

中国橱柜行业现状调研及未来发展趋势分析报告（2024-2030年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国橱柜行业现状调研及未来发展趋势分析报告（2024-2030年）

报告编号： 1AA2968 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：10000 元 纸质+电子版：10200 元

优惠价格： 电子版：8900 元 纸质+电子版：9200 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/8/96/ChuJuDeFaZhanQianJing.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

经过***多年的发展，橱柜行业已经拥有一定规模，大大小小的橱柜企业的难以一一计数，而这些企业也都怀抱做大做强梦想。尽管橱柜企业经营者用尽各种方法，但并非所有的企业都能真正做大。橱柜企业还需在不同阶段做好积累。

发展初期的橱柜企业，弱小无力，但是有激情，有出生牛犊不怕虎的精神；也有的是具有一定的资本，想多投资多利润的一些人，不管是以什么样的初衷创办的企业，都会经历第***个阶段，就是让自己创办的企业生存下去。即必须首先解决生存问题，而后解决盈利问题。能否生存，能否赚到钱，是橱柜企业经营情况的判断标准。而拔苗助长、好高骛远，是橱柜企业的天敌。

在过去橱柜市场短缺、行业格局远未形成，橱柜企业数量少，竞争对手少，橱柜样式也单一。一些橱柜企业甚至能够在自己的地盘独霸一方，但在今天互联网电子商务市场环境下，橱柜企业能否生存下去，就是***个很大的问题。橱柜企业创始之初，是艰苦的，必须刻苦钻研，必须清楚地知道橱柜市场的变化和橱柜消费趋势。

相对安全的解决了生存和盈利能力之后的橱柜企业，会获得或快或慢的发展。其中发展较快的橱柜企业，不仅拥有稳定的营业额，而且一定会拥有一定的市场地位。其发展的必然逻辑将是成为中等规模企业。

橱柜企业如果想成为橱柜行业的龙头老大，需要自身的积累，品牌，质量，创新，潮流，服务，还需要***个一触即发的时机。橱柜企业经营的关键是，能否获得规模经济。达到了规模经济的一部分企业，是源于正确的领导，正确的决策和管理。

而橱柜企业要想发展壮大，相对来说是需要***个好的稳定的好时机。所谓“万事俱备，只欠东风”而已的前期准备。当时机一旦到来，企业便可借此东风成为行业的龙头。

纵观我国橱柜行业***多年的发展历程，某些经营者要么拔苗助长，要么用追随者的方法试图成为行业龙头企业。事实上，橱柜企业根据自身发展阶段的不同，也要确定自身不同的发展目标，由此过程拾

阶而上，才能慢慢将企业发展壮大。

发展中的橱柜企业，要么是因为志向，要么是因为个性，或者迫于就业压力，去创办企业，自己养活自己，自己决定自己命运，自主改变自己的经济地位；或由于个人能力、志向，因为掌握某种独有的要素，去创办企业，争取有所作为。这类企业无论规模大小、素质高低、远景是否宏大，都具有共同的属性，即必须首先解决生存问题，而后解决盈利问题。能否生存，能否赚到钱，是橱柜企业经营的关键。而拔苗助长、好高骛远，是橱柜企业的天敌。

在过去家居市场短缺、行业格局远未形成的背景下，橱柜企业甚至能够一夜成名，但在今天的家居市场环境下或者常态的市场环境下，橱柜企业能否获得生存能力，就是***个很大的问题。橱柜企业创业之初，必须卧薪尝胆，必须清楚地知道什么是一分辛劳一分甜，一分智慧一分所得。

相对稳固地解决了生存和盈利能力之后的橱柜企业，会获得或快或慢的发展。其中发展较快的橱柜企业，不仅拥有稳定的营业额，而且一定会拥有一定的市场地位。其发展的必然逻辑将是成为中等规模企业。

至此，橱柜企业经营的关键是，能否获得“规模经济”——一部分企业因经营得法，即规模的扩大源于正确的决策和管理，那么，随着规模的扩大，市场地位得到进一步提升，经济效益持续提高；另一部分则由于企业经营管理水平不匹配，随着规模的扩大，无论是生存能力或者是盈利能力反倒会受到更大的考验。

