

2021-2027年中国家居连锁 市场评估与行业竞争对手分析报告

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

《2021-2027年中国家居连锁市场评估与行业竞争对手分析报告》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/202107/229653.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

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国家居连锁市场评估与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中国家居连锁行业市场发展环境、家居连锁整体运行态势等，接着分析了中国家居连锁行业市场运行的现状，然后介绍了家居连锁市场竞争格局。随后，报告对家居连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国家居连锁行业发展趋势与投资预测。您若对家居连锁产业有个系统的了解或者想投资中国家居连锁行业，本报告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

第一节 家居连锁的概念

一、家居连锁定义

二、家居连锁的形式

三、家居连锁的特点与优势

四、家居连锁行业发展历程

第二节 家居连锁业态的资本与管理

一、资本扩张与多方多赢

二、家居连锁的四点管理方向

第二章 2019年世界家居连锁业运行情况

第一节 2019年世界家居连锁行业发展特征分析

一、家居连锁发展现状分析

二、家居连锁带有明显的网络时代的特征

三、家居连锁巨鳄扩张的改变

第二节 2019年世界家居连锁市场运营形势分析

一、全球家居连锁业态分析

二、国外家居连锁标准化分析

第三节 2019年国际宏观环境分析

第四节 2021-2027年世界家居连锁行业发展前景预测分析

第五节 世界主要家居销售连锁企业竞争力分析

一、特百惠

二、百安居

三、家得宝

四、宜家家居

五、美克美家

六、多样屋家居连锁

七、乐华梅兰

八、FRANCFRANC

九、美国KD

十、美国欧林斯

第三章 2019年中国家居连锁行业内外发展环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019年中国家居连锁行业政策环境分析

一、《红木家具通用技术条件》

二、《儿童房装饰装修安全技术规范》

三、《家居行业经营服务规范》

四、家具以旧换新

五、装修电路验收规范

第三节 中国家居连锁行业社会环境分析

一、城市居民日益追求生活的品质和品味

二、时尚、个性、品质成为消费主题

三、中国中产阶级数量迅速增多

四、家居消费日趋理性

第四节 技术环境

一、连锁行业产业技术政策

二、家居行业产业技术政策

第二部分 市场现状分析

第四章 2019年中国家居行业发展现状分析

第一节 中国家居市场发展现状分析

一、中国家居市场规模分析

二、家居市场销售业态分析

三、连锁经营家居受到资金关注

四、家居标准提高，提升家居市场竞争

五、品牌和文化成为市场营销的关键

第二节 中国家居市场销售渠道现状分析

一、家居流通市场向两极化方向发展

二、各大业态在家居市场各有特色

三、大商场和大卖场从传统走向高端市场

四、小型专卖店从特色取胜走向连锁经营

第三节 2019年中国家居业建材业八大现状分析

- 一、产能过剩建材部分产品和地区经济效益下滑
- 二、进入微利时期建材家居行业告别暴利时代
- 三、面临最严厉的“电荒”建材业身陷限电囹圄
- 四、受楼市寒流牵连家居建材中小企业生存艰难
- 五、提升档次我国建材行业需提高产品硬实力
- 六、低碳时代来临绿色环保建材家居商机无限
- 七、受累楼市调控建材家居业营销渠道谋转型
- 八、政策出台资金支持助推新型建材发展

第五章 2019年中国家居连锁行业发展现状分析

第一节 中国家居连锁行业发展现状分析

- 一、家居连锁品牌进入重点城市扩张阶段
- 二、浅谈全国家居连锁之路
- 三、2019年家居连锁企业加快转型

第二节 中国家居连锁行业存在的问题

- 一、宏观经济环境存在对家居市场的制约因素
- 二、家居连锁扩张中遇到水土不服和竞争者反击行为强烈

第三节 中国家居连锁发展趋势分析

- 一、卖场转型持续发酵
- 二、回归本质成重点
- 三、布局郊区抢市场
- 四、物流成下个制胜高地
- 五、联盟谋求更强话语权
- 六、商户卖场博弈暗流涌动

第六章 2019年中国家居连锁行业市场分析

第一节 市场规模分析

- 一、2015-2019年家居连锁行业市场规模及增速
- 二、家居连锁行业市场饱和度
- 三、2021-2027年家居连锁行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

- 一、家居连锁行业所处生命周期
- 二、技术变革与行业革新对家居连锁行业的影响
- 三、差异化分析

第四节 2019年中国家居连锁最新动态分析

- 一、家居企业夫妻档盛行，家族股权独大
- 二、优易家智能家居代理好项目，高新行业好商机
- 三、地方新势力“围剿”红星美凯龙
- 四、家居连锁红星美凯龙IPO上路
- 五、家居产品智能化加速，安全兼容互相掣肘
- 六、全国一线家居连锁，进军四川二线城市

