# 2024年家具市场调研报告PPT(大全15篇)

来源：网络 作者：烟雨蒙蒙 更新时间：2024-05-18

*报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧...*

报告是一种常见的书面形式，用于传达信息、分析问题和提出建议。它在各个领域都有广泛的应用，包括学术研究、商业管理、政府机构等。掌握报告的写作技巧和方法对于个人和组织来说都是至关重要的。下面是小编为大家整理的报告范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

**家具市场调研报告PPT篇一**

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。

在此之上的是定位于中高层次的消费群的家私生产商。这部分消费者包括企、事业单位的管理人员，城市“白骨精”(白领、骨干、精英)，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;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。如联邦的“加州阳光”系列、香港红苹果，“优越ood”等。

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，无论从设计还是上来讲，都能作为中国优秀的代言人;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。如“明清风韵”、联邦家具新明式，紫韵等都继承了传统家具这一风格。

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。

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。

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，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。

灵感与心血的结晶，是创造者个性的体现，具有美感和价值，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、成本)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”。比如联邦家私紫韵系列之“小窗悠记”“香山红叶”等。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。

流行的元素中，有属于风格、个性层面的东西(如建筑业中的巴洛克、哥特式、洛可可，绘画艺术中的印象派、立体派等)，有属于潮流层面的东西(如最近流行的确良简约潮流)，也有属于时尚层面的东西。如果把时间作为一个衡量的指标，个性、风格层面的东西没有时间限制，历久弥新。潮流的东西一般五至十年为一个周期轮回，时尚的东西一般一两年就过弃了。因此，从家具设计的角度上分析，属于风格、个性层面的东西要固守。属于潮流的东西要迎合，属于时尚的东西只可拿来点缀了。

**家具市场调研报告PPT篇二**

调研报告不同于调查报告，调查报告是因为发生了某件事(如案件、事故、灾情)才去作调查，然后写出报告。以下是小编为您收集整理提供到的家具市场调研报告范文，欢迎阅读参考，希望对你有所帮助!

家具市场调研报告范文一

前言

家具是一种与人们的生活行为密切相关的常见的用品，为人们营造自然温馨的家居生活空间。现在人们除了关心装修及家具的环保性外，也开始关注起家居饰品的环保性。采用各种新颖、别致、具有时代感和装饰效果的材料装扮居室。

调研地点红星美凯龙家具城、调研时间 ：2024学年第7周

调研形式：七人一组到实地去参观、询问、搜集资料等

调研目的：了解 一下家具材料、结构、工艺、家具品牌、家具本身的设计，以及家具发展的情况。

调研内容

1、实木家具

樟木家具 松木家具

实木特点：天然、环保、健康、使用寿命长、实木家具透露自然与原始之美。

2、软体家具

软体家具主要指的是以海绵、织物为主体的家具。软体家私属于家私中的一种，包含了休闲布艺、真皮、仿皮、皮加布类的沙发、软床。

特点：环保、耐用等。软体家具因色彩清雅、线条简洁，适合置于各种风格居室，显示出独特魅力。

3、藤编竹家具

以毛竹为主要材料制作支架，在支架上用藤皮缠绕、编织而构成的各种家具。特点：这种家具精巧、轻便、坚实、耐用，春夏秋冬，四季皆宜，是我国民间广泛使用的家具之一。

4、板式家具

件为基本结构的拆装组合式家具，全部经表面装饰的人造板材加五金件连接而成的家具。

特点：板式家具具有可拆卸，造型富于变化，外观时尚，不易变形，质量稳定，价格实惠等

5、钢木家具

钢木家具：主体结构以木材(包括人造板)为板面基材，以钢材为骨架基材，配合制成的各种家具，特点：简单的几何结构、简单的钢木组合和简单的色彩表现，表达了钢木家具对简约之风。

(二)此次调研的家具城里的家具按风格主要分为现代家具、欧式古典家具、、中式家具等

1、现代家具

现代家具 a、简洁明快、实用大方。因为极简主义的生活哲学普遍存在于当今大众流行文化中。b、依靠新材料、新技术加上光与影的无穷变化，追求无常规的空间解构，大胆鲜明对比强烈的色彩布置，以及刚柔并举的选材搭配。

2.、欧式古典家具

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.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。

2.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。

3.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中式家具

中式家具的特点，是在室内布置、线形、色调以及家具、陈设的造型等方面，吸取传统装饰形、神的特征，以传统文化内涵为设计元素，革除传统家具的弊端，去掉多余的雕刻，糅合现代西式家居的舒适，根据不同户型的居室，采取不同的布置。

(三)家具设计应符合人体工程学

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。因此，良好的家具设计可以减轻人的劳动，节约时间，使人身体健康，心情愉悦，而良好的家具设计得益于正确地使用人体工程学原理。

总结

通过这次的调研，我对家具的材料、结构，工艺、尺寸，以及室内各种家具之间大小比例的设计等有了进一步直观，深刻的认识。对我以后的学习和设计有很大的帮助。并且通过询问调查，我们知道现阶段最受欢迎的家具是多功能性家具，因为快节奏的都市生活影响，它受到很多人青睐，它功能性和灵活性强、可伸缩不占空间。

家具市场调研报告范文二

调研时间：

调研地点：

计作品做好基甸，借鉴市场内的家具结构和样式。

调研成果：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。

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。

**家具市场调研报告PPT篇三**

面对新形势下的竞争与产业的变化和挑战,《xx年现代家具市场需求调研报告》力求将帮助您更精确地把握中国现代家具产业发展规律,把脉消费者需求,更清晰的洞悉未来发展趋势。

