

2021-2026年中国橱柜市场竞争策略及行业投资潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国橱柜市场竞争策略及行业投资潜力预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/furniture/704110.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

橱柜行业经过20年快速发展，国内传统橱柜逐渐饱和，而整体橱柜则在快速增长中。特别是随着我国城镇化的快速推进，新房及换装改造的刚性需求非常强劲，我国橱柜行业，尤其是整体橱柜行业前景十分广阔。

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：

第一章 橱柜相关概述

第一节 橱柜行业的定义与特点

一、橱柜行业的概念

二、橱柜行业的分类

（一）按门板材质分类

（二）按摆放样式分类

第二节 橱柜的介绍

一、橱柜组成部分的分类

（一）柜体

（二）门板

（三）台面

（四）五金配件

二、橱柜延米计价的概念及计算方法

三、橱柜行业的特殊性

第三节 橱柜产品概述

一、橱柜的几种风格

（一）意大利宫廷

（二）欧式古典

（三）乡村风格

（四）现代风格

（五）前卫主义

（六）实用主义

二、橱柜的组装方式

三、橱柜的标准规格

第四节 橱柜的安装准备及厨房测量

一、橱柜的安装准备

二、橱柜的安装程序

（一）组装柜体

（二）摆挂柜体

（三）台面安装

（四）其他工作

（五）打磨抛光台面

三、厨房尺寸测量的注意事项

四、厨房测量的步骤

第五节 橱柜的设计原则

一、橱柜设计的主要要素

二、橱柜设计要符合美学原则

三、橱柜设计要体现人性化

四、中国厨房设计重点研究方向

五、橱柜设计的色彩组合原则

六、橱柜设计的其他重要原则

第二章 橱柜所属行业市场发展分析

第一节 世界橱柜市场发展分析

一、世界橱柜行业发展历程

二、德国橱柜市场发展状况

三、美国橱柜市场发展状况

第二节 中国橱柜所属行业市场发展分析

一、中国橱柜市场发展历程

二、中国橱柜行业发展情况

三、中国橱柜市场特征分析

四、中国橱柜行业发展形势

五、橱柜市场品牌竞争格局

六、品牌橱柜企业发展状况

七、定制橱柜行业发展概况

八、橱柜市场智能环保概念风行

第三节 中国橱柜所属行业发展进程分析

一、橱柜业发展的产业化道路

二、橱柜行业变革时期分析

三、橱柜行业步入最佳变革期

四、橱柜业发展核心因素分析

第四节 中国橱柜标准化加快及影响

- 一、中国橱柜行业标准化进程
- 二、橱柜行业标准化发展概况
- 三、中国橱柜业向高标准晋升
- 四、新标准助推橱柜分羹精装修

第五节 中国橱柜市场存在的问题

- 一、橱柜行业面临的问题与挑战
- 二、中国橱柜行业缺乏规范
- 三、市场缺乏自律凸显竞争无序
- 四、“本土制造”成低档橱柜形象
- 五、杂牌充斥市场品牌陷入重围
- 六、证书繁多消费者虚实难辨
- 七、“消费回扣”成行业潜规则

第三章 整体厨房所属行业发展分析

第一节 整体厨房相关概述

- 一、整体厨房的涵义
- 二、整体厨房的优点
- 三、整体厨房的类型
- 四、整体厨房设计应遵循的规则
- 五、整体厨房与传统厨房的比较

第二节 整体厨房行业发展状况

- 一、中国整体橱柜市场发展分析
- 二、中国整体厨房品牌现状分析
- 三、中国整体橱柜市场十大品牌
- 四、中国整体橱柜业产业链分析
- 五、整体厨房市场消费渠道分析

