

2007-2008年中国橱柜行业 研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国橱柜行业研究发展分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/1265.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章、橱柜相关概述

第一节、橱柜的介绍

- 一、橱柜组成部分的分类
- 二、橱柜延米计价的概念及计算方法
- 三、橱柜行业的特殊性

第二节、橱柜的设计原则

- 一、橱柜设计中不同材料的风格
- 二、橱柜设计要符合美学原则
- 三、橱柜设计要体现人性化
- 四、橱柜设计的其他重要原则

第三节、橱柜的安装准备及厨房测量

- 一、橱柜的安装准备工作
- 二、厨房尺寸测量的注意事项
- 三、厨房测量的步骤

第二章、橱柜市场分析

第一节、世界橱柜市场发展概况

- 一、世界主流橱柜的特点
- 二、德国橱柜向人性化时尚化方向发展
- 三、美国橱柜市场发展状况
- 四、美国橱柜市场高速增长的原因分析

第二节、中国橱柜市场发展分析

- 一、中国橱柜在美国市场的发展概况
- 二、2006年橱柜市场特征分析
- 三、橱柜市场中外品牌竞争激烈
- 四、橱柜企业竞争手法多样化
- 五、品牌企业纷纷推出绿色橱柜
- 六、橱柜产品设计出现性别区分

