

2015-2020年中国橱柜行业 监测及投资机遇预测报告

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

《2015-2020年中国橱柜行业监测及投资机遇预测报告》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/201506/123375.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

我国橱柜行业的形成是在上世纪九十年代中期。随着我国房地产业的兴起，极大促进了橱柜行业的形成和发展。目前，我国橱柜行业生产正处在高速发展期，整体橱柜被社会广泛地接受，是商品住宅和家庭装修中的重要内容。橱柜行业经过十几年的发展，不断引进国外的先进生产技术，提高设计生产水平，国产橱柜的制造技术和品质正不断提升。随着管理经验的积累，我国橱柜业在各方面走向成熟与规范，设计、生产、安装、配套、服务已经形成了比较完善的体系，应用互联网传递销售信息和进行技术交流走在整个家具行业的前列。

目前在我国城市居民家庭中，整体橱柜家具拥有率仅有6.8%，这个数字远远低于欧美发达国家35%的平均水平。在未来城市家装的消费中，厨房装修费用将占到30%以上，而橱柜家具又将占这项费用的60%。随着整体厨房概念的普及，加之我国《住宅整体厨房行业标准》的正式实施，都给橱柜行业带来了新的契机。在未来五年时间内，我国将有2900万套整体厨房家具的市场容量，平均每年即580万套。

作为中国家具建材产业链中的重要组成部分，橱柜属于新崛起的朝阳产业。中国橱柜生产企业由1994年的20多家发展到目前的3000多家，覆盖全国所有的省会城市、二级城市以及超过90%的县级市场的庞大的产业体系已经形成。一批优秀的橱柜企业相继涌现，欧派、科宝、康洁、我乐、东方邦太等知名的专业橱柜企业，与此同时一些家电、厨具企业如海尔、澳柯玛、华帝、老板、方太等也积极向橱柜和整体厨房方向延伸，并成为行业的佼佼者。目前国内橱柜企业主要集中于北京、上海、福建、广东、重庆等几大区域，这几大区域在设计、服务、管理等方面引领着国内橱柜行业的发展。但每个地方又有个各自的区域品牌，形成各自占地为营，诸侯争霸的局面。

中国橱柜业的发展催生了一波又一波的发展机会，高额的利润和市场潜力让企业经营者和投资者都处于一个风高浪尖的地方。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；在二、三线城市，与中心城市的差距日益减小，橱柜市场的需求也非常巨大。区域市场接下来将成为橱柜品牌竞争的重要战略筹码；世界经济一体化，给中国经济带来发展机遇，橱柜制造加工中心正在向中国转移，巨大的国际市场为我国橱柜行业的发展提供了新的舞台，市场前景广阔！

中国橱柜市场非常大，然而真正做大的企业并不多。年销售额过亿元的企业寥寥无几。与家具企业动辄过亿元相比，如何做大做强，扩大企业规模，是橱柜业目前要解决的问题之一。橱柜行业目前全国性品牌仍然较少，更多的是区域品牌，且影响力不大，品牌作为消费指导的作用不显著。上千个大大小小的橱柜品牌，老百姓叫得出名儿的只有那么几家。橱柜企业应如何提高品牌意识，扩大品牌影响力？目前，房地产业正面临新一轮的严厉调控。国家

调控措施的出台，难免会造成一些地方商品房成交量的下降，直接影响到建材和装修的需求，短期内可能对整体橱柜行业造成一些影响，使整体橱柜企业减少销售额，一些小企业甚至可能遭遇困境。面对房地产严厉调控可能造成的需求下降、行业竞争加剧等情况，整体橱柜企业应如何应对？

本行业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、中企顾问网、国内外相关报刊杂志的基础信息、橱柜行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国橱柜市场的发展状况、供需状况、竞争格局、营销策略、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了橱柜重点品牌的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对橱柜市场风险进行了预测，为橱柜生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在橱柜行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国橱柜行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 橱柜产业环境透视

