



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国集成吊顶产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国集成吊顶产业发展现状及市场监测报告》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/273856.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

集成吊顶是HUV金属方板与电器的组合。分扣板模块、取暖模块、照明模块、换气模块。具有安装简单，布置灵活，维修方便，成为卫生间、厨房吊顶的主流。如今，随着集成吊顶业的日益发展，阳台吊顶、餐厅吊顶、客厅吊顶、过道吊顶等都逐渐成为家装的主流。为改变天花板色彩单调的不足，集成艺术天花板正成为市场的新潮。

随着时代的变迁，人们经济生活条件的逐步改善，人们越来越追求生活的品质与生活的优雅，对家居装修风格的一致性与协调统一性提出了更高的要求。2003年奥普浴霸与浙江大学应放天教授研发出中国第一代集成吊顶，集成吊顶就把传统浴霸、换气扇、照明灯、铝天花通过风格一致性与协调性方面进行重新组合创新，脱颖而出，满足了市场需求，产生了全新的集成吊顶行业。

据数据显示，集成吊顶行业2010年的市场需求量超过100个亿。由于行业技术含量较低，入门槛也不高，再加上行业利润丰厚，进入集成吊顶行业的企业在大幅度的增加。

2013年500家大大小小的企业在从事集成吊顶的生产与销售，其中80%的企业为小型企业，仅有大约50家的品牌形成一定的规模，但这50家品牌中全国性的大品牌屈指可数，行业竞争还处于起步阶段，还未出现绝对的领导品牌，市场集中度较低。

随着市场需求的增加，市场竞争也将更加激烈。因此，如何在行业由导入期向成长期发展的阶段，保持企业的上升势头、并不断提升品牌的美誉度，是摆在集成吊顶企业面前最重要的问题。

集成吊顶的出现对传统产品市场造成了强烈的冲击，而且其成长的爆发力完全足以抵消经济危机带来的装修市场的负增长。随着集成吊顶企业对产品功能不断完善以及设计上不断进步，集成吊顶的应用领域将不仅牢牢占据厨卫空间，更有可能从这块狭小的空间内走出来，走向面积更大的客厅、卧室，甚至是更为宽广的工装领域。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章 中国集成吊顶行业发展综述

1.1 集成吊顶行业定义及分类

1.1.1 集成吊顶的概念

1.1.2 集成吊顶的分类

1.1.3 集成吊顶的特征

1.2 集成吊顶行业统计标准

1.2.1 集成吊顶行业统计部门和统计口径

1.2.2 集成吊顶行业统计方法

1.2.3 集成吊顶行业数据种类

1.3 集成吊顶行业供应链分析

1.3.1 集成吊顶行业上下游产业供应链简介

1.3.2 集成吊顶行业上游产业供应链分析

(1) 铝合金市场现状及价格走势

(2) 照明电器市场现状及价格走势

(3) PTC热敏电阻市场现状及价格走势

(4) 换气扇市场现状及价格走势

(5) 五金配件市场现状与价格趋势

1.3.3 集成吊顶行业主要下游产业链分析

(1) 房地产市场发展状况分析

1) 房地产开发完成情况

2) 商品房销售情况分析

3) 主要城市房屋销售价格指数

(2) 2015年房地产市场发展走势分析

1) 影响2015年房地产市场的主要因素

2) 2015年房地产开发投资现状与趋势分析

3) 2015年商品房市场销售情况与价格走势

4) 2015年房地产市场国家政策展望与建议

(3) 2012-2015年住宅装修市场发展状况分析

1) 住宅装修市场调查

2) 住宅装修市场发展分析

3) 住宅装修区域市场发展

4) 住宅装修市场前景预测

第2章 集成吊顶行业发展状况分析

2.1 中国集成吊顶行业发展状况分析

2.1.1 中国集成吊顶行业发展总体概况

2.1.2 中国集成吊顶行业发展主要特点

2.1.3 集成吊顶行业经营情况分析

- (1) 集成吊顶行业经营效益分析
- (2) 集成吊顶行业盈利能力分析
- (3) 集成吊顶行业运营能力分析
- (4) 集成吊顶行业偿债能力分析
- (5) 集成吊顶行业发展能力分析

