

# 2017-2022年中国家居连锁 行业前景研究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](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国家居连锁行业前景研究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/E17161YT7S.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

自家居产业萌芽开始，我国家居零售市场最开始呈现为分散的、小规模化的单店经营模式，之后随着商品房市场的发展，家居卖场规模逐渐扩大，并且在消费者财富不断积累的背景，高档次大规模的家居卖场及家居旗舰店开始逐渐浮现于市场。最近十年以来，消费者的消费习惯逐渐发生转变，并且对于家居产品的多元化、个性化提出了较高的要求。尽管传统家居卖场不断迎合消费者的需求，但仍然遇到了发展瓶颈，线下卖场模式受到了一定的冲击，随着互联网发展空前，各类电商平台逐渐完善，给家居行业注入了新鲜血液，随着各类电商平台的建立，家居电商的大门逐渐打开。

从家居卖场的发展途径来看，随着消费者对家居生活多元化、个性化的要求，家居市场不断被细分，出现了不同业态的卖场形式。按照销售渠道形式划分，可以分为传统的线下家居卖场及线上家居电商；按照盈利模式的划分，可以分为自有品牌的家居卖场，以及非自有品牌的家居卖场等。目前跟随民众消费能力和消费意识的差异化，呈现了多种零售方式共存的局面，大型家居连锁卖场由于聚集了主流的家居品牌，公信力更好，目前依然是新中产阶级主要的家具购买场所，占比 54.5%。

大型家居连锁卖场仍然是新中产阶级购买家具的首选

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国家居连锁行业前景研究与未来发展趋势报告》共十二章。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

宜家家居源于北欧瑞典，本着“提供种类繁多、美观实用、老百姓买得起的家居用品”的理念，已经成为世界上最大的家居供应商。2015年，宜家集团在全球28个国家拥有328个商场，全球7.71亿人次访客（同比增长7.7%），网站访问量19亿人次（同比增长21%），营业收入达到327亿欧元。宜家的收入主要来自欧洲，占全球收入的67%，其在欧洲拥有229个商场，其次是美国。随着中国业务的扩张，亚洲成为宜家集团的第三大市场。

2010-2015 宜家全球销售额及增速

2015年宜家销售区域占比

- 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、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、2017-2022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

#### 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

#### 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

图表：2013-2016年日本失业率走势40

图表：2013-2016年日本贸易余额情况41

图表：2008-2016年俄罗斯GDP同比增长情况44

图表：2011-2016年俄罗斯CPI月度同比增长情况45

图表：2010-2016年特百惠流动资产情况49

图表：2010-2016年特百惠资产总额50

图表：2010-2016年特百惠流动债务总额50

图表：2010-2016年特百惠债务总额50

图表：2010-2016年特百惠总负债及股东权益50

图表：2010-2016年特百惠普通股总计51

图表：2010-2016年家得宝流动资产总额54

图表：2010-2016年家得宝资产总额54

图表：2010-2016年家得宝流动债务总额54

图表：2010-2016年家得宝债务总额55

图表：2010-2016年家得宝权益总额55

图表：2006-2016年国内生产总值及其增长速度78

图表：2014-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）78

图表：2016年全年全国各省市城镇居民人均可支配收入对比表83

图表：2016年全年全国各省市农村居民人均收入对比表84

图表：2013-2016年社会消费品零售总额月度同比增长88

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiajumucai/E17161YT7S.html>