

2020-2026年中国全房定制 市场深度分析与未来发展趋势报告

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未来发展趋势报告》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/202006/170046.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

我国一二线核心城市已经进入存量房时代，我国第一批商品房建成于80年代，按照住房翻新周期为10-15年计算，大量老房已经达到“换装”年限，伴随而来的是巨大的旧房翻新装修需求。结合统计年鉴数据，估算到2020年将提升至885万套、占比38.5%，存量房再装市场的家具更新需求巨大。

房地产作为我国的支柱产业，尽管存在购房调控，但是房地产销售依然强劲，同时政府转向大力发展住房租赁，对家居是同样需求，同时地产对家居行业的短期影响减弱；整个家居行业呈现稳定增长态势，同时消费升级会使得传统的家居行业转向定制，还存在巨大的发展空间。定制家具市场规模测算

产品	项目	2016	2017E	2018E	2019E	住宅	新房销售面积(万平方米)	二手房销售面积(万平方米)	定制橱柜
新房市场渗透率	60%	62%	64%	66%	二手房市场渗透率	42%	44%	46%	48%
存量房市场渗透率	60%	62%	64%	66%	需求套数(万套)	1811	2023	2244	2471
客单价(万元)	0.65	0.65	0.65	0.65	市场规模(亿元)	1177	1315	1459	1606
市场规模同比增速	—	11.70%	10.90%	10.10%	基础厨电(烟、灶)配套率	39%	42%	45%	48%
客单价(万元)	0.25	0.25	0.25	0.25	市场规模(亿元)	177	212	252	297
市场规模同比增速	—	20.30%	18.80%	17.50%	整体厨房	市场规模(亿元)	1354	1527	1711
1903	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未来发展趋势报告》共十二章。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。若您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 全球全房定制行业发展分析

第一节 全球全房定制行业发展轨迹综述

- 一、全球全房定制行业发展历程
- 二、全球全房定制行业发展面临的问题
- 三、全球全房定制行业技术发展现状及趋势

第二节 全球全房定制行业市场情况

第三节 国家地区全房定制行业发展状况

- 一、美国全房定制行业发展分析
- 二、欧洲全房定制行业发展分析
- 三、韩国全房定制行业发展分析

第二章 2019年中国全房定制产业运行环境解析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、社会消费品零售总额

第三章 2014-2019年中国全房定制行业发展形势

第一节 全房定制行业发展概况

- 一、全房定制行业发展特点分析
- 二、全房定制行业投资现状分析
- 三、全房定制行业总产值分析
- 四、全房定制行业技术发展分析

第二节 2014-2019年全房定制行业市场情况分析

- 一、全房定制行业市场发展分析
- 二、全房定制市场存在的问题
- 三、全房定制市场分析

第三节 2014-2019年全房定制产销状况分析

- 一、全房定制分析
- 二、全房定制产能分析
- 三、全房定制市场需求状况分析

第四章中国全房定制品牌发展需求环境分析

第一节 国内消费者行为分析

- 一、整体的消费行为特征
- 二、消费信心与消费模式
- 三、消费者的品牌认知度
- 四、消费者的品牌忠诚度
- 五、消费特征对企业的启示

第二节 中国全房定制消费群体分析

- 一、全房定制消费者消费动机
- 二、全房定制消费者群体特征
- 三、全房定制消费者议价能力

第三节 消费者全房定制品牌忠诚度

- 一、全房定制品牌忠诚度
- 二、全房定制品牌转移趋势

第五章 全房定制行业竞争格局分析

第一节 全房定制行业集中度分析

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

- 一、全房定制市场集中度分析
- 二、全房定制企业集中度分析
- 三、全房定制区域集中度分析

第二节 全房定制所属行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 全房定制行业竞争格局分析

一、2019年全房定制行业竞争分析

二、2019年中外全房定制产品竞争分析

三、2014-2019年我国全房定制市场竞争分析

四、2020-2026年国内主要全房定制企业动向

第六章 中国全房定制所属行业整体运行指标分析

第一节 中国全房定制所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国全房定制所属行业产值分析

第三节 中国全房定制所属行业运营效益分析

第七章 全房定制重点企业发展分析

第一节 索菲亚家居股份有限公司

一、企业概况

二、产品结构分析2014-2019年分产品收入占比

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

第二节 广州好莱客创意家居股份有限公司

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

第三节 欧派家居集团股份有限公司

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

第四节 曲美家具集团股份有限公司

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

第五节 广州尚品宅配家居股份有限公司

一、企业概况

二、产品结构分析

三、产品价格分析

四、盈利能力以及利润率分析

第八章 公司对全房定制产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 整体产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第四节 业内观点与结论

第九章 公司对全房定制行业投资前景研究分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业SWOT分析

第三节 全房定制行业投资效益分析

第十章 2020-2026年全房定制行业投资预警

第一节 全房定制行业投资前景预警

一、2020-2026年全房定制行业市场风险

- 二、2020-2026年全房定制行业政策风险
- 三、2020-2026年全房定制行业经营风险
- 四、2020-2026年全房定制行业技术风险
- 五、2020-2026年全房定制行业竞争风险

第十一章2020-2026年全房定制行业发展趋势分析

第一节 2020-2026年中国全房定制市场趋势分析

第二节 2020-2026年全房定制产品发展趋势分析

一、2020-2026年全房定制产品技术趋势分析

二、2020-2026年全房定制产品价格趋势分析

第三节 2020-2026年中国全房定制行业供需预测

一、2020-2026年中国全房定制供给预测

二、2020-2026年中国全房定制需求预测

第四节 2020-2026年全房定制行业盈利能力分析

第十二章 全房定制企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、全房定制价格策略分析

二、全房定制渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高全房定制企业竞争力的策略

一、提高中国全房定制企业核心竞争力的对策

二、全房定制企业提升竞争力的主要方向

三、影响全房定制企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高全房定制企业竞争力的策略

第四节 对我国全房定制品牌的战略思考

一、全房定制实施品牌战略的意义

二、全房定制企业品牌的现状分析

三、我国全房定制企业的品牌战略

四、全房定制品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170046.html>