



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国家具零售市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国家具零售市场分析及投资策略研究报告》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/282043.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

家具零售价值链包括原材料供货商、制造商及分销商，其中分销最为重要。如木材、塑料及金属等原材料已商品化，且可广泛获取。同样，家居装饰及家具产品的制造商众多，通常规模小，且主要为原始设备制造商。2014年，中国有14,000多家家居装饰及家具制造商，其中大部分位于沿海出口中心。对于注重国内市场的制造商而言，部分以自有品牌制造及销售产品。然而，这些品牌通常在消费者中的知名度有限，因其在市场推广方面的专业知识、预算有限，且由于产品性质，通常购买频率低且购买数量少。分销指家居装饰及家具行业的下游部分。现代零售链是最难建立的分销渠道，从价值链中创造并抽取大部分经济效益。下图阐明了中国家居装饰及家具价值链：

2015年11月中国家具零售价格指数环比增长值-0.09，2015年1-11月中国家具零售价格指数环比增长值-0.01。2015年分月家具零售价格指数如下表所示：2015年1-11月中国家具零售价格指数统计图

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 家具零售行业相关概述 53

第一节 零售行业相关概述 53

一、零售行业相关概况 53

（一）零售行业的定义 53

（二）零售贸易的特征 54

（三）零售业演变历程 56

三、零售业的业态概述 58

（一）零售业态划分标准 58

（二）零售业态发展规律 58

（三）有店零售业态概述 62

（四）无店零售业态概述 63

第二节 家具行业的相关概述 64

一、家具含义及特征分析 64

二、家具的构成要素概况 64

三、家具分类标准及类型 67

四、家具材质类型及特征 68

五、家具的历史演变过程 69

六、家具的流行趋势分析 71

第二章 世界家具零售行业发展分析 72

第一节 世界家具零售业发展概述 72

与整个世界家具零售市场的增长一样，中国的世界家具零售市场亦经历了快速增长。2009年至2014年，中国世界家具零售市场的零售销售价值由人民币10,409亿元增至人民币21,165亿元，年复合增长率为15.3%。受益于宏观经济的稳步发展，且预计中国整个世界家具零售市场将稳定增长，估计于2019年之前世界家具零售市场将保持稳定增长，年复合增长率达10.0%，增加至人民币34,163亿元。相较而言，其他成熟的消费者零售市场预计仅达到个位数的增长率。

