



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国橱柜行业市场 研究与投资前景分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国橱柜行业市场研究与投资前景分析报告》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/48179.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

中国现有具备规模生产能力的橱柜生产企业2500家，材料及配件生产企业4000家，经销商10000家，全行业共约16500个企业。已形成原材料配件、整体橱柜、经销商共三大行业互相依存、互相合作的产业链。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，四地的橱柜生产企业已经占据了全国的99%，广东是优秀品牌的集中地区，在设计、服务、管理等方面引领着国内橱柜行业的发展，也是整体橱柜企业寻找经销商的重要地区；广州是（沿海）品牌橱柜企业发展经销商的主战场，橱柜得广东就能得天下。随着人们对时尚、舒适生活的更多追求，健康、环保的生活越来越成为消费群体关注的焦点，三、四级橱柜市场已经成熟起来，为橱柜的生产商、销售商带来了新的机遇和挑战。

据调查，我国东、南部沿海地区，家庭橱柜拥有率达到了3%，而中西部地区仅有0.5%左右。据统计，在很多城市，随着人们消费水平的提高，家居消费行业也随着房价上扬而水涨船高。假如一个人花60万买房子，可能装修和购买家具、家电要至少花费20万。一套一百平方米的房子，中档水平的装修，纯手工要用去五、六万元，而订置橱柜一般都会在一万元以上，加上厨房家电设计备，在厨房一项的开支高达两万元以上，有些别墅厨房甚至高达数十万。

橱柜在美化家居环境中扮演着日益重要的角色，并成为很多家庭最重视、开支最多环节之一，橱柜行业将成为未来很长一段时期的朝阳行业。预计未来几年整体橱柜产品的潜在市场将会达到310万套，增长率为120.7%，若按每套平均2万元计，则有620亿元的市场空间。

本报告详尽描述了中国橱柜行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对市场需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对橱柜行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助橱柜企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、行业协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞

争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目 录 】

第一章橱柜行业的定义与特点

第一节橱柜行业的界定及分类

第二节橱柜行业的特征

第三节橱柜行业产业链分析

第二章橱柜产品基本概述

第一节橱柜产品

一、橱柜的几种风格介绍

二、橱柜三种组装方式

第二节产品设计

一、开发市场必须尊重市场

二、中国厨房设计重点研究方向

第三节橱柜标准化研究

第四节美国橱柜产品与设计

第三章国际橱柜行业发展现状分析

第一节国际橱柜行业的分类标准

第二节国际橱柜市场发展

一、世界发达国家的橱柜介绍

二、世界厨房家具市场概述

三、欧洲厨房家具市场

四、意大利橱柜状况

第三节国际橱柜行业发展轨迹综述

第四节国际橱柜设计及色彩流行趋势分析

第四章2007年中国橱柜行业发展现状分析

第一节橱柜行业发展概述

第二节橱柜行业规模与结构

第三节橱柜行业市场规模

一、整体厨房市场容量不断增长

二、橱柜市场分布情况

第四节整体厨房的市场潜力和存在问题分析

一、“整体厨房”国标缺乏执行力

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

第五章中国整体厨房发展现状分析

第一节整体厨房综述

第二节整体厨房消费特点

第三节中国整体厨房市场分析

第四节海尔整体厨房

第五节中国橱柜行业存在的问题与发展方向

一、偏重感观实用不足，标准不细难断质量

二、以人为本突出个性规模化生产标准化设计

第六节中国整体厨房近几年发展展望

第六章2007年橱柜行业市场竞争态势分析

第一节橱柜行业销售流通渠道分析

一、特许经营店

二、重庆橱柜市场

第二节橱柜消费群分析

第三节橱柜市场需求潜力分析

第四节橱柜行业“价格大战”剖析

第五节目前困扰橱柜行业发展的因素

一、材料的环保问题

二、销售定价

三、设计能力

四、五金件

第七章中国橱柜生产重点企业运营分析

第一节青岛海尔

- 一、企业基本概况
- 二、经营状况与财务分析
- 三、竞争策略分析
- 四、发展战略和前景展望

第二节方太公司

- 一、企业基本概况
- 二、经营状况与财务分析
- 三、竞争策略分析
- 四、发展战略和前景展望

第三节广州欧派橱柜

- 一、企业基本概况
- 二、经营状况与财务分析
- 三、竞争策略分析
- 四、发展战略和前景展望

第四节杭州帅康集团

- 一、企业基本概况
- 二、经营状况与财务分析
- 三、主导产品分析
- 四、发展战略和前景展望

第五节北京科宝博洛尼家具厨卫有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、经营状况与财务分析
- 三、竞争策略分析
- 四、发展战略和前景展望