从市场角度，则是必须对自己进行明确的市场定位。***个往往容易忽视的问题是，第一类企业并不需要进行市场定位，因为它们面对的都是关注品质和价格的大众顾客，即把性价比放在优先位置上考虑。而对家居市场进行“粗分”并非严格意义上的市场定位。而当橱柜企业达到“中等规模”之后，就必须进行市场定位，以明确自己的目标顾客，并根据目标顾客的个性化需求进行具有针对性的营销。如果仍然一味地在性价比上打转转，企业的营销就失去了方向。

如果想要成为橱柜企业中的佼佼者，并能够建立超越同类企业的竞争优势，那么，它们就具备了成为行业龙头企业的可能。

人们往往聚焦于其竞争地位和优势，忽略其必须承担的行业、市场责任。橱柜企业所以会变得平庸，甚至退出竞争，问题恰恰在于无力承担行业和市场责任。行业龙头企业既是强有力的竞争者，同时也是行业、市场的塑造者。当它们无力或者无心担任行业与市场领导责任、守护责任的话，它们就没有可能在这个位置上基业长青。

第一部分 产业环境透视

第一章 中国橱柜行业发展综述

第一节 橱柜行业定义及分类

- 一、行业概念及定义
- 二、行业主要产品分类
- 三、行业产品的应用领域
- 四、行业的生命发展周期
- 五、行业在国民经济中的地位

第二节 橱柜行业统计标准

一、橱柜行业统计部门和统计口径

二、橱柜行业统计方法

三、橱柜行业数据种类

第三节 橱柜行业产业链分析

一、橱柜行业产业链简介

二、橱柜行业主要下游产业分析

1、房地产市场发展状况分析

（1）房地产开发投资情况

（2）商品房销售情况分析

（3）房地产开发景气指数

（4）房地产市场发展走势分析

2、房屋装修市场发展状况分析

（1）住宅精装修市场分析

（2）住宅精装修市场对整体厨房需求总体概况

三、橱柜行业上游产业供应链分析

1、防火板市场现状与价格趋势

（1）防火板市场供给分析

（2）防火板市场需求分析

（3）竞争分析

2、不锈钢市场现状与价格趋势

（1）不锈钢产能分析

（2）不锈钢行业产量分析

（3）不锈钢需求分析

（4）不锈钢行业价格分析

3、人造石市场现状与价格趋势

（1）人造石市场现状

（2）人造石价格分析

4、厨房电器市场现状与价格趋势

（1）中国厨房电器产量分析

（2）中国厨房电器经济效益分析

（3）厨房电器进出口分析

（4）行业竞争格局分析

5、五金配件市场现状与价格趋势

（1）供需状况

（2）价格走势

第二章 橱柜行业市场环境分析

第一节 行业政策环境分析

- 一、行业监管与主管机构动向
- 二、行业国家与地方相关政策
- 三、行业相关标准
 - 1、整体厨房行业标准
 - 2、橱柜行业标准
 - 3、电器行业标准

第二节 行业规划环境分析

- 一、橱柜行业国家发展规划
- 二、橱柜行业地区发展规划
 - 1、广东省家具行业“十三五”规划
 - 2、《四川家具产业十三五发展规划》

第三节 行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济环境分析
 - 1、国际宏观经济现状
 - 2、宏观经济走势分析
 - （1）美国经济继续复苏，qe退潮
 - （2）日本经济将小幅回落，量化宽松格局延续
 - （3）欧元区经济将趋稳，欧央行或推存款负利率政策
 - 3、宏观经济走势预测
- 二、国内宏观经济环境分析
 - 1、gdp增长情况
 - 2、固定资产投资变化分析
 - 3、国内宏观经济发展展望
- 三、经济环境对行业的影响

