# 家具市场调查报告(通用12篇)

来源：网络 作者：心如止水 更新时间：2024-12-07

*随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!家具市场调查报告篇一随着人们的生活水品的提高，对于居住环...*

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。报告帮助人们了解特定问题或情况，并提供解决方案或建议。下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!

**家具市场调查报告篇一**

随着人们的生活水品的提高，对于居住环境越来越重视，人们对于日常生活必备的家具使用前提下对于审美的要求也越高，近几天通过对南大明宫、红星美凯龙等大型家具卖场的调研。我发现随着家具生产企业的增多，生产商花样迭出，款式多样、颜色讨巧、功能强大、颜色各异的家具比比皆是。并且家具行业的市场充分细化，比如，有给儿童房的家具如芙莱莎、星星索等品牌。有给成功人士的家具如南阳迪克、洛卡伊等品牌。

各家店，就板材、款式、耐用度不分伯仲。而当代消费者购买家具已经不是睡睡觉、摆放物件、盛放东西那么简单。家具已经成为一种文化，体现主人独特品味和审美情趣，已经成为一种标签。板式家具、软体家具、红木家具在个家具市场比比皆是，民用、办公用、宾馆用也都在家具市场随处可寻。下面，就举例介绍我所在家具市场调研的成果吧，我把他们都经过了分类进行介绍。

关于家具的流行趋势与风格

从目标市场的高低定位来看：

平民百姓、普通工薪族是是低层次、低价位的主要消费群。这一部分的家具目前还是消费的主流。他们的要求是：简洁实用而又有现代美感;功能较多，以便充分利用有限的居住空间;希望中高档次的设计及风格，但价位偏于中低价，心理上能感到物有所值。这是一个庞大的市场群体。这一类消费群还是杂牌的天下，因其长于抄袭与模仿，拙于原创与设计研发。因此，它们可以利用自身的各项成本优势，吸引了广大的中下层次的消费群。

足了追求不同风格的消费者的需求;如联邦、红苹果、新维思、傲耐、迪信、皇朝、富运等;也有定位都市新贵或富豪的高层次家私，这部分人居于消费金字塔的顶端。一般都有别墅。乐从国际家私城的二期四楼以罗浮宫为代表家私品牌主要针对这一类消费群。从原创的流行风格来看，主要有以下几种动感、活力、阳光、鲜亮的现代主义一般的家具都希望营造安祥平和的室内环境，利用夸张的造型，还有绚丽的色彩(大面积的原色系)营造了一种动感、活力、阳光、鲜亮的室内环境。许多家具能通过移动、调节、组合，成为各种想要的其他功能家具。大红、橙黄、多彩条纹的运用，让眼睛在瞬间被激活。

**家具市场调查报告篇二**

这个月来，我走访了哈尔滨各大家具市场。我认为作为一个优秀的设计师，就要深入市场调查，才能摸准当代家具市场的脉搏，社会动向以及新的流行元素。在了解市场动向之后我们才能够引领时代潮流，为人们设计出适合他们生活、工作、学习的家具。而这才是设计师的最后使命。

通过我的调查，总结出了几点看法。

第一家具的流行的趋势与风格。

从目标市场的高低定位来看，平民百姓、普通工薪族是是低层次、低价位的主要消费群。这一部分的家具目前还是消费的主流。他们的要求是：简洁实用而又有现代美感；功能较多，以便充分利用有限的居住空间；希望中高档次的设计及风格，但价位偏于中低价，心理上能感到物有所值。这是一个庞大的市场群体。在此之上的是定位于中高层次的消费群的家私生产商。他们事业有成，思想独立，个性化追求较为明显。对家私的性价比、设计风格、用材、品牌定位较为看重。这部分生厂家较多，他们各自以自己的原创设计及针对目标消费者的技术研发满足了追求不同风格的消费者的需求；也有定位都市新贵或富豪的高层次家私，这部分人居于消费金字塔的顶端。

从流行风格来看则主要有以下几种：

一是动感、活力、阳光、鲜亮的现代主义，一般的家具都希望营造安祥平和的室内环境，利用夸张的造型，还有绚丽的色彩（大面积的原色系）营造了一种动感、活力、阳光、鲜亮的室内环境。许多家具能通过移动、调节、组合，成为各种想要的其他功能家具。大红、橙黄、多彩条纹的运用，让眼睛在瞬间被激活。

二是灵秀、优雅、具明清风格的新古典主义，新古典主义家具凝聚了江南的灵秀与中式传统家具的儒雅，无论从设计还是文化上来讲，都能作为中国优秀传统文化的代言人；他们在是旧有明清家居的基础上，结合现代人追求简约的时尚，删繁就简，添加现代设计元素。将现代的生活方式、审美情趣融入其中，在传统上进行创新设计，格调清雅、隽永而又灵性十足。并配之以梅兰竹菊、琴棋书画作为背景或饰品。

三是浸润欧风美雨，彰显个人魅力的西方新古典主义，中式新古典主义是“古为今用”，很多欧式风格的家具却是“洋为中用”。这一类家私既有现代流行的简约风格，又有西方传统的“巴洛克”元素。从各大家私城所见，这一类家私色调大都以黑、白、原木色为主，显得低调内敛，每一张座椅、餐桌都看似简单，实则是功能与艺术的完美结合。独树一帜的风格后面是独树一帜的生活态度：沉着、冷静、理智。

四是原木、原质、原味的新自然主义，躲避都市的喧哗，亲近自然，置身于山水田园，是人类最朴素，最本质的想法。功成名就之后的“退隐山林，笑傲江湖”，是追求成功与卓越的奋斗者的心愿。因此，与未经修饰、雕琢的植物亲近，享受原始的、粗糙的、自然的美。从而获得“闹里有钱，静处安身”的愉悦。从本人这次考查来看：各式原木、水草、藤编、麻质的，占有较大的比重。有的原木、藤编、水草家具“整新如旧”，素面朝天。如“艺滕居”。有的略加修饰，淡施粉妆和流行的简约风格结合。显得更现代，更具有消费群。从与终端营业员及部分消费者的沟通来看，实木及木质家具的需求保持较高的上升态势；现代板式家具亦受宠爱；藤制家具因其独特的造型将满足文化艺术修养人士的追捧；金属家具平中有降；铁艺家具有小幅上扬；布艺沙发将比真皮沙发赢得更多垂顾，活布套能拆洗的则会更受欢迎。

五是稚嫩、单纯、轻松、梦幻的童趣主义，最稚嫩、最单纯、最轻松应是少年儿童，随着经济条件的改善，一部分家庭也为小孩留出展示个性化的空间。我想，部分童心未泯、追求童趣的都市白领也是这一风格的消费群。色彩上，多使用鲜明的浅色或粉色。色彩较为繁富，但又不显缭乱，是极具童趣的一种搭配。

**家具市场调查报告篇三**

家居装修风格越来越多样化，客厅出现纯粹风格的可能性越来越小，设计师自由发挥的空间越来越大。因此，家具的混搭也成为一种时尚趋势。原生态与高科技、华丽与简约、民族与现代、多种风格的混搭，将成就未来和谐的家居风格。

20xx年6月16日—20xx年7月7日

济南银座家居、济南欧雅达家居、宜家家居、红星美凯龙等

为了对家具的各个方面(材质、品牌、款式、价格等)有更全面的了解。)参考，借鉴市面上的家具结构和风格。

本研究主要针对济南的几个大型家具市场。在这些家具市场中，我们首先了解的是家具的款式，包括沙发、沙发床、餐桌、休闲桌椅、茶几、电视柜，以及这些家具的生产场所、生产厂家、主要材料、制造工艺和流程。

一、家具分类

1.木制家具:主要部件由木材或木质板材制成的家具。

2.金属家具:主要部件由金属材料制成的家具

3.软家具:主要部件一般由弹性和柔软材料制成的家具。

4.钢木家具:主要成分由金属和木质材料制成的家具

5.塑料家具:主要部件由塑料制成的家具

6.竹制家具:主要成分由竹子制成的家具

7.藤家具:用藤袋或藤条制成的家具

8.玻璃家具:主要部件由玻璃制成的家具

9.框架家具:以榫卯框架为主体结构的家具

10.板式家具:以人造板为基材或以构件为主体结构的家具

11.组合家具:由构件或独立单体组成的家具

12.以木材或木质人造材料通过弯曲或压缩成型为主要成分的弯曲木家具。

13.折叠家具可以折叠改变形状的家具

二、家具的主要材料

1、实木板材

实木板材是全木的。这些板材经久耐用，质地自然环保，是装修的最佳选择。但是由于造价高，施工工艺要求高，这种板材很少用于装修。

2、实木层压板

实木集成材是一种由小块实木拼接而成的实木板材。拼接处一般是锯齿状再粘在一起，所以也叫牙粘接材料。实木胶合板的环保性不如实木板材，但稳定性比实木板材高很多，价格也比实木板材便宜很多，所以在家具制作和家装中越来越多地使用。目前楼梯踏步，高档衣柜等。被广泛使用。楼梯踏步一般采用水曲柳或橡木等实木胶合板，橱柜一般采用松木胶合板，实木复合门一般采用廉价的实木胶合板。