2.2 集成吊顶行业经济指标分析

2.2.1 集成吊顶行业主要经济效益影响因素

2.2.2 集成吊顶行业经济指标分析

2.2.3 不同规模企业经济指标分析

2.2.4 不同性质企业经济指标分析

第3章 集成吊顶行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业监管与主管机构动向

3.1.2 行业相关标准及政策

- (1) 卫浴集成吊顶国家标准
- (2) <建筑材料工业行业管理规定（暂行）>
- (3) <建材工业节约原材料管理办法>
- (4) <集成式多功能吊顶安装、验收规范>企业联盟标准
- (5) <家用和类似用途多功能吊顶装置>

3.1.3 集成吊顶行业发展规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

3.2.2 国内宏观经济环境分析

- (1) 国内GDP增长分析
- (2) 工业经济增长分析
- (3) 非制造业商务活动指数
- (4) 行业在国民经济中的地位

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 中国各城市人口基本情况分析

3.3.1 中国城市人口和家庭分布情况分析

- (1) 中国各城市人口分布情况

- 1) 中国城市人口比重
- 2) 中国各省市人口分布现状
- 3) 中国地级以上城市人口分布现状
 - (2) 中国城市家庭分布情况
- 3.3.2 中国各城市人口的年龄分布现状
- 3.3.3 中国各城市人口教育水平现状
- 3.3.4 中国城乡人口比例变化分析
- 3.4 中国各省市居住面积分析
 - 3.4.1 城镇及农村人均住房面积分析
 - 3.4.2 各省市农村居民家庭住房情况
- 3.5 行业社会环境分析
 - 3.5.1 行业发展与社会经济的协调
 - 3.5.2 行业发展面临的环境保护问题
 - 3.5.3 行业发展的地区不平衡与产业迁移

3.6 行业贸易环境分析

- 3.6.1 行业贸易环境发展现状
- 3.6.2 行业贸易环境发展趋势
- 3.6.3 企业规避贸易风险的策略

第4章 集成吊顶行业市场竞争状况分析

4.1 行业国际市场竞争状况分析

- 4.1.1 国际集成吊顶市场发展状况
- 4.1.2 国际集成吊顶市场竞争状况分析
- 4.1.3 国际集成吊顶市场发展趋势分析

4.2 行业国内市场竞争状况分析

- 4.2.1 集成吊顶行业区域结构特征分析
 - (1) 行业区域结构总体特征
 - (2) 行业区域分布特点分析
- 4.2.2 国内集成吊顶行业竞争格局与市场份额
- 4.2.3 集成吊顶行业出现的问题
 - (1) 集成吊顶行业规模方面的问题
 - (2) 集成吊顶行业市场方面的问题
 - (3) 集成吊顶行业产品方面的问题