第四节 行业贸易环境分析

- 一、行业贸易环境发展现状
 - 1、总体概况
 - 2、国际橱柜贸易现状
- 二、行业贸易环境发展趋势

第五节 行业社会环境分析

- 一、行业发展与社会经济的协调
- 二、行业发展面临的品牌竞争环境
- 三、行业发展的地区不平衡与产业迁移

第二部分 行业深度分析

第三章 橱柜行业发展状况分析

第一节 中国橱柜行业发展状况分析

- 一、中国橱柜行业发展总体概况
- 二、中国橱柜行业发展主要特点
 - 1、市场仍保持快速增长，逐步进入成熟期
 - 2、企业规模小
 - 3、区域竞争激烈
 - 4、橱柜行业逐步标准化
- 三、橱柜行业经营情况分析
 - 1、橱柜行业经营效益分析
 - 2、橱柜行业盈利能力分析
 - 3、橱柜行业运营能力分析
 - 4、橱柜行业偿债能力分析
 - 5、橱柜行业发展能力分析

第二节 橱柜行业经济指标分析

- 一、橱柜行业主要经济效益影响因素
- 二、橱柜行业经济指标分析
- 三、不同性质企业经济指标分析
 - 1、不同性质企业数量分析
 - 2、不同性质企业资产分析
 - 3、不同性质企业销售收入分析
 - 4、不同性质企业利润总额分析

第三节 橱柜行业供需平衡分析

- 一、全国橱柜行业供给情况分析
 - 1、全国橱柜行业总产值分析
 - 2、全国橱柜行业产成品分析
- 二、各地区橱柜行业供给情况分析
 - 1、工业总产值排名前10个省市分析
 - 2、产成品排名前10个省市分析
- 三、全国橱柜行业需求情况分析
 - 1、全国橱柜行业销售产值分析
 - 2、全国橱柜行业销售收入分析
- 四、各地区橱柜行业需求情况分析
 - 1、销售产值排名前10个省市分析
 - 2、销售收入排名前10个省市分析
- 五、全国橱柜行业产销率分析

第四章 我国橱柜行业整体运行指标分析

第一节 2018-2023年中国橱柜行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2018-2023年中国橱柜行业产销情况分析

- 一、我国橱柜行业工业总产值
- 二、我国橱柜行业工业销售产值
- 三、我国橱柜行业产销率

第三节 2018-2023年中国橱柜行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国橱柜行业销售利润率
 - 2、我国橱柜行业成本费用利润率
 - 3、我国橱柜行业亏损面
- 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国橱柜行业资产负债比率
 - 2、我国橱柜行业利息保障倍数
- 三、行业营运能力分析
 - 1、我国橱柜行业应收帐款周转率
 - 2、我国橱柜行业总资产周转率
 - 3、我国橱柜行业流动资产周转率
- 四、行业发展能力分析
 - 1、我国橱柜行业总资产增长率
 - 2、我国橱柜行业利润总额增长率
 - 3、我国橱柜行业主营业务收入增长率
 - 4、我国橱柜行业资本保值增值率

第五章 橱柜行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 橱柜行业进出口市场分析

- 一、橱柜行业进出口综述
 - 1、中国橱柜进出口的特点分析
 - 2、中国橱柜进出口地区分布状况
 - 3、中国橱柜进出口的贸易方式及经营企业分析
 - 4、中国橱柜进出口政策与国际化经营
- 二、橱柜行业出口市场分析
 - 1、2018-2023年行业出口整体情况
 - 2、2018-2023年行业出口总额分析

