

2017-2022年中国户外家具 行业分析与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国户外家具行业分析与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucan/1143822B0M.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

作为家具本身来说，“家具”（FURNITURE）其狭义的定义是指室内生活所应用的器具，它是使建筑物空间产生具体实用价值的必要设施；在广义上，家具是人们生活、工作、社会活动不可缺少的用具和一种以满足生活需要为目的、追求视觉表现与理想的共同产物。因此可以这样认为，户外家具主要指用于室外或半室外的供公共性活动之用的家具。它是决定建筑物室外(包括半空外的空间，又称“灰空间”)空间功能的物质基础和表现室外空间形式的重要元素。

户外家具区别于一般家具的特点在于其作为城市景观环境的组成元素——城市的“道具”，而更具有普遍意义上的“公共性”和“交流性”的特征。作为家具整体中的重要组成部分,户外家具其基本内容一般是指城市景观设施中的休息设施部分内容。例如用于室外或半室外空间的休息桌、椅、伞等。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国户外家具行业分析与未来发展趋势报告》共十七章。首先介绍了户外家具产业相关概念及发展环境，接着分析了中国户外家具行业规模及消费需求，然后对中国户外家具行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外家具行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外家具行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 全球户外家具行业概况	11
第一节 行业环境分析	11
一、国际现状及发展趋势分析	11
二、国际需求结构分析	11
三、国内现状及发展趋势分析	11
四、国内需求结构分析	12
第二节 国内外差距及对策分析	13
一、差距	13
二、对策或建议	13

三、	外资企业进入国内户外家具行业状况	13
四、	户外家具行业投融资体制分析	14
第三节	综合经济效益分析	15
一、	行业规模	15
二、	发展速度	15
三、	平均利润水平	16
第二章	户外家具概述	17
第一节	户外家具定义	17
第二节	户外家具链分析	17
一、	产业链模型介绍	17
二、	户外家具链模型分析	18
第三节	户外家具生产工艺技术进展及当前发展趋势	18
第四节	低碳经济分析	18
一、	“低碳经济”提出的背景及概念	18
二、	低碳经济在中国的发展现状	20
三、	低碳技术创新在企业经济效益中的体现	24
四、	“碳关税”对进出口企业的影响	24
五、	“低碳认证”内容	28
六、	中小企业应对“低碳经济”的策略	29
七、	“低碳经济”产业政策与发展风险	49
第三章	户外家具原材料供应分析	52
第一节	生产现状	52
第二节	需求现状	52
第三节	原料价格走势分析	52
第四节	原材料对行业的影响	53
第四章	国内外户外家具生产消费情况分析	55
第一节	2014-2016年国内外产品产能及产量概况	55
一、	2015-2016年国内产品产能及产量概况	55
二、	2016年国外产品产能及产量概况	55

第二节 2014-2016年国内外产品消费总体情况	56
一、2015-2016年国内产品消费总体情况	56
二、2016年国外产品消费总体情况	56
第三节 2014-2016年国内外产品主要消费领域	57
一、2015-2016年国内产品主要消费领域	57
二、2016年国外产品主要消费领域	57
第四节 国内外产品价格水平及其变动趋势	58
一、国内产品价格水平及其变动趋势	58
二、国外产品价格水平及其变动趋势	58
第五章 国内外户外家具主要生产企业	59
第一节 SONNE（索纳尔）	59
一、企业简介	59
二、企业主营业务及产品	59
三、企业总体经营情况分析	59
四、企业投资经营策略	61
五、2014-2016年企业户外家具产销量分析	62
六、2017-2022年企业户外家具产销量预测	62
第二节 常州侨裕集团有限公司	62
一、企业简介	62
二、企业主营业务及产品	63
三、企业总体经营情况分析	63
四、企业投资经营策略	65
五、2014-2016年企业户外家具产销量分析	65
六、2017-2022年企业户外家具产销量预测	66
第三节 2017-2022年国外产品生产消费情况的线性模型预测	66
第六章 国内户外家具产品状况分析及预测	68
第一节 2014-2016年产品供需状况分析	68
第二节 产品的经销模式	68
第三节 国内产品需求特点及地域分布分析	69
第四节 2017-2022年国内供需格局预测	70

第七章 户外家具渠道分析 71

第一节 渠道格局 71

第二节 渠道形式 71

第三节 渠道要素对比 73

第四节 各区域主要代理商情况 74

第五节 产业渠道定价策略 76

一、户外家具产品第一次定价策略 76

二、户外家具产品调价策略 82

第八章 国内户外家具产品价格走势及影响因素分析 85

第一节 国内产品2014-2016年价格回顾 85

第二节 国内产品当前价格及评述 85

第三节 国内产品价格影响因素分析 85

第四节 2017-2022年国内产品未来价格走势预测 86

第九章 户外家具进出口分析 87

第一节 代表性国家和地区进出口分析 87

第二节 全球进出口价格互动机制研究 87

第三节 国内产品2014-2016年进出口数据分析 87

第四节 2017-2022年国内产品未来进出口情况预测 88

第十章 户外家具上游原材料供应状况分析 89

第一节 主要原材料 89

第二节 主要原材料2014-2016年价格及供应情况 89

第三节 2017-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测 89

第十一章 户外家具用户分析 90

第一节 户外家具用户认知程度 90

第二节 户外家具用户关注因素 90

第三节 用户的其它特性 91

第十二章 我国户外家具发展研究模型分析 93

第一节 “波特五力模型”分析 93

一、供应商的讨价还价能力 93

二、购买者的讨价还价能力 93

三、潜在竞争者进入的能力 93

四、替代品的替代能力 94

五、行业内竞争者竞争能力 94

第二节 SWOT模型分析 94

一、优势 94

二、劣势 94

三、机会 95

四、威胁 95

第十三章 中国户外家具产品预测 96

第一节 2017-2022年盈利预测 96

第二节 国内生产企业投资运作模式 96

第三节 国内营销企业投资运作模式 97

第四节 外销与内销优势分析 98

第五节 产品新开发潜力分析 99

第十四章 2017-2022年中国主要区域户外家具竞争态势分析预测 100

第一节 华东地区 100

第二节 华北地区 100

第三节 华中地区 101

第四节 西北地区 102

第五节 南部地区 102

第六节 西部地区 103

第十五章 宏观产业政策及环保规定 104

第一节 国内相关产业政策 104

第二节 国外相关产业政策 105

第三节 国内相关环保规定 105

第四节 国外相关环保规定 106

第十六章 户外家具项目赢利模式投资建议 107

第一节 建议项目规模 107

第二节 主要产品 107

第三节 建议投资区域 107

第四节 投资策略 107

第五节 营销策略 107

第六节 发展战略 109

第十七章 户外家具投资风险及注意事项分析 111 (ZY CW)

第一节 投资风险深度分析 111

第二节 注意事项 113

一、产品技术应用注意事项 113

二、项目投资注意事项 113

三、产品生产开发注意事项 115

四、产品销售注意事项 116

部分图表目录：

图表1：目前全国各地原木价格行情 53

图表2：2005-2016年国内户外家具产品产能及产量统计分析 55

图表3：2014-2016年全球户外家具产品产能及产量统计分析 55

图表4：2005-2016年国内户外家具产品消费量统计分析图 56

图表5：2014-2016年全球户外家具产品消费量统计分析图 56

图表6：2007-2016年SONNE（索纳尔）公司偿债能力表 59

图表7：2007-2016年SONNE（索纳尔）公司盈利能力表 60

图表8：2014-2016年SONNE（索纳尔）公司投资增速 60

图表9：2005-2016年企业户外家具产销率变化 62

图表10：2007-2016年常州侨裕集团有限公司偿债能力表 63

图表11：2007-2016年常州侨裕集团有限公司盈利能力表 64

图表12：2014-2016年常州侨裕集团有限公司投资增速 64

图表13：2005-2016年企业户外家具产销率变化 65

图表14：2017-2022年国外产品生产消费情况的线性模型预测 66

图表15：2014-2016年户外家具供需量变化表 68

图表18：2017-2022年户外家具供需量预测图 70

图表19：中国的户外家具销售份额 71

图表20：户外家具生产企业定价目标选择 77

图表21：户外家具企业对付竞争者降价的程序 84

图表24：国内户外家具产品价格影响因素分析 85

图表30：2016年消费者户外家具品牌认知度调查 90

图表31：户外家具行业客户满意度调查 91

图表32：户外家具行业客户对产品指标的偏好调查 91

图表33：2017-2022年户外家具行业盈利能力分析 96

图表34：户外家具内外销特点 98

图表35：户外家具内外销优势 98

图表35：2009-2016年华东地区户外家具行业市场销售份额变化趋势 100

图表36：2009-2016年华北地区户外家具行业市场销售份额变化趋势 100

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucai/1143822B0M.html>