

2017-2022年中国办公家具 行业监测及发展策略研究报告

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

《2017-2022年中国办公家具行业监测及发展策略研究报告》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.cction.com/report/201704/140552.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

中国办公家具行业在不断的转型与变革中快速成长，目前中国是世界第二大办公家具出口国，出口额与世界办公家具第一出口大国意大利差距甚微。金融危机带来的全世界消费的下降，美国等国家的进口需求减少，使得我国办公家具经销商开始向国内市场转移。2009年办公家具走势开始上扬，上半年稍显冷淡的市场开始活跃起来，无论是国内还是国外市场，都是积极的状态。目前我国经济建设发展很快，政府机关的办公条件改善，银行、证券、学校、医院以及企业事业单位不断扩展，办公家具需求量增长很快。办公家具的生产也在迅猛发展，办公家具的市场前景会越来越好。2009年全国的政府采购家具市场表现出色，采购项目数量超过往年同期。2009年1-6月全国家具采购项目一共501个，2008年同期429个，比同期增长了16.6%;2007年家具采购项目373个，2009年上半年比经济最强盛的2007年同期增长了34%。可见，2009年的政府家具采购市场在全球萧条的经济中独树一帜。

中国是世界第二大办公家具出口国，但是由于2008年的金融危机，我国办公家具市场形势非常严峻，许多办公家具卖场生意清淡，销售额不断下降，整个办公家具行业呈下降的趋势。据调查，有3%的受访经销商表示2008年遭遇了历年来的严重亏损，几乎面临关门倒闭的边缘；有45%的受访者认为2009年生意不太好、经营困难；有34%的经销商认为生意一般，但还过得去；只有2%的来自西安、内蒙古的内陆城市经销商认为2009年生意不错，较往年同期有上升。另外，由于家具消费始终同房地产市场结合在一起，而国内房地产市场早已在向二三线城市发展，严峻的事实要求家具行业往二、三线城市或者更广阔的县域经济区域纵深发展。家具市场在二三线市场势必会有爆发性的增长。并且，目前国家关于农村的一系列改革将会在广大的农村市场产生重大影响，所以二三级市场将会是家具行业的下一个开发重点。

