

2023年家具销售市场调研总结 家具市场调研报告(优秀5篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。怎样写总结才更能起到其作用呢？总结应该怎么写呢？这里给大家分享一些最新的总结书范文，方便大家学习。

家具销售市场调研总结篇一

家具不仅是一种简单的功能物质产品，而且是一种广为普及的大众艺术，它即要满足某些特定的用途，又要满足供人们观赏，使人在接触和使用过程中产生某种审美快感和引发丰富联想的精神需求，家具产品市场调研报告。所以说，家具既是物质产品，又是艺术创作，这便是人们常说的家具二重特点。家具的类型、数量、功能、形式、风格和制作水平以及当时的占有情况，还反映了一个国家与地区在某一历史时期的社会生活方式，社会物质文明的水平以及历史文化特征。家具是某一国家或地域在某一历史时期社会生产力发展水平的标志，是某种生活方式的缩影，是某种文化形态的显现，因而家具凝聚了丰富而深刻的社会性。

xx万和家居广场

通过家具市场的实地调研，了解家具设计风格、材料、结构以及人们对家具的喜好偏向。

家具的构成要素大致可分为四种：材料、结构、造型、功能。家具功能是基础是推动家具发展的动力；结构是主干，是实现功能的基础。这四种因素互相联系，又互相制约。

1、材料

材料是构成家具的物质基础，在家具的发展史上，从用于家具的材料上可以反映出当时的生产力发展水平。除了常用的木材、金属、塑料外，还有藤、竹、玻璃、橡胶、织物、装饰板、皮革、海绵等。然而，并非任何材料都可以应用于家具生产中，家具材料的应用也有一定的选择性，其中主要应考虑到下列因素，调查报告《家具产品市场调研报告》。

(1) 加工工艺性。

(2) 质地和外观质量。

(3) 经济性

(4) 强度。

(5) 表面装饰性能。

2、结构：

结构是指家具所使用的材料和构件之间的一定组合与联接方式，它是依据一定的使用功能而组成的一种结构系统。它包括家具的内在结构和外在结构，内在结构是指家具零部件间的某种结合方式，它取决于材料的变化和科学技术的发展。如金属家具、塑料家具、藤家具、木家具等都有自己的结构特点。

另外，家具的外在结构直接与使用者相接触，它是外观造型的直接反映，因此在尺度、比例和形状上都必须与使用者相适应。例如座面的高度、深度、后背倾角恰当的椅子可解除人的疲劳感；而贮存类家具在方便使用者存取物品的前提下，要与所存放物品的尺度相适应等。按这种要求设计的外在结构，也为家具的审美要求奠定了基础。

3、造型：

家具的外观形式作为功能的外在表现，具有认识功能，因此，具有信息传达和符号义；还能发挥其审美功能，从而产生一定的情调氛围，形成一定的艺术效果，给人以美的享受。

4、功能：

可把家具产品的功能分为四个方面，即技术功能、经济功能、使用功能与审美功能。 家具分类：

（一）此次调研的家具按风格主要分为：古典家具和现代家具

（四）按 应用角度主要分为：室内家具、室外家具（城市家具）

（五）按功能角度可以分为：坐具、床、柜子、桌椅等

（六）按档次角度可以分为：高档家具、中高档家具、中档家具、中低档家具等等

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。

现代风格家具

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) 重雕工：“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) 偏艳色：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。

欧式风格家具

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。

家具销售市场调研总结篇二

家具随着人们的生活水平的提高，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術，目前，曲美集团是中国唯一拥有此項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。

家具销售市场调研总结篇三

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

家具销售市场调研总结篇四

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侵害，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。

家具销售市场调研总结篇五

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、棕等多种色彩可选，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。