



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008—2010年中国家具制造业 兼并（并购）重组决策分析及 行业竞争力调查市场分析及发展

## 一、调研说明

《2008—2010年中国家具制造业兼并（并购）重组决策分析及行业竞争力调查市场分析与发展》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/57590.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

2008-2010年中国家具制造业兼并（并购）重组决策分析及行业竞争力调查市场分析及发展趋势研究报告

### 目录

#### 第一章 研究概述

##### 第一节 研究背景

##### 第二节 研究内容

##### 第三节 研究方法

##### 第四节 研究团队

##### 第五节 研究结论

#### 第二章 全球家具制造行业发展状况和特征分析

##### 第一节 全球家具制造行业的供求格局

###### 一、2006-2007年全球家具制造行业供需规模分析

###### 二、2008-2010年全球家具制造行业供需规模预测

##### 第二节 2006-2007年全球家具制造行业的竞争格局分析

###### 一、全球家具制造行业的竞争集中度分析

###### 二、全球家具制造行业的地区竞争格局分析

##### 第三节 全球家具制造行业主要国家和地区发展状况

###### 一、意大利

###### 二、美国

###### 三、德国

###### 四、欧盟

###### 五、东盟

#### 第三章 中国家具制造行业的现状与发展趋势分析

##### 第一节 中国家具制造行业市场现状及特点分析

##### 第二节 中国家具制造行业产品现状

##### 第三节 2006-2007年中国家具供需规模分析

##### 第四节 2006-2007年中国家具制造行业进出口情况

##### 第五节 2006-2007年中国家具制造行业竞争格局分析

##### 第六节 中国家具制造行业的市场发展趋势分析

###### 一、中国家具制造行业的主要发展趋势

## 二、2008-2010年中国家具供需规模预测

### 第四章 中国家具制造行业发展的政策环境分析

#### 第一节 宏观经济环境

#### 第二节 产业政策环境

### 第五章 影响家具制造行业发展的战略因素分析

#### 第一节 影响中国家具行业发展的风险分析

#### 三、宏观经济

#### 四、原材料供应

#### 五、设计水平

#### 六、国际贸易

#### 第二节 中国家具制造行业发展存在的问题

### 第六章 中国家具制造行业细分市场研究

#### 第一节 木制家具

##### 一、市场概况和特点

##### 二、2006-2007年供需规模

##### 三、2008-2010年供需预测

#### 第二节 塑料家具

##### 一、市场概况和特点

##### 二、2006-2007年供需规模

##### 三、2008-2010年供需预测

#### 第三节 竹、藤家具

##### 一、市场概况和特点

##### 二、2006-2007年供需规模

##### 三、2008-2010年供需预测

#### 第四节 金属家具

##### 一、市场概况和特点

##### 二、2006-2007年供需规模

##### 三、2008-2010年供需预测

### 第七章 家具制造行业的区域分析

#### 第一节 东北地区

##### 一、2007年地区家具供需规模分析

##### 二、地区家具制造行业发展特征

三、地区家具制造行业区域竞争格局及主体分析

四、地区家具制造行业兼并重组趋势与可行性分析

## 第二节 西北地区

一、2007年地区家具供需规模分析

二、地区家具制造行业发展特征

三、地区家具制造行业区域竞争格局及主体分析

四、地区家具制造行业兼并重组趋势与可行性分析

## 第三节 华北地区

一、2007年地区家具供需规模分析

二、地区家具制造行业发展特征

三、地区家具制造行业区域竞争格局及主体分析

四、地区家具制造行业兼并重组趋势与可行性分析

## 第四节 华中地区

一、2007年地区家具供需规模分析

二、地区家具制造行业发展特征

三、地区家具制造行业区域竞争格局及主体分析

四、地区家具制造行业兼并重组趋势与可行性分析

## 第五节 华东地区

一、2007年地区家具供需规模分析

二、地区家具制造行业发展特征

三、地区家具制造行业区域竞争格局及主体分析

四、地区家具制造行业兼并重组趋势与可行性分析

## 第六节 西南地区

一、2007年地区家具供需规模分析

二、地区家具制造行业发展特征

三、地区家具制造行业区域竞争格局及主体分析

四、地区家具制造行业兼并重组趋势与可行性分析

## 第七节 华南地区

一、2007年地区家具供需规模分析

二、地区家具制造行业发展特征

三、地区家具制造行业区域竞争格局及主体分析

四、地区家具制造行业兼并重组趋势与可行性分析

