



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国高端家具行业 市场监测及前景预测报告

## 一、调研说明

《2011-2015年中国高端家具行业市场监测及前景预测报告》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/189837.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 2011年全球高端家具产业发展状况分析 1

##### 第一节 2011年全球高端家具产业发展环境浅析 1

##### 第二节 2011年全球家具制造业现状综述 7

##### 第三节 2011年全球高端家具市场分析 8

###### 一、全球高端家具市场消费情况 8

###### 二、全球高端家具品牌市场动态 8

###### 三、全球高端家具贸易情况分析 10

###### 四、“达芬奇乱码”引发国际高端家具品牌余震不断 11

##### 第四节 2011-2015年全球高端家具市场前景预测 12

#### 第二章 2011年中国高端家具产业市场发展环境分析 15

##### 第一节 国内宏观经济环境分析 15

###### 一、GDP历史变动轨迹分析 15

###### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 16

###### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析 18

##### 第二节 中国高端家具行业政策环境分析 22

#### 第三章 2011年中国家具制造业整体发展态势分析 25

##### 第一节 中国家具行业发展概况 25

###### 一、我国家具制造产业链综述 25

###### 二、我国家具行业加速发展的特点 28

###### 三、我国家具行业“西进”态势明显 30

###### 四、中国家具行业五大产业区分析 31

###### 五、中国家具行业生产企业 35

###### 六、国内家具行业信息化发展进程 35

###### 七、国内家具OEM企业发展的方向探析 38

###### 八、我国家具行业可持续发展的策略分析 39

##### 第二节 近几年中国家具制造业数据指标分析 40

###### 一、中国家具制造业运行经济指标分析 40

## 二、2007-2011年中国家具产量统计分析 41

### 第三节 2011的中国家具产业面临的壁垒及策略分析 42

## 第四章 2008-2010年中国高端家具制造行业数据监测分析 45

### 第一节 2009-2011年中国高端家具行业总体数据分析 45

#### 一、2009年中国高端家具行业全部企业数据分析 45

#### 二、2010年中国高端家具行业全部企业数据分析 47

#### 三、2011年中国高端家具行业全部企业数据分析 49

### 第二节 2009-2011年中国高端家具行业不同规模企业数据分析 51

#### 一、2009年中国高端家具行业不同规模企业数据分析 51

#### 二、2010年中国高端家具行业不同规模企业数据分析 51

#### 三、2011年中国高端家具行业不同规模企业数据分析 51

### 第三节 2009-2011年中国高端家具行业不同所有制企业数据分析 52

#### 一、2009年中国高端家具行业不同所有制企业数据分析 52

#### 二、2010年中国高端家具行业不同所有制企业数据分析 52

#### 三、2011年中国高端家具行业不同所有制企业数据分析 53

## 第五章 2011年国内外高端家具发展同比分析 54

### 第一节 高端家具款式设计 54

#### 一、国外高端家具款式设计风格及流行元素 54

#### 二、国内高端家具款式设计风格及流行元素 54

#### 三、差异及借鉴 55

### 第二节 高端家具材质 55

#### 一、国外高端家具材质分析 55

##### 1、椴木 55

##### 2、胡桃木 55

#### 二、国内高端家具材质分析 55

##### 1、紫檀 55

##### 2、花梨木 56

##### 3、酸枝木 56

##### 4、铁梨木 56

#### 三、差异及借鉴 56

### 第三节 高端家具加工工艺及生产技术 57

#### 一、国外高端家具加工工艺及生产技术 57

#### 二、国内高端家具加工工艺及生产技术 57

#### 三、差异及借鉴 58

## 第六章 2011年中国高端家具市场深度剖析 