4.2.4 集成吊顶行业发展状况

4.2.5 集成吊顶行业市场规模及预测

4.3 集成吊顶行业五力模型分析

4.3.1 供应商的议价能力分析

4.3.2 购买者的议价能力分析

4.3.3 新进入者的威胁

4.3.4 替代品的威胁

4.3.5 同业竞争者的竞争程度

第5章 集成吊顶行业产品市场分析

5.1 行业产品市场需求分析

5.1.1 需求的主要拉动因素

5.1.2 主要产品市场需求分析

5.1.3 市场需求的增长趋势

5.2 行业主要产品市场情况

5.2.1 吊顶市场分析

5.2.2 厨卫电器市场分析

5.3 行业主要产品设计研发情况

5.3.1 产品设计对集成吊顶品牌的影响

5.3.2 集成吊顶企业产品设计研发现状

5.4 行业主要产品发展趋势

第6章 集成吊顶行业进出口市场分析

6.1 集成吊顶行业进出口状况综述

6.2 集成吊顶行业出口市场分析

6.2.1 行业出口整体情况

6.2.2 行业出口产品结构

6.3 集成吊顶行业进口市场分析

6.3.1 行业进口整体情况

6.3.2 行业进口产品结构

6.4 集成吊顶行业进出口前景及建议

6.4.1 集成吊顶行业出口前景及建议

6.4.2 集成吊顶行业进口前景及建议

第7章 集成吊顶行业主要企业生产经营分析

7.1 集成吊顶企业发展总体状况分析

7.1.1 集成吊顶行业企业规模

7.1.2 集成吊顶行业工业产值状况

7.1.3 集成吊顶行业销售收入和利润

7.1.4 主要集成吊顶企业创新能力分析

7.2 集成吊顶行业领先企业个案分析

7.2.1 浙江友邦集成吊顶股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.2 品格卫厨（浙江）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.3 浙江宝兰电气有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.4 浙江来斯奥电气有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.5 杭州奥普卫厨科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.6 浙江顶上电器有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.7 浙江德莱宝卫厨科技有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.8 浙江鼎美电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.9 浙江奥华电气有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.10 嘉兴市时代电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.11 嘉兴美尔凯特卫厨科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.12 浙江楚乔电气有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.13 嘉兴市阿里斯顿电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.14 中山华帝取暖电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.15 嘉兴市东灿电器有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向分析

7.2.16 嘉兴市美旗电器有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.17 嘉兴市名流电器有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

7.2.18 广东容声电器股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.19 托斯卡纳电气（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.20 嘉兴市日信塑胶实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.21 浙江海盐法狮龙建材科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.2.22 上海合富建筑科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.23 嘉兴市今顶电器科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.2.24 海宁市海创塑胶电器有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

7.2.25 广州市欧斯宝金属制品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.3 装饰经销商领先企业个案分析

7.3.1 北京居然之家投资控股集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.3.2 上海红星美凯龙集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业发展战略分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

7.3.3 宜家集团（IKEA）经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业发展策略分析
- (3) 企业经营理念分析
- (4) 企业经营策略分析
- (5) 企业产品结构及新产品动向
- (6) 企业销售渠道与网络
- (7) 企业经营状况优劣势分析

7.3.4 东方集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业投资兼并与重组分析

(12) 企业最新发展动向分析

7.3.5 深圳好百年家居连锁股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业发展战略分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

7.3.6 北京爱家投资管理集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业发展战略分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

第8章 集成吊顶行业产品销售与推广模式分析

8.1 集成吊顶行业销售策略分析

8.1.1 媒介选择策略分析

8.1.2 产品定位策略分析

8.1.3 企业宣传策略分析

8.1.4 集成吊顶行业典型宣传策略分析

8.2 集成吊顶行业渠道设置情况

8.2.1 卖场销售渠道

8.2.2 专卖店销售渠道

8.2.3 家装设计师渠道

8.2.4 房屋精装修工程渠道

8.2.5 行业渠道存在的问题

8.2.6 行业渠道发展趋势与策略

- 8.3 集成吊顶企业推广策略分析
 - 8.3.1 集成吊顶价格策略分析
 - 8.3.2 集成吊顶渠道策略分析
- 8.4 高端集成吊顶企业推广策略分析
 - 8.4.1 明确差异化
 - 8.4.2 推广差异化
 - 8.4.3 强化差异化
- 8.5 对中国集成吊顶品牌的战略思考
 - 8.5.1 集成吊顶实施品牌战略的意义
 - 8.5.2 集成吊顶企业品牌的现状分析
 - 8.5.3 中国集成吊顶企业的品牌战略
 - 8.5.4 集成吊顶品牌战略管理的策略
- 8.6 集成吊顶行业宣传推广模式趋势
- 第9章 集成吊顶行业发展趋势分析与预测
 - 9.1 中国集成吊顶市场发展趋势
 - 9.1.1 中国集成吊顶市场发展趋势分析
 - (1) 集成吊顶外观趋势
 - (2) 集成吊顶模块趋势
 - (3) 集成吊顶安装趋势
 - 9.1.2 中国集成吊顶市场发展前景预测
 - 9.2 中国集成吊顶行业投资风险
 - 9.2.1 集成吊顶行业政策风险
 - 9.2.2 集成吊顶行业技术风险
 - 9.2.3 集成吊顶行业供求风险
 - 9.2.4 集成吊顶行业宏观经济波动风险
 - 9.2.5 集成吊顶行业产品结构风险
 - 9.2.6 企业生产规模及所有制风险
 - 9.2.7 集成吊顶行业其他风险
 - 9.3 中国集成吊顶行业投资建议
 - 9.3.1 集成吊顶行业投资现状分析
 - 9.3.2 集成吊顶行业主要投资建议