3、2018-2023年行业出口产品结构

三、橱柜行业进口市场分析

1、2018-2023年行业进口整体情况

2、2018-2023年行业进口总额分析

3、2018-2023年行业进口产品结构

第二节 中国橱柜出口面临的挑战及对策

一、中国橱柜出口面临的挑战

二、中国橱柜行业未来出口展望

三、中国橱柜产品出口对策

四、橱柜行业进出口前景及建议

1、行业出口前景及建议

2、行业进口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第六章 橱柜行业技术发展分析

第一节 行业的技术水平发展现状

一、行业专利申请情况

二、行业产品生产技术工艺流程

三、行业的技术水平与技术特点

四、行业最新技术动向

1、快速铰链的应用

2、“台下盆”工艺

第二节 行业主要产品设计研发情况

一、产品设计对橱柜品牌的影响

二、橱柜企业产品设计研发现状

三、企业产品设计研发与国外的差距

四、国际橱柜企业产品设计研发经验借鉴

1、橱柜品牌拥有优秀设计师团队

2、橱柜品牌注重设计细节

3、橱柜品牌提供整体厨房配套方案

第三节 行业主要产品新技术发展趋势

一、国际橱柜流行色发展现状及趋势

二、国内橱柜行业技术发展现状及趋势

1、燃气具技术领域

2、吸排技术领域

3、消毒技术领域

4、智能、信息化领域

5、预警技术领域

第四节 行业人才供需分析

- 一、橱柜行业人才供需现状
- 二、橱柜行业人供需分析
 - 1、橱柜人才求职岗位统计及需求指数
 - 2、橱柜企业人才招聘岗位统计及需求指数
 - 3、橱柜行业人才学历指数分析
 - 4、橱柜品牌招聘人才指数分析
 - 5、橱柜企业人才招聘工薪待遇指数分析
 - 6、橱柜企业招聘地区人才指数分析
- 三、橱柜行业人才供需趋势

第七章 橱柜行业主要产品市场分析

第一节 行业主要产品结构特征

- 一、行业产品结构特征分析
- 二、行业产品市场发展概况

第二节 行业产品市场需求分析

- 一、需求的主要拉动因素
- 二、主要产品市场需求分析
 - 1、家庭用户消费能力与倾向分析
 - (1) 居民收入水平分析
 - (2) 居民消费水平分析
 - (3) 居民消费结构分析
 - (4) 居民消费信心分析
 - 2、家庭用户对整体厨房需求现状与前景分析
 - (1) 需求特征
 - (2) 需求规模
 - (3) 需求前景
- 三、市场需求的增长趋势
 - 1、国内橱柜行业市场规模分析
 - 2、国内橱柜行业市场容量预测

第三节 行业主要产品市场分析

- 一、整体橱柜市场发展分析
 - 1、行业存在的主要问题
 - 2、行业发展趋势分析
 - 3、行业发展前景预测
- 二、厨房电器产品市场分析

1、行业发展市场现状

- (1) 行业发展总体概况
- (2) 行业发展主要特点
- (3) 行业市场规模分析
- (4) 行业竞争格局分析

2、行业技术发展现状

- 3、行业市场发展趋势预测
- 4、行业市场发展前景预测

三、厨房用具市场分析

- 1、厨房用具的现状
- 2、厨房用具的发展特征

第四节 行业主要产品营销渠道与策略

一、行业产品营销渠道设置情况

- 1、卖场销售渠道
- 2、连锁加盟商渠道
- 3、直营店销售渠道
- 4、网络销售渠道
- 5、家居体验馆模式
- 6、房屋精装修工程渠道

二、行业产品营销渠道存在的问题

三、行业产品营销渠道发展趋势与策略

第五节 橱柜行业指数分析

- 一、橱柜行业指数分析
- 二、橱柜行业招商指数分析

第八章 整体厨房品牌推广

第一节 整体厨房品牌推广综述

- 一、整体厨房的品牌发展策略
- 二、整体厨房的品牌宣传推广思路
 - 1、产品的差异化
 - 2、渠道的差异化
 - 3、价格的差异化
 - 4、促销的差异化
 - 5、市场的差异化
- 三、行业内整体厨房的品牌推广的可供借鉴/参考点
 - 1、地域
 - 2、互联网营销

3、推广的方式

第二节 整体厨房竞争分析

- 一、整体厨房市场竞争分析
- 二、整体厨房的品牌建设/推广/宣传/投放思路
 - 1、品牌建设
 - 2、宣传推广思路
 - 3、投放思路
- 三、整体厨房企业案例
- 四、整体厨房未来几年品牌推广规划

第四部分 竞争格局分析

第九章 橱柜行业重点区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
 - 1、行业区域集中度分析
 - 2、行业区域集中度变化情况
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析
- 六、行业企业数的区域分布分析