深入、透彻分析产业环境、产业链竞争现状、生命周期与商业模式;

准确把脉用户消费行为及消费需求,聚焦消费者重点关注因素;

科学、完整的未来发展预测。建模回归与专家校验,并与相关产业环节进行关联分析,确保给出有价值的产业趋势分析与市场定量预测结果。

【目录】

第一节 中国现代家具市场构成要素分析

一、现代家具产品购买主体构成分析

二、现代家具产品市场购买力分析

三、现代家具产品市场购买欲望分析

第二节 中国现代家具市场主要品牌的分析

一、国外主要企业品牌的分析

1. 品牌数量及所占份额

2. 主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析

二、国内主要品牌的`分析

1. 品牌数量及所占份额

2. 主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析

第三节 xx年中国现代家具市场运行数据分析

一、xx年中国现代家具市场产品销售情况分析

1. 销售总量分析

2. 主要销售区域分析

3. 市场需求特点分析

二、xx年中国现代家具市场产品供给情况分析

1. 国内市场主要供给量分析

2. 供给来源构成

3. 供需格局分析

第一节 xx年中国现代家具市场消费能力现状分析

一、中国现代家具产品购买要素构成分析

二、现代家具产品替代产品威胁分析

三、主要消费领域消费能力对比分析

第二节 影响中国现代家具市场消费能力主要因素分析

一、购买者的购买目的及主要用途

二、购买者所处的消费环境

第三节 中国现代家具消费市场独有特征分析

第四节 中国现代家具市场增长潜力及驱动因素分析

第一节 中国现代家具市场主要消费统计数据定量分析

一、总体销量数据分析

二、分区域市场数据分析

三、消费领域分布数据分析

第二节 xx年中国现代家具产品区域集散地分析

第三节 xx年中国现代家具产品城市、农村消费市场分析

一、城市、农村市场表现特征

二、城市、农村市场主要需求差异分析

三、城市、农村现代家具市场规模分析

第四节 中国现代家具市场潜在需求领域开拓及需求潜力

一、现代家具市场潜在需求领域发展情况

1. 主要潜在需求领域介绍

2. 当前该领域需求情况

二、潜在需求市场需求潜力预测

第四章 中国现代家具市场销售渠道现状分析

第一节 主要营销模式分析及比较

第二节 中国现代家具市场销售品牌研究

一、区域热卖品牌

二、龙头企业动态

第三节 中国现代家具市场标杆企业销售模式分析

一、国外品牌企业

二、国内龙头企业

第一节 中国现代家具产品目标市场选择策略及模式

第二节 影响中国现代家具目标市场策略因素分析

一、企业的资源特点

二、产品及市场特点

三、竞争者策略选择

第三节 中国现代家具目标市场营销策略

一、无差别性市场营销策略

二、差别性市场营销策略

三、集中性市场营销策略

第四节 开拓中国现代家具产品潜在需求市场策略

第一节 关于中国现代家具市场消费潜力相关研究观点及结论

一、关于xx年中国现代家具市场规模判断结论

二、关于xx—xx年中国现代家具市场规模变化趋势及主要数据定量判断

三、关于xx—xx年中国现代家具市场消费潜力整体变化趋势的判断

第二节 关于中国现代家具市场需求特点判断的主要观点

一、现代家具市场需求构成的判断

二、xx—xx年中国现代家具市场下游消费领域构成变化趋势的判断

三、xx—xx年现代家具市场替代品替代性趋势判断

第三节 华经纵横独家策略建议

一、对拟进入中国现代家具市场企业的策略建议

二、对已进入中国现代家具市场企业的策略建议

**家具市场调研报告PPT篇四**

早有耳闻宜家、月星以及红星美凯龙家居市场，为了进一步对家居设计有更全面的了解，本周在老师的带领下，我们一起去参观了这几个家具市场。我们首先来到了宜家家居市场，里面很大，商品也很齐全！

一进入宜家家居城就可以看见家具城分为三层：一层是大件物品提货区和收银区。二层是日用品卖场。三层是小户型样板间展示和餐饮区。

宜家组织生产已设计好的产品时，会首先考虑一个合理的价格，然后选用优质原材料，并且在全球范围挑选技术熟练的供应商与宜家设计师合作，按照这个价格或低于这个价格组织生产。这种\"价廉物美\"的思想和方法包含在宜家商场的每件家具和产品设计之中。而且宜家总是大批量采购，因此享受到优惠的采购价格，从而降低销售价格。

在宜家购物，你可以通过自己动手来省钱——自己选购、自己运送回家和自己组装家具。也可以预约宜家的室内装饰建筑师和设计师、非常棒的厨房设计人员等，请他们帮助你设计新房，或提出改造旧居的建议。宜家鼓励顾客在卖场\"拉开抽屉，打开柜门，在地毯上走走，或者试一试床和沙发是否坚固。这样，你会发现在宜家沙发上休息有多么舒服。\"常用厚度：3mm、5mm、6mm、9mm、12mm、15mm、16mm、18mm、25mm。

拼装板材规格

1.短料是指板材的材长在2米以下

2.长料是指板材的材长在2-12米的锯材

3.方料分两种

五金

五金类产品种类繁多，规格各异，但是五金类产品在家居装饰中又起着不可替代的作用，选择好的五金配件可以使很多装饰材料使用起来更安全、便捷。目前居然材料市场所经营的五金类产品共有十余类上百种产品。