一、世界零售业发展的特点 72

二、西方零售业态理论分析 76

三、零售企业市场拓展分析 80

第二节 世界家具零售行业发展概况 86

一、世界家具消费需求分析 86

二、世界家具生产状况分析 88

三、世界家具贸易状况分析 88

四、世界家具行业特点分析 90

第三节 欧洲家具零售行业发展分析 91

一、欧洲家具零售市场概述 91

二、欧洲家具零售渠道

分析 92 三、欧洲家具行业产值分析 93 四、欧洲家具进出口额分析 94 五、欧洲家具市场消费分析 95 第四节 美国家具零售行业发展分析 96 一、美国家具行业发展现状 96 二、美国家具零售市场概述 97 三、美国家具零售市场规模 97 四、美国家具业进出口分析 98 五、美国家具零售渠道分析 98 六、美国家具零售优势分析 99 第五节 日本家具零售行业发展分析 99 一、日本家具市场发展现状 99 二、日本家具市场发展历程 101 三、日本家具市场变化分析 104 四、日本家具销售渠道分析 106 五、日本家具零售发展策略 107 第三章 2016年中国家具零售行业发展环境分析 108 第一节 2016年中国家具零售业宏观经济环境分析 108 一、2016年中国GDP增长情况分析 108 二、2016年工业经济发展形势分析 110 三、2016年全社会固定资产投资分析 112 四、2016年社会消费品零售总额分析 115 五、2016年城乡居民收入与消费分析 117 六、2016年对外贸易的发展形势分析 118 第二节 中国家具零售行业政策环境分析 120 一、零售行业政策环境分析 120 (一) 零售行业管理体制概述 120 (二) 零售经营活动管理政策 121 (三) 商业网点规划管理政策 121 (四) 外商投资商业领域规定 125 二、家具行业政策环境分析 137 (一) 家具行业管理体制及政策 137 (二) 家具行业法规及标准概述 137 (三) 家具行业进出口政策概述 140 (四) 轻工业调整和振兴规划 141 (五) 家具行业以旧换新政策 153 三、家具行业相关标准分析 155 (一) 木质家具通用技术条件 155 (二) 红木家具通用技术条件 156 (三) 金属家具通用技术条件 176 (四) 软体家具标准体系分析 180 (五) 儿童家具通用技术条件 181 (六) 家具行业环保标准概述 183 第三节 中国家具零售行业社会环境分析 186 一、人口快速增长支撑市场空间 186 二、城市化进程促进家具消费 186 三、房地产市场刺激家具消费 187 四、农村市场孕育着巨大潜力 187 五、基础设施建设带动行业发展 188 第四章 2016年中国家具业经济运行分析 189 第一节 中国家具行业发展分析 189 一、2016年家具业发展概述 189 二、2016年家具业发展概述 189 第二节 2016年家具行业经济运行状况 190 一、家具行业企业数量分析 190 二、家具行业资产规模分析 190 三、家具行业产值规模分析 190 四、家具行业销售收入分析 191 五、家具行业利润总额分析 191 第三节 家具行业结构特征分析 192 一、家具企业经济类型分析 192 二、家具企业规模结构分析 192 三、家具行业区域结构分析 193 第四节 家具行业运营效益分析 194 一、家具行业盈利能力分析 194 二、家具行业的毛利率分析 194 三、家具行业运营能力分析 195 四、家具行业偿债能力分析 195 五、家具行业成长能力分析 195 第五节 家具行业成本费用分析 196 一、家具行业销售成本分析 196 二、家具行业销售费用分析 196 三、家具行业管理费用分析 197 四、家具行业财务费用分析 197 第五章 2015-2016年中国家具进出口分析 198 第一节 2015-2016年中国家具进出口分析 198 一、中国家具进口总体情况 198 二、中国家具出口总体情况 198 第二节 2015-2016年中国家具(3)进口分析 198 一、中国家具进口数量情况 198 二、中国家具进口金额分析 199 三、中国家具进口来源分析 199 四、中国家具进口区域分析 199 五、中国家具进口