图表目录：

图表1 2009-2015年中国铝合金产量统计（单位 吨）

图表2 2008-2015年铝合金价格变化图（单位 元/吨）

图表3 2008-2015年四地区铝合金价格变化图（单位 元/吨）

图表4 中国照明电器行业产值增长（单位 亿元，%）

图表5 中国房地产开发投资额及增速（单位 万元，%）

图表6 中国住宅开发投资额及增速（单位 万元，%）

图表7 中国房地产施工面积及增速（单位 万平方米，%）

图表8 中国房地产新开工面积及增速（单位 万平方米，%）

图表9 中国房地产竣工房屋面积及增速（单位 万平方米，%）

图表10 中国商品房销售面积及增速（单位 万平方米，%）

图表11 中国商品房住宅销售面积及增速（单位 万平方米，%）

图表12 中国商品房销售额及增速（单位 万元，%）

图表13 中国商品房住宅销售额及增速（单位 万元，%）

图表14 集成吊顶行业经营效益分析（单位 个，人，万元，%）

图表15 中国集成吊顶行业盈利能力分析（单位 %）

图表16 中国集成吊顶行业运营能力分析（单位 次）

图表17 中国集成吊顶行业偿债能力分析（单位 %，倍）

图表18 中国集成吊顶行业发展能力分析（单位 %）

图表19 集成吊顶行业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表20 中国大型集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表21 中国中型集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表22 中国小型集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表23 不同规模企业数量比重变化趋势图（单位 %）

图表24 不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位 %）

图表25 不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位 %）

图表26 不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位 %）

图表27 国有集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表28 股份制集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表29 私营集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表30 外商和港澳台投资集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表31 其他性质集成吊顶企业主要经济指标统计表（单位 万元，个，%）

