



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国家具行业市场分析及 投资前景展望报告

一、调研说明

《2009年中国家具行业市场分析及投资前景展望报告》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/29468.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

目录

第一章 家具行业简述

一、家具行业定义与特性

（一）家具行业定义

（二）家具的特性

（三）家具行业特性

二、家具的分类

（一）按材质和工艺分类

（二）按照用途品种分类

（三）其它类型家具的分类

第二章 2008年中国家具行业市场展环境

一、2008年中国经济发展环境

（一）2008年前三季度经济运行情况

（二）全球金融危机对中国产业格局影响

（三）中国应对金融危机的措施

（四）2008年11月部分家具出口退税率提高至11%

二、2008年中国家具行业政策环境

（一）《天津市家具商品修理更换退货责任规定》将在近期出台

（二）《家具产品标识标注规范》标准制定

（三）家具标准审定会召开八项标准被审定

（四）国内家具及木制品迎来欧盟又一项绿色壁垒

三、2008年中国家具行业技术环境

（一）材料发展水平

（二）专用设备技术水平

（三）工艺设计发展水平

四、2008年中国家具行业社会环境

（一）居民消费

（二）消费观念

第三章 2008年全球家具行业发展现状

一、2008年全球家具行业发展概况

（一）全球家具市场贸易现状

（二）全球家具生产的变化

（三）全球家具市场的规模持续扩大

二、2008年全球家具行业市场运营情况

（一）全球家具行业市场供应情况

（二）全球家具行业市场需求情况

三、2008年全球家具行业市场运营中在的问题

第四章 2008年全球主要国家家具行业运行情况

一、意大利

（一）意大利家具介绍

（二）意大利木材家具业绩情况

（三）解析意大利家具畅销全球的原因

（四）意大利家具产业的成功秘诀

二、德国

（一）德国家具市场的消费群体

（二）德国家具业面临萎缩的困境

（三）德国家具市场的销售空间狭窄

三、美国

（一）美国家具市场剖析

（二）浅析美国家具业寡头垄断

（三）美国家庭家具市场发展简况

（四）美国家具市场发展展望

四、英国

（一）英国家具概况

（二）英国家具市场发展的概况

五、法国

（一）法国古典家具简介

（二）法国家具市场发展简况

（三）法国家具营销模式

- (四) 法国家具的消费情况
- (五) 法国家具进出口市场
- (六) 法国家具未来的发展趋势

第五章 2008年中国家具行业市场运营状况

一、2008年中国家具行业市场发展现状

- (一) 中国家具市场发展的特点
- (二) 中国家具市场的销售形式
- (三) 中国家具市场的区域划分
- (四) 西部地区家具市场概述
- (五) 中国家具市场的零售模式
- (六) 中国家具国内外市场销售业绩

二、2008年中国家具行业市场运营情况

- (一) 中国家具行业需求情况
- (二) 中国家具行业供给情况

三、家具市场发展的的问题与对策

- (一) 中国家具市场存在的主要问题
- (二) 困扰国内家具消费市场的若干问题
- (三) 中国家具市场发展模式的建议
- (四) 中国家具需走出低端市场局面

第六章 2008年中国家具行业市场营销现状

一、2008年中国家具行业营销现状

- (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) 中国家具行业营销缺失原因及对策

二、2008年中国家具行业营销模式

- (一) 中国家具销售渠道
- (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

三、2008年中国家具行业营销策略

- (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) 中国家具企业网络营销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

四、2008年中国家具行业品牌营销策略

- (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

第七章 2008年中国家具行业消费者市场调查

一、2008年中国家具消费者行为

- (一) 消费者阶层分类
- (二) 家具消费者购买行为因素
- (三) 经常光顾家具市场的群体
- (四) 消费者所需要的家具类型

二、消费者购买家具费用支出

三、促销手段对消费者购买家具的影响

四、消费者购买家具考虑的因素

- (一) 价格敏感程度
- (二) 品牌的影响
- (三) 购买方便的影响
- (四) 广告的影响程度
- (五) 环保、安全的影响程度

第八章 2008年中国家具行业竞争格局与建议

一、2008年中国家具行业的竞争现状

- (一) 中国家具行业竞争形势
- (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

二、中国主要城市家具市场竞争

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

三、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) 提高中国家具全球竞争力

第九章 中国家具行业主要生产企业

一、北京曲美家具有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况
- (三) 企业竞争力

二、天津市格力斯家具有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况
- (三) 企业竞争力

三、大连光明家具有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况
- (三) 企业竞争力

四、河北蓝鸟家具有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

五、上海施华家具有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

六、中山市东港家具制造有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

七、佛山市大明家具有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

第十章 2008年中国木材市场供应走势解析

一、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

二、2008年中国木材市场总体

(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

三、2008年中国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

第十一章 2009-2012年中国家具行业发展及投资前景

一、2009-2012年中国家具行业发展趋势预测

- (一) 健康安全环保绿色将成为家具主潮流
- (二) 办公家具简约成主潮流
- (三) 家具生产企业进入微利时期
- (四) 家具商业多元并存，品牌专卖占优势
- (五) 二、三级市场未来内销售的重点
- (六) 2012年家具行业降为零关税

二、2009-2012年中国家具行业市场运营情况预测

- (一) 中国家具行业产量预测
- (二) 中国家具行业需求预测

三、中国木材市场预测与趋势

- (一) 2009-2012年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

四、2009-2012年中国家具行业投资机会

- (一) 中国家具行业投资机会
- (二) 中国家具行业投资机会
- (三) 中国家具行业投资风险

五、2009-2012年中国家具行业投资策略与建议

- (一) 渠道扩张多元谋生
- (二) 优质服务增加卖点
- (三) 收缩战线做精做专
- (四) 加大软装方面开发

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/29468.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提供专业投资咨询报告、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。