



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国家居连锁市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国家居连锁市场需求及投资前景分析报告》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/284375.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

2015 年传统家居市场总规模已达4.2 万亿元，其中装饰市场1 万亿元、家具市场1 万亿元、电工五金市场7000 亿元、定制市场5000 亿元、瓷砖地板市场5000 亿元、灯饰照明2500亿元、卫浴市场2500 亿元。自2014 年下半年起，互联网装修以及O2O 等商业模式快速兴起，若考虑电子商务等线上线下服务平台，流量端统计口径家装行业市场规模或已超4.5 万亿元。

2015 年传统家居市场规模已达4.2 万亿元

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 家居连锁概述1

第一节 家居连锁的概念1

一、家居连锁定义1

二、家居连锁的形式1

三、家居连锁的特点与优势2

四、家居连锁行业发展历程3

第二节 家居连锁业态的资本与管理4

一、资本扩张与多方多赢4

二、家居连锁的四点管理方向9

第二章 2016年世界家居连锁业运行情况分析11

第一节 2016年世界家居连锁行业发展特征分析11

一、家居连锁发展现状分析11

二、家居连锁带有明显的网络时代的特征12

三、家居连锁巨鳄扩张的改变15

第二节 2016年世界家居连锁市场运营形势分析18

一、全球家居连锁业态分析18

二、国外家居连锁标准化分析19

第三节 2016年国际宏观环境分析21

第四节 2017-2022年世界家居连锁行业发展前景预测分析47

第五节 世界主要家居销售连锁企业竞争力分析48

一、特百惠48

二、百安居51

三、家得宝53

四、宜家家居55

五、美克美家59

六、多样屋家居连锁60

七、乐华梅兰61

八、FRANCFRANC62

九、美国KD62

十、美国欧林斯63

十一、美澳64

十二、特力屋66

十三、HarborHouse66

十四、乐巢家居LOVHOME69

十五、MUJI无印良品72

十六、尚逸家居75

十七、欧倍德76

第三章 2016年中国家居连锁行业内外发展环境分析77

第一节 2016年中国宏观经济环境分析77

一、中国GDP分析77

二、消费价格指数分析79

三、城乡居民收入分析82

四、社会消费品零售总额88

五、全社会固定资产投资分析89

六、进出口总额及增长率分析93

第二节 2016年中国家居连锁行业政策环境分析103

一、《红木家具通用技术条件》103

二、《儿童房装饰装修安全技术规范》104

三、《家居行业经营服务规范》104

四、家具以旧换新105

五、装修电路验收规范105

第三节 中国家居连锁行业社会环境分析106

一、城市居民日益追求生活的品质和品味106

二、时尚、个性、品质成为消费主题107

三、中国中产阶级数量迅速增多109

四、家居消费日趋理性109

第四节 技术环境115

一、连锁行业产业技术政策115

二、家居行业产业技术政策116

第二部分 市场现状分析

第四章 2016年中国家居行业发展现状分析117

第一节 中国家居市场发展现状分析117

一、中国家居市场规模分析117

2015年家具制造业主营业务收入为7872.5亿元，年主营业务收入在2000万元以上的规模以上企业数量高达5290家。家用纺织制成品主营业务收入规模近几年均维持在2600亿元左右，暂不考虑其他软装宅配产品规模，从细分行业主营业务收入角度并考虑零售终端加价幅度，家具制造及家纺成品终端零售规模预计已超过2万亿元。2013年建材装饰产品及材料产值以达到2.54万亿元，且近几年依然保持较快增速，大家居行业市场规模在4.5万亿元左右。

2015年家具制造业主营业务收入高达7872.5亿元

二、家居市场销售业态分析118

三、连锁经营家居受到资金关注134

四、家居标准提高，提升家居市场竞争135

五、品牌和文化成为市场营销的关键136

第二节 中国家居市场销售渠道现状分析138

一、家居流通市场向两极化方向发展138

二、各大业态在家居市场各有特色142

三、大商场和大卖场从传统走向高端市场144

四、小型专卖店从特色取胜走向连锁经营145

第三节 2016年中国家居业建材业八大现状分析146

- 一、产能过剩建材部分产品和地区经济效益下滑146
- 二、进入微利时期建材家居行业告别暴利时代147
- 三、面临最严厉的“电荒”建材业身陷限电囹圄148
- 四、受楼市寒流牵连家居建材中小企业生存艰难148
- 五、提升档次我国建材行业需提高产品硬实力149
- 六、低碳时代来临绿色环保建材家居商机无限149
- 七、受累楼市调控建材家居业营销渠道谋转型150
- 八、政策出台资金支持助推新型建材发展151