3、夹板

胶合板，俗称细芯板，是由三层或三层以上的单板或板材热压而成。手工家具经常使用的材料。一般分为3%、5%、9%、12%、15%、18%(1%为1mm)六种规格。

4、装饰板

装饰板通常被称为面板。它是一种具有单面装饰功能的装饰板，是将实木板切割成厚度约为0.2毫米的薄单板，以胶合板为基材，采用胶合工艺制成，厚度一般为3毫米。装饰板是目前一种不同于调油的高级装饰材料。

5.芯块胶合板

细木工板俗称大芯板。大芯板是由两块单板用木板粘接拼接而成。其竖向(以芯材方向区分)抗折抗压强度较差，但横向抗折抗压强度较高。大芯板在家庭装修中应用广泛，整体性能和环保都还不错。是继实木胶合板之后的一种优秀板材。

另外价格很低的大芯板质量肯定会差。要么差距大，要么用不合格的木材。所以在选择的时候，最好选择100元左右甚至更贵的大芯板。这个价位的大芯板质量比较稳定。

选择大芯板首先要看外观:大芯板的一面必须是整块面板，另一面只允许有一条平缝。另外，芯板表面必须干燥干净。

选择大芯板时，一定要切个角，检查里面的质量。内部拼接的小木条之间的间隙不得超过5毫米，不得使用有树皮、空洞和死结的木材。在质量较好的大芯板中，小木条之间有锯齿形榫头。

6、芯板材

刨花板是以木屑为主要原料，经过压制，然后加入胶水和添加剂制成的板材。按压制方法可分为挤压刨花板和平压刨花板。这种板的主要优点是极其便宜。它的缺点很明显:强度差，环保性能不好控制。e1级刨花板源于欧洲，在世界发达国家广泛使用。e1级刨花板是一种由木屑经高温高压加工而成的复合板。其基材在生产过程中加入特殊配方，提高基板的防潮性能，并注入绿色颜料进行区分。所以绿色只是防潮板的象征，不是越绿色防潮性能越好。防潮板不易变形，防潮环保，是橱柜最理想的板材。在欧洲，厨房和浴室中使用的所有板材都必须采用e1级防潮板材。

7、中密度纤维板

密度板也叫纤维板。它是由木纤维或其他植物纤维制成的人造板，按密度可分为高密度板、中密度板和低密度板。密度板因其质地柔软、耐冲击、易于再加工而被广泛应用于家具中。

8、防火板

防火板是由硅质材料或钙质材料蒸制成的装饰板。它是目前使用越来越多的一种新材料。防火板施工对贴胶要求较高，防火板厚度一般为0.8mm、1mm、1.2mm。

9、澳洲松木板是一种高精度的木板，结构均衡性好。属于密度板的范畴。澳洲松木板材采用单一树种辐射松作为原料木材，保证产品的色泽和质感均衡统一。这些原木在仔细筛选前必须去皮和切割，然后彻底清洗，以确保没有杂质。这些碎片通过热机械精炼变成纤维，以分离特殊的纤维。然后与粘合剂混合并干燥。板材经连续压机挤压成型后，再进行打磨，以保证板材表面的一流光洁度。

第三，市场调研

1.板式家具:在众多家具中，板式家具受到消费者的青睐

板式家具中，比较著名的有红苹果和王朝。板式家具线条简洁，款式时尚，形式现代传统，迎合了人们的各种个性化需求。板式家具作为极简主义和时尚的代名词，因其价格优势一直受到年轻消费者的喜爱。因为板式家具在价格比较上比较前卫。板式家具材料价格比较丰富，可以用金属、油漆、玻璃、塑料装饰。在造型上，板式家具充分发挥了“极简主义”的优势，简洁的线条是其灵魂。此外，创造性和无约束的建模尤其引人注目。这样多样化的造型让空间开阔明亮，节省了很多地方。在简单的同时，板式家具的实用性更加突出。甚至一个简单的储物柜都可以给你展示意想不到的用法，灵活方便。从外观上看，家具主表面的木质纹理分布比较均匀规则，四面封边。由于加工工艺不能用于表面仿形，家具大多采用尖角和有棱角的款式，衣柜、床、多抽屉等有纽扣的地方无法用雕版和洗衣机加工，所以这些部位采用了五金搭配。由于不能用干燥设备加工，所以在粘贴点对温湿度的响应明显，家具容易膨胀变形，使用寿命短。

2.实木家具

实木家具由于原材料加工难度大，加工工艺复杂，生产周期长，限制了风格转变的速度，更新不如板式，所以风格选择相对保守。但就实用性而言，成品实木家具的款式寿命周期长，经久耐用，对生活环境温湿度适应性好，遇水不易翘曲，遇热不易变形，而板材产品款式变化快，淘汰率高，意味着使用寿命短。

家具有明显的功能用途。家具的材料不仅限制而且发挥家具的功能。不同的材料适合不同的人群，没有接触到的人的风格也是多样的。我认为家具只有在实现其功能的前提下，才能采取家具的形式。家具不是纯粹的艺术品，据本次调查，家具不仅美观，而且使用舒适方便。家具产品是人用的。因此，家具设计的尺度、造型、色彩、布置必须符合人体生理心理尺度和人体各部位的活动规律，以达到安全、实用、方便、舒适、美观的目的。现代家具的设计强调与人体工程学的结合。人体工程学重视“以人为本”，讲求一切为人民服务，强调人类的衣、食、住、行，在以人为本的前提下考虑其他因素。人机工程学在现代工业产品设计中得到了广泛的应用，其在家具设计中的应用也日趋成熟。在家具的设计中，也要注意风格的属性，根据不同的人和不同的喜好来设计家具。不同的风格有不同的特点，所以我们应该把握它的\'本质和特点，这样这种家具才能满足现在人们生活的需要。实木板材是全木的。这些板材经久耐用，质地自然环保，是装修的最佳选择。但是由于造价高，施工工艺要求高，这种板材很少用于装修。

3.沙发类别

红星美凯龙家具城的沙发主要有博登沙发和米洛沙发。其中博登沙发的特点是时尚简约，品质顶级。博登沙发的品牌有“欧蓝迪亚”、“麦迪”、“爱”、“富时妮”。博登沙发(bodensofa)开发的布艺沙发采用时尚面料，如棉、棉、麻等天然纺织品，棉与羊毛混纺等。强调配色和精细工艺。该企业不仅追求产品质量和风格的完美，而且在设计上满足了各级消费的需求，完全个性化。

博尔登沙发“欧蓝迪娅”的品牌系列产品在设计上结合了中西文化的长处，既满足了中国传统文化的情感需求，又充分体现了西方文化的前卫和创新的审美需求，逐渐形成了“稳重而精致”的产品风格。米洛沙发——后现代宫廷艺术，高档真皮沙发。米洛继承了现代技术，拓展了传统宫廷艺术，米洛的设计师对“人体工程学力学”有着深刻的理解，没有家居舒适的基本要求就无法发挥创造力。

麦洛将全球优秀的材料供应商纳入采购体系，质量最好的欧洲皮革、软填料和东南亚昂贵的木材是麦洛采购的首选。在米洛皮沙发系列中，每一块皮革都经过专业人士的严格挑选，经过了许多科学的程序，达到了理想的品质和风格。每块皮革表面的斑点、疤痕、皱纹、虫咬、纹理、立面和颜色的差异都显示出真正皮革的独特特征。米洛沙发有许多流行的颜色可供选择，包括各种浅色、华丽的颜色和古典的颜色。米洛的坐垫是欧洲高密度合成树脂，所以很舒服。采用高温灭菌的合成树脂制成，具有无菌、阻燃等特点。树脂垫具有柔软度适中、不易变形、对人体的承受力均匀等特点。

米洛沙发里的靠垫和枕头是用柔软的羽毛包裹的树脂和乳胶制成的。这些靠垫和枕头既有胶水的韧性，又有羽毛的天然舒适性和良好的透气性，使产品的外观更加美观。此外，我们还对餐桌和椅子的组合进行了一些研究。餐桌的搭配为家居生活增添了不少色彩和香味。

造型:“有机”与“无机”、“软”与“硬”的结合是对比艺术的体现，玻璃的冷质有皮革的细腻质感来温暖；皮革在塑造棱角方面的缺陷通过玻璃的平直度来弥补。玻璃的光滑度和皮革的独特光泽彰显高贵气质。相对于木制的弧形桌体和刚性的金属椅腿，整个餐桌和椅子并没有显得太重。材质和颜色:在玻璃桌面的光泽中，亮点自由跳跃，就像桌面的底纹一样。餐椅由单一的深棕色制成，衬托出皮革独特的温暖质感。桌面略显暗沉的白色，刚要走出视线，就被边上华丽的银色压制住了。这种搭配也是为了突出对比。

摆件:金属或骨瓷制成的餐具，光泽如皮革，高贵而沉稳。加一点亮色的装饰品，可以活跃用餐气氛，画龙点睛。

**家具市场调查报告篇四**

20xx.4.16--20xx.4.18

为了对家具各方面（材料、品牌、风格、价钱等）有更全面的了解，理论与实践相结合，给这次家具设计作品做好基甸，借鉴市场内的家具结构和样式。

此次调研主要针对合肥几家比较大型的家具市场进行调研，在这几家家具市场我们首先了解家具的样式主要包括：沙发、沙发床、餐桌、休闲桌椅、茶几、电视柜和这些家具家具的生产地、生产商家、主要材质、制造工艺和流程进行了了解。