第八章国外知名橱柜商优势经营分析

第一节德国阿尔诺（ALNO）集团

第二节德国LEICHT橱柜

第三节德国著名品牌POGGENPOHL

第四节德国NOBILIA公司

第五节德国RATIONAL厨房家具

第六节诗奈德橱柜

第七节贝罗尼集团

第九章中国厨卫行业发展现状及未来态势展望

第一节行业综述

第二节厨房用电器统计与分析

一、企业数量分析

二、亏损面分析

三、工业产值完成情况

四、销售收入完成情况

第三节中国厨卫国标

第四节中国厨卫家电的营销与新兴渠道分析

一、营销分析

二、新兴渠道后起勃发，引领厨卫家电营销

第五节厨卫市场发展趋势

第六节厨卫小家电2008年发展展望

第十章洁具与五金制品发展现状及未来态势展望

第一节洁具市场

一、厨房洁具特点

二、洁具行业概况

三、洁具行业竞争结构分析

四、2007-2008年陶瓷主要产地产能展望

第二节橱柜市场用五金配件市场分析

一、橱柜的五金配件特点

二、五金配件市场分析

三、五金配件市场未来展望

第十一章板材行业发展现状及未来态势展望

第一节板材行业发展状况

一、板材行业整体发展状况

二、相关板材产品供给状况分析

第二节影响板材行业发展的主要因素

第三节2008-2010年板材行业发展态势展望

一、2008-2010年板材行业整体发展趋势展望

二、2008-2010年相关板材产品供给态势展望

第四节2008-2010年板材行业需求态势展望

第五节2008-2010年板材行业发展的影响展望

第十二章影响橱柜行业要素分析

第一节影响橱柜行业市场因素分析

第二节橱柜企业与家电企业整合与合作分析

第三节我国橱柜市场品牌及其分布情况

第四节2008-2010年橱柜品牌建设发展态势展望

第十三章2008-2010年中国橱柜行业发展趋势与前景预测

第一节橱柜产品市场发展趋势和未来市场热点

第二节2008-2010年橱柜行业预测

一、发展展望

二、流行风格

第三节橱柜市场流通零售业发展趋势

第四节海尔“厨卫家电一体”

第五节德国及欧盟橱柜行业最新发展态势

第六节美国橱柜市场前沿态势

第十四章2008-2010年中国橱柜行业投资机会与风险展望

第一节2008-2010年橱柜行业投资机会分析

第二节2008-2010年橱柜行业投资风险展望

一、行业竞争风险

二、供需波动风险

三、技术创新风险

四、经营管理风险

第三节2008-2010年橱柜行业投资环境分析

第四节2008-2010年橱柜行业投资潜力分析

第五节2008-2010年橱柜行业投资吸引力分析

一、行业成长潜力

二、行业的竞争力量变动趋势

第六节投资机会和建议

第十五章2008-2010年中国橱柜行业企业经营战略建议

第一节2008-2010年橱柜行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节2008-2010年橱柜行业企业的资本运作模式

一、橱柜行业企业国内资本市场的运作建议

二、橱柜行业企业海外资本市场的运作建议

第三节2008-2010年橱柜行业企业营销模式建议

一、橱柜行业企业的国内营销模式建议

二、橱柜行业企业海外营销模式建议

图表目录部分

图表1全球厨具市场销售额情况

图表2全球厨具销售额比例情况

图表3国内橱柜企业地区分布

图表4厨房家具企业的地区分布

图表5厨房家具企业的所有制结构分布

图表6整体厨房消费者消费价格比例情况

图表7城市厨房整体需求量

图表82007年前三季度海尔集团经营情况单位：元

图表92003-2007年海尔集团净利润变化趋势图单位：百万

图表102003-2007年海尔集团主营业务收入变化趋势图单位：百万

图表112007年上半年海尔集团分产品和分行业经营情况单位：万元

图表12方太公司资产负债情况单位：千元

图表13方太公司成本费用情况单位：千元

图表14方太公司盈利情况单位：千元
图表15方太公司成本能力单位：千元
图表16广州欧派厨柜企业有限公司资产负债情况
图表17广州欧派厨柜企业有限公司成本费用情况
图表18广州欧派厨柜企业有限公司盈利情况
图表19广州欧派厨柜企业有限公司成本能力
图表20杭州帅康集团资产负债情况单位：千元
图表21杭州帅康集团成本费用情况单位：千元
图表22杭州帅康集团盈利情况单位：千元
图表23杭州帅康集团成本能力单位：千元
图表24北京科宝博洛尼家具厨卫有限公司资产负债情况
图表25北京科宝博洛尼家具厨卫有限公司成本费用情况
图表26北京科宝博洛尼家具厨卫有限公司盈利情况
图表27北京科宝博洛尼家具厨卫有限公司成本能力
图表282005-2007年8月我国橱柜企业数量
图表292007年我国家用厨房电器具制造收入前十家企业
图表30国内厨房家电亏损企业数目及亏损率
图表31主要厨房用电器的产量
图表322007年厨房电器制造行业运行情况
图表332007-2008年电磁炉行业销量预期（万台）
图表34国内城镇居民家庭百户小家电保有量
图表352007年上半年来全国主要城市板材库存合计变化情况
图表362001-2007年国内热轧板材产量情况单位:万吨
图表37主要城市3.0mm热卷板价格走势图（03年1月-07年6）
图表382002-2007年国民生产总值变化趋势图
图表39略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48179.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。