价格分析 200 第三节 2015-2016年中国家具(3)出口分析 201 一、中国家具出口数量情况 201 二、中国家具出口金额分析 201 三、中国家具出口来源分析 203 四、中国家具出口区域分析 203 五、中国家具出口价格分析 204 第六章 2016年中国家具零售行业发展现状分析 206第一节 中国零售行业发展概况 206 一、中国零售行业发展概况 206 二、中国零售行业销售规模 207 三、2016年连锁经营百强分析 208 (一)零售连锁百强排名 208 (二)连锁百强特点分析 210 四、2016年连锁经营百强分析 211 五、中国零售业消费趋势分析 213 第二节 中国家具零售行业总体情况 220 一、中国家具生产规模分析 220 二、家具零售市场规模分析 222 三、中国家具零售现状分析 222 第三节 中国家具零售行业发展总结 222 一、家具零售总体环境概况 222 二、家具零售区域市场概况 223 三、家具零售渠道模式概况 223 四、家具零售品牌营销概况 224 五、家具材质风格变化分析 225 第四节 中国家具零售营销案例分析 229 一、慕思——娱乐营销 229 二、皇朝——体育营销 230 三、皇朝——草根营销 231 四、简爱——爆破营销 231 五、宜家——情感营销 232 六、仁豪——旅游营销 233 七、斯可馨——公益营销 233 八、美克美家——互动营销 234 九、香港家协——品牌集群营销 234 十、红星美凯龙——集群式广告营销 235 第七章 2016年中国家居零售连锁市场发展分析 236第一节 中国家居零售连锁行业发展概况 236 一、家居零售连锁行业现状分析 236 二、家居零售连锁发展历程分析 237 三、家居零售连锁市场规模分析 238 四、家居零售连锁供求关系分析 240 第二节 中国家居零售连锁行业产业链分析 241 一、家居零售连锁产业链概述 241 二、产业链上游行业发展分析 242 三、产业链下游行业发展分析 243 第三节 中国家居零售连锁各级城市市场分析 244 一、一级城市家居零售连锁市场分析 244 (一)一级城市家居零售连锁发展概况 244 (二)一级城市家居零售连锁市场特点 244 (三)一级城市家居零售连锁市场规模 244 二、二级城市家居零售连锁市场分析 245 (一)二级城市家居零售连锁发展概况 245 (二)二级城市家居零售连锁市场特点 245 (三)二级城市家居零售连锁市场规模 245 (四)二级城市家居零售连锁发展趋势 246 三、三级以下城市家居零售连锁分析 246 (一)三级城市家居零售连锁发展概况 246 (二)三级城市家居零售连锁市场规模 247 (三)三级城市家居零售连锁发展趋势 247 第四节 中国家居零售连锁重点企业竞争力对比分析 248 一、产品结构及定位分析 248 二、信息化水平对比分析 248 三、主要供应商对比分析 249 四、下游消费者对比分析 249 五、市场营销网络对比分析 249 六、市场销售能力对比分析 250 七、售后服务能力对比分析 251 八、经营发展策略对比分析 251 第五节 中国家居市场消费者需求分析 251 一、家居市场消费价格分析 251 二、家居市场消费半径分析 252 三、家居品牌的关注度分析 252 四、家居市场销售环境分析 252 五、家居市场售后服务分析 253 六、家居市场配送能力分析 253 第八章 2016年中国家装建材

行业市场调查分析 255 第一节 家装建材行业发展概况 255 一、家装建材行业搜索指数分析 255 二、家装建材行业搜索词的特征 255 第二节 家装建材卖场发展分析 256 一、家装建材卖场的关注度排行 256 二、家装建材卖场搜索趋势分析 257 三、家装建材卖场关注网民分析 257 (一) 家装建材卖场网民地域分布 257 (二) 家装建材卖场网民性别分布 258 (三) 家装建材卖场网民年龄分布 259 第四节 家装建材产品发展分析 260 一、家装产品关注度排行分析 260 二、家装产品品牌关注度分析 261 (一) 家具品牌关注度分析 261 (二) 卫浴洁具品牌关注度 262 (三) 橱柜品牌关注度分析 263 (四) 地板品牌关注度分析 264 (五) 瓷砖陶瓷品牌关注度 265 (六) 油漆涂料品牌关注度 266 (七) 木门品牌关注度分析 267 第五节 家装居室空间发展分析 268 一、家装居室空间关注热点分析 268 第六节 家装建材关注人群特征分析 269 第九章 中国家具市场消费者调查分析 273 第一节 家具市场消费者特征调查分析 273 一、消费者年龄分布情况 273 二、消费者收入情况分析 273 三、消费者职业分布情况 274 第二节 家具市场消费情况调查分析 275 一、家具购买动机调查分析 275 二、家具更换频率调查分析 275 三、家具购买了解渠道分析 276 四、家具购买预算投入分析 277 五、家具购买关注因素分析 277 六、家具购买风格偏好分析 278 七、家具购买材质喜好分析 279 第三节 家具市场消费者购买心理分析 279 一、卧室家具购买心理分析 279 二、客厅家具购买心理分析 280 三、书房家具购买心理分析 281 四、儿童家具购买心理分析 282 五、厨房家具购买心理分析 283 六、餐厅家具购买心理分析 285 七、酒店家具购买心理分析 286 八、办公家具购买心理分析 286 第十章 2016年中国各类家具零售市场运行态势 288 第一节 木质家具市场发展分析 288 一、木质家具行业发展概况 288 二、木质家具产量情况分析 289 三、木质家具品牌排行分析 290 四、木质家具品牌定位现状 291 五、木质家具品牌定位系统 292 六、木质家具营销策略分析 293 第二节 红木家具市场发展分析 294 一、红木家具市场现状分析 294 二、红木家具品牌排行分析 296 三、红木家具的经销商调查 298 四、红木家具价格影响因素 302 五、红木家具价格走势分析 304 六、红木家具营销模式分析 305 第三节 金属家具市场发展分析 307 一、金属家具行业发展概况 307 二、金属家具使用优点分析 308 三、金属家具产量情况分析 309 四、金属家具零售市场概况 309 五、金属家具市场前景分析 310 第四节 软体家具市场发展分析 312 一、软体家具产量情况分析 312 二、软体家具零售市场概况 313 三、软体家具品牌排行分析 313 四、软体家具流行趋势分析 314 五、软体家具价格走势分析 316 六、软体家具营销策略分析 317 第五节 儿童家具市场发展分析 320 一、中国儿童数量增长概况 320 二、儿童家具零售现状分析 321 三、儿童家具的关键词分析 322 四、儿童家具零售问题分析 322 五、儿童家具市场竞争分析 323 六、儿童家具行业前景分析 326 第六节 中国高端家具市场发展分析 328 一、高端家具零售市场概况 328 二、高端家具消费潜力分析 329 三、高端家具市场前景分析 330 四、高端家具零售渠道分析 332 五、高端家具营销策略分析 333 第七节 中国定制家