红星。美凯龙家具城的沙发主要有博登沙发跟米洛沙发。其中博登沙发的特点是时尚简约，优质上品。博登沙发旗下品牌有欧兰迪雅、麦迪、倾情之恋、富诗妮等沙发品牌。

博登沙发所开发的布艺沙发，采用时装化的面料，如全棉，棉麻，棉与头羊毛混纺等天然纺织物，强调色彩的搭配与工艺的精细，本企业不仅在产品的质量与款式上追求完美，在设计上也能满足各层次消费的需求，充分个性化。博登沙发欧兰迪雅品牌系列产品在设计上揉合了中西文化之长，既满足中国传统文化的情感需要，又充分体现西方文化前卫、创新的审美需求，并逐步形成了稳重、细腻的产品风格。米洛沙发后现代宫廷艺术，高档真皮沙发。米洛，以后现代技法继承，拓展传统宫廷艺术。米洛的设计师对人体工程力学有着深刻的理解，发挥创意的力量，离不开家居对舒适的基本要求。

**家具市场调查报告篇五**

调查前言：现代生活中家具成为不可缺少的生活用品，生活中家具扮演着重要的意义，家具也有着它特有的文化意义、生活意义。

调查目的：为了对家具各方面（材料、品牌、风格、价钱等）进行更全面的了解，理论与实践相结合，给这次家具设计课程收集更多的素材，借鉴市场内的家具结构和样式。随着社会的需求增大，要求增多，以及地域的不同，家具的风格也就多样，品种增多。不同的装修风格有着不同的家具风格，所以对家具的多样性有着很高的需求。了解家具市场的走向是我们环境艺术设计专业有着重要意义。

调查成果：此次调查主要针对合肥几家比较大型的`家具市场进行调查，在这几家家具市场我们首先了解家具的样式主要包括：沙发、沙发床、床、餐桌、休闲桌椅、茶几、电视柜。调查成果：此次调查主要针对合肥几家比较大型的家具市场进行调查，在这几家家具市场我们首先了解家具的样式主要包括：沙发、沙发床、餐桌、休闲桌椅、茶几、电视柜和这些家具家具的生产地、生产商家、主要材质、制造工艺和流程进行了了解。

我们每个家具市场的家具风格进行了细致了解分类：

1、按家具风格上可以分为：现代家具、欧式古典家具、美式家具、中式古典家具，新古典家具。

2、按所用材料将家具分为：实木家具、板式家具、软体家具、藤编家具、竹编家具、金属家具、钢木家具，及其他材料组合玻璃、大理石、陶瓷、无机矿物、纤维织物、树脂等。

3、按功能家具分为：办公家具；客厅家具、卧室家具、书房家具、儿童家具、厨卫家具）和辅助家具等几类。

4、按家具产品的档次分类可分为：高档、中高档、中档、中低档、低档

家具的主要材质

紫檀：最名贵的木材，质地坚实但生长缓慢，因此大部分家具都是数块接榫而成，如出现整面板材则是相当珍贵难得的。其色泽多为紫黑色，散发出静穆高贵的气质。

花梨木：材色较均匀，可见深色条纹，生长轮不明显或略明显。木材有光泽，具轻微或显著清香气，纹理交错，结构细而匀，耐腐、耐久性强。材质硬重，强度高，部分中等，通常浮于水，木粉或木屑水浸液显荧光现象。多半出现在明式家具上，木质致密，颜色从浅黄到暗棕。一般黄花梨家具使用越久，色泽反而越光亮，更适用于现代空间。

1、鸡翅木：质地坚实、纹理紫褐色深浅相间现代在使用时，令其线条更为流畅，在传统中注入新意。

2、酸枝：好的酸枝木料近似紫檀，但光泽与颜色略淡、色泽温厚、产量较多。

1、黑胡桃，胡桃属木材中最优质的一种，主要产自北美和欧洲。国产的胡桃木，颜色较浅。黑胡桃呈浅黑褐色带紫色，弦切面为美丽的大抛物线花纹（大山纹）。

2、樱桃，木材浅黄褐色，纹理雅致，弦切面为中等的抛物线花纹，间有小圈纹。樱桃木也是高档木材，做家具也是通常用木皮，很少用实木。

3、桦木，桦木色泽浅黄，易分特征是多“水线”（黑线）。桦木也是中档木材，实木和木皮都常见。

4、橡胶木，是乳胶的原料。橡胶木颜色呈浅黄褐色，有杂乱的小射线，年轮明显，轮界为深色带，管孔甚少。木质结构粗且均匀。纹理斜，木质较硬。优点：切面光滑，易胶粘，油漆涂装性能好。

缺点：橡胶木有异味，因含糖分多，易变色、腐朽和虫蛀。不容易干燥，不耐磨，易开裂，容易弯曲变形，木材加工易，而板材加工易变形。

5柞木：材质重而硬，结构粗，木射线很明显，力学强度高，木材很不易干燥，加工困难，耐损，胶结不易，但着色性能好，弯曲性能很好，常用作家具表面材和做薄木贴面。

6、榆木：木性坚韧，纹理通达清晰，硬度与强度适中，一般透雕浮雕均能适应，刨面光滑，弦面花纹美丽，有“鸡翅木”的花纹，榆木经烘干、整形、雕磨髹漆、可制作精美的雕漆工艺品。在北方的家具市场随处可见。榆木与南方产的榉木有“北榆南榉”之称。且材幅宽大，质地温存优良；变形率小，雕刻纹饰多以粗犷为主。榆木有黄榆和紫榆之分。黄榆多见，木料新剖开时呈淡黄，随年代久远颜色逐步加深；而紫榆天生黑紫，色重者近似老红木的颜色。北方家具以榆木为最大宗，有擦蜡做，也有擦漆做。

加工性能：加工比较容易，尽管由于交错木纹，其表面可能会在刨削过程中开裂；胶粘、开榫、钉钉的性能良好；上漆等表面处理的性能良好，特别是在用填料填充孔隙之后；用途：与真桃花心木在很多相似的应用领域，如：普通家具、细木家具、装饰单板、镶板、地板、室内外连接用木构件、门窗基架、门、楼梯、船具等交通工具和钢琴面板。

8、樟木：在我国江南各省都有，而台湾福建盛产。树径较大，材幅宽，花纹美，尤其是有着浓烈的香味，可使诸虫远避。我国的樟木箱名扬中外，其中有衣箱、躺箱（朝服箱）、顶箱柜等诸品种。唯桌椅几案类北京居多。旧木器行内将樟木依形态分为数种，如红樟、虎皮樟、黄樟、花梨樟、豆瓣樟、白樟、船板樟等。

9、黄菠萝：其木材有光泽，纹理直，结构粗，年轮明显均匀，材质松软、易干燥，加工性能良好，材色花纹均很美观，油漆和胶接性能良好，钉着力中等，不易劈裂；耐腐性好，是高级家具、胶合板用材。

10、核桃木：山西吕梁、太行二山盛产核桃。核桃木为晋做家具的上乘用材该木经水磨烫蜡后。会有硬木般的光泽，其质细腻无性，易于雕刻，色泽灰淡柔和。其制品明清都有，大都为上乘之作。可用可藏。其木质特点只有细密似针尖状棕眼并有浅黄细丝般的年轮。

11、柳桉：其材质轻重适中，纹理直或斜而交错，结构略粗，易于加工，胶接性能良好。干燥过程中稍有翘曲和开裂现象。

**家具市场调查报告篇六**

现代生活中家具成为不可缺少的生活用品，生活中家具扮演着重要的意义，家具也有着它特有的文化意义、生活意义。

为了对家具各方面(材料、品牌、风格、价钱等)进行更全面的了解，理论与实践相结合，给这次家具设计课程收集更多的素材，借鉴市场内的家具结构和样式。随着社会的需求增大，要求增多，以及地域的不同，家具的风格也就多样，品种增多。不同的装修风格有着不同的家具风格，所以对家具的多样性有着很高的需求。了解家具市场的走向是我们环境艺术设计专业有着重要意义。

此次调查主要针对合肥几家比较大型的家具市场进行调查，在这几家家具市场我们首先了解家具的.样式主要包括：沙发、沙发床、床、餐桌、休闲桌椅、茶几、电视柜。调查成果：此次调查主要针对合肥几家比较大型的家具市场进行调查，在这几家家具市场我们首先了解家具的样式主要包括：沙发、沙发床、餐桌、休闲桌椅、茶几、电视柜和这些家具家具的生产地、生产商家、主要材质、制造工艺和流程进行了了解。

