标榜
- 二、浙江：产业升级中的突击士兵
- 三、四川、陕西：中部崛起的平民化策略
- 四、河北：冀派家具博采众长之路
- 五、北京：内销背景下渠道优势的典范
- 六、山东：产业后起之秀的广博视野
- 七、东北：资源优势背后的国际化战略

### 第三节 主要城市家具市场竞争

- 一、2008年上海家具卖场竞争白热化
- 二、2008年深圳家具业竞争力提升大
- 三、2008年福州家具市场竞争升级
- 四、2008年广州家具市场竞争态势

### 第四节 提高竞争力的建议与措施

- 一、家具制造提高整体综合实力方略
- 二、保持成本优势增强竞争力
- 三、利用信息化提高竞争力
- 四、提高中国家具国际竞争力

## 第二十一章 我国家具行业优势企业简介

### 第一节 光明集团家具股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2008-2009年公司财务状况
- 三、公司发展动向

## 第二节 美克国际家具股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2008-2009年公司财务状况

### 三、公司发展战略

## 第三节 全友家私有限公司

### 一、企业概况

### 二、公司品牌

## 第四节 北京曲美家具（集团）公司

### 一、企业概况

### 二、公司产品特点

### 三、公司家具设计创新

## 第五节 北京天坛股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、公司发展战略

## 第六节 广东省宜华木业股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2008-2009年公司财务状况

### 三、2009年公司经营状况

## 第七节 广东联邦家私集团有限公司

### 一、企业概况

### 二、公司技术水平

### 三、公司发展战略

## 第八节 吉盛伟邦家具集团股份公司

### 一、企业概况

### 二、2009年公司家展新概念

### 三、2009年公司逆市扩张

## 第九节 健威企业集团

### 一、企业概况

### 二、公司产品质量

### 三、2009年公司动态

## 第十节 宜家集团

### 一、企业概况

二、2008年公司经营状况

三、2009年公司发展方向

## 第二十二章 我国家具行业发展趋势

### 第一节 2009年中国家具行业发展趋势

一、2009年家具行业发展预测

二、2009年家具设计企业发展预测

三、2009年家具行业发展前景

四、2009年下半年家具市场走势

五、2009年家具市场发展变化预测

六、家具行业产业化发展趋势

### 第二节 2009年中国家具流行趋势

一、多功能家具潮流趋势

二、2009年家具流行趋势预测

三、2009家具时尚潮流预测

四、未来家具发展趋势

### 第三节 中国家具行业战略策略

一、家具业战略设计时代

二、家具企业战略设计策略

三、家具行业发展新战略

四、2009年高端家具企业品牌战略

### 第四节 金融危机下家具业发展策略

一、金融危机下家具行业蓝海战略

二、金融危机下行业竞争策略

三、金融危机下家具行业营销策略

四、2009年家具行业经营策略

## 第二十三章 中国家具行业投资分析

### 第一节 中国家具行业投资环境

一、经济环境

二、政策环境

三、人口环境

## 四、技术环境

### 第二节 中国家具行业投资优势

- 一、中国家具产业发展具有良好的发展环境
- 二、中国家具产业发展劳动力成本优势突出
- 三、中国家具产业发展产业集群优势明显
- 四、中国家具产业发展原料上具有一定成本优势

### 第三节 中国家具市场投资风险

- 一、政策频出 家具行业风险加大
- 二、投资家具建材市场风险大

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/106096.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。