1、锁类

2、拉手类

(1)抽屉拉手、柜门拉手、玻璃门拉手

3、门窗类五金

4、家庭装饰小五金类

5、水暖五金类

6、建筑装饰小五金类

7、工具类

8、卫浴五金

9、厨房五金、家电类

10、机械部件类

11、家具五金配件

家居陈设品

室内陈设品是指具有一定实用价值并兼有观赏性的陈设，一般包括卧室内的被套、床单、毛毯、花瓶、灯具、玻璃制品、枕套和各房间的家具蒙面、装饰植物、器皿、地毯和壁挂等。织物一般质地柔软，手感舒适，易于产生温暖感，使人亲近。天然纤维棉、毛、麻、丝等织物来源于自然，易于创造富于人情味的.自然空间。从而缓和室内空间的生硬感，起到柔化空间的作用。同时也增添了室内空间的色彩。灯具在室内陈设中起着照明的作用，从灯具的种类和型制来看作为室内照明的灯具主要有吸顶灯、吊灯、地灯、嵌顶灯、台灯等，难以想象室内没有光线，人们怎样去生活。装饰植物引进室内环境中不仅起到装饰的效果，还能给平常的室内环境带来自然的气氛。根据南北方气候的不同和植物的特性，在室内放置不同的植物。通过它们对空间占有、划分、暗示、联系、分隔从而化解不利因素。

陈设艺术的范畴非常广泛，内容极其丰富，形式也非富多彩。陈设品作为室内环境的重要组成部分，在室内环境中占据着重要地位，也起着举足轻重的作用。认识到陈设品的作用并在空间设计中发挥它的作用，必将创造出丰富多彩的人性空间。

以上是本次调研的收获。

**家具市场调研报告PPT篇五**

20xx年11月，处新址建设已进入内部装潢阶段，根据新址现状，处大宗物品采购领导小组对新址办公家具进行了比选，共至\*\*中原家具、\*\*美宜家家具、\*\*冠美家具进行现场调研比选。比选结果如下：

中原家具：材质以\*\*度中纤板为主，外层为胡桃木和白橡木，颜色为棕色系，可选色彩不多，样品家具油漆部分不够光滑，贴面家具拼缝不严，打开柜门可闻到异味，价格昂贵。

冠美家具：材质以实木为主，外层为胡桃木和白木实木，颜色有黑、白、综等多种色彩可选，款式有安德鲁、克拉克、鲁伯特等多种，样品家具油漆光滑，贴面拼缝严整，经摇晃测试，家具结构牢固，打开柜门无明显异味，性价比良好。

经大宗物品采购领导小组会议研究比较，\*\*冠美家具有如下特点：

四、与中原家具和美宜家家具相较，冠美家具品质好，价格低，整体性价比高，适合管理处采用。

综上所述，领导小组成员一致决定，新址办公家具采购\*\*冠美家具。

**家具市场调研报告PPT篇六**

早有耳闻宜家、月星以及红星美凯龙家居市场，为了进一步对家居设计有更全面的了解，本周在老师的带领下，我们一起去参观了这几个家具市场。我们首先来到了宜家家居市场，里面很大，商品也很齐全！

一进入宜家家居城就可以看见家具城分为三层：一层是大件物品提货区和收银区。二层是日用品卖场。三层是小户型样板间展示和餐饮区。

宜家组织生产已设计好的产品时，会首先考虑一个合理的价格，然后选用优质原材料，并且在全球范围挑选技术熟练的供应商与宜家设计师合作，按照这个价格或低于这个价格组织生产。这种“价廉物美”的思想和方法包含在宜家商场的每件家具和产品设计之中。而且宜家总是大批量采购，因此享受到优惠的采购价格，从而降低销售价格。

在宜家购物，你可以通过自己动手来省钱——自己选购、自己运送回家和自己组装家具。也可以预约宜家的室内装饰建筑师和设计师、非常棒的厨房设计人员等，请他们帮助你设计新房，或提出改造旧居的建议。宜家鼓励顾客在卖场“拉开抽屉，打开柜门，在地毯上走走，或者试一试床和沙发是否坚固。这样，你会发现在宜家沙发上休息有多么舒服。”如果你需要帮助，可以向店员说一声，但除非你要求店员帮助，否则宜家店员不会打扰你，以便让你静心浏览，轻松、自在地逛商场和作出购物决定。

如果你是内行，请相信我是最好的宜家很少有孤零零的商品展示。你会看到一张餐桌，几把竹椅，餐桌上摆放着高脚玻璃杯、咖啡壶、闪闪发亮的刀叉、精美的瓷盘，以及鲜花和果蔬。当然，在三楼展示餐桌和餐椅的地方，你也同样能看到以上餐具的装点。另外，床上用品区的被子、床单、枕头和抱枕总是在各式大床上展示它们的效果；而三楼展示卧床的地方，当然也少不了床上用品的铺陈。更别说那些厨房、书房、客厅、卧室、浴室和“家居办公室”的示范室了——它们往往集中了宜家家居所贩卖的大部分商品品种，摆放有序，像一个真“家”那样设施齐全，风情万种。