59

### 第一节 中国木质家具行业运行概况 59

#### 一、木质家具的四种流派 59

#### 二、我国木质家具行业发展综述 60

#### 三、木质家具成为家具市场主打产品 61

### 第二节 2007-2011年中国木质家具产量统计分析 61

#### 一、2007-2010年全国木质家具产量分析 61

#### 二、2011年全国及主要省份木质家具产量分析 62

#### 三、2011年木质家具产量集中度分析 63

### 第三节 实木家具 64

#### 一、实木家具特点及成本情况 64

#### 二、实木家具品牌市场动态 65

#### 三、实木家具市场规模及增长 65

#### 四、中国实木家具销量状况分析 66

#### 五、中国实木家具市场流行分析 66

#### 六、中国实木家具开发的新思路探索 67

### 第四节 红木家具 70

#### 一、红木家具文化的综述 70

#### 二、中国红木古典家具发展模式 72

#### 三、中国红木家具定位高端 73

#### 四、我国红木家具市场运行特点分析 74

#### 五、红木家具业销售现状分析 82

#### 六、红木家具业的流派之争 82

#### 七、红木家具产业品牌分析 85

#### 八、我国红木家具行业发展的方向 86

## 第七章 2011年中国高端家具市场消费分析 89

## 第一节 中国家具市场消费概述 89

- 一、我国家具市场消费现状 89
- 二、我国家具市场步入品牌消费时代 90
- 三、针对80后家具消费者的三大策略分析 91

## 第二节 中国高端家具市场消费情况分析 92

- 一、中国高端家具消费者消费心理 92
- 二、中国高端家具特定消费人群 93
- 三、中国高端家具消费能力 93
- 四、中国高端家具重点消费区域 93
- 五、消费潜力巨大 二三级城市买家成高端家具新客 94

## 第三节 中国高端家具重点消费区域消费情况调研 96

- 一、北京 96
- 二、上海 97
- 三、广州 97
- 四、深圳 98
- 五、天津 98
- 六、重庆 98
- 七、成都 99
- 八、杭州 99
- 九、武汉 99

## 第四节 2011-2015年中国高端家具市场消费趋势分析 100

## 第八章 "达芬奇"事件对中国高端家具市场的影响分析 102

### 第一节 "达芬奇"事件回放及热点点评 102

### 第二节 "达芬奇"事件对中国高端家具市场的影响 105

- 一、"达芬奇"事件对消费者&mdash;&mdash;高端家具面临消费者信任危机 105
- 二、"达芬奇"事件对市场&mdash;&mdash;红木家具快马加鞭抢夺市场 108
- 三、"达芬奇事件"波及高端家具销售 110
- 四、"达芬奇"家具风波的营销启示 111

## 第九章 2006-2010年中国红木家具进出口贸易数据监测 114

### 第一节 2006-2010年中国卧室用濒危红木制家具进出口数据监测分析 ( 94035010 ) 114

- 一、卧室用濒危红木制家具进出口数量分析 114
- 二、卧室用濒危红木制家具进出口金额分析 114
- 三、卧室用濒危红木制家具进出口国家及地区分析 114
- 第二节 2006-2010年中国其他红木制家具进出口数据监测分析（94036010） 115
- 一、其他红木制家具进出口数量分析 115
- 二、其他红木制家具进出口金额分析 115
- 三、其他红木制家具进出口国家及地区分析 115
  
- 第十章 2011年中国高端家具市场竞争新格局分析 116
- 第一节 2011年中国高端家具竞争总况 116
- 一、中国高端家具产业竞争环境分析 116
- 二、中国高端家具竞争程度 116
- 三、高端家具卖场区域竞争态势明显 117
- 第二节 国内外高端家具品牌竞争力分析 117
- 第三节 2011年中国高端家具市场集中度分析 124
- 第四节 2011-2015年中国高端家具竞争趋势预测分析 124
  
- 第十一章 全球高端家具重点品牌分析 126
- 第一节 BAXTER（贝克斯特） 126
- 一、品牌产品设计风格 126
- 二、品牌产品工艺水平及技术理念 126
- 三、品牌产品市场定位 126
- 四、市场营销情况 126
- 五、发展战略分析 127
- 第二节 CAPPELLINI（坎佩乐尼） 127
- 一、品牌产品设计风格 127
- 二、品牌产品工艺水平及技术理念 127
- 三、品牌产品市场定位 127
- 四、市场营销情况 127
- 五、发展战略分析 128
- 第三节 IPE-CAVALLI 128
- 一、品牌产品设计风格 128