报告目录

第一部分办公家具行业发展现状

第一章办公家具行业发展概述

第一节办公家具的概念1

一、办公家具的定义1

二、办公家具的组成部分1

三、办公家具的分类1

第二节办公家具行业发展概况2

一、办公家具消费群2

二、办公家具行业市场概况2

三、智能化办公家具的发展4

第三节办公家具内销与外销的对比4

一、办公家具外销与内销的客户群对比4

二、办公家具外销与内销的营销方式对比4

三、办公家具外销与内销的产品结构对比5

四、办公家具外销与内销的经营管理对比5

五、办公家具外销与内销的批次产量对比5

第二章全球办公家具行业发展分析

第一节全球家具行业发展分析6

一、2009年全球家具发展分析6

二、2009年全球家具需求分析6

第二节全球办公家具行业发展分析6

一、办公家具全球分类介绍6

二、2009年全球办公家具市场分析12

第三节主要国家办公家具市场分析13

一、美国办公家具市场分析13

二、德国办公家具市场分析14

三、伊朗办公家具市场分析15

四、俄罗斯办公家具市场分析15

五、土耳其办公家具市场分析16

第三章我国办公家具行业发展分析

第一节办公家具行业发展现状分析18

一、2008年办公家具行业发展分析18

二、2008年办公家具行业生产总值19

三、2009年办公家具行业发展分析20

四、2009年办公家具采购项目分析21

第二节办公家具行业信息化建设分析23

一、信息化对于办公家具业的意义23

二、信息化建设是办公家具业前进的动力27

三、2009年办公家具企业设计研发能力分析29

四、2009年办公家具需求及创意人才需求分析31

第三节办公家具业面临的困难、问题和挑战32

一、自主创新能力与竞争问题32

二、经营方式与劳动生产率问题32

三、经济环境变化产生的影响33

四、办公家具企业成本问题33

第四章我国办公家具市场发展分析

第一节办公家具卖场发展分析34

一、办公家具卖场形势分析34

二、2009年办公家具卖场发展动态35

第二节2009年农村办公家具市场分析38

一、2009年农村办公家具市场现状38

二、2009年农村办公家具市场潜力39

第三节浙江办公家具市场分析39

一、浙江家具消费者的特点40

二、浙江家具销售渠道分析41

三、未来发展及建议42

第四节东升办公家具产业发展分析44

一、2009年东升办公家具产业发展分析44

二、2009年东升办公家具发展形势分析46

第五章我国办公家具消费市场分析

第一节2008年办公家具消费市场分析48

第二节2009年2季度办公家具消费市场分析50

一、2009年4月办公家具市场消费市场分析50

二、2009年5月办公家具市场消费市场分析51

三、2009年6月办公家具市场消费市场分析53

第三节2009年3季度办公家具消费市场分析55

一、2009年7月办公家具市场消费市场分析55

二、2009年8月办公家具市场消费市场分析56

三、2009年9月办公家具市场消费市场分析58

第六章我国家具行业经济运行分析

第一节2008年我国家具制造业经济运行分析59

一、2008年我国家具制造业主要经济指标59

二、2008年我国木制家具制造业主要经济指标62

三、2008年我国家具产量情况65

四、2008年我国木制家具产量情况75

第二节2009年我国家具制造业经济运行分析79

一、2009年我国家具制造业主要经济指标79

二、2009年我国木制家具制造业主要经济指标81

三、2009年我国家具产量情况82

四、2009年我国木制家具产量情况93

第七章我国办公家具产业进出口分析

第一节我国家具产品进出口分析103

一、2008年我国家具产品进出口情况103

二、2009年我国家具产品进出口情况103

第二节办公家具出口退税率调整分析105

一、2009年办公家具等出口退税率105

二、2009年办公金属家具出口退税率105

第三节我国办公家具进出口分析106

一、2009年办公家具出口现状分析106

二、2009年我国办公家具出口新增长点109

三、2009年办公家具出口价格走势分析111

四、阻碍办公家具出口发展的原因112

五、办公家具出口转内销分析114

第八章我国家具市场发展分析

第一节家具市场现状分析120

一、2008年家具市场发展状况120

二、国内家具行业分级市场分析121

三、家具三四级市场发展空间分析122

第二节家具行业发展分析125

一、2009年中国家具业发展现状126

二、我国家具行业发展速度分析127

三、中国家具行业发展挑战分析129

四、2009年家具产业发展趋势预测131

第三节家具市场消费者分析131

一、家具消费者购买行为特征分析131

二、经常光顾家具市场的消费群体分析138

三、中高端定制家具消费市场分析	140
四、2009年概念家具消费市场分析	142
第二部分家具市场竞争格局	
第九章我国家具行业竞争分析	
第一节我国家具行业恶性竞争分析	145
一、2008年我国家具行业无序竞争分析	145
二、品牌发展对家具行业无序竞争影响	147
三、市场秩序规范展望	148
第二节我国家具行业竞争分析	149
一、家具行业格局现状	149
二、家具行业资源和规则竞争分析	153
三、家具高端市品牌竞争分析	154
四、2009年中国家具行业竞争分析	155
第三节我国家具产业转移分析	157
一、家具产业转移现状分析	157
二、东莞家具产业转移分析	159
三、2009年沿海家具转移重庆分析	161
四、2009年广东家具转移东盟分析	162
五、台湾家具产业转移分析	165
第十章办公家具行业竞争格局分析	
第一节办公家具行业竞争结构分析	168
一、行业内现有企业的竞争	168
二、新进入者的威胁	169
三、替代品的威胁	170
四、供应商的讨价还价能力	170
五、购买者的讨价还价能力	171
第二节2009年办公家具市场竞争分析	171
一、2009年办公家具市场竞争力	171
二、2009年办公家具产品畅销排名	172
三、2009年办公家具市场占有率	173
第三节我国办公家具行业品牌竞争分析	174
一、知名品牌竞争力分析	174