第三节 整体厨房发展中的问题及策略

- 一、整体厨房设计及消费的误区
- 二、整体厨房行业发展中的问题
- 三、对整体厨房行业发展的建议

第四节 整体厨房的前景及发展趋势

- 一、中国整体橱柜市场前景分析
- 二、中国整体厨房发展趋势探析
- 三、中国整体厨房消费趋势分析
- 四、中国整体厨房产业投资机会

第四章 区域及其他细分橱柜市场分析

第一节 中国主要地区橱柜市场分析

一、上海市橱柜市场分析

二、广州市橱柜市场分析

三、北京市橱柜市场分析

四、深圳市橱柜市场分析

五、长春市橱柜市场分析

六、南京市橱柜市场分析

七、兰州市橱柜市场分析

八、成都重庆橱柜市场分析

第二节 橱柜台面材质发展状况

一、主要橱柜台面材质优缺点对比

(一) 石英石台面

(二) 人造石台面

(三) 金刚石台面

(四) 天然石材台面

(五) 耐火板台面

(六) 蜂窝铝板台面

(七) 不锈钢台面

二、石英石橱柜台面市场发展分析

三、中国人造石橱柜台面发展分析

第三节 实木橱柜市场分析

一、实木橱柜市场占有上升

二、四种风格引追捧

三、实木橱柜成为的主打产品

第五章 橱柜相关行业市场发展分析

第一节 建材行业市场发展分析

第二节 木材行业市场发展分析

一、中国林业发展现状分析

(一) 中国森林资源现状与变化

(二) 中国林业资源发展的现状

(三) 中国林业产业发展情况

二、木制橱柜的分类及优点比较

三、国内木材行业生产情况分析

(一) 国内人造板产量情况

- (二) 国内胶合板产量情况
- (三) 国内纤维板产量情况
- (四) 国内刨花板产量情况
- (五) 人造板表面装饰板产量
- 四、国内木材行业贸易情况分析
- 五、2020年中国木材业发展形势
- 六、木材价格走势对橱柜业影响
- 第三节 五金行业市场发展分析
 - 一、五金制品生产经营模式概述
 - 二、橱柜五金配件的分类及功能
 - 三、中国现代家具五金件的应用
 - 四、主要五金材料生产供给情况
 - (一) 国内钢材产量情况
 - (二) 国内铜材产量情况
 - (三) 国内铝合金产量情况
 - 五、五金基地发展建设状况分析
 - 六、五金细分产品发展态势分析
 - 七、五金行业的发展问题及规划
 - 八、2020年五金业发展情况分析
 - 九、2020年五金业发展前景分析
 - 十、中国家居五金发展趋势分析
- 第四节 装修装饰行业发展分析
 - 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、非正规橱柜装修对市场的影响
 - 四、集成家装引领装修行业新革命
 - 五、2020年装修行业发展情况分析
 - 六、2020年装修行业发展前景分析
- 第
- 六章 房地产行业市场发展分析
 - 第一节 2016-2020年世界房地产分析
 - 一、2020年全球房地产市场现状
 - 二、2020年全球房地产市场现状
 - 三、2020年全球房地产市场形势
 - 第二节 2016-2020年房地产供需分析

- 一、土地开发及购置情况分析
- 二、房地产市场供给结构分析
- 三、中国商品房建筑面积分析
- 四、房地产市场需求情况分析
- 五、中国商品房销售情况分析
- 第三节 2016-2020年房地产运行情况
 - 一、房地产开发景气指数分析
 - 二、房地产开发投资情况分析
 - 三、房地产开发资金来源分析
- 第四节 大中城市房屋销售价格指数
 - 一、2016年房屋销售价格指数
 - 二、2017年房屋销售价格指数
 - 三、2018年房屋销售价格指数
 - 四、2019年房屋销售价格指数
 - 五、2020年房屋销售价格指数
- 第五节 房地产市场形势与影响因素
 - 一、中国房地产行业发展拐点
 - 二、中国房地产行业发展形势
 - 三、中国房地产市场调控分析
 - 四、中国房地产市场发展趋势
 - 五、未来房地产政策展望和建议
- 第七章 橱柜行业市场品牌研究分析
 - 第一节 橱柜行业品牌的意义研究
 - 一、橱柜品牌的价值所在分析
 - 二、品牌仍是橱柜企业生命线
 - 三、品牌与非品牌橱柜的差距
 - 四、橱柜品牌成消费者首选要素
 - 五、橱柜品牌传播的核心及理念
 - 第二节 橱柜行业品牌发展状况
 - 一、橱柜行业催生全国性品牌
 - 二、橱柜业品牌策略竞争阶段
 - 三、橱柜业品牌整合趋势加剧
 - 第三节 区域性品牌的发展状况
 - 一、橱柜区域性品牌快速成长
 - 二、区域品牌橱柜竞争白热化