第七章 中国家居连锁细分城市市场分析

第一节 一级城市市场

- 一、一级城市家居连锁市场发展概况及特点分析
- 二、2015-2019年一级城市家居连锁市场规模及趋势分析

第二节 二级城市市场

- 一、二级城市家居连锁市场发展概况及特点分析
- 二、2015-2019年二级城市家居连锁市场规模及趋势分析

第三节 三级以下城市市场

- 一、三级以下城市家居连锁市场发展概况及特点分析
- 二、2015-2019年三级以下城市家居连锁市场规模及趋势分析

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

第一节 北京

- 一、市场发展特点及现状
- 二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第二节 深圳

- 一、市场发展特点及现状
- 二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第三节 上海

一、市场发展特点及现状

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第四节 广州

一、市场发展特点及现状

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第五节 成都

一、市场发展特点及现状

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第六节 杭州

一、市场发展特点及现状

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第七节 南京

一、市场发展特点及现状

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第八节 常州

一、市场发展特点及现状

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第九节 大连

一、市场发展特点及现状

二、主要家居连锁企业在本区域市场份额

第九章 2019年中国家居连锁市场供需状况分析

第一节 2015-2019年家居连锁市场供需状况

一、2015-2019年家居连锁供给状况

二、2015-2019年家居连锁需求状况

三、2015-2019年家居连锁供需缺口分析

四、家居连锁市场供需主要影响因素

第二节 2021-2027年我国家居连锁供给变化趋势预测

第三节 2021-2027年我国家居连锁需求变化趋势预测

第四节 2021-2027年我国家居连锁供需缺口变化趋势预测

第十章 2019年中国家居连锁市场消费者偏好调查

第一节 家居连锁市场产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 家居连锁市场产品的品牌市场调查

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道

四、家居连锁市场品牌忠诚度调查

五、家居连锁市场品牌市场占有率调查

六、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第十一章 2015-2019年中国家居连锁市场竞争格局分析

第一节 2019年国内外主要市场企业分析

第二节 家居连锁市场历史竞争格局综述

一、市场集中度分析

二、市场竞争程度

第三节 家居连锁市场企业竞争状况分析

第四节 市场代表性企业经营发展模式分析

第五节 近期企业并购分析

第六节 国内外企业发展的SWOT模型分析

第七节 2021-2027年家居连锁市场竞争格局展望

一、市场集中度展望

二、市场竞争格局对产品价格的影响展望

三、产品竞争格局有所改变

第十二章中国家居连锁部分企业发展现状分析

第一节 红星美凯龙家居集团股份有限公司

第二节 深圳市好百年家居连锁股份有限公司

第三节 东方家园家居建材商业有限公司

第四节 香江集团有限公司

第五节 北京集美家居市场集团有限公司

第六节 北京居然之家投资控股集团有限公司

第七节 月星集团有限公司

第八节 爱家投资控股集团有限公司

第九节 宁波友邦家居市场经营服务有限公司

第十节 武汉欧亚达集团有限公司

第四部分 投资策略分析

第十三章 2021-2027年家居连锁市场发展趋势预测分析

第一节 2019年家居连锁市场发展趋势与预测

一、当前家居连锁市场的发展趋势

二、2021-2027年针对家居连锁产品市场预测

第二节 2021-2027年家居连锁市场发展趋势与预测

一、未来家居连锁市场发展方向预测

二、2021-2027年家居连锁市场发展预测

三、2021-2027年家居连锁市场竞争预测

第十四章 中国家居连锁市场投资风险分析

第一节 2021-2027年家居连锁市场投资机会

一、2021-2027年家居连锁市场主要产品投资机会

二、2021-2027年家居连锁市场主要出口投资机会

三、2021-2027年家居连锁企业的多元化投资机会

第二节 2021-2027年家居连锁市场投资风险展望

一、宏观调控风险

二、市场竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

六、其它风险

第三节投资建议

图表目录：

图表：2015-2019年家居连锁行业市场供给量

图表：2015-2019年家居连锁行业市场供给量增长速度

图表：2015-2019年家居连锁行业市场需求量

图表：2015-2019年家居连锁行业市场需求量增长速度

图表：2015-2019年家居连锁行业市场供需缺口

图表：2021-2027年家居连锁行业市场供给量预测

图表：2021-2027年家居连锁行业市场需求量预测

图表：2021-2027年家居连锁行业市场供需缺口预测

图表：不同年龄的消费者家居产品预算

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/229653.html>