## 第八章 中国家具制造行业兼并重组现状分析

### 第一节 中国家具制造行业兼并重组背景分析

### 第二节 中国家具制造行业兼并重组现状分析

### 第三节 中国家具制造企业兼并案例分析

### 第四节 中国家具制造行业兼并重组趋势分析

## 第九章 中国家具制造行业兼并重组的障碍分析

### 第一节 国际贸易政策障碍

### 第二节 资金障碍

### 第三节 渠道障碍

### 第四节 技术障碍

## 第十章 国外家具制造行业兼并重组案例分析

### 第一节 台湾台升家具兼并美国环美家具

#### 一、兼并重组背景与动机分析

#### 二、兼并重组过程与案例分析

#### 三、兼并重组核心价值与整合战略分析

### 第二节 全球第二大办公家具制造商HNI全资收购香港美时（Lamex）

#### 一、兼并重组背景与动机分析

#### 二、兼并重组过程与案例分析

#### 三、兼并重组核心价值与整合战略分析

## 第十一章 国内家具制造企业兼并重组案例分析

### 第一节 香港桥新公司、香港恒利公司、东莞美桥公司重组为东莞耀邦集团

#### 一、兼并重组背景与核心价值分析

#### 二、兼并重组过程与重组方案分析

#### 三、兼并重组整合后发展战略分析

### 第二节 温州65个家具企业实行战略联盟

#### 一、兼并重组背景与核心价值分析

#### 二、兼并重组过程与重组方案分析

#### 三、兼并重组整合后发展战略分析

## 第十二章 中国主要家具制造企业竞争力分析

### 第一节 大连华丰家具有限公司

#### 一、生产经营情况分析

#### 二、技术水平及产品结构分析

三、核心竞争力分析

四、市场销售网络分析

五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第二节 万福阁家具（昆山）有限公司

一、生产经营情况分析

二、技术水平及产品结构分析

三、核心竞争力分析

四、市场销售网络分析

五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第三节 迪高乐实业(深圳)有限公司

一、生产经营情况分析

二、技术水平及产品结构分析

三、核心竞争力分析

四、市场销售网络分析

五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第四节 华达利家具（中国）有限公司

一、生产经营情况分析

二、技术水平及产品结构分析

三、核心竞争力分析

四、市场销售网络分析

五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第五节 台升实业有限公司

一、生产经营情况分析

二、技术水平及产品结构分析

三、核心竞争力分析

四、市场销售网络分析

五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

第六节 上海基舜兴休闲制品有限公司

一、生产经营情况分析

二、技术水平及产品结构分析

三、核心竞争力分析

四、市场销售网络分析

## 五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

### 第七节 胜立塑胶工业（深圳）有限公司

#### 一、生产经营情况分析

#### 二、技术水平及产品结构分析

#### 三、核心竞争力分析

#### 四、市场销售网络分析

#### 五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

### 第八节 美克国际家私(天津)制造有限公司

#### 一、生产经营情况分析

#### 二、技术水平及产品结构分析

#### 三、核心竞争力分析

#### 四、市场销售网络分析

#### 五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

### 第九节 深圳天诚家具有限公司

#### 一、生产经营情况分析

#### 二、技术水平及产品结构分析

#### 三、核心竞争力分析

#### 四、市场销售网络分析

#### 五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

### 第十节 高峰创建家私（深圳）有限公司

#### 一、生产经营情况分析

#### 二、技术水平及产品结构分析

#### 三、核心竞争力分析

#### 四、市场销售网络分析

#### 五、发展战略与兼并重组趋势与可能性分析

## 第十三章 中国家具制造行业产业链分析及兼并重组机会分析

### 第一节 中国家具行业产业链分析

### 第二节 中国家具行业产业链内兼并重组机会分析

## 第十四章 中国家具制造企业兼并重组分析

### 第一节 曲美家具

#### 一、企业发展战略分析

#### 二、企业战略发展瓶颈分析



### 三、兼并重组可能性分析

#### 第二节 宜家家具

##### 一、企业发展战略分析

##### 二、企业战略发展瓶颈分析

##### 三、兼并重组可能性分析

#### 第三节 华日家具

##### 企业发展战略分析

##### 企业战略发展瓶颈分析

##### 兼并重组可能性分析

#### 第四节 全友家具

##### 一、企业发展战略分析

##### 二、企业战略发展瓶颈分析

##### 三、兼并重组可能性分析

#### 第五节 天坛家具

##### 一、兼并重组可行性分析

##### 二、兼并重组价值分析

#### 第六节 月星家具

##### 一、兼并重组可行性分析

##### 二、兼并重组价值分析

#### 第七节 双叶家具

##### 一、兼并重组可行性分析

##### 二、兼并重组价值分析

#### 第八节 富之岛家具

##### 一、兼并重组可行性分析

##### 二、兼并重组价值分析

### 第十五章 中国家具制造行业兼并重组风险分析

#### 企业整合风险分析

#### 资金风险分析

#### 市场风险分析

#### 管理风险分析

### 第十六章 中国家具制造行业兼并重组建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/57590.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。