二、国产品牌本土化优势分析	175
三、国际家具巨头抢占中国办公家具市场	175
四、绿色办公家具应为竞争主流	175
第十一章办公家具企业竞争策略分析	
第一节办公家具企业信息化竞争策略	177
一、家具电子商务发展背景分析	177
二、家具企业电子商务模式分析	178
三、家具企业电子商务面临的障碍	179
四、办公家具企业信息化竞争策略	180
第二节办公家具领先企业竞争策略	181
一、维护高质量形象	181
二、扩大市场需求总量	181
三、保护市场份额	182
四、扩大市场份额	182
第三节办公家具挑战企业竞争策略	183
一、正面进攻	183
二、侧翼攻击	183
三、包围进攻	183
四、迂回攻击	184
五、游击战	184
第十二章主要办公家具企业竞争分析	
第一节震旦（中国驰名商标）	185
一、企业发展简况分析	185
二、企业经营情况分析	186
三、企业经营优劣势分析	188
第二节美时（中国驰名商标）	195
一、企业发展简况分析	195
二、企业经营情况分析	197
三、企业经营优劣势分析	199
第三节欧美(中国驰名商标)	200
一、企业发展简况分析	200
二、企业经营情况分析	200

三、企业经营优劣势分析201

第四节优比（中国驰名商标）202

一、企业发展简况分析202

二、企业经营情况分析202

三、企业经营优劣势分析203

第五节冠美（中国驰名商标）204

一、企业发展简况分析204

二、企业经营情况分析205

三、企业经营优劣势分析207

第六节长江（中国驰名商标）209

一、企业发展简况分析209

二、企业经营情况分析210

三、企业经营优劣势分析211

第七节圣奥（中国驰名商标）213

一、企业发展简况分析213

二、企业经营情况分析215

三、企业经营优劣势分析216

第八节健威（中国驰名商标）218

一、企业发展简况分析218

二、企业经营情况分析219

三、企业经营优劣势分析220

第九节兆生（中国驰名商标）222

一、企业发展简况分析222

二、企业经营情况分析224

第十节励志洋行（一线品牌）224

第三部分家具行业趋势预测

第十三章家具行业发展趋势分析

第一节2009年中国家具行业发展趋势225

一、2009年家具行业发展预测225

二、2009年家具设计企业发展预测230

三、2009年家具行业发展前景分析236

四、2009年下半年家具市场走势242

第二节2009年中国家具行业流行趋势244

一、多功能家具潮流趋势244

二、2009年家具流行趋势预测244

三、2009家具时尚潮流预测246

四、未来家具发展趋势247

第十四章未来办公家具行业发展预测

第一节未来办公家具发展特点249

一、未来家具求新求变249

二、未来家具将与绿色环保紧密结合249

三、未来家具的广大市场在农村249

第二节办公家具行业发展趋势250

一、2009年办公家具趋势分析250

二、2009年办公家具市场走向251

三、办公家具未来走向分析252

四、家庭办公家具趋势分析253

第三节未来办公家具流行趋势254

一、数字化改变办公家具254

二、开放式办公家具成为时尚趋势257

三、未来办公家具更环保、更人性化260

四、贴皮办公家具流行趋势分析260

第四部分办公家具行业投资战略研究

第十五章办公家具行业投资现状分析

第一节2009年家具行业投资情况分析261

一、家具市场成投资新热点261

二、投资古典家具热潮掀起263

三、家具定制投资情况分析265

第二节2009年办公家具行业投资情况分析267

一、钢制办公家具投资要点267

二、办公家具行业投资契机269

第十六章办公家具行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析271

一、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析271

二、2009年上半年我国经济运行分析	278
三、2009年8月我国工业产业发展分析	293
四、2017-2022年我国经济趋势分析	295