第二节 广东省橱柜行业发展分析及预测

- 一、广东省橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、广东省橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、广东省橱柜行业经济运行状况分析
- 四、广东省橱柜行业发展趋势预测

第三节 上海市橱柜行业发展分析及预测

- 一、上海市橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、上海市橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、上海市橱柜行业经济运行状况分析
- 四、上海市橱柜行业发展趋势预测

第四节 浙江省橱柜行业发展分析及预测

- 一、浙江省橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、浙江省橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、浙江省橱柜行业经济运行状况分析
- 四、浙江省橱柜行业发展趋势预测

第五节 北京市橱柜行业发展分析及预测

- 一、北京市橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、北京市橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、北京市橱柜行业经济运行状况分析
- 四、北京市橱柜行业发展趋势预测

第六节 山东省橱柜行业发展分析及预测

- 一、山东省橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、山东省橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、山东省橱柜行业经济运行状况分析
- 四、山东省橱柜行业发展趋势预测

第七节 四川省橱柜行业发展分析及预测

- 一、四川省橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、四川省橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、四川省橱柜行业经济运行状况分析
- 四、四川省橱柜行业发展趋势预测

第八节 辽宁省橱柜行业发展分析及预测

- 一、辽宁省橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、辽宁省橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、辽宁省橱柜行业经济运行状况分析
- 四、辽宁省橱柜行业发展趋势预测

第九节 江苏省橱柜行业发展分析及预测

- 一、江苏省橱柜行业发展规划及配套设施
- 二、江苏省橱柜行业在行业中的地位变化
- 三、江苏省橱柜行业经济运行状况分析
- 四、江苏省橱柜行业发展趋势预测

第十章 2024-2030年橱柜行业领先企业经营形势分析

第一节 深圳市中厨橱柜有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第二节 樱花卫厨（中国）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、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第三节 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、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第四节 青岛帝森家庭橱柜厨具有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第五节 成都倍特橱柜制造有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第六节 上海新凯家具有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第七节 北京康洁家具有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第八节 上海菲林格尔木业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第九节 深圳市得宝实业发展有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第十节 中山市荣事达厨卫电器有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 橱柜行业发展趋势分析与预测

第一节 橱柜行业投资特性分析

- 一、橱柜行业进入壁垒分析
- 二、橱柜行业盈利模式分析
 - 1、订单处理+产品设计研发+原材料采购+制造+零售
 - 2、订单处理+原材料采购+制造生产
 - 3、橱柜自产+电器外包
- 三、橱柜行业盈利因素分析
 - 1、广阔的市场需求
 - 2、相对廉价原材料及劳动力
 - 3、技术创新能力
 - 4、产品附加值

第二节 中国橱柜行业投资风险

- 一、橱柜行业政策风险
 - 1、《家居行业经营服务规范》
 - 2、《国家林业局关于进一步改进人造板检疫管理的通知》
 - 3、《住宅整体厨房》行业标准
- 二、橱柜行业技术风险
 - 1、技术人才缺失的风险
 - 2、智能领域方面的技术风险
- 三、橱柜行业供求风险
 - 1、行业标准化缺失风险

2、需求个性化的风险

四、橱柜行业宏观经济波动风险

五、橱柜行业关联产业风险

六、橱柜行业产品结构风险

七、企业生产规模及所有制风险

八、橱柜行业其他风险

第三节 橱柜行业投资机会分析

一、行业投资主体分析

1、橱柜类企业

2、家电类企业

3、新进入者

二、橱柜投资项目分析

三、橱柜行业投资模式

1、自行生产

2、代工生产

3、合作生产

4、渠道投资

四、行业投资模式对比分析

1、成本对比

2、市场认可度对比

3、前景对比

五、橱柜行业投资机会

六、橱柜细分行业投资机会

七、橱柜行业投资新方向

第四节 橱柜行业发展前景分析

一、橱柜市场发展前景分析

二、中国橱柜市场蕴藏的商机

三、橱柜市场发展前景预测

四、橱柜市场发展趋势预测

第十二章 2024-2030年橱柜行业投资价值评估分析

第一节 橱柜行业投资特性分析

一、橱柜行业进入壁垒分析

二、橱柜行业盈利因素分析

三、橱柜行业盈利模式分析

第二节 2024-2030年橱柜行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2024-2030年橱柜行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

