



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国橱柜行业全景投资市场分析及发展趋势研究报告（白金版）

一、调研说明

《2008年中国橱柜行业全景投资市场分析及发展趋势研究报告（白金版）》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/48202.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 橱柜相关概述 1

1.1 橱柜的介绍 1

1.1.1 橱柜组成部分的分类 1

1.1.2 橱柜延米计价的概念及计算方法 1

1.1.3 橱柜行业的特殊性 3

1.2 橱柜的设计原则 4

1.2.1 橱柜设计中不同材料的风格 4

1.2.2 橱柜设计要符合美学原则 5

1.2.3 橱柜设计要体现人性化 10

1.2.4 橱柜设计的其他重要原则 12

1.3 橱柜的安装准备及厨房测量 17

1.3.1 橱柜的安装准备工作 17

1.3.2 厨房尺寸测量的注意事项 18

1.3.3 厨房测量的步骤 20

第二章 橱柜市场分析 22

2.1 世界橱柜市场发展概况 22

2.1.1 世界主流橱柜的特点 22

2.1.2 德国橱柜向人性化时尚化方向发展 23

2.1.3 美国橱柜市场发展状况 25

2.1.4 美国橱柜市场高速增长的原因分析 27

2.2 中国橱柜市场发展分析 27

2.2.1 中国橱柜在美国市场的发展概况 27

2.2.2 2006年橱柜市场特征分析 31

2.2.3 橱柜市场中外品牌竞争激烈 33

2.2.4 品牌企业纷纷推出绿色橱柜 34

2.2.5 橱柜产品设计出现性别区分 35

2.3 中国主要地区橱柜市场分析 36

2.3.1 上海橱柜企业积极开拓外地市场 36

2.3.2	广州高端橱柜逐渐打开市场	39
2.3.3	海南橱柜市场发展特点分析	41
2.3.4	辽宁橱柜市场发展状况	42
2.3.5	深圳橱柜行业亟需规范	44
2.3.6	河北橱柜企业发展策略	45
2.4	橱柜台面材质发展状况	47
2.4.1	主要橱柜台面材质优缺点对比	47
2.4.2	石英石橱柜台面市场简析	49
2.4.3	中国人造石橱柜材面发展状况	50

第三章 橱柜市场品牌发展分析 52

3.1	橱柜品牌的意义	52
3.1.1	橱柜品牌的价值所在	52
3.1.2	品牌与非品牌橱柜的差距	52
3.1.3	橱柜品牌成消费者首选要素	53
3.1.4	橱柜品牌传播的核心及理念	55
3.2	橱柜品牌发展状况	57
3.2.1	橱柜与居家消费的关系	57
3.2.2	中国橱柜行业催生全国性品牌	59
3.3	区域性品牌的发展状况	60
3.3.1	区域品牌橱柜冲击一二级市场	60
3.3.2	中国区域性品牌强势崛起	62
3.3.3	三四级市场成企业发展壮大的主战场	65
3.4	打造橱柜品牌的策略	67
3.4.1	橱柜增强品牌竞争力的策略	67

第四章 橱柜行业的营销分析 70

4.1	橱柜行业主要营销模式选择	70
4.1.1	橱柜加盟代理与直营的优劣	70
4.1.2	橱柜行业网销营销兴起	70
4.1.3	橱柜选好营销模式的原则	71
4.2	橱柜行业的透明营销	72

4.2.1	透明营销的概念及手法	72
4.2.2	透明营销推动橱柜品牌竞争升级	73
4.2.3	欧派向社会公开生产流程	73
4.2.4	康洁向大众媒体展示先进技术设备	74
4.3	主要橱柜企业营销状况分析	75
4.3.1	皮阿诺橱柜借力奥运营销	75
4.3.2	欧派文化营销引领行业发展	76
4.3.3	主要橱企新闻媒体营销的比较分析	78
4.4	橱柜经销状况分析	83
4.4.1	橱柜企业试行产销分离模式	83
4.4.2	厦门橱企首创厂家直销模式	86
4.4.3	展会成为成都橱企建立网络渠道的新途径	87
4.4.4	橱柜经销体系面临的问题及发展策略	89
4.5	橱柜业营销的问题及策略	93
4.5.1	橱柜企业市场营销攻略	93
4.5.2	橱柜企业终端营销的原则及其方略	94

第五章 橱柜重点企业 100

5.1	澳柯玛	100
5.1.1	公司简介	100
5.1.2	2006年1-12月澳柯玛公司经营状况	102
5.1.3	2007年1-9月澳柯玛经营状况	104
5.2	欧派	106
5.2.1	公司简介	106
5.2.2	欧派橱柜四大营销战略	107
5.2.3	欧派利用质价比进行市场竞争	110
5.2.4	欧派积极塑造橱柜行业品牌	111
5.3	科宝博洛尼	112
5.3.1	公司简介	112
5.3.2	科宝博洛尼细分市场和消费群体	114
5.4	雅迪尔	115
5.4.1	公司简介	115

