

2013-2017年中国金属家具市场供需预测及未来前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国金属家具市场供需预测及未来前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/134699.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

金属家具指支(框)架及主要部件以铸铁、钢材、钢板、钢管、合金等金属为主要材料,结合使用木、竹、塑等材料,配以人造革、尼龙布、泡沫塑料等其他辅料制作各种家具。2006年至2012年,我国金属家具行业企业资产呈上升势头,特别是2010年与2011年,增速达到20%。至2012年9月我国规模以上金属家具行业企业资产合计746.65亿元。金属家具的市场占有率还相对较低,可见还有较大的发展空间。金属家具正处在成长的过程,未来几年,随着人们生活水平的提高,追求卓越、强调个性、展示自我,清新、自然、环保、融合时代气息和显示家居品位的金属家具将成为市场的主流之一。

从长远来看,随着经济的回暖,我国金属家具行业产能将得到提高。预计2012年全国金属家具的产量达3.2亿件,同比减少12%,2016年将达到4.9亿件。预计2016年金属家具消费将达到1760亿元。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国金属家具市场供需预测及未来前景预测报告》共九章。首先介绍了金属家具行业的概念,接着分析了中国金属家具行业发展环境,然后对中国金属家具行业市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国金属家具行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国金属家具行业有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将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 中国金属家具制造行业发展综述

第一节 金属家具制造行业定义及分类

一、行业定义

二、行业优劣势

第二节 金属家具制造行业发展历程与特征

一、行业发展历程

二、行业发展特征

第二章 我国金属家具制造行业发展环境

第一节 经济环境分析

一、国内经济形势

二、国际经济形势

第二节 政策环境分析

一、行业监管体制与主管机构

二、行业结构调整相关政策

三、行业进出口相关政策

四、行业发展规划

五、《金属家具通用技术条件》新版标准解读

第三节 金属家具制造行业贸易环境分析

一、国际贸易保护主义

二、人民币升值

三、进出口关税

四、成本上涨

第三章 2011-2012年国外金属家具制造行业发展情况分析

第一节 2012年世界金属家具制造行业发展情况分析

一、世界金属家具制造行业发展回顾

二、世界金属家具制造行业转移分析

三、国际金属家具制造行业贸易趋势分析

第二节 2012年主要国家和地区行业发展情况分析

一、美国金属家具制造产业

二、欧洲金属家具制造产业

三、日本金属家具制造产业

第四章 2011-2012年金属家具制造行业经济运行数据分析

第一节 2010-2012年中国金属家具制造行业总体数据分析

一、2010年中国金属家具制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国金属家具制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国金属家具制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国金属家具制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国金属家具制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国金属家具制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国金属家具制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国金属家具制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国金属家具制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国金属家具制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国金属家具制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2012年金属家具制造行业竞争形势分析

第一节 我国金属家具制造行业竞争格局分析

一、行业原有竞争者分析

二、潜在竞争者分析

三、替代者分析

四、消费者讨价还价能力分析

五、供应者讨价还价能力分析

第二节 我国金属家具制造行业出口竞争格局分析

一、金属家具走俏国际市场

二、金属家具在珠三角仍处起步阶段

三、海外市场变化改变企业营销策略

四、产品风格体现核心竞争力

第三节 2013-2017年我国金属家具制造市场竞争趋势分析

第六章 中国金属家具制造行业主要企业生产经营分析

第一节 浙江永强集团股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 北京天坛股份有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 东莞世昌五金制品厂有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 东莞巨千家具有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 杭州中泰实业有限公司经营情况分析

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七章 2013-2017年金属家具制造行业转型升级发展趋势

第一节 2013-2017年影响金属家具制造行业发展的主要因素

- 一、影响金属家具制造行业运行的几种有利因素
- 二、影响金属家具制造行业运行的几种驱动因素
- 三、影响金属家具制造行业运行的几种不利因素

第二节 2013-2017年金属家具制造行业转型升级发展预测

- 一、家具行业转型升级迫在眉睫
- 二、趋向家具制造行业转型升级发展趋向

第三节 2013-2017年我国金属家具制造生产能力与产量预测

- 一、2013-2017年金属家具制造生产能力的预测
- 二、2013-2017年我国金属家具制造产量预测

第四节 2013-2017年我国金属家具制造需求与消费预测

- 一、2013-2017年我国家具制造消费需求综述
- 二、2013-2017年金属家具制造消费需求分析预测

第八章 2013-2017年金属家具制造行业发展战略研究

第一节 2013-2017年金属家具制造行业转型升级战略研究

- 一、制定金属家具制造行业转型升级发展战略
- 二、走集约化、规模化之路
- 三、推进科技进步与创新
- 四、促进金属家具制造行业可持续发展

第二节 2013-2017年提升金属家具制造行业竞争力的建议

第三节 2013-2017年国外先进经验对我国的借鉴

- 一、宜家在行业内的竞争对策分析
- 二、宜家启示中国家居企业

第四节 2013-2017年企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、国际化策略

第九章 2013-2017年金属家具制造行业投资策略探讨

第一节 2013-2017年金属家具制造行业壁垒分析

- 一、我国金属家具制造行业进入壁垒现状分析
- 二、我国金属家具制造行业周期性、区域性和季节性

三、我国金属家具制造行业与上、下游行业之间的关系

第二节 2013-2017年金属家具制造行业经营模式

一、自主品牌经营模式

二、OEM 模式

第三节 2013-2017年把握经济转型期下金属家具制造行业的投资机会

第四节 2013-2017年金属家具制造行业投资建议

一、总体原则

二、细分市场准入标准

(一) 高端路线

(二) 中端路线

(三) 低端路线

(四) 结论

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国金属家具市场供需预测及未来前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/134699.html>