第五章 2016年中国家居连锁行业发展现状分析153

第一节 中国家居连锁行业发展现状分析153

- 一、家居连锁品牌进入重点城市扩张阶段153
- 二、浅谈全国家居连锁之路154
- 三、2016年家居连锁企业加快转型156

第二节 中国家居连锁行业存在的问题165

- 一、宏观经济环境存在对家居市场的制约因素166
- 二、家居连锁扩张中遇到水土不服和竞争者反击行为强烈166

第三节 中国家居连锁发展趋势分析168

- 一、卖场转型持续发酵168
- 二、回归本质成重点169
- 三、布局郊区抢市场169
- 四、物流成下个制胜高地170
- 五、联盟谋求更强话语权170
- 六、商户卖场博弈暗流涌动171

第六章 2016年中国家居连锁行业市场分析172

第一节 市场规模分析172

- 一、2014-2016年家居连锁行业市场规模及增速172
- 二、家居连锁行业市场饱和度172
- 三、2017-2022年家居连锁行业市场规模及增速预测173

第二节 市场结构分析174

第三节 市场特点分析176

- 一、家居连锁行业所处生命周期176
- 二、技术变革与行业革新对家居连锁行业的影响177
- 三、差异化分析178

第四节 2016年中国家居连锁最新动态分析179

- 一、家居企业夫妻档盛行，家族股权独大179
- 二、优易家智能家居代理好项目，高新行业好商机181
- 三、地方新势力“围剿”红星美凯龙182
- 四、家居连锁红星美凯龙IPO上路184
- 五、家居产品智能化加速，安全兼容互相掣肘186
- 六、全国一线家居连锁，进军四川二线城市187

