

2014-2019年中国橱柜行业 监测与投资前景分析报告

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

《2014-2019年中国橱柜行业监测与投资前景分析报告》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/201403/102399.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

橱柜，又称“家庭厨房家具”、“橱柜兵”等，是家庭厨房内集烧、洗、储物、吸油烟等综合功能于一身的家庭民用设施；它是现代整体厨房中各种厨房用具与厨房家电的物理载体和厨房设计思想的艺术载体，所以它是现代整体厨房的主体。橱柜起源于欧美，于二十世纪八十年代末九十年代初经由香港传入我国广东、上海、北京等地，并逐步向大陆其他省市渗透发展。改革开放以来，现代家庭橱柜这一新生事物迅速在大陆各地蓬勃发展，并形成了庞大的产业市场，成为我国的朝阳行业。

中国橱柜业走过的道路跟中国家具业和家装业走过的路有相似之处，都是由简单的家庭小作坊制作特点逐渐地转向工业化生产发展的模式，假如说中国的家具业、家电业已逐渐步入成熟期的话，中国的橱柜业则刚进入成长期，机会和财富相继而来，势头汹涌。橱柜行业在中国已经形成了较为清晰的市场构架，行业日渐成熟，市场上高端橱柜以进口品牌为主，中端橱柜以合资品牌为主，低端橱柜以国产品牌为主，满足各阶层人士的不同需求。目前国内橱柜企业主要集中于北京、上海、福建、广东四大区域，这几大区域在设计、服务、治理等方面引领着国内橱柜行业的发展。

近年来，橱柜业成为一个高利润的新行业，受到众多投资者的关注，除了橱柜生产企业外，已经有家电、卫浴、建材等相关行业的企业跨行扩展，进入橱柜行业。这使得该行业的发展空前壮大，行业的竞争也日益激烈，橱柜行业面临重新洗牌。

我国橱柜行业快速增长的势头并没有减弱，在一级城市家庭橱柜购买力还没有饱和，新房及换装改造的刚性需求也非常强劲，只是在一级市场竞争越来越激烈，经营成本也越来越高。在二三级市场，橱柜市场的需求也非常巨大。因此，未来橱柜行业在一线市场品牌将更加集中化，而在二三线市场，品牌将往下渗透。

本行业分析报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国经济景气监测中心、中国家具行业协会、全国工商联橱柜委员会、全国及海外多种相关刊物的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际橱柜行业市场发展状况、我国橱柜行业的市场状况、橱柜行业的供给与需求、橱柜销售渠道等进行了深入的分析，并对主要的国际市场、我国主要城市橱柜市场、橱柜企业的应对策略等方面进行了探讨。结合新时期的各方面因素，对中国橱柜行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，提出了可操作性创新建议，是橱柜企业准确了解目前中国橱柜行业发展动态，把握橱柜行业现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

报告目录

第一部分 橱柜行业发展现状

第一章 橱柜相关概述

第一节 橱柜行业的定义与特点

一、橱柜行业的概念

二、橱柜行业的分类

第二节 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

第三节 橱柜产品概述

一、橱柜的几种风格

二、橱柜的组装方式

三、橱柜产品的质量

第四节 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

第五节 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、开发市场必须尊重市场

五、中国厨房设计重点研究方向

六、橱柜设计的其他重要原则

第二章 橱柜市场发展分析

第一节 世界橱柜市场发展分析

一、世界主流橱柜的特点

二、2012年德国橱柜市场发展状况

三、2012年美国橱柜市场发展状况

第二节 中国橱柜市场发展分析

一、中国橱柜发展概况

二、2011年橱柜市场特征分析

- 三、2012年中国橱柜行业发展形势分析
- 四、2012年橱柜业赢利状况分析
- 五、2012年橱柜市场中外品牌竞争分析
- 六、2012年品牌橱柜企业发展状况分析
- 七、2012年橱柜产品设计变化情况分析
- 八、2012年橱柜产品出口退税率变化情况分析
- 九、2012年橱柜业将迎来新一轮“环保风暴”考验

第三节 2012年橱柜标准化加快及影响

- 一、橱柜标准化进程加快
- 二、6成中小企业面临退市威胁
- 三、新标准助推橱柜分羹精装修

第四节 中国橱柜市场存在的问题

- 一、橱柜市场无序竞争，行业自律性较差
- 二、杂牌充斥市场品牌陷入重围
- 三、本地品牌难成气候低价成为理所当然
- 四、原材料决定橱柜品质优劣
- 五、形象店扩张消费者买单
- 六、报价水分多多业主糊涂消费
- 七、证书繁多消费者虚实难辨

第二部分 橱柜细分及关联产业发展分析

第三章 整体厨房行业发展分析

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、整体橱柜的发展和现状
- 二、2012年整体厨房市场发展概况
- 三、厨房电器企业向整体厨房延伸
- 四、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、对整体厨房行业发展的建议
- 四、整体橱柜应走中国化路线
- 五、橱柜行业需运用多种战术度过金融危机