第三节、中国主要地区橱柜市场分析

- 一、上海橱柜企业积极开拓外地市场
- 二、广州高端橱柜逐渐打开市场

三、海南橱柜市场发展特点分析

四、辽宁橱柜市场发展状况

五、深圳橱柜行业亟需规范

六、河北橱柜企业发展策略

第四节、橱柜台面材质发展状况

一、主要橱柜台面材质优缺点对比

二、石英石橱柜台面市场简析

三、中国人造石橱柜材面发展状况

第三章、橱柜市场品牌发展分析

第一节、橱柜品牌的意义

一、橱柜品牌的价值所在

二、品牌与非品牌橱柜的差距

三、橱柜品牌成消费者首选要素

四、橱柜品牌传播的核心及理念

第二节、橱柜品牌发展状况

一、橱柜与居家消费的关系

二、中国橱柜行业催生全国性品牌

三、中国不同类型橱柜品牌比较分析

第三节、区域性品牌的发展状况

一、区域品牌橱柜冲击一二级市场

二、中国区域性品牌强势崛起

三、三四级市场成企业发展壮大的主战场

第四节、打造橱柜品牌的策略

一、橱柜增强品牌竞争力的策略

二、从杂牌厂家到名牌橱柜的发展策略

第四章、橱柜行业的营销分析

第一节、橱柜行业主要营销模式选择

一、橱柜加盟代理与直营的优劣

二、橱柜行业网销营销兴起

三、橱柜选好营销模式的原则

第二节、橱柜行业的透明营销

一、透明营销的概念及手法

二、透明营销推动橱柜品牌竞争升级

三、欧派向社会公开生产流程

四、康洁向大众媒体展示先进技术设备

第三节、主要橱柜企业营销状况分析

一、皮阿诺橱柜借力奥运营销

二、欧派文化营销引领行业发展

三、主要橱企新闻媒体营销的比较分析

第四节、橱柜经销状况分析

一、橱柜企业试行产销分离模式

二、厦门橱企首创厂家直销模式

三、展会成为成都橱企建立网络渠道的新途径

四、橱柜经销体系面临的问题及发展策略

第五节、橱柜业营销的问题及策略

一、橱柜营销面临的困难

二、橱柜企业市场营销攻略

三、橱柜企业终端营销的原则及其方略

第五章、橱柜重点企业

第一节、澳柯玛

一、公司简介

二、2006年1-12月澳柯玛公司经营状况

三、2007年1-6月澳柯玛经营状况

四、澳柯玛橱柜发展概况

第二节、欧派

一、公司简介

二、欧派橱柜四大营销战略

三、欧派利用质价比进行市场竞争

四、欧派积极塑造橱柜行业品牌

第三节、科宝博洛尼

一、公司简介

二、科宝善用概念营销造势

三、科宝博洛尼细分市场和消费群体

第四节、雅迪尔

一、公司简介

二、雅迪尔发展的优势及取得的成绩

三、雅迪尔橱柜产品的特色

第五节、建潘卫厨

一、公司简介

二、建潘卫厨的金牌橱柜成功之道

三、建潘卫厨的金牌橱柜宣扬品质及品位的理念

第六节、我乐

一、公司简介

二、我乐创新营销模式领军南京橱柜行业

三、四大品牌助力我乐实现跨越式发展

四、我乐应对原材料上涨的措施

第七节、其他橱柜企业

一、北京康洁家具有限公司

二、北京隆森木业有限责任公司

三、杭州老板实业公司简介

四、青岛帝森家庭橱柜厨具有限公司

五、湖北一新橱柜公司

第六章、整体厨房行业概况

第一节、整体厨房相关概述

一、整体厨房的涵义

二、整体厨房的主要类型

三、整体厨房设计应遵循的规则

四、整体厨房与传统厨房的比较

第二节、整体厨房行业发展状况

一、整体厨房市场发展概况

二、厨房电器企业向整体厨房延伸

三、橱柜企业对家电企业涉足整体厨房的反应

第三节、整体厨房发展中的问题及策略

一、整体厨房设计及消费的误区

二、整体厨房行业发展中的问题

三、整体厨房行业发展的建议

第四节、整体厨房的前景及发展趋势

一、整体厨房产业投资机会大

二、整体厨房的发展趋势探析

第七章、橱柜相关行业发展分析

第一节、建材行业

一、中国建材产业的发展概况

二、2006年家居建材行业四类产品引领时尚

三、建材工业“十一五”指导思想及要求

第二节、木材行业

一、木制橱柜的分类及优点比较

二、2006年中国木材行业进口状况

三、2006年国内西部木材市场运行良好

四、木材等原材料涨价给橱柜行业带来的影响

五、实木橱柜流行趋势分析

第三节、五金行业

一、橱柜五金配件的分类及功能

二、五金制品的生产经营模式

三、五金行业存在的问题及发展策略

四、五金行业发展前景看好

第四节、装修装饰行业

一、装修装饰行业发展概述

二、家装公司涉足橱柜业的优势

三、非正规橱柜装修搅乱市场

四、集成家装引领装修行业新革命

第八章、橱柜行业的问题、对策及发展趋势

第一节、橱柜市场的问题分析

一、橱柜市场经营不规范

二、橱柜行业伪装外国名牌谋暴利

三、品牌建设成橱柜行业当务之急

四、橱柜企业暴利经营下的隐忧

五、橱柜行业概念先行标准滞后

六、国产橱柜的设计需从国情出发

第二节、橱柜企业发展对策

一、橱柜企业要重视营造良性竞争市场

二、橱柜行业成功的核心要素分析

三、打造橱柜行业一流企业的策略

四、中小型橱柜企业发展策略

第三节、橱柜业发展前景及趋势

一、整体橱柜成朝阳行业

二、橱柜三四级市场开发潜力大

三、橱柜业未来发展特征

四、橱柜产品设计趋势

图表目录：

图表1 1996-2005年美国橱柜市场年销售增长率

图表2 美国橱柜市场主要产品市场份额

图表3 美国新建民宅中橱柜平均预装数量

图表4 美国建筑商直接从生产商采购的比例

图表5 欧派、科宝、雅迪尔三大品牌报道数量对比

图表6 欧派、科宝、雅迪尔三大品牌新闻报道频率对比

图表7 欧派、科宝、雅迪尔三大品牌新闻媒体投放数量对比

图表8 2006年1-12月澳柯玛公司主要财务数据

图表9 2006年1-12月澳柯玛公司非经常性损益项目及金额

图表10 2004-2006年澳柯玛主要会计数据及财务指标

图表11 2006年1-12月澳柯玛主营业务分产品情况

图表12 2006年1-12月澳柯玛主营业务分地区情况

图表13 2006年1-12月澳柯玛主要费用情况

图表14 2007年1-6月澳柯玛主要会计数据及财务指标

图表15 2007年1-6月澳柯玛非经常性损益项目及金额

图表16 2007年1-6月澳柯玛主营业务分产品情况

图表17 2007年1-6月澳柯玛主营业务分地区情况

图表18 2000-2006年中国木材及木制品进出口金额

图表19 2004-2006年中国热带阔叶原木进口地区及数量变化

图表20 2005年中国热带锯材主要进口地区进口数量占比情况

图表21 2006年中国热带锯材主要进口地区进口数量占比情况

图表22 2003-2005年中国工具五金制品出口总额

图表23 2003-2005年中国国内五金市场总金额

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1265.html>