中国家居行业市场发展分析及竞争格局与投资研究报告(2026-2031版)

报告简介

现代家居业起源于上世纪90年代，栉风沐雨30余载，行业迈入平稳发展期。家居需求主要产生于消费者购房后的装修环节，因而发展历程与房地产行业息息相关。20世纪80年代末到90年代初，伴随我国商品房兴起、居民住房条件改善，家居消费需求开始快速崛起;同时借改革开放春风，西方先进制造设备开始引入中国，我国家居制造业开始告别手工打造，进入机械化、规模化生产的工业之旅。

2021年，居住消费已经占到整个国民消费支出的第二名，仅次于食品消费。落实好扩大内需战略，促进消费潜力释放和升级，促进家电家具家装消费成为重要一环。家居产业具有规模体量大、消费带动强、产业覆盖广的特点。2021年，家电、家具、照明电器、五金制品四个重点行业规模以上企业营业收入达3.8万亿元，占轻工业比重近20%。

家居行业健康发展得到了政策层面的重视。工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部与市场监督管理总局联合发布《推进家居产业高质量发展行动方案》，为家装行业高质量发展指明了方向。《方案》明确，将在家居产业培育50个左右知名品牌、10个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立500家智能家居体验中心，培育15个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。

时至今日，我国早已成为全球最大的家居生产国、消费国和出口国，数据显示，2021年我国家居产业的总规模约为9512亿元，折合约1408亿美元，领先美国约400亿美元，位居全球首位，海关数据显示，2021年我国家具及其零件出口金额达738.31亿美元，亦为全球最大的家居出口市场。

疫情反复扰动，加速中小企业出清疫情反复扰动，家居行业层面需求承压，亏损企业占比扩大。家居作为大宗消费，本身依赖线下体验促成交，且具备上门服务属性，因此行业受疫情冲击较为明显。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、

全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国家居市场进行了分析研究。报告在总结中国家居行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国家居行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为家居企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 家居行业发展概述

第一节 家居行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国家居行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国家居行业宏观环境分析（pest）