如果逛累了，还可以选择在餐厅里喝杯咖啡休息一下。如果拥有一张宜家的会员卡便免费喝咖啡了。

虽然宜家家居城有如此多的优点，但人无完人，家具城还是存在一些弊端和纰漏。比如我所看到以下的几点：

1.虽然顾客可以随便的在展示的床上或者沙发上感受其舒适的，但却存在个别人脱了鞋躺在床上呼呼大睡，很没素质！

2.由于宜家很大，样品很齐全，但如果你只想急要几样餐具，却要绕一大圈子，对于第一次来宜家的人来说很麻烦。

3.宜家的很多家具都是采用节约空间，一式多用。但很多东西都没有什么创新意识，平平淡淡。

希望宜家能够加强管理并不断改善自身的不足，接下来我们来到红心美凯龙和月星家居城，里面果然不同反响，和宜家是完全不同的风格不同的档次，这里总的来说给人一种奢华，庄重的感觉，不像宜家那么淡雅清新，那么有家的感觉！

这两个家居城家具按风格主要分为现代家具、欧式古典家具、中式家具。

1、现代家具a、简洁明快、实用大方。因为“极简主义”的生活哲学普遍存在于当今大众流 行文化中。b、依靠新材料、新技术加上光与影的无穷变化，追求无常规的空间解构，大胆鲜明对比强烈的色彩布置，以及刚柔并举的选材搭配。

2.、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．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。2．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。3．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。、中式家具的特点是在室内布置、线形、色调以及家具、陈设的造型等方面，吸取传统 装饰“形”、“神”的特征，以传统文化内涵为设计元素，革除传统家具的弊端，去掉多余 的雕刻，糅合现代西式家居的舒适，根据不同户型的居室，采取不同的布置。它的特色主要是精湛的中式雕刻 手法与樟木色画面感的完美结合，再加上现代家居注重的人性化设 计，使家具映射出中国古典家具的 传统与稳重，同时又不失现代家居 的时尚风范，因为其具有简洁流畅 的造型，在现代、休闲、传统的家 居风格中均能有很好的搭配效果。

总的来说突出厚重的华丽感，高雅却不张扬，色彩比较清雅、线条简洁，皮质触感滑爽、柔软。座 面弹性十足，坐感舒适，不易变形。无论那样家具做工都非常的精细，造型都很独特，无不体现设计师巧妙的心思！

通过这次市场调研让我开来不少眼界，增长了很多知识，对家具设计有了进一步的了解，希望以后能有更多这样的机会去增长见识！

姓名：申文婷班级：造型1011学号:1006313118

**家具市场调研报告PPT篇七**

家具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，近段时间通过对伊赛特家居汇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。伊赛特家居品牌众多，比如，红苹果、红点、风采、康奈登、奥立克、优美家、西邻彼岸等等。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。伊赛特家居风格多样，主要有：东南亚风情、地中海风情、中式风情、巴洛克风情。下面，就举例介绍我所在家具市场调研的成果吧。

曲美主要板式家具实木家具，从丹麦引进国际一流的实木压缩弯曲加工设备和技术，目前，曲美集团是中国唯一拥有此项技术和设备的家具企业。它的款式特征，适合喜好风格偏稳重，具备实木质感层次品味，而价格又实惠、适中的消费者。

装饰风格纯净自然，超凡脱俗，带有天然纹理的材料与纯净的奶油色搭配，再加上优雅的“巧克力”色，雅致与时尚尽显其中。让原本平淡的板式家具生动起来；曲美是实木家具，实木天然、环保、健康实木家具透露自然与原始之美，使用寿命长。

韩式风格的奥立克家具，融合古典与现代元素的新型家具，奥立克家具以简洁，自然和实用，与目前市场上的大多数产品有显著差异，异域风情呼之欲出，让人眼前一亮。卧室装饰，以小碎花和淡雅的为主，可以营造出温馨，舒适，浪漫卧室环境。

日式风格家具，传统的日式家具多直接取材于自然材质，不推崇豪华奢侈、以淡雅节制、深邃禅意为境界，重视实际功能。以其清新自然、简洁淡雅的独特品味，形成了独特的家具风格。某品牌日式传统家具，家具较矮，装饰较少，简洁质朴。前进家具，该套家具最大特点是其功能性很强，单体沙发课调节做床使用，适合午睡小憩。皮质沙发色牢度高，弹性和透气性好，皮质沙发的面料选择范围也较大，不同皮质面料加工出来的沙发其风格与使用也截然不同，皮质沙发的面料保持了牛皮天然的弹性、韧性，且外表皮质细腻。

小结：通过这次调研，对家具市场有了初步认识，家具材料大致有皮质（半青皮和牛皮）实木（实木颗粒板）、钢化玻璃、布艺软体家具、竹藤编制和塑料家具。制作工艺有钢琴烤漆、复古式榫结构。在现代家居设计中，溶入了更多的创意，比如凳子的制作分大中小，不用时可收起来，方便收纳，以节省空间，尽可能的让生活更加舒适。