具市场发展分析 334 一、定制家具市场基础分析 334 二、定制家具市场发展概述 335 三、定制家具品质提升策略 335 四、定制家具营销流程分析 337 五、定制家具营销模式分析 342 六、定制家具营销策略分析 344 第十一章 中国家具零售行业竞争态势分析 345 第一节 中国家具零售行业竞争格局分析 345 一、产品竞争格局分析 345 (一) 京派家具产品竞争态势 345 (二) 粤派家具产品竞争态势 345 (三) 川派家具产品竞争态势 346 二、渠道竞争格局分析 347 (一) 京派家具渠道竞争态势 347 (二) 粤派家具渠道竞争态势 348 (三) 川派家具渠道竞争态势 349 三、品牌竞争格局分析 350 (一) 京派家具品牌竞争态势 350 (二) 粤派家具品牌竞争态势 351 (三) 川派家具品牌竞争态势 351 四、价格竞争格局分析 352 第二节 中国家具零售行业竞争结构分析 353 一、行业现有企业的竞争分析 353 二、行业新进入者的威胁分析 353 三、行业替代产品的威胁分析 354 四、行业上游供应商议价能力 355 五、行业下游消费者议价能力 355 第三节 中国家具零售行业竞争策略分析 356 一、产品竞争策略分析 356 二、价格竞争策略分析 356 三、渠道竞争策略分析 356 四、品牌竞争策略分析 357 第十二章 2016年中国家具零售行业渠道发展分析 358 第一节 中国家具零售经营模式分析 358 一、家具零售经营模式概况 358 二、家具零售模式演化过程 360 三、家具零售主要模式概述 362 (一) 单纯租赁模式分析 362 (二) 商场直接经营模式 363 (三) 商家厂家联合模式 363 (四) 家具超市经营模式 363 (五) 家具网上购物模式 364 第二节 中国家具零售渠道发展概况 364 一、零售行业渠道发展概况 364 二、家具零售渠道发展历程 365 三、家具零售渠道发展现状 365 四、家具零售渠道发展特色 366 五、家具零售渠道问题分析 366 六、家具零售渠道发展对策 367 第三节 家具卖场零售渠道发展分析 369 一、家具卖场零售现状分析 369 二、家具卖场空间设计攻略 371 三、家具卖场零售问题分析 374 四、家具卖场淡季营销策略 380 五、家具卖场零售发展策略 386 第四节 家具超市零售渠道发展分析 388 一、家具零售超市发展概况 388 二、家具超市零售规模分析 388 三、家具超市营销模式分析 389 四、家具超市营销策略分析 390 第五节 家具展会零售渠道发展分析 390 一、家具展会发展现状分析 390 二、家具展会的重要性分析 392 三、家具展会营销策略分析 394 四、家具展会发展问题分析 396 第六节 家具零售网络渠道发展分析 397 一、家具零售电商发展概况 397 二、网络渠道发展问题分析 399 三、家具网络团购发展分析 402 四、家具业电商可行性分析 403 五、家具电商发展壁垒分析 407 六、家具电商发展策略分析 409 七、家具电商渠道发展趋势 412 第七节 中国家具物流行业发展分析 412 一、中国物流行业现状分析 412 二、家具物流发展问题分析 416 三、中国家具物流成本分析 417 四、创新家具物流体系分析 418 五、家具物流发展对策分析 419 第十三章 2016年中国家具零售行业重点区域发展分析 420 第一节 北京家具零售业发展分析 420 一、北京家具业社会环境分析 420 (一) 人口增长情况分析 420 (二) 人均收入情况分析 421 (三) 房屋面积增长分析 422 二、北京市家居零售市场规模 423 三、北京市家具行业