图表32 不同性质企业数量比重变化趋势图（单位 %）

图表33 不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位 %）

图表34 不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位 %）

图表35 不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位 %）

图表36 2006-2015年中国国内生产总值及其增长速度（单位 亿元，%）

图表37 2006-2015年中国全部工业增加值及其增长速度（单位 亿元，%）

图表38 2015年规模以上工业增加值及其增长速度（月度同比）（单位 %）

图表39 2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度（单位 亿元，%）

图表40 城市人口比重变化图（单位 %）

图表41 末中国地区总人口（单位 万人）

图表42 末中国人口排行前十位地区（单位 万人，%）

图表43 末中国人口排行前五位地区占比（单位 %）

图表44 全国各城市人口常住人口分布情况（单位 万人）

图表45 中国六次人口普查家庭户数变化图（单位 万户）

图表46 末中国各省市各地区家庭户与集体户的总户数和总人口（单位 万户，万人，人，%）

图表47 中国人口年龄结构（单位 万人，%）

图表48 中国人口年龄结构变化趋势（单位 %）

图表49 末中国各地区年龄结构（单位 万人，%）

图表50 末中国各省市人口年龄结构占比（1）（单位 %）

图表51 末中国各省市人口年龄结构占比（2）（单位 %）

图表52 末中国各省市人口年龄结构占比（3）（单位 %）

图表53 中国年龄结构排行前五名与后五名对比（单位 %）

图表54 各地区每十万人拥有的各种受教育程度人口比较（单位 人）

图表55 中国各地区受教育程度排行前五名与后五名对比（单位 人）

图表56 城乡人口变化（单位 亿人）

图表57 城市人口比重（单位 %）

图表58 城镇及农村人均住房面积（单位 亿平方米，平方米）

图表59 各省市农村居民家庭住房情况（单位 平方米/人，元/平方米）

图表60 中国集成吊顶工业总产值及产销量变化（单位 亿元，%）

图表61 中国集成吊顶市场竞争格局

图表62 中国集成吊顶行业市场规模变化走势图（单位 亿元，%）

图表63 中国集成吊顶企业区域市场情况（单位 %）

图表64 全国、城镇总人口数及城市化率（单位 万人，%）

图表65 中国城镇竣工房屋面积和完成开发土地面积（单位 万平方米）

图表66 2016-2022年中国城市化进程及预测（单位 %）

图表67 中国集成吊顶行业进出口状况表（单位 万美元，%）

图表68 2015年集成吊顶行业产品出口月度金额走势图（单位 万美元）

图表69 2015年中国集成吊顶行业出口产品（单位 立方米，吨，万美元）

图表70 2015年集成吊顶行业出口产品结构（单位 %）

图表71 2015年集成吊顶行业产品进口月度金额走势图（单位 万美元）

图表72 2015年中国集成吊顶行业进口产品（单位 立方米，吨，万美元）

图表73 2015年集成吊顶行业进口产品结构（单位 %）

图表74 中国集成吊顶行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业

图表75 集成吊顶行业工业总产值（现价）前十位企业（单位 万元）

图表76 中国集成吊顶行业企业产品销售收入与利润总额（单位 万元）

图表77 集成吊顶行业企业新产品产值（单位 万元）

图表78 浙江友邦集成吊顶股份有限公司组织架构

图表79 浙江友邦集成吊顶股份有限公司优劣势分析

图表80 品格卫厨（浙江）有限公司组织架构

图表81 品格卫厨（浙江）有限公司优劣势分析

图表82 浙江宝兰电气有限公司优劣势分析

图表83 浙江来斯奥电气有限公司优劣势分析

图表84 杭州奥普卫厨科技有限公司优劣势分析

图表85 浙江顶上电器有限公司优劣势分析

图表86 浙江德莱宝卫厨科技有限公司优劣势分析

图表87 浙江鼎美电器有限公司优劣势分析

图表88 浙江奥华电气有限公司组织架构

图表89 浙江奥华电气有限公司优劣势分析

图表90 嘉兴市时代电器有限公司组织架构

图表91 嘉兴市时代电器有限公司优劣势分析

图表92 嘉兴美尔凯特卫厨科技有限公司优劣势分析

图表93 浙江楚乔电气有限公司优劣势分析

图表94 嘉兴市阿里斯顿电器有限公司组织架构

图表95 嘉兴市阿里斯顿电器有限公司优劣势分析

图表96 中山华帝取暖电器有限公司优劣势分析

图表97 嘉兴市东灿电器有限公司优劣势分析
图表98 嘉兴市美旗电器有限公司组织架构
图表99 嘉兴市美旗电器有限公司优劣势分析
图表100 嘉兴市名流电器有限公司优劣势分析
图表101 广东容声电器股份有限公司组织架构
图表102 广东容声电器股份有限公司优劣势分析
图表103 托斯卡纳电气（中国）有限公司优劣势分析
图表104 嘉兴市日信塑胶实业有限公司优劣势分析
图表105 浙江海盐法狮龙建材科技有限公司优劣势分析
图表106 上海合富建筑科技有限公司优劣势分析
图表107 嘉兴市今顶电器科技有限公司优劣势分析
图表108 海宁市海创塑胶电器有限公司优劣势分析
图表109 广州市欧斯宝金属制品有限公司优劣势分析
图表110 北京居然之家投资控股集团有限公司优劣势分析
图表111 上海红星美凯龙集团公司优劣势分析
图表112 宜家集团（IKEA）优劣势分析
图表113 东方集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表114 东方集团股份有限公司主要经济指标分析（单位 万元）
图表115 东方集团股份有限公司盈利能力分析（单位 %）
图表116 东方集团股份有限公司主营业务分行业情况表（单位 万元，%）
图表117 东方集团股份有限公司运营能力分析（单位 次）
图表118 东方集团股份有限公司偿债能力分析（单位 %，倍）
图表119 东方集团股份有限公司发展能力分析（单位 %）
图表120 东方集团股份有限公司组织架构

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273856.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专业提供投资咨询报告、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。