



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国橱柜行业市场分析及 发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国橱柜行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10334.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009年中国橱柜行业市场运行环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009年中国橱柜行业政策环境分析

- (一) 《厨房家具》
- (二) 《住宅整体厨房》
- (三) 《住宅厨房家具及厨房设备模数系列》
- (四) 《环境标志产品技术要求 橱柜》

三、2009年中国橱柜行业社会环境分析

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念
- (三) 居住条件的改善

第二章 橱柜的相关概述

一、橱柜的简介

二、橱柜的风格

三、橱柜的台面及门板材质

四、橱柜的五金选择标准

五、橱柜的选购

第三章 2009年全球橱柜行业发展概况

一、全球橱柜主要三大流派

- (一) 意大利体系的橱柜注重设计风格；
- (二) 德国体系注重标准化；
- (三) 丹麦体系则以简洁著称

二、2009年全球橱柜市场发展概况分析

- (一) 2009年全球主流橱柜的特点
- (二) 2009年全球厨房家具市场概述
- (三) 2009年全球发达国家的橱柜介绍

二、2009年全球主要国家橱柜行业发展状况分析

（一）德国橱柜向人性化时尚化方向发展

（二）美国橱柜市场发展状况分析

（三）意大利橱柜状况分析

三、2009-2012年全球橱柜行业发展方向

第四章 2009年中国橱柜行业市场发展现状综述

一、2009年中国橱柜市场发展形势分析

（一）中国橱柜在美国市场的发展概况

（二）2009年橱柜市场特征分析

（三）品牌企业纷纷推出绿色橱柜

（四）橱柜产品设计出现性别区分

二、2009年中国橱柜消费者需求特征分析

（一）中国橱柜消费市场细分现象开始凸现

（二）橱柜消费呈现两极分化

三、2009年中国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

第五章 2009年中国整体厨房行业发展概况分析

一、整体厨房相关概述

二、2009年中国整体厨房行业发展状况分析

（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

三、2009年中国整体厨房的市场潜力和存在的问题分析

（一）整体厨房蛋糕不够大

（二）产品认知度仍较低

(三) 整体厨房未普及的原因

(四) 整体厨房知名品牌状况

第六章 2009年中国橱柜行业的市场营销分析

一、2009年中国橱柜行业营销模式分析

(一) 寻求加盟合作

(二) 网销营销

(三) 自营店销售模式

(四) 卖场

二、2009年中国橱柜行业的透明营销研究

(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

三、2009年中国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) 主要橱柜企业新闻媒体营销的比较分析

四、2009年中国橱柜经销状况分析

(一) 橱柜企业试行产销分离模式

(二) 厦门橱柜企业首创厂家直销模式

(三) 展会成为成都橱柜企业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

五、2009年中国橱柜业营销的问题及策略分析

(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

第七章 2009年中国橱柜品牌消费群体与客户满意度调查

一、2009年中国橱柜品牌消费偏好调查分析

(一) 消费者对橱柜品牌的首要认知渠道调查

(二) 消费者对橱柜产品的品牌偏好调查

(三) 消费者对橱柜品牌忠诚度调查

三、不同客户购买相关的态度及影响分析

(一) 价格影响程度

(二) 购买方便的影响

(三) 广告的影响程度

(四) 包装的影响程度

四、消费群体对橱柜品牌产品的建议

(一) 产品设计

(二) 价位布局

(三) 供货方式

第八章 2009年中国橱柜行业竞争格局透析

一、2009年橱柜行业竞争现状

二、2009年中国橱柜市场竞争力分析

(一) 技术竞争分析

(二) 价格竞争分析

(三) 设计创新竞争分析

三、2009年橱柜行业地区竞争格局

(一) 以北京及周边地区为中心的华北市场

(二) 以上海为中心的长江三角洲

(三) 以广州为中心的珠江三角洲

四、2009年中国橱柜行业竞争策略分析

(一) 橱柜企业树立品牌意识

(二) 加强行业自律, 重视橱柜"原创"设计

(三) 把握好橱柜的安装和售后服务环节

第九章 全球知名橱柜生产企业分析

一、德宝西克曼

(一) 企业概况

(二) 企业竞争力分析

二、意大利CUCINE公司

(一) 企业概况

（二）企业竞争力分析

三、美国可美橱柜

（一）企业概况

（二）企业竞争力分析

四、日本塔卡拉

（一）企业概况

（二）企业竞争力分析

五、法国皮阿诺橱柜

（一）企业概况

（二）企业竞争力分析

第十章 中国橱柜行业重点企业分析

一、广州欧派橱柜企业有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

二、博洛尼家居用品（北京）有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

三、宁波方太厨具有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

四、上海雅迪尔居饰用品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

五、厦门市建潘卫厨有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

六、合肥志邦厨饰有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

第十一章 2009年中国橱柜相关行业发展态势分析

一、建材行业

- (一) 2009年中国建材产业的发展概况
- (二) 4万亿投资中80%涉及建材产业
- (三) 建材工业"十一五"指导思想及要求

二、木材行业

- (一) 木制橱柜的分类及优点比较
- (二) 2009年中国木材行业进口状况
- (三) 2009年中国木材行业将迎接新的挑战
- (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

三、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

四、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

第十二章 2009-2012年中国橱柜行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国橱柜行业发展趋势分析

- (一) 橱电一体化必然趋势
- (二) 橱柜产品设计趋势

二、2009-2012年中国橱柜行业发展动因分析

- (一) 中国家居行业的迅猛发展
- (二) 中国国内消费能力的迅速提升
- (三) 国内消费者对品质的强烈苛求

三、2009-2012年中国橱柜行业发展前景

- (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、2009-2012年中国橱柜市场趋势预测分析

（一）中国橱柜市场供给状况预测分析

（二）中国橱柜市场需求状况预测分析

五、2009-2012年中国橱柜行业投资分析

（一）中国橱柜行业投资环境分析

（二）橱柜市场面临着良好的发展机遇

（三）国内橱柜二三级市场潜力非常大

（四）整体厨房产业投资机会广阔

（五）中国橱柜行业投资风险分析

六、2009-2012年中国橱柜行业投资策略分析

（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

图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2009年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2009年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2009年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2009年中国进出口走势

图表：2001-2009年中国失业率走势

图表：2007-2009年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10334.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。