发展概况 425 四、北京家具零售业发展动态 426 第二节 天津家具零售业发展分析 427 一、天津家具业社会环境分析 427 (一) 人口增长情况分析 427 (二) 人均收入消费分析 428 (三) 房屋面积增长分析 428 二、天津市家具行业发展概况 428 三、天津家具零售业发展动态 429 第三节 上海家具零售业发展分析 429 一、上海家具业社会环境分析 429 (一) 人口增长情况分析 429 (二) 人均收入消费分析 429 (三) 房屋面积增长分析 430 二、上海市家居零售市场规模 431 三、上海市家具行业发展概况 434 四、上海家具零售业发展动态 436 第四节 广州家具零售业发展分析 437 一、广州家具业社会环境分析 437 (一) 人口增长情况分析 437 (二) 居民人均收入分析 438 (三) 房屋面积增长分析 438 二、广州市家居零售市场规模 438 三、广州市家具行业发展概况 439 四、广州家具零售业发展动态 440 第五节 深圳家具零售业发展分析 440 一、深圳家具业社会环境分析 440 (一) 人口增长情况分析 440 (二) 人均收入消费分析 441 (三) 房屋面积增长分析 441 二、深圳市家居零售市场规模 441 三、深圳市家具行业发展概况 443 四、深圳家具零售业发展动态 444 第六节 东莞家具零售业发展分析 446 一、东莞家具业社会环境分析 446 (一) 人口增长情况分析 446 (二) 人均收入消费分析 446 (三) 房屋面积增长分析 447 二、东莞市家具行业发展概况 447 三、东莞家具零售业发展动态 448 第七节 青岛家具零售业发展分析 450 一、青岛家具业社会环境分析 450 (一) 人口增长情况分析 450 (二) 人均收入消费分析 451 (三) 房屋面积增长分析 452 二、青岛市家具行业发展概况 452 三、青岛家具零售业发展动态 452 第八节 大连家具零售业发展分析 453 一、大连家具业社会环境分析 453 (一) 人口增长情况分析 453 (二) 人均收入消费分析 453 (三) 房屋面积增长分析 453 二、大连市家居零售市场规模 454 三、大连市家具行业发展概况 454 四、大连家具零售业发展动态 454 第九节 杭州家具零售业发展分析 455 一、杭州家具业社会环境分析 455 (一) 人口增长情况分析 455 (二) 人均收入消费分析 455 (三) 房屋面积增长分析 456 二、杭州市家居零售市场规模 457 三、杭州市家具行业发展概况 458 四、杭州家具零售业发展动态 459 第十节 南京家具零售业发展分析 461 一、南京家具业社会环境分析 461 (一) 人口增长情况分析 461 (二) 人均收入消费分析 461 (三) 房屋面积增长分析 462 二、南京市家居零售市场规模 462 三、南京市家具行业发展概况 464 四、南京家具零售业发展动态 466 第十一节 常州家具零售业发展分析 467 一、常州家具业社会环境分析 467 (一) 人口增长情况分析 467 (二) 人均收入消费分析 468 (三) 房屋面积增长分析 468 二、常州市家居零售市场规模 469 三、常州市家具行业发展概况 469 四、常州家具零售业发展动态 472 第十二节 成都家具零售业发展分析 472 一、成都家具业社会环境分析 472 (一) 人口增长情况分析 472 (二) 人均收入消费分析 473 (三) 房屋面积增长分析 474 二、成都市家居零售市场规模 477 三、成都市家具行业发展概况 477 四、成都家具零售业发展动态 477 第十三节 重庆家具零售业发展分析 478 一、重庆家具业社会环境分析 478 (一) 人口增长情

