

2016-2022年中国房地产厨卫行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国房地产厨卫行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/fangdichan/883827V3OE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

随着中国经济持续增长，房地产的蓬勃发展，人们生活质量和品位提高，厨房已经倍受关注。高品质橱柜及厨电走进人们的生活，厨房展示着人们对生活的品位。近年来中国橱柜的销量以每年平均35%速度上升，未来5年中国橱柜及厨电将有超过1000亿元的市场发展空间。巨大的市场容量、消费观念日益转变必将引领中国橱柜、厨电业迈入黄金发展时期。

在未来的5年内，我国将有31.7%的家庭使用橱柜，每年的市场容量为700亿元。

厨卫产品的市场容量的总体研究思路：以住宅销售面积以及人均住宅面积、家庭数为基础，按每家至少需要两个水槽（厨房一个，卫生间一个），橱柜3-5件（碗柜、杂柜、其他等），结合市场现有率（已经装修橱柜、水槽产品等）、区域消费理念、住房条件、消费水平、收入水平等因素。

房地产市场自2015年二季度以来，销售一直呈现复苏趋势。商品房销售面积当月值同比增速从去年4月开始由负转正，之后保持大幅增长。今年以来，在去库存政策和宽松的货币环境之下，房地产销售延续了去年的火爆态势。今年3、4、5月，销售面积当月值同比增速分别37.66%、44.07%、24.24%，保持高位。今年前5个月房地产销售面积累计值4.8亿平方米，同比增速为33.20%。目前应持续关注政策变化对下半年销售的影响，同时关注房企在各个热点地区项目的开发进度和推盘意愿，预计全年销售面积有望达到13亿平方米。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国房地产厨卫行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告》共十二章。首先介绍了房地产厨卫行业市场发展环境、房地产厨卫整体运行态势等，接着分析了房地产厨卫行业市场运行的现状，然后介绍了房地产厨卫市场竞争格局。随后，报告对房地产厨卫做了重点企业经营状况分析，最后分析了房地产厨卫行业发展趋势与投资预测。您若想对房地产厨卫产业有个系统的了解或者想投资房地产厨卫行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 中国房地产市场投资前景分析 1

第一节 中国房地产行业经济与政策环境分析 1

一、经济环境分析 1

二、政策变迁分析	6
第二节 2015-2016年房地产销售面积	14
第三节 2015-2016年房屋销售价格指数	15
第四节 2015-2016年房地产投资分析	15
一、2015-2016年投资金额	15
二、2015-2016年投资区域结构	16
第五节 2015-2016年细分市场投资前景数据分析	16
一、2015-2016年住宅市场投资前景数据分析	16
二、2015-2016年办公楼市场投资前景数据分析	21
三、2015-2016年商业营业用房市场投资前景数据分析	21
第六节 全国各地区房地产市场投资前景	22
一、2010-2016年全国各地区房地产上市面积	22
二、2009年-2016年全国各地区房地产商品房及住宅的成交面积和销售额及增长情况	23
三、2015-2016年全国70个大中城市房价（均价）同比走势	26
四、2015-2016年全国各地区房地产销供比（以面积计算）	33
第七节 装修市场投资前景消费结构分析	36
第二章 整体厨房行业发展分析	40
第一节 整体厨房相关概述	40
一、整体厨房的涵义	40
二、整体厨房的主要类型	40
三、整体厨房设计应遵循的规则	40
四、整体厨房与传统厨房的比较	41
第二节 整体厨房行业发展状况	42
一、2016年整体厨房市场投资前景发展概况	42
二、厨房电器企业向整体厨房延伸	43
三、橱柜企业对家电企业涉足整体厨房的反应	46
第三节 整体厨房发展中的问题及策略	47
一、整体厨房设计及消费的误区	47
二、整体厨房行业发展中的问题	48
三、对整体厨房行业发展的建议	51
第四节 整体厨房的前景及发展趋势	52