我们每个家具市场的家具风格进行了细致了解分类：

1、按家具风格上可以分为：现代家具、欧式古典家具、美式家具、中式古典家具，新古典家具。

2、按所用材料将家具分为：实木家具、板式家具、软体家具、藤编家具、竹编家具、金属家具、钢木家具，及其他材料组合玻璃、大理石、陶瓷、无机矿物、纤维织物、树脂等。

3、按功能家具分为：办公家具;客厅家具、卧室家具、书房家具、儿童家具、厨卫家具)和辅助家具等几类。

(一)实木家具:其材质主要分为1硬木和软木。硬木材质更适合透雕工艺，而用软木制作的家具价格实惠。

一、硬木因为木性稳定，所制成的家具流传时间也很长。常见的硬木有紫檀、黄花梨、鸡翅木和酸枝等。

紫檀：最名贵的木材，质地坚实但生长缓慢，因此大部分家具都是数块接榫而成，如出现整面板材则是相当珍贵难得的。其色泽多为紫黑色，散发出静穆高贵的气质。

花梨木：材色较均匀，可见深色条纹，生长轮不明显或略明显。木材有光泽，具轻微或显著清香气，纹理交错，结构细而匀，耐腐、耐久性强。材质硬重，强度高，部分中等，通常浮于水，木粉或木屑水浸液显荧光现象。多半出现在明式家具上，木质致密，颜色从浅黄到暗棕。一般黄花梨家具使用越久，色泽反而越光亮，更适用于现代空间。

1、鸡翅木：质地坚实、纹理紫褐色深浅相间现代在使用时，令其线条更为流畅，在传统中注入新意。

2、酸枝：好的酸枝木料近似紫檀，但光泽与颜色略淡、色泽温厚、产量较多。

二、软木种类繁多，制成家具，价格上能为大多数人接受。许多软木在使用时也多和硬木搭配。如榉木、楠木、樟木、松木和杉木都是常见的软木材料。

1、黑胡桃，胡桃属木材中最优质的一种，主要产自北美和欧洲。国产的胡桃木，颜色较浅。黑胡桃呈浅黑褐色带紫色，弦切面为美丽的大抛物线花纹(大山纹)。

2、樱桃，木材浅黄褐色，纹理雅致，弦切面为中等的抛物线花纹，间有小圈纹。樱桃木也是高档木材，做家具也是通常用木皮，很少用实木。

**家具市场调查报告篇七**

随着人们的生活水品的提高，对于居住环境越来越重视，人们对于日常生活必备的家具使用前提下对于审美的要求也越高，近几天通过对南大明宫、红星美凯龙等大型家具卖场的调研。我发现随着家具生产企业的增多，生产商花样迭出，款式多样、颜色讨巧、功能强大、颜色各异的家具比比皆是。并且家具行业的市场充分细化，比如，有给儿童房的家具如芙莱莎、星星索等品牌。有给成功人士的家具如南阳迪克、洛卡伊等品牌。

各家店，就板材、款式、耐用度不分伯仲。而当代消费者购买家具已经不是睡睡觉、摆放物件、盛放东西那么简单。家具已经成为一种文化，体现主人独特品味和审美情趣，已经成为一种标签。板式家具、软体家具、红木家具在个家具市场比比皆是，民用、办公用、宾馆用也都在家具市场随处可寻。下面，就举例介绍我所在家具市场调研的成果吧，我把他们都经过了分类进行介绍。

从目标市场的高低定位来看：

长于抄袭与模仿，拙于原创与设计研发。因此，它们可以利用自身的各项成本优势，吸引了广大的中下层次的消费群。

一般的家具都希望营造安祥平和的室内环境，利用夸张的造型，还有绚丽的色彩（大面积的原色系）营造了一种动感、活力、阳光、鲜亮的室内环境。许多家具能通过移动、调节、组合，成为各种想要的其他功能家具。大红、橙黄、多彩条纹的运用，让眼睛在瞬间被激活。

脚细致，朴实无华，一线一面。重雕工，图案多以龙凤及花鸟鱼虫为主。颜色多以黑红为主，深沉古雅。具有很强的中华民族气息，故价格很高。

d）多功能性家具。多功能性家具造型新颖、舒适而倍受人们的喜爱。多功能家具顾名思义及多功能为一体。占用空间少，功能性极强，具有很强的灵活性，可折可伸。例如最简单的床与沙发的结合。另外多功能性家具虽然节省了空间但是在舒适方面也充分体现了人体工学的要求，做到了舒适。另外在造型方面也非常的新颖，具有现代气息。产品主要材质以环保耐用的氰胺板为主。特别符合年轻消费者追求时尚、现代的口味。

以上，就是我近几天通过对家具市场的调研而做出的介绍。进过对家具市场的调研我认为现在的家具市场的家具琳琅满目，各种家具样式各不相同，对于选择家具，每个人都要根据自己的实际情况选取适合自己的，舒适的家具用品。当然更要重视家具的品质，当然我个人我更相信品牌的力量。

将本文的word文档下载到电脑，方便收藏和打印

推荐度：

点击下载文档

搜索文档

**家具市场调查报告篇八**

在大三的上学期我们开设了家具设计一课程，在课上我们了解了中外家具的发展史，还了解了家具的特性，使我们更一步的了解了家具构造以及其特有的功能，同时也对家具的设计有了更深一步的认识，为了对家具有更深一步的了解，我们的任课老师为我们安排了家具市场调查的学习。

调查目的：为了对家具有更深一步的了解，了解现在的家具市场的发展，同时

调查地点：南昌市欧亚达家具市场，香江家具城调查时间：10.1~10.07

调查内容：随着社会的发展人们对家居的要求也越来越高，同时对家具的要求也越累越多。

家具新的设计理念要以能够体现当代文化背景为基础，以新功能的拓展，新材料、新结构、新技术的运用为主要创造要素，强调各种设计元素综合能力的运用，寻求一个最佳的结合点，创造出美的造型形式。越来越多的设计对“家具的功能不仅是物质的，也是精神的”这一理念有更多、更深的理解。现代家具正朝着实用、多功能、舒适、保健、装饰等方向发展。要既环保又经济实用。简洁线条，明快色彩，有视觉感的设计能打动现代人简洁，让人有一目了然的感觉，但又不能让人觉得空空如是。

炫目的色彩，夸张的造型，精巧利落的线条，多种材质的混搭，这都是简约风格家具的标签。简约不等于简单，它是经过深思熟虑后经过创新得出的设计和思路的延展，不是简单的“堆砌”和平淡的“摆放”，不像有些设计师粗浅的理解的“直白”，比如床头背景设计有些简约到只有一个十字挂件，但是它凝结着设计师的独具匠心，既美观又实用。

简约风格的家具设计，尤其以意大利家具为流行的风向指标。简约主义的精神主要源自于二十世纪初期的西方现代主义。现代主义建筑大师miesvander-rohe的名言：“lessismore(少即是多)”高度概括了简约主义的中心思想。此风格的特色是，其设计的元素、材料都很单一，但色彩的形成非常费工，而且使用的材料质感很高，也很昂贵。因而简约主义的家居空间较含蓄，但非常强调质感。

简约风格的家具，起源于1919年德国包浩斯学院的基本设计理念，包浩斯试图采用科学方法，将艺术分解杨不同的元素，然后有系统地加以运用，创作，并且坚信金属、夹板、塑胶、玻璃等新式材质，以及籍由工业制作过程，能大量地生产兼具美学与经济实用的家具。随时着工业技术的进一步发展，简约风格家具的设计更专注于人体工学的研究和新式材质的开发。无论是造型独特的椅子，或是强调舒服感的沙发，其功能性与装饰性恰到好处的结合，以及注重性能的家具更受人们的喜爱。

现代人生活的紧张，常常让身体处于疲惫的状态，家居空间的单纯往往是最好的减压方式，用简单线条表现雅致生活，功能至上、造型精美、工艺精湛的简约风格家具，犹如一股清风吹过般明快、洁净，让人倍感舒畅。

然而，当简约主义的设计思想伴随着包浩斯诞生时，人们似乎还不能给予理解，认为这些设计是离经叛道。但柯布西耶、密斯凡德罗、迈金托什、这些至念流行的名字和他对的设计一起永远地超越了时间与年龄，陈设这样设计的空间也似乎具有了某种独特权威感与包容度。

实际上，简约体现的是一种美学思想，不同的设计师有着自已理解和诠释，在家具设计上表现出不同的风格特征。

现代家具应该把功能性作为设计的、主要因素，利用现代先进技术和多种新材料，加工工艺，如冲压，模铸，注塑，热固成型，镀硌，喷漆，烤漆等。新材料如不锈钢，铝合金板材，管材，玻璃钢，硬质塑料，皮革，尼龙，胶合板，弯曲木，适合于工业化大量生产要求。要充分发挥材料性能及其构造特点，显示材料固有的形，色，质的本色。结合使用要求，注重整体结构形式简捷，排除不必要的无谓装饰。不受传统家具的束缚和影响，在利用新材料，新技术的条件下，创造出了一大批前所未有的新形式，取得革命性的伟大成就，标志着崭新的当代文化，审美理念。家具产品本身是为人使用的，所以，家具设计中的尺度，造型、色彩及其布置方式都必须符合人体生理、心理尺度及人体各部分的活动规律，以便达到安全、实用、方便、舒适、美观之目的。现代家具的设计还要特别强调与人体工程学相结合。如图，给设计符合人体工程学，设计简约，材质采用舒适的布艺，颜色干净而鲜明，给人以舒服的感觉。