三、中国区域性品牌发展形势

第四节 打造橱柜品牌相关策略

一、橱企增强品牌竞争力策略

二、打造名牌橱企的发展策略

三、橱柜市场品牌竞争策略

四、产业链不长争取合作共赢

第五节 橱柜业发展区域性品牌策略

一、从概念引入到意识启蒙

二、橱柜的产业化和标准化

三、标准化制约产业化道路

四、品牌区域走向全国发展

五、为橱柜业发展保驾护航

第八章 橱柜行业市场营销研究分析

第一节 橱柜行业营销模式选择

一、加盟代理与直营的优劣

二、橱柜网络销售发展迅速

三、橱柜其它营销模式分析

四、橱企选好营销模式原则

第二节 橱柜行业的透明营销

一、透明营销的概念及手法

二、透明营销推品牌竞争升级

三、欧派向社会公开生产流程

四、康洁向展示先进技术设备

第三节 主要橱柜企业营销分析

一、皮阿诺营销模式微创新

二、欧派橱柜文化营销分析

三、橱柜企业运用网络营销

第四节 橱柜行业市场经销分析

一、橱柜企业与经销商的关系

二、橱柜企业试行产销分离模式

三、橱柜经销商赢利模式三步法

四、橱柜经销如何操作市场

第五节 橱柜业改进销售渠道策略

一、卖场销售橱柜研究分析

二、自营店的销售模式分析

三、橱柜网络销售渠道分析

四、寻求加盟规避卖场风险

五、家居体验馆提升品牌文化

第六节 橱柜市场营销问题及策略

一、橱柜营销面临的困难

二、橱柜营销面临的机遇

三、橱柜企业市场营销攻略

四、橱柜企业终端营销研究

第七节 橱柜市场销售渠道思考

一、厨房套购成市场时尚

二、整体厨房更省心节能

三、厨电套购方案一步到位

四、突破渠道单一是发展关键

第九章 橱柜行业市场竞争格局分析

第一节 橱柜行业的发展周期

一、橱柜业增长性与波动性

二、橱柜行业的成熟度分析

第二节 橱柜行业竞争格局综述

一、橱柜行业总体格局分析

二、橱柜行业区域品牌格局

三、橱柜业市场集中度分析

四、橱柜行业市场竞争程度

第三节 橱柜业国际竞争者影响

一、进口与国产品牌竞争状况

二、进口品牌橱柜遭遇到狙击

三、国产品牌走向国际化研究

四、进口橱柜品牌以专业取胜

第四节 橱柜行业竞争格局展望

一、市场进入完全竞争阶段

二、橱柜市场恶性竞争加剧

三、橱柜业部分企业将退市

四、作坊式的企业将被淘汰

五、智能化推橱柜产业洗牌

六、行业资本运作趋于活跃

七、行业的两极分化将加剧

八、渠道间的竞争日益激烈

第十章 橱柜行业市场重点企业分析

第一节 澳柯玛股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 博洛尼家居用品（北京）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 厦门市建潘卫厨有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 广州市欧派厨柜企业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 南京我乐家具有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 齐河安德尼集成家居有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 哈尔滨金豪家具有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 沈阳贝格尔实业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 河南博瑞司展示用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 沈阳百纳橱柜五金有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十一章 2021-2026年橱柜行业发展趋势分析

第一节 2021-2026年橱柜行业环境分析

一、价格战初现

二、大规模定制

三、橱柜业整合

四、产业化模式

五、《橱柜新标》

第二节 2021-2026年橱柜业前景与趋势

第三节 2021-2026年橱柜行业发展预测

一、2016-2020年橱柜行业发展展望

二、2016-2020年橱柜市场流行风格分析

三、2016-2020年橱柜产品设计趋势分析

四、2016-2020年橱柜流通零售市场预测

第四节 2021-2026年中国橱柜市场潜力巨大

第五节 厨电一体化将是产业化必然趋势

第十二章 2021-2026年橱柜行业市场发展策略

第一节 橱柜行业市场存在问题分析

一、橱柜行业伪装外国名牌谋暴利

二、品牌建设成橱柜行业当务之急

三、橱柜企业暴利经营下的隐忧

四、国产橱柜的设计需从国情出发

五、中国橱柜业亟待自主研发创新

六、橱柜行业消费者投诉问题分析

（一）橱柜行业投诉特点分析

（二）橱柜行业消费者投诉问题

（三）投诉橱柜产品的购买金额

第二节 橱柜企业发展对策

第三节 危机影响下橱柜企业品牌策略

第四节 危机下中小橱柜企业生存解析

- 一、快速扩张渠道
- 二、走品牌化路线
- 三、控制企业成本
- 四、突破销售瓶颈
- 五、专攻小众产品

第五节 标准化形势下行业发展策略

第六节 橱柜企业国际化战略分析

第七节 橱柜市场三级分化下策略

第八节 针对80后消费群企业策略

第九节 建立与拓展本土橱柜品牌

- 一、区域品牌运作特点
- 二、本土品牌优势分析
- 三、本土品牌定位策略

第十节 橱柜出口形势严峻下市场竞争策略

- 一、做好商业模式的创新
- 二、强化品牌形象的塑造
- 三、注重传播的整合和创新性
- 四、注重终端品牌落地化工程
- 五、简化渠道层做好深度斜销
- 六、不断强化去加盟渠道创新
- 七、注重终端导购销售的技能

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/furniture/704110.html>