第四节 整体厨房的前景及发展趋势

- 一、整体橱柜的市场前景
- 二、整体橱柜的挑战和机遇并存
- 三、2012年整体厨房产业投资机会
- 四、2012年整体厨房发展趋势探析

第四章 区域及其他细分橱柜市场分析

第一节 中国主要地区橱柜市场分析

- 一、2012年上海市橱柜市场分析
- 二、2012年广州市橱柜市场分析
- 三、2012年北京市橱柜市场分析
- 四、2012年深圳市橱柜市场分析
- 五、2012年长春市橱柜市场分析
- 六、2012年南京市橱柜市场分析
- 七、2012年兰州市橱柜市场分析

第二节 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、2012年石英石橱柜台面市场发展分析
- 三、2012年中国人造石橱柜材面发展分析

第三节 2012年实木橱柜市场分析

- 一、2012年实木橱柜市场占有上升
- 二、四种风格引追捧
- 三、实木橱柜成为2012年的主打产品

第五章 橱柜相关行业发展分析

第一节 建材行业发展分析

- 一、2011年中国建材产业发展分析
- 二、2012年中国建材产业发展分析
- 三、2013年中国建材产业发展预测

四、建材工业“十二五”指导思想及要求

第二节 木材行业发展分析

- 一、木制橱柜的分类及优点比较
- 二、2011年中国木材行业进口状况
- 三、2012年我国木材行业发展形势
- 四、木材价格走势对橱柜行业的影响
- 五、2013年实木橱柜流行趋势分析

第三节 五金行业发展分析

- 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、2012年五金行业发展情况分析
- 五、2013年五金行业发展前景分析

第四节 装修装饰行业发展分析

- 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、非正规橱柜装修对市场的影响
- 四、集成家装引领装修行业新革命
- 五、2012年装修行业发展情况分析
- 六、2013年装修行业发展前景分析

第六章 房地产行业发展分析

第一节 全球房地产发展分析

- 一、2011年全球房地产市场现状
- 二、2012年全球房地产市场现状
- 三、2013年全球房地产发展形势分析

第二节 2012年全国房地产市场运行情况

- 一、房地产开发完成情况
- 二、商品房销售情况
- 三、房地产开发企业资金来源情况
- 四、70个大中城市房屋销售价格指数
- 五、全国房地产开发景气指数

第三节 2013年我国房地产发展形势分析

- 一、2013年房地产开发景气情况
- 二、2013年中国房地产上市公司发展形势分析
- 三、对当前房地产形势总的看法与政策建议

第四节 2013年我国房地产发展趋势及预测

- 一、2013年我国房地产发展趋势
- 二、2013年房地产政策展望和建议

第三部分 橱柜品牌发展及营销分析

第七章 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、品牌仍是企业的生命线
- 三、品牌与非品牌橱柜的差距
- 四、橱柜品牌成消费者首选要素
- 五、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、2011年区域品牌橱柜的发展情况
- 二、2012年中国区域性品牌发展形势
- 三、2012年三四级市场品牌竞争分析

第四节 打造橱柜品牌的策略

- 一、橱柜企业增强品牌竞争力的策略
- 二、从杂牌厂家到名牌橱柜企业的发展策略
- 三、2012年橱柜市场品牌竞争策略
- 四、产业链不长争取合作共赢

第五节 橱柜业发展区域性品牌策略

- 一、从概念引入到意识启蒙
- 二、橱柜的产业化和标准化
- 三、目前产业化道路很难走，最根本的问题就是标准化难以实施。
- 四、区域走向全国，品牌才能站住脚跟

五、为橱柜行业发展保驾护航

第八章 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、橱企加盟代理与直营的优劣

二、2012年橱柜网络销售发展迅速

三、橱企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、欧派的文化营销发展分析

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 橱柜业改进橱柜销售渠道策略

一、卖场销售橱柜

二、自营店销售模式

三、橱柜网络销售发展迅速

四、寻求加盟合作规避卖场风险

五、家居体验馆提升品牌文化的法宝

第六节 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

第七节 2012年橱柜市场销售渠道的思考

一、厨房“套购”成时尚

- 二、家电品牌：整体厨房更省心、更节能
- 三、家电连锁：“套购”方案一步到位
- 四、橱柜行业生存之道 突破渠道单一是关键

第四部分 橱柜行业竞争分析

第九章 橱柜行业竞争格局分析

第一节 橱柜行业的发展周期

- 一、橱柜行业的增长性与波动性
- 二、橱柜行业的成熟度

第二节 橱柜行业历史竞争格局综述

- 一、橱柜行业集中度分析
- 二、橱柜行业竞争程度

第三节 橱柜行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第四节 橱柜行业国际竞争者的影响

- 一、进口与国产品牌竞争状况分析
- 二、进口品牌橱柜遭遇到“阻击战”
- 三、国产品牌走向国际化
- 四、纯进口橱柜品牌以专业取胜

第五节 2012年橱柜行业竞争格局展望

- 一、市场进入完全竞争阶段
- 二、橱柜业恶性竞争加剧
- 三、部分企业将“退市”
- 四、作坊式企业将被淘汰
- 五、智能化推动橱柜产业洗牌进程
- 六、科技含量渐高或成行业洗牌新诱因
- 七、行业内的资本运作将趋于活跃，企业间的合作会明显加强
- 八、企业两极分化将进一步加剧
- 九、销售渠道间的竞争日益激烈

