

2016-2022年中国家居连锁 行业深度调研与投资战略研究报告

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

《2016-2022年中国家居连锁行业深度调研与投资战略研究报告》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/D04382Z31V.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

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。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国家居连锁行业深度调研与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了家居连锁相关概念及发展环境，接着分析了中国家居连锁规模及消费需求，然后对中国家居连锁市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国家居连锁面临的机遇及发展前景。您若想对中国家居连锁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、资本扩张与多方共赢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 2016-2022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 |
| 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、2016-2022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 2016-2022年我国家居连锁供给变化趋势预测226

第三节 2016-2022年我国家居连锁需求变化趋势预测226

第四节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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、2016-2022年家居连锁市场发展预测303

三、2016-2022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(ZY WZY)

第一节 2016-2022年家居连锁市场投资机会307

一、2016-2022年家居连锁市场主要产品投资机会307

二、2016-2022年家居连锁市场主要出口投资机会309

三、2016-2022年家居连锁企业的多元化投资机会311

第二节 2016-2022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

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：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucui/D04382Z31V.html>