二、品牌产品工艺水平及技术理念 128

三、品牌产品市场定位 128

四、市场营销情况 128

五、发展战略分析 129

第四节 DRIADE (德里亚德) 129

一、品牌产品设计风格 129

二、品牌产品工艺水平及技术理念 129

三、品牌产品市场定位 129

四、市场营销情况 129

五、发展战略分析 130

第五节 FLOU (福乐) 130

一、品牌产品设计风格 130

二、品牌产品工艺水平及技术理念 130

三、品牌产品市场定位 130

四、市场营销情况 130

五、发展战略分析 131

第六节 FONTANA ARTE (冯-特纳爱德) 131

一、品牌产品设计风格 131

二、品牌产品工艺水平及技术理念 131

三、品牌产品市场定位 131

四、市场营销情况 132

五、发展战略分析 132

第七节 MINOTTI (米洛提) 132

一、品牌产品设计风格 132

二、品牌产品工艺水平及技术理念 132

三、品牌产品市场定位 132

四、市场营销情况 133

五、发展战略分析 133

第八节 MISURA EMME (米舒拉艾美) 133

一、品牌产品设计风格 133

二、品牌产品工艺水平及技术理念 133

三、品牌产品市场定位 133



四、市场营销情况 133

五、发展战略分析 134

第十二章 中国高端家具领军企业运营状况分析 135

第一节 光明集团家具股份有限公司 135

一、企业概况 135

二、企业主要经济指标分析 135

三、企业盈利能力分析 137

四、企业偿债能力分析 137

五、企业运营能力分析 138

六、企业成长能力分析 138

第二节 广东省宜华木业股份有限公司 139

一、企业概况 139

二、企业主要经济指标分析 140

三、企业盈利能力分析 141

四、企业偿债能力分析 142

五、企业运营能力分析 143

六、企业成长能力分析 143

第三节 皇朝家私分析 144

一、主营业务及经营状况 144

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 148

三、主要市场定位 150

四、主要优势与主要劣势 150

五、市场拓展战略与手段分析 150

第四节 曲美家具分析 152

一、主营业务及经营状况 152

二、主要市场定位 154

三、主要优势与主要劣势 154

四、市场拓展战略与手段分析 154

第五节 红苹果家具分析 155

一、主营业务及经营状况 155

二、主要市场定位 156

- 三、主要优势与主要劣势 157
- 四、市场拓展战略与手段分析 157
- 第六节 双叶家具分析 157
  - 一、主营业务及经营状况 157
  - 二、主要市场定位 159
  - 三、主要优势与主要劣势 159
  - 四、市场拓展战略与手段分析 160
- 第七节 华日家具分析 160
  - 一、主营业务及经营状况 160
  - 二、主要市场定位 160
  - 三、主要优势与主要劣势 161
  - 四、市场拓展战略与手段分析 161
- 第八节 宜家家居分析 161
  - 一、主营业务及经营状况 161
  - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 162
  - 三、主要市场定位 162
  - 四、主要优势与主要劣势 162
  - 五、市场拓展战略与手段分析 163
- 第九节 华丰家具分析 163
  - 一、主营业务及经营状况 163
  - 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 164
  - 三、主要市场定位 164
  - 四、主要优势与主要劣势 165
  - 五、市场拓展战略与手段分析 165
- 第十节 联邦集团分析 165
  - 一、公司概况 165
  - 二、联邦集团家具产业发展成就 166
  - 三、主营业务及经营状况 166
  - 四、主要市场定位 168
  - 五、主要优势与主要劣势 168
  - 六、联邦集团木质家具科技创新发展状况 169
  - 七、联邦发展新战略分析 169

## 第十一节 健威家具分析 170

- 一、主营业务及经营状况 170
- 二、历年生产规模、销售规模、利润指标 172
- 三、主要市场定位 172
- 四、主要优势与主要劣势 172
- 五、市场拓展战略与手段分析 173

## 第十二节 双虎家私分析 173

- 一、主营业务及经营状况 173
- 二、主要市场定位 175
- 三、主要优势与主要劣势 175
- 四、市场拓展战略与手段分析 175

## 第十三章 2011-2015年中国高端家具市场前景与趋势预测分析 177

### 第一节 2011-2015年中国高端家具行业发展前景分析 177

- 一、我国家具行业"十二五"规划解析 177
- 二、中国家具制造业前景预测 178
- 三、中国高端家具发展空间预测 183

### 第二节 2011-2015年中国高端家具行业发展趋势预测分析 184

- 一、高端家具设计新趋势预测分析 184
- 二、高端家具流行趋势预测分析 186
- 三、高端家具营销预测分析 187

### 第三节 2011-2015年中国高端家具市场预测分析 187

- 一、中国家具产量预测分析 187
- 二、高端家具市场产销形势 187

### 第四节 2011-2015年中国高端家具市场盈利预测分析 188

## 第十四章 2011-2015年中国高端家具市场投资价值研究 189

### 第一节 2011年中国高端家具投资环境 189

### 第二节 2011年中国高端家具行业投资周期分析 190

- 一、经济周期 190
- 二、增长性与波动性 190
- 三、成熟度分析 190

### 第三节 2011-2015年中国高端家具行业投资机会分析 191

一、 高端家具市场崛起,市场投资机会显现 191

二、 高端家具投资潜力分析 193

三、 产业链投资热点研究 193

### 第四节 2011-2015年中国高端家具行业投资风险预警 197

一、 市场运营机制风险 197

二、 市场竞争风险 197

三、 原料供给风险 198

四、 进退入风险 198

### 第五节 投资建议 199

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/189837.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。