**家具市场调研报告PPT篇八**

在一年一度的上海“家协杯”市场规范活动开展前夕，上海家具行业协会在报刊上刊登了题为“你选购家具的排序是？”的家具消费调查问卷。此次调查后的情况如下：

消费者买家具的途径：

第一选择品牌（260票68%）大型商店（90票24%）朋友介绍（34票11%）广告（23票8%）

第二选择大型商店（162票42%）广告（73票20%）品牌（45票15%）朋友介绍（38票13%）

第三选择朋友介绍（181票47%）广告（108票29%）大型商店（85票28%）

其他依近就近购买随机

消费者买家具最关注的是：

第一选择质量（133票35%）质保（98票26%）价格（68票18%）款式（65票17%）

第二选择质量（102票27%）质保（78票20%）款式（50票13%）价格（44票17%）

第三选择款式（96票25%）价格（88票23%）环保（80票21%）材种（75票19%）

其他依次环保材种签约风格

消费者买家具最担心的是：

第一选择质量无保证（198票51%）有毒有害（106票28%）货样一不（47票12%）价格欺怍（45票12%）

第二选择有毒有害（127票33%）质量无保证（73票19%）价格欺怍（73票19%）货样不一（47票12%%）

其他依次标识不清

发生质量问题消费的选择是：

第一选择投诉（160票42%）协商（155票40%）自己处理（25票6%）诉讼（3票0.07%）

第二选择投诉（118票31%）协商（95票25%）自己处理（25票6%）诉讼（23票7%）

第三选择诉讼（183票48%）自己处理（125票32%）协商（43票11%）投诉（40票10%）

其他依次在调查中值得关注的问题：

1、品质、款式、品位的选择，比较关注的是前二项，家具的\'文化现象排在了末位。一方面可能是由于表列固有的程序概念所造成，另一方面从市场消费实际反馈来看，的确是更多消费者是在凭感觉选择。

2、家具买卖签约的排名也偏后。其一，消费者对买卖家具要签合同还不是很了解，商家应主动出示合同文本并推荐使用。其二，消费者与商家比较，消费者比商家更不愿意使用合同的方式来买家具。买家具签合同即对商家有利，又可推动家具市场的规范销售行为。

**家具市场调研报告PPT篇九**

六人一组到实地去参观、询问、搜集资料等。

了解一下家具材料、代表性风格、以及家具本身的设计。

此次调研的家具城里的家具按材料主要分为：实木家具、软体家具、藤编竹家具、板式家具、钢木家具等。

实木家具主要有两种形式：一种是纯实木家具。即指所有材料都是未经再次加工的天然实木材料，不使用任何人造板制成的家具。另一种是仿实木家具。从外观上看是实木家具，木材的自然纹理、手感及色泽都和实木家具一模一样，但实际上是实木和人造板混用的家具。种类主要有；榉木、柚木、枫木、橡木、水曲柳、榆木、杨木、松木等。

实木特点：天然、环保、健康、使用寿命长、实木家具透露自然与原始之美。

软体家具主要指的是以海绵、织物为主体的家具。软体家私属于家私中的一种，包含了休闲布艺、真皮、仿皮、皮加布类的沙发、软床。

特点：环保、耐用等。软体家具因色彩清雅、线条简洁，适合置于各种风格居室，显示出独特魅力。

以毛竹为主要材料制作支架，在支架上用藤皮缠绕、编织而构成的各种家具。

特点：这种家具精巧、轻便、坚实、耐用，春夏秋冬，四季皆宜，是我国民间广泛使用的.家具之一。

板式家具是指由中密度纤维板或刨花板进行表面贴面等工艺制成的家具。

板式家具是以人造板为主要基材，是板件为基本结构的拆装组合式家具，全部经表面装饰的人造板材加五金件连接而成的家具。

特点：板式家具具有可拆卸，造型富于变化，外观时尚，不易变形，质量稳定，价格实惠等。

钢木家具：主体结构以木材（包括人造板）为板面基材，以钢材为骨架基材，配合制成的各种家具。

特点：简单的几何结构、简单的钢木组合和简单的色彩表现，表达了钢木家具对简约之风。

此次调研的家具城里的家具按风格主要分为现代家具、欧式古典家具、中式家具等。

现代家具：

a、简洁明快、实用大方。因为“极简主义”的生活哲学普遍存在于当今大众流行文化中。

b、依靠新材料、新技术加上光与影的无穷变化，追求无常规的空间解构，大胆鲜明对比强烈的色彩布置，以及刚柔并举的选材搭配。

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、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。

2、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。

3、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。

中式家具的特点，是在室内布置、线形、色调以及家具、陈设的造型等方面，吸取传统装饰“形”、“神”的特征，以传统文化内涵为设计元素，革除传统家具的弊端，去掉多余的雕刻，糅合现代西式家居的舒适，根据不同户型的居室，采取不同的布置。

家具不是只要好看就行，还要使用起来舒适方便。家具产品本身是为了使用的，所以，家具设计中的尺寸，造型色彩及其布置方式都必须符合人体各部分的活动规律，以便达到安全、实用、方便、舒适、美观的目的。现代家具的设计特别强调与人体工程学相结合。人体工程学人体工程学是一门“研究人在某种工作环境中的解剖学、生理学和心理学等方面的各种因素；研究人和机器及环境的相互作用；研究在工作中、家庭生活中和休假时怎样统一考虑工作效率、人的健康、安全和舒适等问题的科学”。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。因此，良好的家具设计可以减轻人的劳动，节约时间，使人身体健康，心情愉悦，而良好的家具设计得益于正确地使用人体工程学原理。

通过这次的调研，我对家具的材料、结构，工艺、尺寸，以及室内各种家具之间大小比例的设计等有了进一步直观，深刻的认识。对我以后的学习和设计有很大的帮助。并且通过询问调查，我们知道现阶段最受欢迎的家具是多功能性家具，因为快节奏的都市生活影响，它受到很多人青睐，它功能性和灵活性强、可伸缩不占空间。

**家具市场调研报告PPT篇十**

因为本月底成都国际家具展将在成都新世纪会展中心开展，现在很多家具企业都开始在各自的卖场举行促销活动，促销手段单一并且只停留在产品本身上。95％以上的卖场采取了价格折扣促的销手段，只有不到5％的家私企业还附加赠送小饰品、小家具等方式的促销手段。