在家具设计的风格上还有田园风格，田园风格就是指的拥有“田园”风格的东西。具体一些表述既为：以田地和园圃特有的自然特征为形式手段，能够表现出带有一定程度农村生活或乡间艺术特色，表现出自然闲适的内容的作品或流派。现代居室中的田园风格设计当然倡导“回归自然”，只有结合自然，才能在当今快节奏的社会生活中获取生理和心理的平衡。因此田园风格力求表现自然的田园生活情趣。而这样的自然情趣正好处于现今人们对于人类城市扩张迅速，城市环境恶化，人们日渐互相产生隔阂而担心的时代。迎合了人们对于自然环境的关心、回归和渴望之情。所以也就造就了田园风格设计在当今时代的复兴和流行。如图，该沙发是条纹与粉色碎花图案相结合，看起来很和谐、温馨，结合自然，表现了自然的田园生趣在其中。

新古典主义的设计风格其实是经过改良的古典主义风格。欧洲文化丰富的艺术底蕴，开放、创新的设计思想及其尊贵的姿容，一直以来颇受众人喜爱与追求。新古典风格从简单到繁杂、从整体到局部，精雕细琢，镶花刻金都给人一丝不苟的印象。一方面保留了材质、色彩的大致风格，仍然可以很强烈地感受传统的历史痕迹与浑厚的文化底蕴，同时又摒弃了过于复杂的肌理和装饰，简化了线条。高雅而和谐是新古典风格的代名词。白色、金色、黄色、暗红是欧式风格中常见的主色调，少量白色糅合，使色彩看起来明亮、大方，使整个空间给人以开放、宽容的非凡气度，让人丝毫不显局促。

如图，该家具样式精炼、简朴，雅致；作工讲究，装饰文雅。曲线少，平直表面多，显得更加轻盈优美。以雕刻，镀金，嵌木，镶嵌陶瓷及金属等装饰方法为主。

通过这次的调查学习让我认识到，家具不是只要好看就行，还要使用起来舒适方便。家具产品本身是为人使用的，所以，家具设计中的尺度，造型、色彩及其布置方式都必须符合人体生理、心理尺度及人体各部分的活动规律，以便达到安全、实用、方便、舒适、美观之目的。现代家具的设计特别强调与人体工程学相结合。人体工程学重视“以人为本”，讲求一切为人服务，强调人类的衣、食、住、行，从人的自身需要出发，在以人为主体的前提下考虑其他因素。人体工程学已广泛应用于现代的工业产品设计，在家具设计中的应用也正日趋成熟。在家具的设计上应还要注意风格的属性，依据不同的人和不同的喜好来设计家具。不同的风格有着不同的特点，我们应把握住其精髓，抓住其特点，这样的家具才符合现在人们生活的需要。

市场调查报告，就是根据市场调查、收集、记录、整理和分析市场对商品的需求状况以及于此有关的资料的文书。换句话说就是用社会主义市场经济规律去分析，进行深入细致的调查研究，通过市场现状，揭示市场运行的规律、本质。

**家具市场调查报告篇九**

以下所涉及的问题均是目前家具业普遍关心并待解决的问题。为了考虑发表，我做了一些合理的加工，把原文中的一些属于公司内部资料及对l公司营销建议局部删除。添加了更多的行业分析内容。至于本文是否有建设性和思想深度，我想各位读者是最好的裁判。

从目标市场的高低定位来看：

平民百姓、普通工薪族是是低层次、低价位的主要消费群。这一局部的家具目前还是消费的主流。他们的要求是：简洁实用而又有现代美感;功能较多，以便充分利用有限的居住空间；希望中高档次的设计及风格，但价位偏于中低价，心理上能感到物有所值。这是一个庞大的市场群体。因此，它们可以利用自身的各项本钱优势，吸引了广大的中下层次的消费群。

从原创的流行风格来看，主要有以下几种：

1、动感、活力、阳光、鲜亮的现代主义

一般的家具都希望营造祥和的室内环境，利用夸张的造型，还有绚丽的色彩（大面积的原色系）营造了一种动感、活力、阳光、鲜亮的室内环境。许多家具能通过移动、调节、组合，成为各种想要的其他功能家具。大红、橙黄、多彩条纹的运用，让眼睛在瞬间被激活。

2、灵秀、优雅、具明清风格的新古典主义新古典主义家具凝聚了江南的灵秀与中式传统家具的儒雅，无论从设计还是文化上来讲，都能作为中国优秀传统文化的代言人;他们在是旧有明清家居的基础上，结合现代人追求简约的时尚，删繁就简，添加现代设计元素。将现代的生活方式、审美情趣融入其中，在传统上进行创新设计，格调清雅、隽永而又灵性十足。并配之以梅兰竹菊、琴棋书画作为背景或饰品。

3、浸润欧风美雨，彰显个人魅力的西方新古典主义

中式新古典主义是“古为今用”，很多欧式风格的家具却是“洋为中用”。这一类家私既有现代流行的简约风格，又有西方传统的“巴洛克”元素。从各大家私城所见，这一类家私色调大都以黑、白、原木色为主，显得低调内敛，每一张座椅、餐桌都看似简单，实那么是功能与艺术的完美结合。独树一帜的风格后面是独树一帜的生活态度：沉着、冷静、理智。

4、原木、原质、原味的新自然主义

躲避都市的喧哗，亲近自然，置身于山水田园，是人类最朴素，最本质的想法。功成名就之后的“退隐山林，笑傲江湖”，是追求成功与卓越的奋斗者的心愿。因此，与未经修饰、雕琢的植物亲近，享受原始的、粗糙的、自然的美。从而获得“闹里有钱，静处安身”的愉悦。从本人这次考查来看：各式原木、水草、藤编、麻质的，占有较大的比重。有的原木、藤编、水草家具“整新如旧”，素面朝天。如“艺滕居”。有的略加修饰，淡施粉妆和流行的简约风格结合。显得更现代，更具有消费群。如联邦的“家家具”系列。

5、稚嫩、单纯、轻松、梦幻的童趣主义

最稚嫩、最单纯、最轻松应是少年儿童，随着经济条件的改善，一局部家庭也为小孩留出展示个性化的空间。我想，局部童心未泯、追求童趣的都市白领也是这一风格的消费群。色彩上，多使用鲜明的浅色或粉色。色彩较为繁富，但又不显缭乱，是极具童趣的一种搭配。

产品是营销的基石，对于家具行业的竞争现状，更应是企业的场开展的初级阶段即产品力到推销力的阶段。经典的营销理论认为，市场的开展将随着竞争开展主要分生产阶段，产品阶段，推销阶段和市场营销阶段。处于产品阶段至推销阶段的.行业，企业核心竞争力表现为产品的竞争力。（处于后两阶段的行业不是说产品不重要，但不能称之为核心竞争力）第二，家居设计是一门商业艺术，这和其它耐用消费品不同。我们称之为艺术品的东西都是有原创风格的，是设计者灵感与心血的结晶，是创造者个性的表达，具有美感和收藏价值，随着时间的推移更显珍贵。家具，尤其是自然材质的原创家具更是如此。

那么好的设计是如何产生的呢?好的设计当然要有人（专业化的设计人才，甚至设计大师）与财（研发的资金、本钱）支持。还要有好的企业机制。但这里不讨论这些问题，以下我想的多的是设计的原创的思想与灵感来源问题。

庄子说“天地有大美而不言”，大自然是我们灵感与创造的源泉。当我们以主观的感觉感受大自然的时候，我们看到的是“人化的自然”，因为，我们当时的心情、个人的情趣、素养的不同，即使面对同一自然的时候感受也是千差万别的。当我们把大自然的素材进行创造之后，我们面对的是“自然的人化”。这些可理解为吸取大自然元素或意象创造的“自然的人化”，“搜尽奇峰打草稿”，我想，这应是家具业进行原创设计的不朽源泉。

家具行业的竞争尚处于竞争的初级阶段向更高级阶段过渡时期。从终端的零售利润及该行业云集3万家数量的生产厂家来看。制造商、经销商利润下降是必然的趋势。像其它行业如家电业一样，价格战将不可防止。价格战的结果是行业洗牌，留下一些在本钱领先、产品设计领先、技术研发领先、营销模式灵活先进、品牌知名度高，以市场为导向的企业。

目前，家具业终端零售价格悬殊，这主要是由于各品牌的市场定位不同而造成的。单纯的打价格战不可能有企业的生存余地，要“价值战\"而不是价格战才是最好的生存策略。

实际上，任何一个品牌的产品，在消费者心中都有一个心理价位，这种价位的差异是由企业的品牌定位，产品设计、技术研发、服务，以及持久的沟通造成的。企业对品牌的定位并不完全等于消费者心目中的对该品牌的定位。造成这种差异的主要原因是品牌沟通出现失误。如产品过于陈旧，研发落伍，品牌诉求混乱，服务较差等。k集团的r品牌就是一个典型案例，r产品虽有领先的多项技术，但由于片面性的以价格为手段，忽视了对消费者进行品牌的附加值的沟通，因而造成品牌逐渐老化，在消费者心中竟然属于高知名度的低价位产品。因此，对于价格的问题，不能单纯的以降价提升销量，而应明确公司品牌在消费者心中属于什么心理价位（知道这点有一定的难度，但仍可以通过调研得出），利用各种有效的沟通工具和长远的品牌战略对品牌进行管理，增加品牌的附加值。