5.5	建潘卫厨	116
5.5.1	公司简介	116
5.6	我乐	118
5.6.1	公司简介	118
5.6.2	我乐创新营销模式领军南京橱柜行业	119
5.6.3	四大品牌助力我乐实现跨越式发展	120
5.6.4	我乐应对原材料上涨的措施	121
5.7	其他橱柜企业	122
5.7.1	北京康洁家具有限公司	122
5.7.2	北京隆森木业有限责任公司	123
5.7.3	杭州老板实业公司	123
5.7.4	青岛帝森家庭橱柜厨具有限公司	125
5.7.5	湖北一新橱柜公司	125

第六章 整体厨房行业概况 127

6.1	整体厨房相关概述	127
6.1.1	整体厨房的涵义	127
6.1.2	整体厨房的主要类型	127
6.1.3	整体厨房设计应遵循的规则	128
6.1.4	整体厨房与传统厨房的比较	128
6.2	整体厨房行业发展状况	129
6.2.1	整体厨房市场发展概况	129
6.2.2	厨房电器企业向整体厨房延伸	130
6.2.3	橱柜企业对家电企业涉足整体厨房的反应	131
6.3	整体厨房发展中的问题及策略	132
6.3.1	整体厨房设计及消费的误区	132
6.3.2	整体厨房行业发展中的问题	134
6.3.3	整体厨房行业发展的建议	136
6.4	整体厨房的前景及发展趋势	138
6.4.1	整体厨房产业投资机会大	138
6.4.2	整体厨房的发展趋势探析	139

第七章 橱柜相关行业发展分析	142
7.1 建材行业	142
7.1.1 中国建材产业的发展概况	142
7.1.2 2006年家居建材行业四类产品引领时尚	143
7.1.3 建材工业“十一五”指导思想及要求	145
7.2 木材行业	149
7.2.1 木制橱柜的分类及优点比较	149
7.2.2 2006年中国木材行业进口状况	149
7.2.3 2006年国内西部木材市场运行良好	159
7.2.4 木材等原材料涨价给橱柜行业带来的影响	161
7.2.5 实木橱柜流行趋势分析	164
7.3 五金行业	174
7.3.1 橱柜五金配件的分类及功能	174
7.3.2 五金制品的生产经营模式	176
7.3.3 五金行业存在的问题及发展策略	176
7.3.4 五金行业发展前景看好	178
7.4 装修装饰行业	179
7.4.1 装修装饰行业发展概述	179
7.4.2 非正规橱柜装修搅乱市场	181
7.4.3 集成家装引领装修行业新革命	183
第八章 橱柜行业的问题、对策及发展趋势	184
8.1 橱柜市场的问题分析	184
8.1.1 橱柜市场经营不规范	184
8.1.2 橱柜行业伪装外国名牌谋暴利	185
8.1.3 品牌建设成橱柜行业当务之急	188
8.1.4 橱柜企业暴利经营下的隐忧	190
8.2 橱柜企业发展对策	192
8.2.1 橱柜企业要重视营造良性竞争市场	192
8.2.2 橱柜行业成功的核心要素分析	194
8.2.3 打造橱柜行业一流企业的策略	196
8.3 橱柜业发展前景及趋势	197

8.3.1	整体橱柜成朝阳行业	197
8.3.2	橱柜三四级市场开发潜力大	197
8.3.3	橱柜业未来发展特征	200
8.3.4	橱柜产品设计趋势	200

图表目录

图表	1996-2005年美国橱柜市场年销售增长率	28
图表	美国建筑商直接从生产商采购的比例	29
图表	美国新建民宅中橱柜平均预装数量	30
图表	欧派、科宝、雅迪尔三大品牌报道数量对比	79
图表	欧派、科宝、雅迪尔三大品牌新闻报道频率对比	80
图表	欧派、科宝、雅迪尔三大品牌新闻媒体投放数量对比	81
图表	2006年1-12月澳柯玛获利能力分析	102
图表	2006年1-12月澳柯玛经营能力分析	102
图表	2006年1-12月澳柯玛偿债能力分析	102
图表	2006年1-12月澳柯玛资本结构分析	103
图表	2006年1-12月澳柯玛发展能力分析	103
图表	2006年1-12月澳柯玛现金流量分析	103
图表	2007年1-9月澳柯玛获利能力分析	104
图表	2007年1-9月澳柯玛经营能力分析	104
图表	2007年1-9月澳柯玛偿债能力分析	104
图表	2007年1-9月澳柯玛资本结构分析	105
图表	2007年1-9月澳柯玛发展能力分析	105
图表	2007年1-9月澳柯玛现金流量分析	105
图表	主要建材产品生产情况	142
图表	2004-2006年中国从俄罗斯进口原木	158
图表	2004-2006年中国从俄罗斯进口锯材	158
图表	中国原木进口量排前15位的国家(地区)	159
图表	2000-2006年我国木材及木制品进出口金额	159

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48202.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。