卖场内的广告主要有平面广告、卖场内的促销广告和文本资料以及卖场内的电视广告。经本人仔细观察，消费者更多的是索取卖场的资料，而对整个卖场内的平面广告和电视广告并不感冒。电视广告主要是好迪家私和金浪家私的广告，并且都属叫卖型，对消费者的吸引度不高；平面广告多侧重在明星代言的形象展示，但是在众多品牌的平面广告下显得没有特色，吸引度不够。

结束语

为还是企业的产品等。这并非否认众家私企业的优势和多年经营的成绩，而是希望四川家私企业能够更上一层楼，在市场竞争中不断提升自己，充分展示自身的实力，并且走得越远越高。

**家具市场调研报告PPT篇十一**

沙发按目前市场上流行的产品类别可分为：真皮沙发、布艺沙发、皮布沙发、实木加布艺沙发、实木加真皮沙发、钢架沙发、藤编沙发、全实木沙发、板式加布艺或真皮沙发等。当然，沙发产品领域最主要的还是真皮沙发和布艺沙发两大类。而且这两大类沙发一直会作为一种主导家具品种长时间的流行下去。

沙发市场的沙发高档品牌主要有以整体家居布置、沙发配套为主的有全友家私、皇朝家私、香港富得宝、香港乐其、宜家家私等、以及主营沙发的芝华士：中档品牌则包括吉斯、喜梦宝、世纪博森、依诺维绅、成都南方等，低档品牌则是一些本土和其他各地区县城的小品牌。

平民百姓、普通工薪族是低层次、低价位的主要消费群体。他们的要求是：简洁实用而又有现代美感；功能较多，以便于充分利用有限的居住空间；希望中高档次的设计及风格，但是价位偏于中低价，心理上能感到物有所值。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。

中高层次的消费群，这部分消费者包括企、事业单位的管理人员。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。

都市新贵或富豪的高层次群体。这部分人居于消费金字塔的顶端。一般都有别墅或是豪华的住房，对沙发的要求首先是品牌要与自己的社会或金钱地位相匹配，通常选择的是国际品牌或知名品牌。

中国消费者沿袭着老一辈的消费特点，习惯货比三家。在百花齐放的家具种类及品牌面前持观望态度，进一步比较再进行选择。在软体家具的选择上，年轻一族青睐休闲类沙发，因其适中的价格及舒适的触感；而中年人则选择比较贵重的装饰华丽的贵族风格沙发，提高家里装饰的档次，彰显自己的品味。

消费者选择标准——无污染、没怪味、舒适、款式合理、价格实惠

高消费——大品牌

中低消费——舒服、价格便宜

现用沙发品牌——南方、泰新、以及济南本地产布艺沙发

认为现在较好的沙发品牌是芝华士、皇朝家私、全有家私以及一些香港品牌等。

通过访谈和查找二手资料，有三大走势：

c) 品牌方面：由于产品日趋细分，沙发品牌呈两极化发展，知名品牌更加注重其品牌的建设和推广，某些中档品牌则在竞争中淘汰，而那些杂牌、小品牌则依旧利用自己的成本、价格以及地域优势，占据中下层消费区域。

可是我认为家具未来的发展趋势还有以下几大趋势：

1、环保家具。

环保家具是指那些立足于生态产业的基础上，合理开发、利用自然材料生产出来的能够满足使用者特定需求，有益于使用者健康，并且具有极高文化底蕴和科技含量的家具。

2、智能化家具

家具“智能化”己成为我国家具业的发展趋势。“智能化”的家具组合反映了家具本身的内在联系，使得原本单一的家具兼具其他功能。如沙发、茶几可变化为餐桌，书柜又具有写字台功能等。

目前我国的软体家具市场是一个成长迅速、潜力巨大的成熟市场，随着国外更多产品的进入和国内品牌的逐步成长，中国软体家具市场也将进入繁荣的阶段，未来中国软体家具发展前景广阔。我国企业加强研发设计、树立高端品牌、加深内功修炼，才是行业稳步发展、健康繁荣的根本。

**家具市场调研报告PPT篇十二**

家具市场调研报告

调研时间：2024年12月31号

调研地点：省建材市场、市建材市场

调研对象：板材、五金、家居陈设品

板材

由原木纵向锯成的板材和方材的统称。宽度为厚度三倍以上的称“板材”；宽度不足厚度三倍的矩形木材称“方材”。是家具制造、土建工程等常用的材料。板材按材质分类可分为实木板、人造板两大类；按成型分类可分为实心板、夹板、纤维板、装饰面板、防火板等等。在大自然中有许多种类的木材都可以用来制作家具，但由于各种木材所生长的环境、土壤和地理位置不同，其质地、纹理、吸水性等都大不相同。一般按加工的特性将其分为硬木和软木两大类。人造板，顾名思义，就是利用木材在加工过程中产生的边角废料，混合其他纤维制作成的板材。人造板材种类很多，常用的有刨花板、中密度板、细木工板（大芯板）、胶合板，以及防火板等装饰型人造板。因为它们有各自不同的特点，被应用于不同的家具制造领域。

家具板材常用规格：2440\*1220mm 常用厚度：3mm、5mm、6mm、9mm、12mm、15mm、16mm、18mm、25mm。

拼装板材规格

1.短料是指板材的材长在2米以下

2.长料是指板材的材长在2-12米的锯材

3.方料分两种

五金

五金类产品种类繁多，规格各异，但是五金类产品在家居装饰中又起着不可替代的作用，选择好的五金配件可以使很多装饰材料使用起来更安全、便捷。目前居然材料市场所经营的五金类产品共有十余类上百种产品。