第七章 中国家居连锁细分城市市场分析190

第一节 一级城市市场190

- 一、一级城市家居连锁市场发展概况及特点分析190
- 二、2014-2016年一级城市家居连锁市场规模及趋势分析191

第二节 二级城市市场192

- 一、二级城市家居连锁市场发展概况及特点分析192
- 二、2014-2016年二级城市家居连锁市场规模及趋势分析193

第三节 三级以下城市市场195

- 一、三级以下城市家居连锁市场发展概况及特点分析195
- 二、2014-2016年三级以下城市家居连锁市场规模及趋势分析195

第三部分 行业竞争分析

第八章 重点城市家居连锁市场分析197

第一节 北京197

- 一、市场发展特点及现状197
- 二、主要家居连锁企业在本区域市场份额199

第二节 深圳200

- 一、市场发展特点及现状200
- 二、主要家居连锁企业在本区域市场份额203

第三节 上海203

一、市场发展特点及现状203

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额205

第四节 广州206

一、市场发展特点及现状206

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额208

第五节 成都209

一、市场发展特点及现状209

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额211

第六节 杭州212

一、市场发展特点及现状212

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额214

第七节 南京214

一、市场发展特点及现状214

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额216

第八节 常州217

一、市场发展特点及现状217

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额218

第九节 大连219

一、市场发展特点及现状219

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额221

第九章 2016年中国家居连锁市场供需状况分析222

第一节 2014-2016年家居连锁市场供需状况222

一、2014-2016年家居连锁供给状况222

二、2014-2016年家居连锁需求状况223

三、2014-2016年家居连锁供需缺口分析224

四、家居连锁市场供需主要影响因素224

第二节 2017-2022年我国家居连锁供给变化趋势预测226

第三节 2017-2022年我国家居连锁需求变化趋势预测226

第四节 2017-2022年我国家居连锁供需缺口变化趋势预测227

第十章 2016年中国家居连锁市场消费者偏好调查228

第一节 家居连锁市场产品目标客户群体调查228

一、不同收入水平消费者偏好调查228

二、不同年龄的消费者偏好调查229

三、不同地区的消费者偏好调查231

第二节 家居连锁市场产品的品牌市场调查233

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查233

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查234

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道241

四、家居连锁市场品牌忠诚度调查242

五、家居连锁市场品牌市场占有率调查242

六、消费者的消费理念调研243

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析250

一、价格敏感程度250

二、品牌的影响252

三、购买方便的影响252

四、广告的影响程度252

五、包装的影响程度253

第十一章 2014-2016年中国家居连锁市场竞争格局分析254

第一节 2016年国内外主要市场企业分析254

第二节 家居连锁市场历史竞争格局综述254

一、市场集中度分析254

二、市场竞争程度255

第三节 家居连锁市场企业竞争状况分析256

第四节 市场代表性企业经营发展模式分析256

第五节 近期企业并购分析259

第六节 国内外企业发展的SWOT模型分析261

第七节 2017-2022年家居连锁市场竞争格局展望262

一、市场集中度展望262

二、市场竞争格局对产品价格的影响展望263

三、产品竞争格局有所改变263

第十二章 2016年中国家居连锁部分企业发展现状分析265

第一节 红星美凯龙家居集团股份有限公司265

第二节 深圳市好百年家居连锁股份有限公司266

第三节 东方家园家居建材商业有限公司269

第四节 香江集团有限公司271

第五节 北京集美家居市场集团有限公司272

第六节 北京居然之家投资控股集团有限公司273

第七节 月星集团有限公司276

第八节 爱家投资控股集团有限公司278

第九节 宁波友邦家居市场经营服务有限公司280

第十节 武汉欧亚达集团有限公司281

第十一节 香港兴利集团283

第十二节 美克美家家具连锁有限公司287

第十三节 东莞市科拉尼家居有限公司290

第十四节 金盛置业投资集团有限公司290

第十五节 吉盛伟邦集团291

第十六节 华美乐建材超市有限公司292

第十七节 江苏家居乐家居建材超市有限公司293

第十八节 好美家装潢建材有限公司295

第十九节 广州市靓家居建材超市有限公司297

第四部分 投资策略分析

第十三章 2017-2022年家居连锁市场发展趋势预测分析299

第一节 2016年家居连锁市场发展趋势与预测299

一、当前家居连锁市场的发展趋势299

二、2016年针对家居连锁产品市场预测301

第二节 2017-2022年家居连锁市场发展趋势与预测302

一、未来家居连锁市场发展方向预测303

二、2017-2022年家居连锁市场发展预测303

三、2017-2022年家居连锁市场竞争预测304

第十四章 中国家居连锁市场投资风险分析307(AK WZY)

第一节 2017-2022年家居连锁市场投资机会	307
一、2017-2022年家居连锁市场主要产品投资机会	307
二、2017-2022年家居连锁市场主要出口投资机会	309
三、2017-2022年家居连锁企业的多元化投资机会	311
第二节 2017-2022年家居连锁市场投资风险展望	312
一、宏观调控风险	312
二、市场竞争风险	313
三、供需波动风险	314
四、技术风险	314
五、经营管理风险	315
六、其它风险	319
第三节 专家投资建议	322

部分图表目录：

图表：2009-2016年美国季度GDP走势	21
图表：2013-2016年美国CPI月度环比及同比增长率	23
图表：2013-2016年美国PPI月度同比增长率	24
图表：2013-2016年美国非农就业变动人口及就业率	25
图表：2013-2016年美国PMI指数走势	26
图表：2013-2016年美国十大城市房价月度指数	27
图表：2013-2016年美国工厂订货月度总额及环比增幅	28
图表：2013-2016年美国贸易余额情况	29
图表：2009-2016年欧元区GDP季度同比及环比增长率	30
图表：2013-2016年欧元区通货膨胀率走势	31
图表：2013-2016年欧元区PPI指数月度同比及环比增幅	32
图表：2013-2016年欧元区生产月度同比及环比增幅	33
图表：2013-2016年欧元区月度失业率走势	35
图表：2013-2016年欧元区贸易余额情况	36
图表：2009-2016年日本GDP季度增幅	37
图表：2013-2016年日本核心CPI增幅情况	38
图表：2013-2016年日本工业生产月度环比增幅	39
更多图表见正文.....	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284375.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。