第一节 中国家居行业政策(policy)环境分析

一、家居行业监管体系及机构介绍

二、家居行业标准体系建设现状

三、家居行业发展相关政策规划汇总及解读

四、家居行业相关"十四五"规划解读

五、"碳中和、碳达峰"愿景对家居行业的影响分析

六、政策环境对家居行业发展的影响分析

第二节 中国家居行业经济(economy)环境分析

一、中国宏观经济发展现状

二、中国宏观经济走势分析

三、中国宏观经济趋势预测

第三节 中国家居行业社会(society)环境分析

第四节 中国家居行业技术(technology)环境分析

第三章 中国家居行业发展现状

第一节 中国家居行业发展分析

一、中国家居行业发展历程

二、我国家居行业发展特点分析

三、中国家居行业发展面临问题

四、中国家居行业发展趋势分析

第二节 中国家居行业运行分析

一、家居行业运行规模分析

二、家居行业运营状况分析

第三节 中国家居行业竞争分析

一、家居细分市场之间的竞争

二、各类家居内部竞争

第四章 中国家居行业市场发展分析及预测

第一节 2021-2026年中国家居行业供需分析

一、市场供给分析

二、市场需求分析

第二节 2021-2026年中国家居价格走势及影响因素分析

一、2026-2031年家居未来价格走势预测

二、家居市场价格区域性影响因素分析

第三节 对中国家居市场的分析及思考

一、家居市场分析

二、家居市场变化的方向

三、中国家居产业发展的新思路

四、对中国家居产业发展的思考

第四节 2026-2031年家居行业市场发展预测

一、2026-2031年家居行业市场竞争研判

二、2026-2031年家居行业市场发展趋势

第五章 2021-2026年中国家居行业营销渠道分析

第一节 家居销售渠道分类及对比

一、家居行业销售渠道分类

二、家居行业渠道优劣对比

三、2021-2026年家居营销渠道选择研究

第二节 各类渠道对家居行业的影响

第三节 主要家居企业渠道策略研究

第六章 家居行业主要品牌分析

第一节 家居行业品牌构成

第二节 主要品牌区域市场占有率分析

第三节 品牌满意度分析

第七章 家居行业上、下游产业链分析

第一节 家居行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 家居上游行业分析

一、家居成本构成

二、2021-2026年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

四、上游行业对家居行业的影响

第三节 家居下游行业分析

一、家居下游行业分布

二、2021-2026年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对家居行业的影响

第八章 家居行业区域市场调研

第一节 华北地区家居市场调研

一、华北地区家居市场规模分析

二、华北地区家居市场竞争现状分析

三、华北地区家居市场需求特征分析

四、华北地区家居市场趋势预测分析

第二节 东北地区家居市场调研

一、东北地区家居市场规模分析

二、东北地区家居市场竞争现状分析

三、东北地区家居市场需求特征分析

四、东北地区家居市场趋势预测分析

第三节 华东地区家居市场调研

一、华东地区家居市场规模分析

二、华东地区家居市场竞争现状分析

三、华东地区家居市场需求特征分析

四、华东地区家居市场趋势预测分析

第四节 华中地区家居市场调研

一、华中地区家居市场规模分析

二、华中地区家居市场竞争现状分析

三、华中地区家居市场需求特征分析

四、华中地区家居市场趋势预测分析

第五节 华南地区家居市场调研

一、华南地区家居市场规模分析

二、华南地区家居市场竞争现状分析

三、华南地区家居市场需求特征分析

四、华南地区家居市场趋势预测分析

第六节 西部地区家居市场调研

一、西部地区家居市场规模分析

二、西部地区家居市场竞争现状分析

三、西部地区家居市场需求特征分析

四、西部地区家居市场趋势预测分析

第九章 家居重点企业分析

第一节 书香门地集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第二节 马可波罗控股股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第三节 广东东鹏控股股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第四节 蒙娜丽莎集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第五节 梦天家居集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第六节 东易日盛家居装饰集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第七节 德华兔宝宝装饰新材股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第八节 北京东方雨虹防水技术股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第九节 欧派家居集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十节 三棵树涂料股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业主要发展指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业发展战略分析

第十章 中国家居行业竞争状态及市场格局分析

第一节 中国家居行业投资、兼并与重组状况

一、中国家居行业投资现状分析

二、中国家居行业兼并与重组状况

第二节 中国家居行业波特五力模型分析

一、家居行业现有竞争者之间的竞争状况

二、家居行业关键要素的供应商议价能力分析

三、家居行业消费者议价能力分析

四、家居行业潜在进入者分析

五、家居行业替代品风险分析

第三节 中国家居行业市场格局及集中度分析

一、中国家居行业市场竞争格局

二、中国家居行业市场集中度分析

第四节 中国家居企业发展状况分析

一、家居企业主要类型

二、家居企业资本运作分析

三、家居企业国际竞争力分析

第五节 家居行业竞争趋势分析

一、家居行业未来竞争格局和特点

二、国内家居企业竞争能力提升途径

第十一章 中国家居市场痛点及产业转型升级发展布局

第一节 中国家居行业经营效益分析

一、中国家居行业营收状况

二、中国家居行业利润水平

二、中国家居行业成本管控

第二节 中国家居行业商业模式分析

第三节 中国家居行业市场痛点分析

第四节 中国家居产业结构优化与转型升级发展路径

第五节 中国家居产业结构优化与转型升级发展布局

第十二章 中国家居行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、行业市场营销创新

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2026-2031年家居行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2026-2031年家居行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十三章 中国家居行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、政策风险分析

二、技术风险分析

三、市场风险分析

四、经济波动风险

第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第十四章 中国家居行业发展潜力评估及市场前景预判

第一节 中国家居产业链布局诊断

第二节 中国家居行业swot分析

第三节 中国家居行业发展潜力评估

第四节 中国家居行业发展前景预测

第五节 中国家居行业发展趋势预判

第十五章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 家居行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：2021-2026年中国家居行业市场规模情况

图表：2021-2026年泛家居行业破产情况

图表：中国家居品牌竞争梯队

图表：2021-2026年华北地区家居行业市场规模情况

图表：2021-2026年东北地区家居行业市场规模情况

图表：2021-2026年华东地区家居行业市场规模情况

图表：2021-2026年华中地区家居行业市场规模情况

图表：2021-2026年华南地区家居行业市场规模情况

图表：2021-2026年西部地区家居行业市场规模情况

图表：2021-2026年企业销售情况(单位：万平方米)

图表：2021-2026年企业销售情况(单位：万元)

图表：2021-2026年企业产销情况(单位：万平方米)

图表：2021-2026年企业经营情况(单位：万元)

图表：企业产品结构

图表：2021-2026年企业产品产销存情况

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：2021-2026年企业产销情况

图表：2021-2026年企业营收情况(单位：元)

图表：企业产品结构

图表：2021-2026年企业产销情况

图表：2021-2026年企业营收(单位：元)

图表：企业经营情况(单位：元)

图表：企业产品结构

图表：2021-2026年企业产销情况

图表：2021-2026年企业经营情况(单位：元)

图表：企业经营情况(单位：元)

图表：企业2021-2026年企业产销存情况

图表：企业2021-2026年营收情况(单位：元)

图表：家居类消费品优化升级最热关键词

图表：区域发展战略咨询流程图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：300029

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20221021/300029.shtml

在线订购：点击这里