

2013-2018年中国集成吊顶行业市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国集成吊顶行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/detail/147768.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

集成吊顶是金属方板与电器的组合。分取暖模块、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。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年奥普与浙江大学应放天教授研发出中国第一代集成吊顶，2005年集成吊顶由友邦率先上市起，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。

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，准入门槛也不高，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。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国集成吊顶行业市场深度分析与投资前景预测报告》共九章，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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

第一章 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) 2012年房地产市场发展状况分析
 - 1) 2012年房地产开发完成情况
 - 2) 2012年商品房销售情况分析
 - 3) 2012年主要城市房屋销售价格指数
- (2) 2012年房地产市场发展走势分析
 - 1) 影响2012年房地产市场的主要因素
 - 2) 2012年房地产开发投资现状与趋势分析
 - 3) 2012年商品房市场销售情况与价格走势
 - 4) 2012年房地产市场国家政策展望与建议
- (3) 2010-2012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

第二章 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 2009-2012年集成吊顶行业经营情况分析

- (1) 2009-2012年集成吊顶行业经营效益分析
- (2) 2009-2012年集成吊顶行业盈利能力分析
- (3) 2009-2012年集成吊顶行业运营能力分析
- (4) 2009-2012年集成吊顶行业偿债能力分析
- (5) 2009-2012年集成吊顶行业发展能力分析

2.2 2009-2012年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 2009-2012年集成吊顶行业经济指标分析

2.2.3 2009-2012年不同规模企业经济指标分析

2.2.4 2009-2012年不同性质企业经济指标分析

第三章 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) 1978-2012年中国城市人口比重

2) 2012年中国各省市人口分布现状

3) 2012年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 2000-2012年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 2002-2012年城镇及农村人均住房面积分析

3.4.2 2012年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

第四章 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 2012年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

第五章 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

第六章 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

6.3 集成吊顶行业进口市场分析

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

第七章 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) 企业产销能力分析

(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

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

第八章 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

第九章 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 中国产业洞察网投资建议

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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/147768.html>