

2020-2026年中国全房定制 市场深度分析与投资潜力分析报告

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年中国全房定制市场深度分析与投资潜力分析报告》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/202006/170037.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

居民可支配收入的提高必然带来消费升级，对于家具行业来说，消费升级意味着消费者对于家具有了更高的要求。除了必要的功能性要求外，对于环保、个性化、整体的协调统一、功能定制化、非标尺寸的定制等等方面，都会有更高的要求，在这些方面，定制家具的优势十分明显。因此，近些年定制家具在一定程度上相对快速的抢占了成品家具的部分市场份额，尤其是在定制橱柜与定制衣柜方面，目前定制橱柜的市场份额大约在 60% 上下，定制衣柜的市场份额在 30% 上下，这两者是定制家具细分市场的领头羊：一方面是因为发展时间相对更长，另一方面是这两者对于个性化的需求更甚。

我国定制家具行业集中度低（CR3 不到 10%），格局非常分散。随着消费升级能力逐渐提升，细分领域龙头品牌有望享受行业增长和市占率提升的双重红利，成长确定性最强。定制家具未来也将出现寡头，静待行业龙头未来在强强对决中不断走向卓越、脱颖而出为巨头。定制企业经销商门店数量数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026 年中国全房定制市场深度分析与投资潜力分析报告》共九章。首先介绍了中国全房定制行业市场发展环境、全房定制整体运行态势等，接着分析了中国全房定制行业市场运行的现状，然后介绍了全房定制市场竞争格局。随后，报告对全房定制做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国全房定制行业发展趋势与投资预测。您若想对全房定制产业有个系统的了解或者想投资中国全房定制行业，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：

