



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005年中国日用家具市场 研究年度报告

# 一、调研说明

《2004-2005年中国日用家具市场研究年度报告》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/48665.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

### 主要结论

#### 一、2004年全球日用家具市场现状与特点

##### 2 (一) 市场现状与特点

##### 2 1、全球范围内的日用家具市场继续扩大

##### 3 2、中国成为日用家具最大出口国之一

##### 5 3、日用家具市场实现全球范围内整合

##### 5 (二) 主要国家和地区发展概要

##### 5 1、美国

##### 7 2、德国

##### 8 3、日本 二、2004年中国日用家具市场规模与结构

##### 10 (一) 市场现状

##### 10 1、总量规模

##### 14 2、增长速度

##### 15 (二) 市场结构

##### 15 1、产品市场结构

##### 17 2、品牌市场结构

##### 18 3、销售渠道结构 三、2004年中国日用家具市场供需分析

##### 20 (一) 需求分析

##### 20 1、产品

##### 22 2、价格

##### 23 3、促销

##### 23 4、渠道 23 (二) 供给分析

##### 23 1、产品

##### 25 2、价格

##### 26 3、促销

##### 27 4、渠道

##### 28 (三) 市场特征分析 四、2004年中国日用家具市场竞争格局与主力厂商市场竞争力评价 30

##### (一) 竞争格局分析

##### 30 1、市场竞争格局

31	2、竞争手段
35	(二) 主力厂商市场竞争力评价
35	1、美克股份
37	2、光明家具
39	3、联邦家具
40	4、华丰家具
42	5、红星家具
44	五、影响2005 - 2009年中国日用家具市场发展因素分析 44 (一) 有利因素
44	1、市场需求
45	2、政策变化
45	3、产品技术
47	4、产业发展
47	(二) 不利因素
47	1、市场需求
48	2、政策变化
49	3、产业发展
49	六、2005 - 2009年中国日用家具市场趋势分析
50	(一) 产品趋势
50	1、厨房家具等日用家具子行业开始向独立行业发展
50	2、日用家具产品个性化将成为主流趋势
51	(二) 价格趋势
51	1、模块化家具价格持续下降
51	2、个性化家具价格持续上升
52	(三) 渠道趋势
52	1、日用家具渠道将向动态联盟方向发展
52	2、日用家具新的渠道形态将不断出现
53	(四) 服务趋势
53	1、快速交货将成为日用家具服务的主要要求
54	2、日用家具客户满意度将成为决定企业竞争力的主要因素
54	七、2005 - 2009年中国日用家具市场发展预测
55	(一) 规模预测
55	(二) 增长预测
57	八、建议
57	(一) 产品策略
57	1、加强企业原创设计能力

57	2、建立企业自有国际品牌
58	3、更新家具产品制造技术
59	(二) 价格策略
59	1、建立健全价格联盟机制
59	2、加快企业运营模式转型
60	(三) 渠道策略
60	1、尽快完善专业分工体系
60	2、抓住渠道新形态发展机遇
62	(四) 服务策略
62	1、尽快加强信息系统建设
62	2、加强企业文化内涵设计 报告说明 表目录
2	表1 2004年全球各国家具行业生产总值表
9	表2 2004年日本进口家具主要供应国及贸易份额
12	表3 2003 - 2004年全国日用家具出口统计表
13	表4 2003 - 2004年全国日用家具进口统计表
20	表5 2004年中国各省市房地产行业住宅交易额 22 表6 中国消费者购买日用家具时排在前四位的考虑因素 24 表7 2004年中国日用家具企业流动资产周转状况表
25	表8 2004年中国日用家具企业成本费用利润状况表
26	表9 2004年中国日用家具企业人均销售率状况表
31	表10 2003年中国家具行业集中度分析
36	表11 美克股份竞争力评价表
38	表12 光明家具竞争力评价表
40	表13 联邦家具竞争力评价表
41	表14 华丰家具竞争力评价表
43	表15 红星家具竞争力评价表
48	表16 按收入等级分城镇居民家庭平均每百户年底耐用消费品拥有量 49 表17 2003年我国主要钢材品种的生产和消费情况 图目录
3	图1 2004年全球各国家具行业生产总值份额对比图
4	图2 2004年中国家具出口销量前5名国家(地区)排名
4	图3 2004年中国家具出口增长率排名表
6	图4 2004年美国家具零售市场规模排名表
7	图5 2004年美国各大区家具消费市场规模示意图

- 10 图6 1999 - 2004年中国居民可支配收入变化趋势
- 11 图7 1999 - 2004年中国日用家具行业生产总值发展概况 14 图8 1999 - 2004年中国日用家具行业生产总值增长速度概况 15 图9 2004年中国日用家具行业各季度生产总值发展概况 15
- 图10 2004年中国日用家具市场销售比例示意图
- 16 图11 2004年中国日用家具市场销售比例示意图
- 17 图12 2004年中国各省家具行业生产总值统计
- 18 图13 2004年全国日用家具生产量分布图
- 19 图14 2004年北京市日用家具企业销售渠道市场份额对比图 44 图15 2004年上半年房地产累计开发投资及增长情况
- 55 图16 2005 - 2009年中国日用家具行业生产总值发展预测 56 图17 2005 - 2009年中国日用家具行业生产总值增长率发展预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48665.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。