第二节政策法规环境分析	299
一、2009年家具出口退税率调整情况	299
二、2009年家具行业政策需求分析	300
三、办公家具在欧美市场的检测标准	301
四、中央国家机关办公家具配置标准	303
第三节社会发展环境分析	304
一、2008-2009年我国居民收入水平	304
二、2008-2009年消费者信心指数分析	308
三、2009年居民生活水平分析	311
四、2009年8月我国居民消费情况分析	328
第十七章办公家具行业投资机会与风险	
第一节办公家具行业投资前景分析	331
一、办公家具行业前景分析	331
二、古典办公家具市场前景	332
三、办公家具出口前景分析	333
四、办公家具维修前景分析	335
五、二手办公家具行业前景	337
六、钢制办公家具未来前景	343
第二节办公家具行业投资机会与风险	346
一、2009年二三级市场投资机会分析	346
二、2009年办公家具投资风险分析	347
三、家具行业规模与风险分析	349
第三节2017-2022年办公家具企业战略规划不确定性风险分析	350
一、客观事件的不确定性风险	351
二、市场的不确定性风险	351
三、行业发展的不确定性风险	352
四、技术发展的不确定性风险	352
五、战略规划者的主观不确定性风险	352
六、执行过程的不确定性风险	353

七、工具方法的局限性风险353

八、战略规划系统的不确定性风险354

第十八章办公家具行业投资战略研究

第一节办公家具行业营销策略研究355

一、金融危机下办公家具企业过冬策略355

二、金融危机下办公家具企业营销策略356

三、办公家具引导客户策略361

四、办公家具销售技巧解读361

第二节办公家具企业战略规划构建策略364

一、行业大环境分析364

二、在竞争激烈的行业里寻找机会364

三、战略两大基本点366

四、初期战略367

第三节办公家具企业经营优劣势分析367

一、选好定位368

二、注重产品质量与设计368

三、加速创建自有品牌369

四、宣传与推广369

五、策略总结370

第四节办公家具行业发展战略研究370

一、技术开发战略370

二、产业战略规划372

三、业务组合战略374

四、营销战略规划376

五、区域战略规划377

六、企业信息化战略规划380

部分图表目录

图表：2008办公家具市场热销产品TOP1048

图表：2008办公家具市场热销产品TOP10份额图49

图表：2009年4月办公家具热销产品排行榜50

图表：2009年4月办公家具热销产品市场份额图51

图表：2009年5月办公家具热销产品排行榜51

图表：2009年5月办公家具热销产品市场份额图52

图表：2009年5月办公家具求购关注度比例53

图表：2009年5月办公家具供应关注度比例53

图表：2009年6月办公家具热销产品排行榜54

图表：2009年6月办公家具热销产品市场份额图54

图表：2009年7月办公家具热销产品55

图表：2009年7月办公家具热销产品市场份额图56

图表：2009年8月办公家具热销产品56

图表：2009年8月网办公家具热销产品市场份额图57

图表：2009年9月办公家具热销产品58

图表：2009年9月办公家具热销产品市场份额图58

图表：2008年1-12月我国家具制造业主要运行指标59

图表：2008年2月家具制造业销售收入前十家企业60

图表：2008年5月家具制造业销售收入前十家企业61

图表：2008年8月家具制造业销售收入前十家企业61

图表：2008年11月家具制造业销售收入前十家企业61

图表：2008年1-12月我国木制家具制造业主要运行指标62

图表：2008年2月木制家具制造业销售收入前十家企业63

图表：2008年5月木制家具制造业销售收入前十家企业64

图表：2008年8月木制家具制造业销售收入前十家企业64

图表：2008年11月木制家具制造业销售收入前十家企业64

更多图表见正文。。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201704/140552.html>