作品牌还是做销售，这是营销人员谈的最多的的问题之一，也是营销人员不得不面对的问题。虽然无法得出正确的标准答案，但仍可以去除其中的错误想法。做品牌的唯一目的是为了销售，这是大家的共同答案。一些人谈到做品牌的时候，跳入脑海的往往是铺天盖地的电视，报纸广告和促销。实际上这是对做品牌极端浅薄的认识。广而告之虽然能解一时之渴，却难以解决一个行业或企业深层次的问题。

品牌是什么，品牌是企业的产品或服务在消费者心中的定位，品牌的建立依赖于和目标消费者作持之以恒的沟通，这里有两个关键点，一是要有清楚的品牌定位，即对目标消费者说什么。二是企业所有的沟通要素（产品、价格、包装、渠道、现场布置、促销、公关、广告）持之以恒的和目标消费者进行沟通。由此，我们知道，报纸、电视广告只是和消费者沟通的工具之对某些耐用消费品（如-o工业品）甚至不是主要的沟通工具。

品牌的背后是文化，对家具行业更是如此，家具业是少有的过于注重设计艺术的耐用消费品。作品牌，要对品牌进行管理，这是一个长期的系统的工程。我们在进行品牌决策的时候要“时时”问自己，我们的目标消费者是哪些?我们对目标消费者的利益承诺点是什么？我们的产品能支持这个承诺点吗？如何在文化上、潮流上开展我们的品牌个性?与消费者的切入点在哪里？（什么时间？什么地点?）与他们的接触方式如何？（什么样的诉求风格?传播工具的选择?）

理想东西不可能完全实现它，但可以不停的朝它迈进。先进的传播理论也是这样，我们不可能完全意义上的实现科学的品牌管理，但可以用它来指导我们的实践。

建立真正的、长久的品牌资本对于企业是“不二”选择。因此，塑造品牌，同样要与先进的营销观念、深厚的文化底蕴、目标市场的选择，以人为本的创新设计思想和现代生产技术要素等紧密结合。

通过家私业的交易会（还包括互联网等其它手段）寻找加盟商或区域代理商，利用加盟商或代理商的卖场或家具城销售产品是较为普遍的做法。也是现阶段\'业态较为流行的方式。这一做法优点是在市场空白点较多的情况下，可以利用企业的产品优势、品牌优势快速开拓市场;缺点是厂家对经销商的控制力较差，相应的支持也较少，管理较为粗放。同时，商家容易“见风使舵”“见利忘义”，忠诚度不高。第二种方式是设立分公司，在区域家具大卖场制及精耕细作;缺点是市场中的各种问题要自己处理，过少的直接网点缺少有效的市场覆盖率，过多的网点又要增加厂家人财物等管理本钱。

业态的开展，也出现了局部区域代理销售家私的经销商，它通过代理品牌的方式，直接进行家具产品的营销和服务，既为代理的品牌提高营销效率，也为消费者提供更全面的售前、售中和售后服务。

家电业的生产厂家的联盟或厂商之间的联盟或可为家私业提供启示，降低原材料的采购成木。因此，一局部家具生产企业或销售商家就可组建销售集团，结成销售或采购联盟，其组织模式可以是紧密或松散型的。

值得注意的是宜家现象，虽然宜家目前在中国由于各种原因还没有形成气候，但它也许代表了未来的开展趋势。宜家是典型的“哑铃型”结构的企业模式，两头大，中间小；即依靠产品设计的优势和渠道优势进行扩张。生产、采购、销售、推广那么全球化（本钱优势）。宜家的定位很难分清他是厂家还是商家，但先进的营销模式造成的核心竞争力使它将来的开展前景更为广阔。

随着市场的竞争加剧以及中国城镇化步子加快，家具业不可防止的要营销重心下移，以及对渠道的精耕细作，这种趋势六年前在家电业内己显现出来。

综上所述，从产业链的各环节分工与合作来讲，一个企业不可能通吃产业链的所有环节，因此，理论上，专门从事新产品设计、开发工作的设计公司；专门从事半成品的加工、配套工作的加工厂;专门从事家具产品的最终装配成品和树立品牌的家具制造企.业;专门从事区域家具推广营销、物流配送的总代理或总经销;专门从事家具售前、售中、售后等销售服务工作的零售商等都易形成自己的竞争优势，都可以找到自己存在的理由。通过竞争胜出的企业将在产业链的一个或多个环节形成竞争优势，但不可能通吃所有的环节。

六、关于零售终端（自营或加盟）的精耕细作近些年来，国内开始流行整合传播理论，广告人、营销人言必称整合营销，某些高度市场化、竞争白热化、产品同质化的行业，如家电业，首先成为这一理论的倡导者甚至是最初的实践者。由于目前一般家具生产企业内部组织架构、企业文化和资金实力的滞后，不具有实施和运作“整合营销沟通”策略的能力。因此本着一切从实际出发，具体情况具体分析的原那么，可以吸收整合营销传播理论中的一般原理同家具行业的具体实践相结合。

整合营销传播理论的核心基础就是以消费者为导向，注重沟通。在沟通工具的选择上注重“众口一词”。家具行业的消费者有三个特点，一是家具属于不易耗的耐用消费品，一般消费者只有在有购买需求时，才会关注这个行业及产品；二是购买、决策的周期较长，属于理智型购买，口碑效应比拟明显。三是终端（家具大卖场、家具超市）成为厂（商）家与消费者沟通的主要场所。终端工作的好坏是消费者购买的主要诱因。因此，终端工作就成为家具企业与目标消费者沟通（逛家具市场的一般都是想买家具的，也有局部以休闲为主的顾客）、反响市场信息、研究竞争对手、塑造品牌形象、提升销售量的关键。

那么，如何对终端进行精耕细作呢?结合本人过去的经验及这段时间的市场考查，以下方法以资借鉴：

**家具市场调查报告篇十**

新中式家具是一种概念设计目，面临个性模糊、对古典样式理解肤浅，简单照搬以及生产方式陈旧等困境。

中国几千年的历史创造了光辉灿烂的古代文明，但鸦片战争之后的历史，使得中国人饱受屈辱，从而产生了强烈的自卑心理。这种强烈的自卑心理，为后来表现出的过分反传统埋下了种子。长期自卑心理的积淀，迫切改变现状的需求，将现代革命演变成了一场反传统文化的革命，传统文化没能得以复兴，反而遭到批判、破坏，文化产生了断层。当代中国人为西方极大的物质文明所震惊，产生了自我否定，致使人们亲手将传统家具从自己的生活中几乎连根拔除。

西方现代家具设计思想成熟，现代科学技术在家具上的应用也取得了非凡的`成就。人类工效学的研究，为家具的功能设计提供了理论基础；家具质量检测技术的普及，使家具能够进行工厂化批量生产；家具标准的制定和实施，使得家具设计、生产标准化可依，从而也把传统家具排挤到局外。

中国古典家具生产业规模扩大，发展迅猛，但大部分家具企业根本没有设计研发部门，一味跟风仿制。在对传统古典家具文化特征的理解和阐释上均不到位，以致于制作的家具品味不高，往往造型笨拙臃肿，雕饰繁缛无节，使消费者对中国古典家具产生不好的印象，消费者群体难以扩大，尤其是难以向高层消费群体发展。

**家具市场调查报告篇十一**

1、红木由于原材料极度稀缺，加上目前保护不周等原因，若干年后可能会出现上等的红木家具一套难求的情况。

2、红木家具由于原材料特殊，而且做工精细，因此不适合机械化大批量生产，只能由木工进行精细的加工，这将直接导致红木家具的出产率低下。

3、红木家具目前可能会受到各种材料的家具的冲击，包括很多利用高新技术的高科技材料，如果处理不周，将会使红木家具的发展受到很大的限制。

4、红木家具的创新设计在吸引一部分消费者的前提下，也可能会让一部分消费者感到矛盾，认为红木家具的造型就应该简约，质朴，太现代化的设计会让一部分消费者不能接受。

1、充分利用中国海南等地适宜红木生长的优势，大力发展红木种植，保护稀有红木品种，并从国外引进一些稀有红木，从原材料上保证红木的出产率。

2、加强对于红木制品的质量监督工作，将假冒伪劣产品赶出红木家具市场，确保消费者利益不受倾害，让消费者能买到放心的红木家具。

3、加强对于红木家具的宣传，使消费者能正确认识中国传统的红木家具文化以及红木作为家具的各种优势。使红木家具能够屹立于各种家具材料中，并且获得稳定快速的发展。

4、对于红木家具造型方面的创新设计将是重中之重。红木家具目前造型过于简单，仅仅依靠它出色的质量已经不能达到吸引所有消费者的目的。在造型设计方面，可以注入很多新时代的`元素，使传统的红木家具也能保持青春般的活力。同时，通过将红木家具的实用性与现代艺术相结合，设计出既符合审美，又实用的新一代红木家具，也是目前红木家具的另一条出路。