况分析 478 (二) 人均收入消费分析 478 (三) 房屋面积增长分析 479 二、重庆市家具行业发展概况 479 三、重庆家具零售业发展动态 479 第十四章 2016年中国主要家具零售企业发展分析 480第一节 家具零售上市企业发展分析 480 一、美克美家家具连锁有限公司 480 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 二、索菲亚家居股份有限公司 488 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 三、德尔国际家居股份有限公司 497 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 四、广东省宜华木业股份有限公司 504 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 五、喜临门家具股份有限公司 516 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 六、浙江永强集团股份有限公司 525 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第二节 家具卖场及超市发展分析 533 一、宜家家居——宜家集团 533 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 二、百安居——英国翠丰集团 543 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 三、特力屋——特力集团 553 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 四、红星美凯龙集团 560 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 五、金海马集团 569 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 六、好百年家居连锁集团 577 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 七、北京居然之家投资控股集团有限公司 585 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 八、吉盛伟邦家具集团 595 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 九、东方家园建材连锁超市 602 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 十、全友家私有限公司 608 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 十一、月星集团有限公司 615 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 十二、大明宫建材家居公司 625 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 十三、中联国际家居博览中心 634 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 十四、好美家装潢建材有限公司 642 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第三节 高端家具零售企业发展分析 650 一、达芬奇家具股份有限公司 650 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 二、伊利诺伊家具有限公司 658 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 三、北欧风情家具公司 666 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 四、莱礼欧邸——美国莱礼集团 674 (1) 企业发展简况分析