1、锁类

2、拉手类

(1)抽屉拉手、柜门拉手、玻璃门拉手

3、门窗类五金

4、家庭装饰小五金类

5、水暖五金类

6、建筑装饰小五金类

7、工具类

8、卫浴五金

9、厨房五金、家电类

10、机械部件类

11、家具五金配件

家居陈设品

室内陈设品是指具有一定实用价值并兼有观赏性的陈设，一般包括卧室内的被套、床单、毛毯、花瓶、灯具、玻璃制品、枕套和各房间的家具蒙面、装饰植物、器皿、地毯和壁挂等。织物一般质地柔软，手感舒适，易于产生温暖感，使人亲近。天然纤维棉、毛、麻、丝等织物来源于自然，易于创造富于人情味的自然空间。从而缓和室内空间的生硬感，起到柔化空间的作用。同时也增添了室内空间的色彩。灯具在室内陈设中起着照明的作用，从灯具的种类和型制来看作为室内照明的灯具主要有吸顶灯、吊灯、地灯、嵌顶灯、台灯等，难以想象室内没有光线，人们怎样去生活。装饰植物引进室内环境中不仅起到装饰的效果，还能给平常的室内环境带来自然的气氛。根据南北方气候的不同和植物的特性，在室内放置不同的植物。通过它们对空间占有、划分、暗示、联系、分隔从而化解不利因素。

陈设艺术的范畴非常广泛，内容极其丰富，形式也非富多彩。陈设品作为室内环境的重要组成部分，在室内环境中占据着重要地位，也起着举足轻重的作用。认识到陈设品的作用并在空间设计中发挥它的作用，必将创造出丰富多彩的人性空间。

以上是本次调研的收获。

**家具市场调研报告PPT篇十三**

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。具有很强的中国名族气息，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。

艺峰沙发”的造型及功能设计源自纯正的欧洲经典风格，最大的卖点就是其舒适的坐感。艺峰自然主义系列沙发选用高寒地区的优质黄牛皮，坚固、柔韧，有良好的透气性及舒适性，具有冬暖夏凉的特性。填充料选用高弹高密的聚氨酯，天然羽绒及超细纤维， 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。

**家具市场调研报告PPT篇十四**

20xx年xx月xx日

哈尔滨月星国际

了解一下家具材料、结构、工艺、家具品牌、家具本身的设计，以及家具发展的情况。

（一）此次调研的家具城里的家具按风格主要分为现代家具、欧式古典家具、中式家具等

1、现代家具

现代家具

a、简洁明快、实用大方。因为“极简主义”的生活哲学普遍存在于当今大众流行文化中。

b、依靠新材料、新技术加上光与影的无穷变化，追求无常规的空间解构，大胆鲜明对比强烈的色彩布置，以及刚柔并举的选材搭配。

2、欧式古典家具

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）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。

2）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。

3）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、中式家具

中式家具的特点，是在室内布置、线形、色调以及家具、陈设的造型等方面，吸取传统装饰“形”、“神”的特征，以传统文化内涵为设计元素，革除传统家具的弊端，去掉多余的雕刻，糅合现代西式家居的舒适，根据不同户型的居室，采取不同的布置。

（二）家具设计应符合人体工程学

家具不是只要好看就行，还要使用起来舒适方便。家具产品本身是为了使用的，所以，家具设计中的尺寸，造型色彩及其布置方式都必须符合人体各部分的活动规律，以便达到安全、实用、方便、舒适、美观的目的。现代家具的设计特别强调与人体工程学相结合。人体工程学人体工程学是一门“研究人在某种工作环境中的解剖学、生理学和心理学等方面的各种因素；研究人和机器及环境的相互作用；研究在工作中、家庭生活中和休假时怎样统一考虑工作效率、人的健康、安全和舒适等问题的科学”。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。因此，良好的家具设计可以减轻人的劳动，节约时间，使人身体健康，心情愉悦，而良好的家具设计得益于正确地使用人体工程学原理。

通过这次的调研，我对家具的材料、结构，工艺、尺寸，以及室内各种家具之间大小比例的设计等有了进一步直观，深刻的认识。对我以后的学习和设计有很大的帮助。并且通过询问调查，我们知道现阶段最受欢迎的家具是多功能性家具，因为快节奏的都市生活影响，它受到很多人青睐，它功能性和灵活性强、可伸缩不占空间。

**家具市场调研报告PPT篇十五**

20xx年3月5日，为了了解市场上的soho家具设计，便走访了“广州宜家家居”。

来到了“宜家家居”，从外观看感觉不大，简简单单的三层，但当你走进里面的时候，就像走迷宫似的，琳琅满目的商品看得眼花缭乱。其中，从大的角度来看，有配套式的，有单独类别的。配套式的很吸引客人的眼球，整一套不同风格的搭配，显得很特别、很舒服，感觉小小的空间，却摆设着许多家具，体现了soho家居的生活方式。虽然它是整套摆放的场景，但是它的方向还是主要单件销售的，场景里面每件家具都有标价和型号编码，如果你想购买哪一件家具就把编码记住，走的时候到结账台领取就可以了。这种购物方式十分悠闲、自在。其次，在“宜家家居”里面，还可以随便去尝试坐坐、看看，甚至可以照相。如果你饿了、渴了，在里面就有得吃的、喝的，给顾客提供十分便捷的服务。我十分喜欢这种购物方式。至于单件类别的，它们分有一定的区域，例如有椅子、柜子、桌子等等，同一类别不管在外形、功能等，提供给你不同的对比，尽管挑到你喜欢的。而且我感觉价格也不是很贵，中等水平吧！这大概主要是面向普通家庭中等消费者吧！