5、知识产权方面。中国在红木品牌方面做得还不错，形成了红木特有的品牌体系。红木家具是植根于自然，发展于人文的文化艺术品，其品牌体系的构成离不开品质、人品（人文内涵）和品位。品质是红木品牌之基，精心挑选得天独厚自然环境孕育出的优质原材并严格管理控制每道工艺流程以保证质量，红木企业对红木家具品质的坚守为红木家具的品牌化发展奠定了扎实的基础。人品（人文内涵）是红木品牌之魂，红木家具文化是在漫漫的历史长河中，自然与人性的最佳组合、点滴积累，饱含自然与人生的哲理，这构筑了红木品牌的内蓄灵魂。红木家具融天地之秀气，承历史之精华，品赏红木家具有利于心境平和，启迪人们感悟人生，提升人们的品位，为了追求这般高品位的生活，越来越多的爱好者和收藏者关注古色古香的红木家具，品位成了红木品牌之源。由品质、人品（人文内涵）和品位构成的红木家具品牌体系是红木市场内在规律的发展要求，也是消费市场的客观要求。然而，在红木家具这一品牌体系的知识产权保护方面做的还不够，为了提高红木家具的国际竞争力，就必须在各个方面，各个细节注重红木家具品牌的知识产权保护。这样才能让红木家具为世人所知，从而走出中国，走向世界。

6、注重中国传统木工手艺的培养，如果能够训练出一大批效率高，做工精细的木匠，将会直接推动中国红木家具业的发展。

7、为了能够让红木家具吸引更多的消费者，我们可以在保证原有的简约，质朴的设计的同时，进行一些现代化的设计，使家具更加美观实用。同时也可以同时生产这两种类型的产品，并通过各种手段和渠道引导消费者去接受各种不同的风格。让每一种类型的红木家具都能在消费者心中留下深刻的印象。

如今家具行业竞争激烈，尤其是各种新材料，新技术的广泛使用，以及各种假冒伪劣制品充斥市场，加上中国又不太注重知识产权的保护，所以中国传统的红木家面临着峻的考于我国木家具这种现们应该种有效高广大对于红的正确引导他中国传木家具并在此进一步具行业极其严验。基目前红所处的状，我采取各措施提消费者木家具认识，们了解统的红文化，基础上加深，从而促使我国的红木家具业能够更加健康，更加快速地发展。按照目前的局势来看，中国越早采取措施，越能有效地打动消费者，使红木家具在家具市场占有不可撼动的地位。

**家具市场调查报告篇十二**

在确定销售计划之前，应先进行

市场调查

，以免做出不切实际的预测。以下是本站小编为大家整理的家具市场调查

报告

相关内容，希望对读者有所帮助。

一、种类认识

中式家具

中式家具历史悠久，早在商代便有切肉用的“俎”和放酒用的“禁”等原始类型家具。不过现在主流意识的“中式家具”基本默认为“明清家具”。这是它不仅将中国古典家具发展到了顶峰，更是代表着中国

文化

的独特魅力，令世界各国所瞩目。

中式家具是中式室内特征风貌与古代文人气韵的产物。中国古典建筑空间常见有三种形式，一为宫殿庙宇，二是府邸园林，三为院落民宅。而这三类建筑形式，无一不排场气魄与文化涵养的体现。其次根据当时生产力水平，可使用的家具材料没现在种类多，于是这就造成了中式家具的特有的特征。以及中式家具中特有的种类，如香几、屏风等。

欧式家具

欧式家具，以及欧式室内装饰风格中的“欧式”都是一个泛称，包括巴洛克式，洛可可式，哥特式等。欧式家具是欧式古典风格装修的重要元素，以意大利、法国和西班牙风格的家具为主要代表。其延续了17世纪至19世纪皇室贵族家具的特点，讲究手工精细、结构简练，线条流畅，色彩富丽，艺术感强，在营造氛围上，欧式家具有两种特色：一追求庄严宏大，强调理性的和谐宁静。二追求浪漫主义的装饰性，以及非理性的无穷幻想，富有戏剧性和激情。整体给人的感觉是华贵优雅，十分庄重。

儿童

家具

儿童家具，顾名思义，专门给儿童使用的家具。是根据儿童特有的生理结构和心理需求而量身定做的一组家具。其最大的特点就是根据儿童不同年龄段，要有不同的特点。

年龄段设计要求家具特色

婴儿期舒适、安全、健康拥有舒适的睡眠和活动空间

3岁—5岁色彩欢快、具有趣味性强调收纳功能

6岁—7岁功能完备、合理利用空间兼顾娱乐和学习两种功能

二、常用材料

传统中式家具原材料基本上，可以算是百分之百都是木。木质按坚实度分为硬木和软木。考究的古家具多采用硬木，它们大都质地致密坚实，色泽雅静，花纹生动华丽。因为木性稳定，所制成的家具流传时间也很长，现在常见有：(图8)

紫檀自古以来，紫檀就被认为是最名贵的木材，其质地坚实，且生成速度缓慢，无论是原料或家具上的用材，很难超过一尺。因此大部分的家具都是数块接榫而成，如出现整面板材则是相当珍贵难得的。紫檀的色泽多为紫黑色，几乎不见纹理，但散发出的静穆高贵却是其他木材所难以比拟的。

黄花梨黄花梨多半出现在明式家具上。黄花梨木质致密，颜色从浅黄到暗棕，纹理或隐或现，生动多变。一般黄花梨家具使用越久，色泽反而越光亮，更适用于现代空间。

鸡翅木鸡翅木的质地坚实，纹理紫褐色深浅相间，纤细动人。后世在使用时，令其线条更为流畅，在传统中注入了新意。

酸枝真正好的木料近似紫檀，但光泽与颜色略淡。色泽温厚，产量较多。

而软木相比硬木，种类繁多，制作成家具，价格上也较能为大多数人所接受。除了少数的软木如榉木、楠木伸缩性小，材质耐久稳定外，其他软木多质地松软，多适合制作小型家具与细部的雕琢，如装饰花纹的

雕刻

等。许多软木在使用时也多和硬木搭配，榉木、樟木、松木和杉木都是现在常见的软木材质。

而在我们本次实践考察中，所发现的中式家具多是榆木，经过与商家咨询了与资料查，找解到榆木木性坚韧，纹理通达清晰，硬度与强度适中，一般透雕

浮雕

均能适应，刨面光滑，弦面花纹美丽，有“鸡翅木”的花纹，是主要家具用材之一。其木材的特征，心边材区分明显，边材窄暗黄色，心材暗紫灰色;材质轻较硬，力学强度较高，纹理直，结构粗。可供家具、装修等用，榆木经烘干、整形、雕磨髹漆、可制作精美的雕刻工艺品。在北方的家具市场随处可见。

欧式家具由于外国人注重个性自由，与人身享受，在家具选择上注重更大程度的舒适，所以坐具上都采用较大尺度的

布艺

，皮革等软包进行构造。其次在营造独特的艺术感，铁艺等金属材料在欧式家具中也较为常见。

由于儿童顽皮好动，为防碰伤，儿童家具的材料选择上，多数采用了质地柔软的材料，在木材系列，通常为质地较软的松木。除此而外由于儿童的免疫力比成年人要弱很多，在家具的一些油漆装饰上，应格外注意，这些极容易挥发一些有害的物质，家具油漆最好是水性的，减小身体危害。(图10、11)

三、加工工艺

榫卯结构是中式家具最常用加工工艺，按构合作用来归类，“榫卯”大致可分为三大类型：一类主要是作面与面的接合，也可以是两条边的拼合，还可以是面与边的交接构合。如“槽口榫”、“企口榫”、“燕尾榫”、“穿带榫”、“扎榫”等。

另一类是作为“点”的结构

方法

。主要用于作横竖材丁字结合，成角结合，交叉结合，以及直材和弧形材的伸延接合。如“格肩榫”、“双榫”、“双夹榫”、“勾挂榫”、“锲钉榫”、“半榫”、“通榫”等等。

还有一类是将三个构件组合一起并相互连结的构造方法，这种方法除运用以上的一些榫卯联合结构外，都是一些更为复杂和特殊的做法。如常见的有“托角榫”、“长短榫”、“抱肩榫”、“粽角榫”等。

欧式古典家具，雕刻，镶嵌等制作工艺都有。现在简欧形式白胚家具加工工艺主要：下料、精截、双面刨、砂光、打孔、铣型、开槽、雕刻等。重点要注意的加工工序是打孔、铣型、截斜角、雕刻部件的加工，必需保证加工精度，这样才能保证组装工序的组装精度在允许的误差范围内。

儿童家具常常就以松木为主要原材料(图12、13)松木家具制造工艺流程主要有：松木锯解——溶脂——脱脂——干燥——表面机加工一剔除缺陷一接长(铣指接榫——涂胶——指接)、拼板(侧面刨光——涂胶——侧向拼板)、拼厚(四面刨——涂胶——正面胶拼)——零部件精加工(以下工艺流程与

