

2020-2026年中国户外家具 市场深度分析与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国户外家具市场深度分析与投资前景分析报告》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.cction.com/report/202007/177004.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

户外家具是指在开放或半开放性户外空间中，为方便人们健康、舒适、高效的公共性户外活动而设置的一系列相对于室内家具而言的用具，其主要涵盖了城市公共户外家具、庭院户外休闲家具、商业场所户外家具、便携户外家具等四大类产品。

户外家具是决定建筑物室外(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。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国户外家具市场深度分析与投资前景分析报告》共十七章。首先介绍了户外家具相关概念及发展环境，接着分析了中国户外家具规模及消费需求，然后对中国户外家具市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国户外家具面临的机遇及发展前景。您若想对中国户外家具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。

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 2015-2019年国内外产品产能及产量概况 55

一、2015-2019年国内产品产能及产量概况 55

二、2019年国外产品产能及产量概况 55

第二节 2015-2019年国内外产品消费总体情况 56

一、2015-2019年国内产品消费总体情况 56

二、2019年国外产品消费总体情况 56

第三节 2015-2019年国内外产品主要消费领域 57

一、2015-2019年国内产品主要消费领域 57

二、2019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

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

第三节 2020-2026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 2015-2019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 2020-2026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2015-2019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 2020-2026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2015-2019年进出口数据分析 87

第四节 2020-2026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2015-2019年价格及供应情况 89

第三节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 ()

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

图表目录：

图表1：目前全国各地原木价格行情 53

图表2：2015-2019年国内户外家具产品产能及产量统计分析 55

图表3：2015-2019年全球户外家具产品产能及产量统计分析 55

图表4：2015-2019年国内户外家具产品消费量统计分析图 56

图表5：2015-2019年全球户外家具产品消费量统计分析图 56

图表6：2015-2019年SONNE（索纳尔）公司偿债能力表 59

图表7：2015-2019年SONNE（索纳尔）公司盈利能力表 60

图表8：2015-2019年SONNE（索纳尔）公司投资增速 60

图表9：2015-2019年企业户外家具产销率变化 62

图表10：2015-2019年常州侨裕集团有限公司偿债能力表 63

图表11：2015-2019年常州侨裕集团有限公司盈利能力表 64

图表12：2015-2019年常州侨裕集团有限公司投资增速 64

图表13：2015-2019年企业户外家具产销率变化 65

图表14：2020-2026年国外产品生产消费情况的线性模型预测 66

图表15：2015-2019年户外家具供需量变化表 68

图表18：2020-2026年户外家具供需量预测图 70

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177004.html>