- 1、行业活力系数比较及分析
- 2、行业投资收益率比较及分析
- 3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第六部分 发展战略研究

第十三章 2024-2030年橱柜行业面临的困境及对策

第一节 2023年橱柜行业面临的困境

第二节 橱柜企业面临的困境及对策

一、重点橱柜企业面临的困境及对策

- 1、重点橱柜企业面临的困境
- 2、重点橱柜企业对策探讨

二、中小橱柜企业发展困境及策略分析

- 1、中小橱柜企业面临的困境
- 2、中小橱柜企业对策探讨

三、国内橱柜企业的出路分析

第三节 中国橱柜行业存在的问题及对策

一、中国橱柜行业存在的问题

二、橱柜行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

第四节 中国橱柜市场发展面临的挑战与对策

第十四章 橱柜企业发展战略及建议

第一节 “厨电一体化”趋势下的企业策略

一、橱柜行业“厨电一体化”产品发展趋势

二、“厨电一体化”趋势下的企业策略及建议

1、企业策略

2、投资建议

第二节 中-智-林-济研：当前橱柜企业发展战略及建议

一、橱柜企业市场策略分析

1、橱柜价格策略分析

（1）橱柜价格策略分析概述

（2）橱柜价格策略

（3）互联消费价格指数分析

2、橱柜渠道策略分析

二、橱柜企业销售策略分析

1、媒介选择策略分析

2、产品定位策略分析

（1）产品定位分析

（2）风格上定位策略分析

（3）消费人群定位策略分析

（4）装修类型定位策略分析

（5）橱柜材质定位策略分析

3、企业宣传策略分析

（1）广告明星宣传策略

（2）打情感牌的宣传策略

三、提高橱柜企业竞争力的策略

1、提高橱柜企业核心竞争力的对策

（1）健全橱柜品牌发展的市场环境

（2）加强品牌的基础能力

（3）加强品牌经营管理

2、橱柜企业提升竞争力的主要方向

3、影响橱柜企业核心竞争力的因素及提升途径

4、提高橱柜企业竞争力的策略

（1）品牌建设提升竞争力

（2）信息化提高竞争力

四、对中国橱柜品牌的战略思考

1、橱柜实施品牌战略的意义

2、橱柜企业品牌的现状分析

3、中国橱柜企业的品牌战略

4、橱柜品牌战略管理的策略

图表目录

图表 橱柜行业生命周期
图表 橱柜行业产业链结构
图表 2018-2023年全球橱柜行业市场规模
图表 2018-2023年中国橱柜行业市场规模
图表 2018-2023年橱柜行业重要数据指标比较
图表 2018-2023年中国橱柜市场占全球份额比较
图表 2018-2023年橱柜行业工业总产值
图表 2018-2023年橱柜行业销售收入
图表 2018-2023年橱柜行业利润总额
图表 2018-2023年橱柜行业资产总计
图表 2018-2023年橱柜行业负债总计
图表 2018-2023年橱柜行业竞争力分析
图表 2018-2023年橱柜市场价格走势
图表 2018-2023年橱柜行业主营业务收入
图表 2018-2023年橱柜行业主营业务成本
图表 2018-2023年橱柜行业销售费用分析
图表 2018-2023年橱柜行业管理费用分析
图表 2018-2023年橱柜行业财务费用分析
图表 2018-2023年橱柜行业销售毛利率分析
图表 2018-2023年橱柜行业销售利润率分析
图表 2018-2023年橱柜行业成本费用利润率分析
图表 2018-2023年橱柜行业总资产利润率分析
图表 2018-2023年橱柜行业产能分析
.....
图表 2018-2023年橱柜行业需求分析
图表 2018-2023年橱柜行业进口数据
.....
图表 2018-2023年橱柜行业集中度
略.....

订阅“中国橱柜行业现状调研及未来发展趋势分析报告（2024-2030年）”，编号：1AA2968，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/8/96/ChuJuDeFaZhanQianJing.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！