第一章 中国橱柜行业发展概述

第一节 橱柜行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 橱柜行业发展情况

一、我国橱柜行业发展阶段

二、我国橱柜行业发展总体概况

三、我国橱柜行业发展特点分析

四、我国橱柜行业商业模式分析

第三节 最近3-5年中国橱柜行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

1、行业生命周期理论基础

2、橱柜行业生命周期

七、竞争激烈程度指标

第二章 中国橱柜行业的国际比较分析

第一节 中国橱柜行业竞争力指标分析

一、中国橱柜行业竞争力指标分析

二、中国橱柜行业经济指标国际比较分析

第二节 中国橱柜行业经济指标国际比较分析

1、生产要素

2、需求条件

3、支援与相关产业

4、企业战略、结构与竞争状态

5、政府的作用

第三节 全球橱柜行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第四节 全球橱柜行业市场供给分析

一、橱柜市场定价机制组成

二、橱柜市场价格影响因素

三、市场价格走势

四、重点厂商分布

第二部分 橱柜行业发展分析

第三章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、橱柜行业需求市场

二、橱柜行业客户结构

三、橱柜行业需求的地区差异

第二节 供给分析

一、产能分析

二、产量分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、橱柜行业的需求预测

二、橱柜行业的供给预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四章 橱柜产业链的分析

第一节 行业产业链结构

第二节 主要环节的增值空间

第三节 产业链上下游行业发展分析

一、上游行业相关产业发展分析

1、木材行业发展概况

2、不锈钢行业发展状况

3、人造石行业发展状况

4、五金配件行业发展状况

二、下游行业相关产业发展分析

1、家具行业发展概况

2、房地产行业发展概况

3、房屋装修行业发展概况

第四节 上下游行业影响及风险提示

第五章 橱柜行业区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 西南大区市场分析

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

一、武汉城市圈橱柜产业发展分析

二、成渝经济区橱柜产业发展分析

三、厦门橱柜产业群体发展分析

第六章 2015-2020年橱柜行业市场发展趋势预测分析

第一节 2015-2020年橱柜行业领域需求量预测

第二节 2015-2020年橱柜行业领域需求产品功能预测

一、流线型设计更灵活

二、技术实现功能多元

三、加强再生资源利用

四、复古元素倍受青睐

第三节 2015-2020年橱柜行业领域需求产品市场格局预测

第三部分 橱柜行业竞争分析

第七章 橱柜市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

六、竞争结构特点总结

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 橱柜行业竞争格局分析

一、2014年橱柜行业竞争分析

二、2014年国内外橱柜竞争分析

三、中外橱柜产品比较分析

四、中外博弈或能推动本土橱柜品牌发展

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、领先企业的结构分析（所有制结构）

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、产业结构调整方向分析

第九章 前十大领先企业分析

第一节 欧派

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第二节 金牌

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第三节 科宝博洛尼

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第四节 志邦

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第五节 我乐

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第六节 海尔

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第七节 柏丽

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第八节 威乃达

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第九节 科勒

一、企业简介

二、企业经营业务及市场定位

三、企业经营情况分析

四、企业优劣势分析

五、市场拓展战略与手段分析

第十节 佳居乐

- 一、企业简介
- 二、企业经营业务及市场定位
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业优劣势分析
- 五、市场拓展战略与手段分析
- 第十章 2014年中国橱柜行业整体运行指标分析
 - 第一节 中国橱柜行业总体规模分析
 - 第二节 2013-2014年中国橱柜行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、行业市场规模分析
 - 第三节 2012-2013年中国橱柜行业产销情况分析
 - 一、我国橱柜行业成品情况总体分析
 - 二、我国橱柜行业工业销售收入总体分析
 - 三、我国橱柜行业产销率
 - 第四节 中国橱柜行业财务指标总体分析
 - 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国橱柜行业营业利润率
 - 2、我国橱柜行业销售净利率
 - 3、我国橱柜行业成本费用利润率
 - 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国橱柜行业资产负债比率
 - 2、我国橱柜行业利息保障倍数
 - 三、行业营运能力分析
 - 1、我国橱柜行业应收账款周转率
 - 2、我国橱柜行业总资产周转率
 - 3、我国橱柜行业存货周转率
 - 四、行业发展能力分析
 - 1、我国橱柜行业总资产增长率
 - 2、我国橱柜行业利润总额增长率
 - 3、我国橱柜行业主营业务收入增长率
- 第四部分 橱柜行业投资价值分析
- 第十一章 2015-2020年橱柜行业面临的困境及对策

第一节 2014年橱柜行业面临的困境

- 一、中国橱柜行业发展的主要困境
- 二、我国橱柜行业发展待解决的难题
- 三、国内橱柜行业面临创新困局
- 四、整体橱柜专业人才缺口渐大

第二节 橱柜企业面临的困境及对策

一、重点橱柜品牌企业面临的困境及对策

- 1、重点橱柜企业面临的困境
 - 2、重点橱柜企业对策探讨
- ### 二、二三线橱柜品牌企业发展困境及策略分析

- 1、二三线橱柜企业面临的困境
 - 2、二三线橱柜企业的生存之道
- ### 三、国内橱柜企业的出路分析

第三节 中国橱柜行业存在的问题及对策

一、中国橱柜行业存在的问题

- 1、中国橱柜市场两极分化严重
- 2、我国橱柜行业标准实施阻碍大
- 3、我国橱柜行业市场经营不规范

二、橱柜行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能
- 5、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 中国橱柜市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国橱柜市场发展面临的挑战
- 二、中国橱柜经销商面临的挑战
- 三、中国橱柜市场对策建议