其它

木家具制造工艺相同)——组装——表面涂装——检验——出厂。

四、装饰特点

中式家具在广义上就是指的明清时期的家具，因此在装饰特点上：

明式家具讲究线条美。它不以繁缛的花饰取胜，而着重于家具外部轮廓的线条变化，因物而异，各呈其姿，给人以强烈的线条美。装饰手法善于提炼，精于取舍，主要通过木纹、雕刻、镶嵌和附属构件等来体现，达到了前所未有的水平。选料上，十分注意木材的纹理，凡纹理清晰好看的“美材”，总是放在家具的显著部分，格外钧用隽永耐看。雕刻手法主要有浮雕、透雕、浮雕与透雕结合及圆雕等多种，其中以浮雕最为常用。雕刻题材十分广泛，大致有卷草、莲纹、云纹、灵芝、龙纹、螭纹、花鸟、走兽、山水、人物、凤纹、宗教图案等。刀法线条流畅，生动形象极富生气。雕刻(图14)的部位大多在家具的背板、牙板、牙子、围子等处，常做小面积雕刻，以少胜多，工精意巧。清式家具在装饰方面，为了追求富贵豪华的装饰效果，充分利用了各种装饰材料和使用了各种工艺美术手段，可谓集装饰技法之大成。清式家具采用最多的装饰手法是雕刻、镶嵌和描绘。雕刻刀工细腻入微，以透雕最为常用，突出空灵剔透的效果，有时与浮雕相结合，取得更好的立体效果。

欧式家具常以深色为主，带有复杂的雕花，配以镶金描银和大理石，表现一种欧洲上层社会的奢华生活，最显着的特点是镶嵌玉石，款式厚重，带玉石的又称玉石家具，框架为实木木，表面多拼花木皮，餐椅也结合一些真皮的使用，沙发则完全使用真皮，风格配饰墙壁多深色壁纸，装饰品多油画，欧式灯，大花等;欧式家具还有一支最重要的白色系列，又称白色玉石家具;欧式沙发：多用天然真皮，款式很大，雕花复杂。

欧式古典家具主要分为“巴洛克式家具”和“洛可可式家具”，后期又出现了比较简洁的“新古典家具”，他们主要有三方面的特点：

1、线条复杂，重视雕工：“巴洛克式家具”都有复杂而精美的雕刻花纹;“洛可可式家具”虽然也很注重雕工，但线条就较为柔和一些;而“新古典家具”的线条则更为明快一些，主要以嵌花贴皮来呈现质感。

2、偏好鲜艳色系：尤其是“巴洛克式家具”色彩都很强烈，其中又以金色为其主色，多用镀金或以金箔来装饰，显得金碧辉煌;“洛可可式家具”的色彩较为柔和，米黄、白色的花纹图案是其主色;“新古典家具”色彩较偏向暖色系，如原木色等。

3、讲究装饰：不管是“古典”还是“新古典家具”，常可看到各式绣布、流苏及铆钉等装饰品。

儿童房家具装饰(图17)通常以明亮、轻松、愉悦颜色作为主色调，色泽多对比色。而针对男孩女孩，有着不同的装饰风格，男孩多偏向淡蓝系列，而女孩则偏向粉系列，营造出公主房的效果，其次为满足儿童的审美需要，卡通图案也是常见的装饰题材。

五、

总结

及设计构思

通过本次考察以及考察过后的资料收集整合，我们对中式、欧式、以及儿童家具有了个全面的认识，在接下来自主设计环节中，我们定为——新中式家具设计。

在考察我们发现目前市场中的中式家具，多有打着新中式的旗号，然而他们的“新中式”中的一部分，都带有浓郁古气，注重表现在装饰，依旧采用传统复杂雕刻或是镶嵌纹样，体现不出“新中式”的“新”，且价格较高，不适用于普通家庭，而这些家具相比传统的古典，又体现不出那份雅致神韵。因此在我们的设计中，将解读利用

传统文化

元素，进行构造，设计出要具满足广大人群的使用，且不脱离中国古典气韵，更具有时尚现代感的家具。

去家具卖场做当然如果家具卖场有熟人最好了主要了解各个家具品牌，风格，的销售情况那种比较流行比较好卖以及那种更好看不好卖及其他一些并做总结。

调研报告

随着社会越来越快的发展，人们对生活质量要求也越来越高，而家具的好坏是生活质量好坏的重要因素之一，导致人们对家具的要求也是越来越高。为了让我们开阔眼界，更加了解现代家居设计，和现代家装设计，为此老师组织我们开展了去红星美凯龙调研的活动。

在调研过程中，我们去过了各种各样风格家具的店面，中式的，欧式的，日式的，给我印象比较深刻的就是以下几个品牌的家具。

我们进了一家品牌名叫“迪信”的家具店，店员介绍他们是香港的一个比较知名的家具品牌，设计的非常简单大方，不会过时，再加上因为香港地皮比较贵，房子都比较小，所以对空间的利用率比较高，简单大气的设计和朴素的颜色适合的年龄段就比较广，下到小孩，上到老人，都比较的合适。

“露依莎”是欧美式风格家具。设计方面高贵、典雅、色彩艳丽、线条流畅，通常轮廓和各个拐角都是对称的，并享有金铜，刻画细致，显示出一种贵族气息。欧美家具具有一种很强的装饰性及华丽性，严谨富有浓厚的文化底蕴。相比较而言，美式家具有更强的实用性，不追求张扬。欧美家具多采用框架式，面料多数为皮质及亚麻，内部填充以海面、太空棉为主。欧美家具舒适大方，但是对于小户型及小房价使用不是十分合适，价格较昂贵。

“温莎情缘”是一个英式田园风格的家具。英式田园风格又称为英式乡村风格。设计方面表现出悠闲、舒适、自然的田园生活情趣。英式田园家具作为田园风格中的典型代表，因其自然朴实又不失高雅的气质倍受人们推崇。给人以自然回归感。纯手工的实木雕刻和香樟木天然的流畅的线条，无处不散发着田园从容淡雅的生活气息。清晰淡雅表面略带雕花工艺，流畅的曲线，勾勒出完美的造型。对于那些喜爱和崇尚自然气息的人来说无疑是非常棒的选择。

“联邦”成立于1984年，是中国比较早的家具品牌，主要产品门类有民用中高端实木家具、软体沙发、床垫、定制壁柜、地毯等，是行业内公认的最早坚持原创家具设计，走自主设计开发路线的少数企业之一。“以设计为先导，弘扬中国家居文化，引领国内家具消费潮流”是联邦集团早期提出来的产品开发目标和

口号

，并提升到打造企业核心竞争力的高度。联邦的设计追求之路，一直在自觉求解本土企业品牌和价值链的成长之道，全力打造“中国制造”的价值链。在中国家具业高度分散和低水平的起点上，从一开始就摆脱“低端”和“复制”的诱惑，回归消费本源，追求原创设计，融汇西方现代家具风格和中国传统家具文化精髓。因此，联邦的产品富有深刻文化内涵和鲜明的时代特征，成为“高素质生活”的代名词，引导着人们的消费观念和潮流。是一款比较适合大众的品牌。

“典木轩”是一个做中式木制家具的品牌，造型浑厚洗练，稳重大方，比例适度，线条流畅。装饰简洁不事繁琐雕琢，装饰线脚细致，朴实无华，一线一面。重雕工，图案多以龙凤及花鸟鱼虫为主。颜色多以黑红为主，深沉古雅。具有很强的中华民族气息，故价格很高。

舒曼是一个偏多功能性的家具品牌。多功能性家具造型新颖、舒适而倍受人们的喜爱。多功能家具顾名思义及多功能为一体。占用空间少，功能性极强，具有很强的灵活性，可折可伸。例如最简单的床与沙发的结合。另外多功能性家具虽然节省了空间但是在舒适方面也充分体现了人体工学的要求，做到了舒适。另外在造型方面也非常的新颖，具有现代气息。产品主要材质以环保耐用的氰胺板为主。特别符合年轻消费者追求时尚、现代的口味。

使沙发更加舒适、耐久。艺峰沙发系列，其每一张皮革都是由专业人员细心挑选，精心鞣制，经多道科学程序以达完美的品质和风格，这种高品质皮革不仅经久耐磨，在使用过程中的摩擦会使皮革表面产生一种天然光泽，易于保养，经久耐用。

以上，就是我们在红星美凯龙对家具市场的调研而做出的介绍。通过对家具市场的调研我认为现在的家具市场的家具琳琅满目，各种家具样式各不相同，对于选择家具，每个人都要根据自己的实际情况选取适合自己的，舒适的家具用品。当然更要重视家具的品质和它的功能性。

红木家具行业市场调查报告是运用科学的方法，有目的地、有系统地搜集、记录、整理有关红木家具行业市场信息和资料，分析红木家具行业市场情况，了解红木家具行业市场的现状及其发展趋势，为红木家具行业投资决策或营销决策提供客观的、正确的资料。

红木家具行业市场调查报告包含的内容有：红木家具行业市场环境调查，包括政策环境、经济环境、社会文化环境的调查;红木家具行业市场基本状况的调查，主要包括市场规范，总体需求量，市场的动向，同行业的市场分布占有率等;有销售可能性调查，包括现有和潜在用户的人数及需求量，市场需求变化趋势，本企业竞争对手的产品在市场上的占有率，扩大销售的可能性和具体途径等;还包括对红木家具行业消费者及消费需求、企业产品、产品价格、影响销售的社会和自然因素、销售

渠道

等开展调查。

红木家具行业市场调查报告采用直接调查与间接调查两种研究方法：

1)直接调查法。通过对主要区域的红木家具行业国内外主要厂商、贸易商、下游需求厂商以及相关机构进行直接的电话交流与深度访谈，获取红木家具行业相关产品市场中的原始数据与资料。

2)间接调查法。充分利用各种资源以及所掌握历史数据与二手资料，及时获取关于中国红木家具行业的相关信息与动态数据。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn