

中国办公家具行业市场消费调研及应用前景预测分析报告（2011-2015年）

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

《中国办公家具行业市场消费调研及应用前景预测报告（2011-2015年）》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/C97161M8Q8.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

目前国内办公家具的问题：缺乏科学的营销战略。具体体现在市场营销、市场推广、渠道管理、物流配送、售后服务、厂商关系等营销问题上缺乏长远、稳定而科学的战略指导。

现象一：杂（品牌众多）、乱（市场竞争无序）、散（区域性特征明显）等特征，有实力品牌屈指可数，内地无一家上市办公家具企业。现象二：低端生产，成为外国企业的生产基地。

现象三：设计能力普遍低下，大都只能靠抄袭。

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家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。

第一章 办公家具相关概述

1.1 家具行业概述

1.1.1 家具行业定义

1.1.2 家具的特性

1.1.3 家具行业特性

1.1.4 家具的分类

1.2 办公家具介绍

1.2.1 办公家具的定义

1.2.2 办公家具的分类

1.2.3 办公家具的功能及发展

1.2.4 办公家具的消费群

1.3 办公家具主要类型的特点

1.3.1 木工订做办公家具

1.3.2 单品办公家具

1.3.3 OA办公家具

1.3.4 屏风式办公家具

1.3.5 现代智能化办公家具

第二章 2010-2011年中国办公家具业发展环境分析

2.1 中国宏观经济环境

2.1.1 中国GDP分析

2.1.2 消费价格指数分析

2.1.3 城乡居民收入分析

2.1.4 社会消费品零售总额

2.1.5 全社会固定资产投资分析

2.1.6 进出口总额及增长率分析

2.2 2010-2011年中国家具产业的整体概况分析

2.2.1 中国家具产业产值已跃居世界第一位

2.2.2 中国家具业迎来产业升级和发展契机

2.2.3 中国家具行业发展机遇与挑战并存

2.3 2010-2011年中国家具消费者行为分析

2.3.1 消费者阶层分类

2.3.2 家具消费者购买行为因素分析

2.3.3 经常光顾家具市场的群体分析

2.3.4 消费者所需要的家具类型

2.4 现代办公家具发展的新理念

2.4.1 弹性化办公空间

2.4.2 e时代的办公新视野

2.4.3 办公家具设计中的绿色气息

第三章 2010-2011年国外办公家具行业概况分析

3.1 美国

3.1.1 美国现代办公家具发展历程

3.1.2 美国办公家具行业发展势头良好

3.1.3 美国办公家具需求呈缓慢增长趋势

3.1.4 美国的办公家具呈现的发展趋势

3.2 俄罗斯

3.2.1 俄罗斯办公家具行业的发展概况

3.2.2 俄罗斯办公家具市场保持高速增长

3.2.3 俄罗斯办公家具业竞争力不断增强

3.2.4 俄罗斯办公家具市场竞争加剧成为主要趋势

3.3 其他国家

3.3.1 英国办公家具需求持续增长

3.3.2 日本办公家具企业加快强化中国业务

3.3.3 德国办公家具发展状况良好

第四章 2010-2011年中国办公家具行业的发展态势分析

4.1 2010-2011年中国办公家具行业的发展概况分析

4.1.1 中国办公家具行业发展回顾

4.1.2 办公家具发展势头良好成新增长点

4.1.3 国办公家具成本剧增价格提升

4.1.4 办公家具行业面临的形势

4.2 2010-2011年中国现代办公家具的设计特征分析

4.2.1 造型趋于简洁及整体结构模块化

4.2.2 色彩不再单一趋向五彩纷呈

4.2.3 “人性化设计”逐渐加强

4.2.4 拆装组合的灵活性增强

4.2.5 智能化的不断融入

4.3 2010-2011年中国办公家具行业存在的问题分析

4.3.1 中国办公家具行业发展的主要问题

4.3.2 中国办公家具业发展的软肋

4.3.3 中国办公家具品牌发展令人堪忧

4.3.4 中国办公家具业面临的挑战与考验

4.4 2010-2011年中国办公家具行业的发展策略分析

4.4.1 中国办公家具行业发展对策分析

4.4.2 国内办公家具企业发展的基本对策

4.4.3 中国办公家具业应形成“绿色核心竞争力”

4.4.4 推动中国办公家具行业发展壮大的建议

第五章 2010-2011年中国办公家具市场营运形势分析

5.1 2010-2011年中国办公家具市场的发展概况分析

5.1.1 中国办公家具市场发展迅速

5.1.2 中国办公家具市场发展喜忧参半

5.1.3 中国办公家具市场的发展态势

5.1.4 国内办公家具市场本土品牌仍是主流

5.2 2010-2011年中国办公家具市场内销与外销对比分析

5.2.1 办公家具外销与内销的客户群对比

5.2.2 办公家具外销与内销的营销方式对比

5.2.3 办公家具外销与内销的产品结构对比

5.2.4 办公家具外销与内销的经营管理对比

5.2.5 办公家具外销与内销的批次产量对比

第六章 2010-2011年中国主要地区的办公家具业发展分析

6.1 上海

6.1.1 上海办公家具倡导现代全新理念

6.1.2 上海办公家具市场持续升温

6.1.3 粗放式管理严重阻碍上海办公家具企业发展

6.1.4 上海办公家具企业专业化经营的策略

6.2 广东

6.2.1 广东办公家具生产商瞄准二三线城市

6.2.2 深圳办公家具业发展概况

6.2.3 深圳高端办公家具市场发展潜力巨大

6.2.4 深圳办公家具市场竞争愈加激烈

6.3 浙江

6.3.1 浙江办公家具行业迅速崛起

6.3.2 浙江办公家具市场的消费特点

6.3.3 浙江办公家具销售渠道分析

6.3.4 浙江办公家具未来发展及建议

第七章 2010-2011年中国写字楼带动办公家具市场发展分析

7.1 2010-2011年中国写字楼市场概况

7.1.1 中国写字楼发展史及种类回顾

7.1.2 中国成为亚洲写字楼金融业热点

7.1.3 中国写字楼市场发展呈现不同态势

7.1.4 国内中央商务区写字楼仍在摸索阶段

7.1.5 房产商进军写字楼开发的战略转换分析

7.2 国家政策对中国写字楼市场影响分析

7.2.1 宏观调控

7.2.2 金融政策

7.2.3 交易环节限制政策

7.2.4 税收政策

7.3 2010-2011年中国城市写字楼现状分析

7.3.1 北京

- 7.3.2 上海
- 7.3.3 深圳
- 7.3.4 广州
- 7.3.5 宁波
- 7.4 2010-2011年中国写字楼市场营销分析
 - 7.4.1 写字楼需求变化的模型研究
 - 7.4.2 写字楼的营销阶段与手段
 - 7.4.3 写字楼营销策略探讨
 - 7.4.4 写字楼整栋销售秘诀解读
- 7.5 2010-2011年中国写字楼市场发展出现的问题与对策分析
 - 7.5.1 国内写字楼市场面临的问题及风险
 - 7.5.2 浅析高档写字楼开发的差距与误区
 - 7.5.3 发展国内写字楼市场的若干策略
- 7.6 2011-2015年中国写字楼市场发展趋势分析
 - 7.6.1 中国写字楼市场需求可能持续低迷
 - 7.6.2 中国写字楼细分化发展趋势分析
 - 7.6.3 未来写字楼的三种发展类型
 - 7.6.4 生态节能型写字楼为未来发展主方向
- 第八章 2010-2011年中国办公家具行业经营及营销分析
 - 8.1 顾客购买办公家具的心理分析
 - 8.1.1 要求布局紧凑
 - 8.1.2 要求尺寸适宜
 - 8.1.3 要求气氛统一
 - 8.2 办公家具企业网络营销的优势分析
 - 8.2.1 网络营销有望成为办公家具销售的主阵地
 - 8.2.2 网络媒体更适合办公家具产品的信息传播
 - 8.2.3 网络营销适宜办公家具习惯性的集体采购特点
 - 8.2.4 网络媒体具有多重特征更易吸引顾客
 - 8.3 中国办公家具营销的问题及策略分析
 - 8.3.1 中国本土办公家具品牌缺乏科学营销战略
 - 8.3.2 办公家具营销需要做好市场调研
 - 8.3.3 中国办公家具品牌营销策略分析

8.3.4 办公家具品牌应对金融危机的营销策略

8.4 办公家具企业营销战略计划的构建

8.4.1 分析宏观环境及竞争对手

8.4.2 在竞争激烈的行业里寻找机会

8.4.3 资源和能力是战略两大基本点

8.4.4 初期的战略选择越简单越好

8.5 信息化管理与中国办公家具业的发展

8.5.1 粗放式管理严重阻碍办公家具企业发展

8.5.2 精细化管理决定办公家具企业竞争成败

8.5.3 粗放式管理已不适应激烈的行业竞争

8.5.4 精细化管理是办公家具企业必由之路

第九章2004-2011年中国办公家具制造行业主要经济运行数据监测

8.1 2004-2011年中国办公家具制造行业规模分析

8.1.1 企业数量增长分析

8.1.2 从业人数增长分析

8.1.3 资产规模增长分析

8.1.4 销售规模增长分析

8.2 2010-2011年中国办公家具制造行业应收账款分析

8.3 2004-2011年中国办公家具制造行业产值分析

8.3.1 产成品增长分析

8.3.2 工业产值分析

8.4 2004-2011年中国办公家具制造行业成本费用分析

8.4.1 销售成本分析

8.4.2 费用分析

8.5 2004-2011年中国办公家具制造行业盈利能力分析

8.5.1 主要盈利指标分析

8.5.2 主要盈利能力指标分析

第十章2008-2010年中国办公室用金属家具市场进出口数据分析

10.1 2008-2010年中国办公室用金属家具出口统计

10.2 2008-2010年中国办公室用金属家具进口统计

10.3 2008-2010年中国办公室用金属家具进出口价格对比

10.4 中国办公室用金属家具进出口主要来源地及出口目的地

第十一章 2010-2011年国内办公家具重点企业经营性数据分析

11.1 东莞市光润家具制造有限公司

11.1.1 公司基本概述

11.1.2 公司主要经营数据指标分析

11.1.3 公司竞争力分析

11.1.4 公司发展战略分析

11.2 中山市中泰龙办公用品有限公司

11.2.1 公司基本概述

11.2.2 公司主要经营数据指标分析

11.2.3 公司竞争力分析

11.2.4 公司发展战略分析

11.3 东莞美时家具有限公司

11.3.1 公司基本概述

11.3.2 公司主要经营数据指标分析

11.3.3 公司竞争力分析

11.3.4 公司发展战略分析

11.4 佛山市顺德区汇昌家具有限公司

11.4.1 公司基本概述

11.4.2 公司主要经营数据指标分析

11.4.3 公司竞争力分析

11.4.4 公司发展战略分析

11.5 太仓朝阳木业有限公司

11.5.1 公司基本概述

11.5.2 公司主要经营数据指标分析

11.5.3 公司竞争力分析

11.5.4 公司发展战略分析

11.6 佛山市兰马克家具有限公司

11.6.1 公司基本概述

11.6.2 公司主要经营数据指标分析

11.6.3 公司竞争力分析

11.6.4 公司发展战略分析

11.7 吉安柏特娜家具实业有限公司

11.7.1 公司基本概述

11.7.2 公司主要经营数据指标分析

11.7.3 公司竞争力分析

11.7.4 公司发展战略分析

11.8 浙江新洲家具有限公司

11.8.1 公司基本概述

11.8.2 公司主要经营数据指标分析

11.8.3 公司竞争力分析

11.8.4 公司发展战略分析

第十二章 2011-2015年中国办公家具行业的前景趋势分析

12.1 2011-2015年中国家具业的发展前景及趋势分析

12.1.1 中国家具市场需求空间大

12.1.2 中国家具市场的整体发展趋势

12.1.3 智能化将成为中国成为家具强国的推动力量

12.2 2011-2015年中国办公家具的发展前景展望分析

12.2.1 中国办公家具市场前景广阔

12.2.2 中国办公家具正面临前所未有的压力

12.2.3 家庭办公家具市场发展空间大

12.2.4 办公家具业二三级市场未来潜力大

12.3 2011-2015年中国办公家具的发展趋势分析

12.3.1 未来中国办公家具行业的发展趋势

12.3.2 办公家具市场未来走向

12.3.3 办公家具的设计流行新趋势

12.3.4 开放式办公家具成为新时尚趋势

研究报告图表名称：部分

图表 家具分类

图表 柜类家具分类

图表 桌类家具分类

图表 坐具类家具分类

图表 床类家具分类

图表 六大数字透视2009年中国经济走势

图表 消费者选择直接选购家具的比例图

图表 消费者对家具购买地点的选择比例构成

图表 消费者重新摆放家具位置意向结构图

图表 家具消费者自己动手意向示意图

图表 购新房家具消费者自己购买家具的意向示意图

图表 家具消费者购买家具时意见采纳情况示意图

图表 消费者对购买家具的满意度要求示意图

图表 家具消费群年龄结构分布

图表 家具消费者收入状况结构比例

图表 家具消费者住房情况结构图

图表 家具消费者对家具搬运方便特性的要求分布比例

图表 家具消费者对家具颜色要求分布比例

图表 家具消费者对家具用材的喜好比例

图表 消费者对家具耐用性的要求的年龄分布

图表 消费者对家具的不同期望的分布比例

图表 消费者对家具与身份相符的要求比例分布

图表 家具消费者材质偏好比例图

图表 家具消费者对不同来源产品选择比例结构

图表 消费者选择国产家具原因比例结构

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业企业数量统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业从业人数统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业资产规模统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业销售规模统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业工业应收账款统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业产成品统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业工业销售产值统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业销售成本统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业费用统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业主要盈利指标统计表

图表 2004-2011年中国办公家具制造行业盈利能力指标统计表

图表 2008-2010年中国办公室用金属家具出口统计

图表 2008-2010年中国办公室用金属家具进口统计

图表 2008-2010年中国办公室用金属家具进出口价格对比

图表 中国办公室用金属家具进出口主要来源地及出口目的地

图表 东莞市光润家具制造有限公司盈利指标情况

图表 东莞市光润家具制造有限公司资产运行指标状况

图表 东莞市光润家具制造有限公司资产负债能力指标分析

图表 东莞市光润家具制造有限公司盈利能力情况

图表 东莞市光润家具制造有限公司销售收入情况

图表 东莞市光润家具制造有限公司成本费用构成情况

图表 中山市中泰龙办公用品有限公司盈利指标情况

图表 中山市中泰龙办公用品有限公司资产运行指标状况

图表 中山市中泰龙办公用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 中山市中泰龙办公用品有限公司盈利能力情况

图表 中山市中泰龙办公用品有限公司销售收入情况

图表 中山市中泰龙办公用品有限公司成本费用构成情况

图表 东莞美时家具有限公司盈利指标情况

图表 东莞美时家具有限公司资产运行指标状况

图表 东莞美时家具有限公司资产负债能力指标分析

图表 东莞美时家具有限公司盈利能力情况

图表 东莞美时家具有限公司销售收入情况

图表 东莞美时家具有限公司成本费用构成情况

图表 佛山市顺德区汇昌家具有限公司盈利指标情况

图表 佛山市顺德区汇昌家具有限公司资产运行指标状况

图表 佛山市顺德区汇昌家具有限公司资产负债能力指标分析

图表 佛山市顺德区汇昌家具有限公司盈利能力情况

图表 佛山市顺德区汇昌家具有限公司销售收入情况

图表 佛山市顺德区汇昌家具有限公司成本费用构成情况

图表 太仓朝阳木业有限公司盈利指标情况

图表 太仓朝阳木业有限公司资产运行指标状况

图表 太仓朝阳木业有限公司资产负债能力指标分析

图表 太仓朝阳木业有限公司盈利能力情况

图表 太仓朝阳木业有限公司销售收入情况

图表 太仓朝阳木业有限公司成本费用构成情况

图表 佛山市兰马克家具有限公司盈利指标情况

图表 佛山市兰马克家具有限公司资产运行指标状况

图表 佛山市兰马克家具有限公司资产负债能力指标分析

图表 佛山市兰马克家具有限公司盈利能力情况

图表 佛山市兰马克家具有限公司销售收入情况

图表 佛山市兰马克家具有限公司成本费用构成情况

图表 吉安柏特娜家具实业有限公司盈利指标情况

图表 吉安柏特娜家具实业有限公司资产运行指标状况

图表 吉安柏特娜家具实业有限公司资产负债能力指标分析

图表 吉安柏特娜家具实业有限公司盈利能力情况

图表 吉安柏特娜家具实业有限公司销售收入情况

图表 吉安柏特娜家具实业有限公司成本费用构成情况

图表 浙江新洲家具有限公司盈利指标情况

图表 浙江新洲家具有限公司资产运行指标状况

图表 浙江新洲家具有限公司资产负债能力指标分析

图表 浙江新洲家具有限公司盈利能力情况

图表 浙江新洲家具有限公司销售收入情况

图表 浙江新洲家具有限公司成本费用构成情况

图表 略…………

《中国办公家具行业市场消费调研及应用前景预测分析报告（2011-2015年）》系统全面的调研了办公家具产品的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucan/C97161M8Q8.html>