接下来就来说说自己走访“广州宜家家居”的一些研究报告吧！

首先，我的路线是从场景式家具开始的：

走进二楼，就在门口的的角落，大概有20平方米的小空间吧！小小一个房间，房间的一边摆放着一套电脑桌椅，电脑桌很会利用上下空间，桌子的上面设有储物柜，桌子的旁边就是一个简简单单的书架，显得十分“soho”。另外一边便是电视与沙发的搭配，显得十分悠闲，很适合单身工作者的生活方式。

这是比较大的场景，大概有70~80平方米吧！里面设有厨房、卫生间、客厅、就餐区、小书房。风格有点像欧式化，给人一种淡雅的感觉。每个空间错落分明，首先是卫生间与厨房，厨房主要以柜式结构为主，储物功能非常大，又不占用多少空间。柜式储藏显得东西不会杂乱，有条理地使用。跟着就是就餐区，就餐区设有酒水茶水放置的桌子，这是联系着厨房与客厅的中介区。可以给厨房与客厅带来不少的方便，又不占用空间。接着就是客厅，客厅主要设有一套沙发，一张方桌，对着就是一个白色的电视柜，显得十分优雅、闲适。旁边就是小小的书房，书房与客厅以花色的布帘间开来，里面设有简单木书柜与一张木书桌，很有书香的气氛。

这是一个大概有30平方米的卧室，里面设有双人床与bb小床，很适合新婚soho一族。双人床的床头设有大大小小的柜子，充分利用好摆设空间，还有床底下有4个大抽屉，可以放置一些衣物，最特别的是床上的纸吊灯，给卧室增添不少的气氛，双人床的旁边有个小小的窗台间，那里也算是个更衣室吧，它是用布纱使外面空间隔开的。窗台间可以看书，更衣，还可以把小孩放置在那享受美好的阳光。显示出十分有爱的一个家庭。

我比较喜欢这种风格，不过这对于一个家庭的使用好像比较繁琐，但是对于一些单身soho办公的人群却比较实在，因为一张床占用的空间比较大，把它架起来就可以节省许多空间，下面可以作办公空间，这是对于在繁华的城市，人多地少，很难付得起那昂贵的房租，那只好在上下空间上作文章的人群。同时，我看见这一款是比较受人关注的，往往会有人很多顾客在这围着、或走进里面观看。

然后，就是一些单件分类的家具。

每一种椅子都有很多风格、外形给你挑选，看到你喜欢的，可以直接去坐坐、看看，实地享受一下。

沙发椅：长沙发椅主要以中高档真皮沙发为主，短的主要以布艺沙发为主。

休闲椅：基本都是以木材与布料的结合，利用木材的韧性创造一种休闲享受。

竹藤椅：它的椅子跟以前的藤椅差不多，很适合田园生活的家庭，很有田园气氛。

办公椅：办公椅是最常见的，所以它的款式是最多的。不管男女老少，在这里应该也会挑到自己合适的办公椅，还有各种各样的款式和颜色，总之，这里的椅子是挺齐全的。

主要是办公桌

“宜家家居”最多的是办公桌，而且它的办公桌很多是方方正正的电脑桌，外观线条简单，不占太大的空间，很适合soho一族，但是对于一些个性的设计师，这明显显示不出一名个性设计师的风格。不过，这也十分适合广大的普通顾客使用者，因为他们没有对外形过分的追求，实用方便就是他们大部分所向往的。所以对于这些桌子的消费情况是不成问题的。

不过，我感觉功能方面还是做得很少，可能这是它定位有关吧！反正没有过多繁琐的部件，价格就不会很高的。起码它可以控制一下制造的成本。

我觉得“宜家家居”里面的茶水柜和电视柜是不错的，茶水间虽然在我们生活中是一个不起眼的空间，但是它也是我们生活必不可少的，“宜家家居”的茶水柜做得很简单，很多主要以茶具、餐具摆放在一起，起到一个中介作用，可以灵活空间的应用。如果在上面放几盘小盆栽，显得更加生气勃勃。大概就是“水是生命的延续”这种写意吧！至于它的电视柜，也是很省空间的。电视上面设有几个柜子，显得空间没有那么空旷，也加大了储藏的位置，简直一举两得！

普通双人床就见得多了，就说说“宜家家居”的架子床吧！

这是单人的办公桌，上面是休息的空间，下面是工作的空间，很好的利用了上下的空间，占地面积不大，十分适合学生与城市个人起居的soho一族。

这是一张双层的架子床，它的材料主要是木材。适合一个拥有两个孩子的家庭，一个房间放置这样一张架子床，总比放上两张大床好，这样他们可以各拥有自己的空间，避免了各种的尴尬与不便。这是十分实用的。

经过这次“广州宜家家居”的实地调研，收获很大。首先，我很向往“宜家家居”那种购物方式，在里面就像一个“家”那样，可以随心所欲尽情享受家具。其次，最重要的是在里面可以见识到各种各样的家具，可以了解它们的销售情况和价格。针对市场上的销售情况，我们才可以有针对性去设计自己的家具，拒绝盲目的构思和随意的设计。我们每想做一件商品时，应该带有一种社会责任心。做出来的商品要富有人性化。所以市场调研是必不可少的。在调研中，发现了空间在家具设计中也是很重要的。要充分利用好上下的空间。soho家具的市场销售情况不错，鼓励向这个方面去发展。

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