第一章全房定制行业简介

1.1 全房定制行业介绍

1.1.1 全房定制的概念

1.1.2 全房定制的优劣势

1.1.3 全房定制的柔性化生产水平

1.2 家居软件及信息服务行业概况

1.3 全房定制电子商务行业概况

第二章行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

2.1行业主管部门及监管体制

2.1.1家具行业主管部门及监管体制

2.1.2软件行业主管部门及监管体制

2.1.3电子商务行业主管部门及监管体制

2.2行业主要法规及政策

2.2.1法律法规

2.2.2主要行业政策

第三章全房定制行业发展现状

3.1家具行业呈现稳定增长态势

3.2我国全房定制行业发展概况

3.2.1全房定制虽然快速增长，但在家具市场的份额仍然较小

3.2.2全房定制开拓了家具行业的C2B商业模式

3.2.3信息化技术在全房定制行业的使用越来越广泛，但全房定制企业的柔性化生产工艺和信息化程度仍参差不齐

3.2.4全房定制线上营销逐步展现，但仍依赖于实体店的支持

3.3家居软件及信息服务行业发展概况

3.3.1软件行业发展迅速

3.3.2家居软件及信息服务行业逐步兴起

3.4电子商务行业发展概况

3.4.1电子商务行业的规模庞大

3.4.2消费者对网上购物的需求越来越大

第四章我国家具行业主要产品及营销分析

4.1行业主要产品市场分析

4.1.1木制家具产品市场分析

（1）木制家具生产分布

（2）木制家具主要企业

4.1.2金属家具产品市场分析

（1）金属家具生产分布

（2）金属家具主要企业

4.1.3软体家具产品市场分析

（1）软体家具产量分析

（2）软体家具竞争分析

4.1.4传统家具产品市场分析

（1）传统家具发展状况

（2）传统家具生产及制作

4.1.5办公家具产品市场分析

（1）办公家具市场驱动因素

（2）办公家具市场竞争分析

4.1.6户外休闲家具产品市场分析

4.1.7客厅家具产品市场分析

4.1.8儿童家具产品市场分析

4.2行业主要产品销售渠道与策略

4.2.1行业产品主要销售渠道与营销模式

（1）展会渠道

（2）代理、经销模式

（3）第三方卖场模式

（4）产销分离模式

（5）自建终端

（6）网络营销

（7）仓储式销售

（8）家装公司

4.2.2行业产品销售渠道存在的主要问题

（1）中国家具竞争还不充分

（2）中国家具竞争还停留在表面上

（3）中国家具专业细分还未真正形成

（4）销售渠道较为单一

4.2.3行业产品销售渠道发展趋势与策略

（1）家具销售渠道的发展趋势

（2）“电商+店商”为家具渠道趋势

（3）我国家具业营销渠道对策分析

4.2.4家具行业产品营销策划建议

4.3家具制造行业产品设计开发趋势

4.3.1木质家具产品设计开发趋势

4.3.2金属家具产品设计开发趋势

4.3.3软体家具产品设计开发趋势

4.3.4传统家具产品设计开发趋势

4.3.5办公家具产品设计开发趋势

4.3.6户外休闲家具产品设计开发趋势

4.3.7客厅家具产品设计开发趋势

4.3.8儿童家具产品设计开发趋势

4.4家具消费者的分类和消费趋势

4.4.1从年龄上分类家具消费者

4.4.2家具消费者的消费观念

第五章全房定制行业发展趋势及进入障碍分析

5.1全房定制行业发展趋势分析

5.1.1全房定制的消费理念将日益普及，其市场地位将大幅提升

5.1.2全屋定制是全房定制行业的发展方向

5.1.3销售模式由B2C（企业对消费者）向C2B（消费者对企业）转变

5.1.4借助工业5.0时代的智能制造技术实现大规模定制生产

5.1.5O2O营销模式普及程度不断提高

5.1.6销售网络的建设和运营能力成为关键竞争力

5.2全房定制行业进入障碍

5.2.1销售前端个性化设计服务的能力

5.2.2定制产品规模化生产的难题

5.2.3销售生产前后端的无缝连接

5.2.4复合性人才需求较多

5.2.5销售渠道壁垒

第六章影响行业发展的主要因素

6.1有利因素

6.1.1国家和地方相关政策的支持

6.1.2全房定制的消费理念愈加普及

6.1.3居民可支配收入的持续增长，促进了家具消费的升级

6.1.4随着保障性住房等建设，全房定制未来增长空间大

6.2不利因素

6.2.1房地产宏观调控政策

6.2.2行业对信息技术的应用能力还有待进一步提高

第七章全房定制行业技术水平、经营模式以及经营特点

7.1行业的技术水平

7.1.1设计服务能力有待提升

7.1.2制造模式向柔性化生产发展

7.1.3信息化管理技术在逐步普及

7.2行业经营模式

7.3行业经营特点

7.3.1周期性

7.3.2季节性

7.3.3区域性

第八章全房定制行业与上下游行业之间的关系

8.1家具行业产业链分析

8.1.1产业链结构分析

8.1.2主要环节的增值空间

8.1.3与上下游行业之间的关联性

8.1.4行业产业链上游相关行业分析

8.1.5行业下游产业链相关行业分析

8.1.6上下游行业影响及风险提示

8.2全房定制行业产业链分析

8.2.1全房定制行业产业链

8.2.1全房定制行业与上下游行业之间的关系

第九章全房定制行业主要企业简介

9.1索菲亚家居股份有限公司

9.1.1企业简介

9.1.1企业经营

9.2广州好莱客创意家居股份有限公司

9.2.1企业简介

9.2.2企业经营

9.3欧派家居集团股份有限公司

9.3.1企业简介

9.3.2企业经营

9.4好莱客

9.4.1企业简介

9.4.2企业经营

9.5我乐家居

9.5.1企业简介

9.5.2企业经营

9.5.3发展规划

图表目录：

图表：各种板式家具优劣势对比

图表：全房定制行业相关的法律法规情况

图表：全房定制行业影响较大的产业政策

图表：与软件行业相关的行业政策

图表：与电子商务行业相关的行业政策

图表：全房定制占我国家具市场的份额

图表：2019年软件和信息技术服务业主要经济指标完成情况

图表：中国网民规模和互联网普及率

图表：中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2014-2019年我国木质家具产量变化趋势

图表：2019年中国木制家具生产分布

图表：2019年中国木制家具主要企业分布情况

图表：2014-2019年我国金属家具产量变化趋势

图表：2019年中国金属家具生产分布

图表：2019年中国金属家具主要企业分布情况

图表：2014-2019年我国软体家具产量变化趋势

图表：2019年中国软体家具生产分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170037.html>