第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 中国橱柜行业SWOT分析

一、橱柜行业优势分析

二、橱柜行业劣势分析

三、橱柜行业机会分析

四、橱柜行业威胁分析

第十三章 2015-2020年橱柜行业投资价值评估分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

一、有利因素

二、不利因素

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 2015-2020年橱柜行业投资机遇分析

一、节能为橱柜行业带来新发展

二、中国厨房家具市场空间巨大

三、橱柜三四级市场投资潜力大

四、整体橱柜市场投资前景分析

第六节 2015-2020年橱柜行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、区域渠道风险

四、上游市场风险

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第七节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构
- 六、渠道建设方向

图表目录

- 图表：行业生命周期图
- 图表：产品生命周期特征与策略
- 图表：橱柜行业生命周期图
- 图表：2011-2014年全球橱柜市场规模分析
- 图表：2012-2014年全球橱柜需求结构分析
- 图表：2011-2014年我国橱柜产能规模分析
- 图表：2011-2014年我国橱柜产能规模分析
- 图表：2015-2020年我国橱柜市场供给量预测
- 图表：2014年1-12月全国家具产量分省市统计表
- 图表：2011-2014年我国家具行业利润总额及增长率
- 图表：2011-2014年我国家具行业毛利率趋势图
- 图表：2013-2014年我国房地产开发投资增速分析
- 图表：2013-2014年全国房地产土地购置面积增速
- 图表：2014年全国主要城市土地成交情况
- 图表：2015-2020年我国橱柜市场需求量预测
- 图表：我国橱柜市场竞争格局
- 图表：整体橱柜领先企业排名
- 图表：领先企业的结构分析
- 图表：橱柜产业价值链的构成
- 图表：橱柜企业相关业务简析
- 图表：橱柜企业的相关价值版图
- 图表：橱柜产业拳头产品模式
- 图表：单一产品从产品到金字塔
- 图表：橱柜价值为核心盈利模式
- 图表：关联产品盈利模式

图表：2013-2014年欧派家居集团股份有限公司橱柜产量

图表：2013-2014年欧派家居集团股份有限公司销售规模

图表：2013-2014年欧派家居集团股份有限公司利润总额

图表：2013-2014年厦门金牌厨柜股份有限公司橱柜产量

图表：2013-2014年厦门金牌厨柜股份有限公司销售规模

图表：2013-2014年厦门金牌厨柜股份有限公司利润总额

图表：2013-2014年科宝博洛尼家居装饰集团橱柜产能

图表：2013-2014年科宝博洛尼家居装饰集团销售规模

图表：2013-2014年科宝博洛尼家居装饰集团销售规模

图表：志邦厨柜股份有限公司产品结构

图表：2013-2014年志邦厨柜股份有限公司橱柜产能

图表：2013-2014年志邦厨柜股份有限公司销售规模

图表：2013-2014年志邦厨柜股份有限公司销售规模

图表：2013-2014年我乐厨柜股份有限公司销售规模

图表：2013-2014年我乐厨柜股份有限公司销售规模

图表：2013-2014年我乐厨柜股份有限公司销售规模

图表：青岛海尔厨房设施有限公司产品结构

图表：2013-2014年青岛海尔厨房设施有限公司销售规模

图表：2013-2014年青岛海尔厨房设施有限公司销售规模

图表：2013-2014年青岛海尔厨房设施有限公司销售规模

图表：广东佳居乐厨房季村支有限公司产品结构

图表：2012-2014年我国橱柜制造行业企业数量分析

图表：2012-2014年我国橱柜制造行业市场规模分析

图表：2012-2014年我国橱柜制造行业工业总产值分析

图表：2012-2014年我国橱柜制造行业工业销售收入分析

图表：2012-2014年我国橱柜制造行业产销率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业销售利润率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业成本费用利润率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业成本费用利润率

图表：2012-2014年我国橱柜行业资产负债率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业利息保障倍数分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业应收账款周转率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业总资产周转率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业存货周转率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业总资产增长率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业利润总额增长率分析

图表：2012-2014年我国橱柜行业主营业务收入增长率分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201506/123375.html>