况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 五、上海富乐居家具有限公司

681 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十五章

2017-2022年中国家具零售行业发展趋势及前景预测 689第一节 2017-2022年中国家具零售行业

发展趋势分析 689 一、国际家具产业发展趋势分析 689 二、中国家具行业发展趋势分析 690

三、中国家具行业消费趋势分析 690 四、家具零售渠道发展趋势分析 691 五、家具零售产品

发展趋势分析 692 第二节 2017-2022年中国家具零售行业发展前景分析 692 一、“十三五”经济

形势前景分析 692 二、“十三五”零售行业发展规划 703 三、“十三五”家具行业发展规划 705 四

、“十三五”家具行业前景分析 705 五、“十三五”家具零售前景展望 706 第三节 2017-2022年中

国家具零售市场规模预测分析 706 第十六章 2017-2022年中国家具零售行业投资可行性分析

708第一节 2017-2022年中国家具零售行业投资潜力分析 708 一、居民消费增长潜力分析 708

二、居民住房发展潜力分析 709 三、家具零售区域投资潜力 710 四、家具零售投资热点分析

710 第二节 2017-2022年中国家具零售行业投资风险分析 714 一、宏观经济风险分析 714 二、

行业政策风险分析 714 三、市场竞争风险分析 714 四、渠道建设风险分析 715 第三节

2017-2022年中国家具零售行业投资策略分析 715 第十七章 中国家具零售企业投融资及IPO上

市策略指导 717第一节 家具零售企业融资渠道与选择分析 717 一、家具零售企业融资方法与

渠道简析 717 二、利用股权融资谋划企业发展机遇 717 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

718 四、适度债权融资配置自身资本结构 719 五、关注民间资本和外资的投资动向 719 第二

节 家具零售企业境内IPO上市目的及条件 720 一、企业境内上市主要目的 720 二、企业上市

需满足的条件 722 (一) 企业境内主板 IPO 主要条件 722 (二) 企业境内中小板IPO主要条

件 725 (三) 企业境内创业板IPO主要条件 726 三、企业改制上市中的关键问题 727 第三节

企业IPO上市的相关准备 728 一、企业该不该上市 728 二、企业应何时上市 731 三、企业应

何地上市 731 四、企业上市前准备 733 (一) 企业上市前综合评估 733 (二) 企业的内部规

范重组 735 (三) 选择并配合中介机构 738 (四) 应如何选择中介机构 740 第四节 企业IPO

上市的规划实施 740 一、上市费用规划和团队组建 740 二、尽职调查及问题解决方案 746 三

、改制重组需关注重点问题 746 四、企业上市辅导及注意事项 746 五、上市申报材料制作及

要求 752 六、网上路演推介及询价发行 754 第五节 企业IPO上市审核工作流程 755 二、企

业IPO上市具体审核环节 758 三、与发行审核流程相关的事项 760(AK HT) 图表目录：图表

1 2005年 季度—2016年i季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 108 图表 2 2005

年12月—2016年6月工业增加值月度同比增长率(%) 110 图表 3 2005年1-12

月—2016年1-6月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 112 图表 4 2005年12

月—2016年6月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 115 图表 5 2011-2015全国居

民人均可支配收入 117 图表 6 2016年全国居民人均消费支出及构成 118 图表 7 2005年12

月—2016年6月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 118 图表 8
2012-2016年我国家具制造行业产成品 189 图表 9 2012-2016年我国家具制造行业出口交货值
189 图表 10 2012-2016年我国家具制造行业规模企业个数 190 图表 11 2012-2016年我国家具制
造行业资产合计 190 图表 12 2012-2016年我国家具制造行业工业总产值 190 图表 13 2012-2016
年我国家具制造行业销售收入 191 图表 14 2012-2016年我国家具制造行业利润总额 191 图表
15 2016年我国家具制造行业不同所有制企业利润总额分布图 192 图表 16 2016年我国家具制造
行业不同规模企业利润总额分布图 192 图表 17 2016年我国家具制造行业不同地区企业销售收
入分布图 193 图表 18 2012-2016年我国家具制造行业销售利润率 194 图表 19 2012-2016年我国
家具制造行业销售毛利率 194 图表 20 2012-2016年我国家具制造行业应收账款周转率 195 图表
21 2012-2016年我国家具制造行业资产负债率 195 图表 22 2012-2016年我国家具制造行业流动
资产周转率 195 图表 23 2012-2016年我国家具制造行业主营业务成本 196 图表 24 2012-2016年
我国家具制造行业销售费用 196 图表 25 2012-2016年我国家具制造行业管理费用 197 图表 26
2012-2016年我国家具制造行业财务费用 197 图表 27 2016年我国家具制造行业进口来源占比
199 图表 28 2016年6月全国家具类产品出口统计表 201 图表 29 2016年我国家具制造行业出口
去向占比 203 图表 30 2016年中国家具出口区域占比 203 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282043.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）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。