第十章 橱柜重点企业发展分析

第一节 澳柯玛

- 一、企业概况

二、2009-2012年财务分析

三、2012年经营状况

四、2012年发展规划

第二节 欧派

一、企业概况

二、2012年经营状况

三、2012年发展规划

第三节 科宝博洛尼

二、2012年经营状况

三、2012年发展规划

第四节 雅迪尔

二、2012年经营状况

三、2012年发展规划

第五节 建潘卫厨

二、2012年经营状况

三、2012年发展规划

第六节 我乐

二、2012年经营状况

三、2012年发展规划

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

四、青岛帝森家庭橱柜厨具有限公司

五、湖北一新橱柜公司

第八节 国外橱柜商发展分析

一、德国阿尔诺（ALNO）集团

二、威尔曼集团公司

三、德国著名品牌Poggenpohl

四、德国nobilis公司

五、德国rational厨房家具

六、alno阿尔诺橱柜

七、诗奈德橱柜

八、贝罗尼集团

九、北京诺威?依耐斯橱柜

第五部分 橱柜行业发展趋势及策略

第十一章 2014-2019年橱柜行业发展趋势分析

第一节 2014-2019年橱柜行业环境分析

一、价格战

二、大规模定制

三、行业整合

四、橱柜产业化模式

五、《橱柜新标》

第二节 2014-2019年橱柜业发展前景及趋势

一、整体橱柜成朝阳行业

二、金融危机就是橱柜行业商机

三、橱柜三四级市场开发潜力

四、橱柜业未来发展特征分析

五、国产橱柜企业发展方向分析

六、橱柜产品二次购置受关注 市场潜力巨大

七、80后与工程带动刚需橱柜业乐观看待危机销售

八、下乡市场潜力巨大企业拓展尚需时日

第三节 2014-2019年橱柜行业发展预测

一、2014-2019年橱柜行业发展展望

二、2014-2019年橱柜市场流行风格分析

三、2014-2019年橱柜产品设计趋势分析

四、2014-2019年橱柜市场流通零售业发展趋势

第四节 2014-2019年中国橱柜市场潜力巨大

一、竞争渐明朗未来五年橱柜市场潜力巨大

二、国内橱柜发展形式

三、特色橱柜区域经济

四、产品销售渠道的形成

五、厨电一体化是方向

六、抢占二三线城市——橱柜行业的蓝海战略

第五节 橱柜产业化将是趋势 厨电一体化是必然

- 一、整体橱柜产业产业化时代即将到来
- 二、橱电一体化是必然的趋势
- 三、标准化是整体厨柜产业的必然趋势
- 四、市场竞争的最终结果是名牌瓜分天下

第十二章 2014-2019年橱柜行业发展策略分析

第一节 橱柜行业存在的问题

- 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、良性竞争市场营造策略分析
- 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、橱柜企业应加强创新意识
- 四、告别价格战提升服务是发展关键
- 五、开拓更多销售渠道以创新和品牌突围
- 六、用信息技术打通橱柜品牌扩张的“瓶颈”

第三节 经济危机影响下众橱柜企业的品牌策略

第四节 危机下中小橱柜企业怎样生存

- 一、快速扩张渠道
- 二、走品牌化路线
- 三、控制企业成本
- 四、突破销售瓶颈
- 五、专攻小众产品

第五节 橱柜标准化进程加快形势下行业发展策略

- 一、规模化规避成本压力
- 二、标准化推动行业洗牌
- 三、信息化提升管理水平

四、终端成本上升助推市场壮大

第六节 中国橱柜企业国际化战略

一、品质和原创缺失

二、出口产品定位过低

三、中国橱柜企业将抢滩国际市场

四、产业化意识急需加强

第七节 橱柜市场三级分化下企业发展策略

一、2012橱柜市场三级分化？

二、不同企业有不同的应对策略

三、2012年我国橱柜市场新的商机在哪里？

第八节 橱柜企业针对80后消费群策略

一、挖掘橱柜发展流行趋势

二、大小“怪物”；隐藏“机密”；

三、小抽屉加多分类方便

四、配套伴侣方便实用

五、整体厨房的概念成为主导

第九节 本土橱柜品牌如何建立与拓展

一、区域品牌运作特点

二、优劣势分析

三、定位与策略

第十节 橱柜出口形势严峻下市场竞争策略

一、选准定位做好商业模式的创新

二、强化品牌形象的塑造

三、注重传播的整合性和创新性

四、注重终端品牌落地化工程

五、进一步简化渠道层级，最好深度斜销

六、不断强化去加盟渠道模式创新

七、注重终端导购销售

八、产业链不长争取合作共赢

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102399.html>