

# 家具材料市场调研报告 家具市场调研报告 (实用5篇)

报告，汉语词语，公文的一种格式，是指对上级有所陈请或汇报时所作的口头或书面的陈述。那么报告应该怎么制定才合适呢？下面我给大家整理了一些优秀的报告范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

## 家具材料市场调研报告篇一

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。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。

调研时间□20xx年5月20日

调研地点：大连万和家居广场

调研目的：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。

调研内容：

家具构成要素

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。

(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。

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。

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活动规律，以便达到安全、实用、方便、舒适、美观的目的。

益于正确地使用人体工程学原理。

调研总结： 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。

## 家具材料市场调研报告篇二

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型，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。

## 家具材料市场调研报告篇三

经过一断时间亲临成都八一家具城、红星美凯龙、新世纪广场、好百年等大型家具卖场，对四川家具行业状况进展市场调研，得出以下结论，供争论。

### 1、售后效劳

据调查，八一家具卖场内除了珍贵实木家具实行终身售后效劳外其他家具都实行售后效劳一年的政策，并且条件都仅限于产品质量问题。所以本人认为，家私企业的售后效劳做得还不够让消费者动心。

### 2、品牌认知

卖场内家具品牌杂多，并且产品在质量、颜色、款式、规格等同质化严峻不易区分，在卖场内的消费者目的性很强，依据自身的需要直接进入其中一个卖场进展询问，但对品牌缺乏认知，消费者并非单纯为了购置某个品牌的家具而光临其卖场。

### 3、导购的专业技能以及效劳水平

一般家具卖场导购人员在1-3人，其中导购只有1人的卖场占80%以上。卖场导购的专业技能以及效劳水平低下，导购人员对待客户的态度差异很大。在专业技能上，75%以上的导购人员不能说出一套皮质沙发的皮质种类，布艺沙公布料的种类，不知道家具的内部构造，甚至不清晰家具的使用留意事项，在答复客户的询问时多以可能是、应当是等模糊答复；在效劳水平上，主要表现在导购人员待客的态度和热忱上，导购人员在对待不同购置欲望的客户态度差异特别大，甚至有些导购根本就只顾玩自己的事不理睬来观客户。

### 4、卖场状况

除了珍贵实木家具卖场以外其他的卖场90%以上面积在100平方米以内，全友在500平方米以上，掌上明珠在300平方米以上。店面形象以及店内设计装饰都没有太多特色来吸引消费者，消费者参观大多都是逐个卖场看、比对性价。由于家私企业并没单肯定位在某种消费人群上，所以85%以上的家私企业在卖场内摆放设计混乱，主题性不强，皮质、布艺、木质家具的摆放使人眼花缭乱。家具卖场的设计和装修直接呈现到家私企业的形象，表达企业的文化内涵，张扬企业的品牌共性，但是本人所到各家具卖场之处，感觉卖场的设计装饰缺乏特色，缺乏家私企业的属性，吸引消费者的力度很小。

### 5、促销手段及销售方式

由于本月底成都国际家具展将在成都新世纪会展中心开展，现在许多家具企业都开头在各自的卖场进行促销活动，促销手段单一并且只停留在产品本身上。95%以上的卖场实行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。

卖场对家私产品的销售方式主要有套售、零售和配售三种形



式。套售就是几件家具形成一套进展销售，比方沙发、茶几、电视柜等形成一套进展销售；零售就是单件家具销售；配售是一种共性化的销售方式，依据客户的共性化需求进展组配销售。可以看出不同的消费人群实行的对应的销售方式是不一样的，首次置业的新居消费者多项选择择套售，年龄段在25岁-35岁之间；选取单件家具购置的人群集中在40岁以上的人群；而配售的销售形式则适合于前两者，消费者可依据自身居室的装修风格和现有家具的状况进展配家具购置。

## 6、消费者对家具产品的要求

对于消费者来讲，家具产品的质量是他们较少关怀的，消费者更关怀家具的款式、颜色搭配以及家具本身的共性化延长。在卖场内，本人跟随几对客户进入卖场，了解到消费者并不是很重视该产品的质量，问的最多的问题除了价格以外更多的是款式、颜色搭配、卫生状况以及该产品的共性化延长，比方颜色的更换，产品的多变功能等。所以看得出来消费者注意的是整个家居的气氛和个人使用的便利性与舒适度。

## 7、消费者在卖场的停留

消费者在卖场停留的时间大多在1-3分钟。这主要受卖场和产品本身的吸引度、消费者的实际需求、卖场导购人员的效劳等影响。从这点我们可以看得出卖场为了促进销售，在对待上门客户上还有很多功课要做。

## 8、消费者对卖场内的广告

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。经本人认真观看，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现，但是在众多品牌的平面广告下显得没

有特色，吸引度不够。

完毕语

此调研报告更多地指出了家私企业在卖场的诸多缺乏，无论是企业与消费者之间还是企业自身；无论是从消费者的需求还是企业的营销；无论使消费者的行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，而是盼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，充分展现自身的实力，并且走得越远越高。

## 家具材料市场调研报告篇四

从目标市场的凹凸定位来看：

平民百姓、一般工薪族是是低层次、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：简洁有用而又有现代美感；功能较多，以便充分利用有限的居住空间；盼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。这是一个浩大的市场群体。这一类消费群还是杂牌的天下，因其长于抄袭与仿照，拙于原创与设计研发。因此，它们可以利用自身的各项本钱优势，吸引了广阔的中下层次的消费群。

也有定位都市新贵或富豪的高层次家私，这局部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

一般的家具都盼望营造安祥平和的室内环境，利用夸大的造型，还有绚丽的颜色(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。很多家具能通过移动、调整、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

新古典主义家具分散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根底上，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，在传统上进展创新设计，风格清雅、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”，许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、餐桌都看似简洁，实则是功能与艺术的完善结合。独树一帜的风格后面是独树一帜的生活态度：镇静、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，是人类最朴实，最本质的想法。功成名就之后的“退隐山林，笑傲江湖”，是追求胜利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，静处安家”的愉悦。从本人这次考察来看：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、最轻松应是少年儿童，随着经济条件的改善，一局部家庭也为小孩留出展现共性化的空间。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。颜色上，多使用鲜亮的浅色或粉色。颜色较为繁富，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，更应是企业的核心竞争力。这里有两个方面的缘由。第一，家具业目前尚处于市场进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，市场的进展将随着竞争进展主要分生产阶段，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)其次，家居设计是一们商业艺术，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，是制造者共性的表达，具有美感和保藏价值，随着时间的推移更显宝贵。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?好的设计固然要有人(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。但这里不争论这些问题，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制造的源泉。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”，由于，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展制造之后，我们面对的是“自然的人化”。比方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制造的“自然的人化”，“搜尽奇峰打草稿”，我想，这应是家具业进展原创设计的不朽源泉。

流行的元素中，有属于风格、共性层面的东西(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(如最近流行确实良简约潮流)，也有属于时尚层面的东西。假如把时间作为一个衡量的指标，共性、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、共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。

## 家具材料市场调研报告篇五

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。