一、2016年整体厨房产业投资机会 52

二、2016年整体厨房发展趋势探析 53

第三章 橱柜市场投资前景发展分析 54

第一节 世界橱柜市场投资前景发展分析 54

一、世界主流橱柜的特点 54

二、2014-2016年德国橱柜市场投资前景发展状况 55

三、2014-2016年美国橱柜市场投资前景发展状况 56

第二节 中国橱柜市场投资前景发展分析 56

一、中国橱柜发展概况 56

二、厨具市场投资前景容量分析 57

三、厨具市场投资前景增长情况 58

四、厨具市场投资前景占比情况 59

五、2016年橱柜市场投资前景特征分析 59

六、2014-2016年橱柜市场投资前景中外品牌竞争分析 60

七、2014-2016年品牌橱柜企业发展状况分析 61

八、2014-2016年橱柜产品设计变化情况分析 63

第三节 中国主要地区橱柜市场投资前景分析 63

一、2014-2016年上海橱柜市场投资前景分析 63

二、2014-2016年北京橱柜市场投资前景分析 64

三、2014-2016年广东橱柜市场投资前景分析 64

四、2014-2016年深圳橱柜市场投资前景分析 65

第四章 橱柜市场投资前景品牌发展分析 66

第一节 橱柜品牌的意义 66

一、橱柜品牌的价值所在 66

二、品牌与非品牌橱柜的差距 67

三、橱柜品牌成消费者首选要素 68

四、橱柜品牌传播的核心及理念 70

第二节 橱柜品牌发展状况 70

一、橱柜与居家消费的关系 70

二、中国橱柜行业催生全国性品牌 71

三、 中国不同类型橱柜品牌比较分析	72
第三节 区域性品牌的发展状况	73
一、 2016年区域品牌橱柜的发展情况	73
二、 2016年中国区域性品牌发展形势	73
三、 2016年三四级市场投资前景品牌竞争分析	74
第四节 打造橱柜品牌的策略	75
一、 橱企增强品牌竞争力的策略	75
二、 从杂牌厂家到名牌橱企的发展策略	77
三、 2016年橱柜市场投资前景品牌竞争策略	78
第五章 橱柜行业的营销分析	79
第一节 橱柜行业主要营销模式选择	79
一、 橱企加盟代理与直营的优劣	79
二、 2016年橱柜行业网络营销分析	80
三、 橱企选好营销模式的原则	81
第二节 橱柜行业的透明营销	82
一、 透明营销的概念及手法	82
二、 透明营销推动橱柜品牌竞争升级	83
三、 欧派向社会公开生产流程	83
四、 康洁向大众媒体展示先进技术设备	83
第三节 主要橱柜企业营销状况分析	84
一、 皮阿诺橱柜借力奥运营销	84
二、 欧派的文化营销发展分析	84
第四节 橱柜经销状况分析	85
一、 橱柜企业试行产销分离模式	85
二、 厦门橱企首创厂家直销模式	85
三、 展会成为成都橱企建立网络渠道的新途径	86
四、 橱柜经销体系面临的问题及发展策略	87
第五节 橱柜业营销的问题及策略	88
一、 橱柜营销面临的困难	88
二、 橱柜企业市场投资前景营销攻略	88
三、 橱柜企业终端营销的原则及其方略	89

第六章 橱柜行业竞争格局分析 91

第一节 橱柜行业的发展周期 91

一、橱柜行业的增长性与波动性 91

二、橱柜行业的成熟度 91

第二节 2014-2016年中国橱柜产业竞争现状分析 92

一、2014-2016年价格竞争分析 92

二、2014-2016年品牌竞争分析 92

第三节 2014-2016年中国橱柜区域竞争格局分析 93

一、2014-2016年重点区域竞争力 93

二、2014-2016年市场投资前景集中度分析 94

三、2014-2016年企业集中度分析 95

第七章 主要橱柜企业竞争分析 95

第一节 澳柯玛 95

一、企业概况 95

二、竞争优势分析 95

三、2008-2016年经营状况 96

四、2016-2022年发展战略 97

第二节 欧派 97

一、企业概况 97

二、竞争优势分析 98

三、2014-2016年经营状况 98

四、2016-2022年发展战略 99

第三节 科宝博洛尼 99

一、企业概况 99

二、竞争优势分析 99

三、2014-2016年经营状况 100

四、2016-2022年发展战略 100

第四节 雅迪尔 100

一、企业概况 100

二、竞争优势分析 101

三、 2014-2016年经营状况	101
四、 2016-2022年发展战略	102
第五节 建潘卫厨	102
一、 企业概况	102
二、 竞争优势分析	102
三、 2014-2016年经营状况	103
四、 2016-2022年发展战略	103
第六节 我乐	103
一、 企业概况	103
二、 竞争优势分析	104
三、 2014-2016年经营状况	104
四、 2016-2022年发展战略	104
第七节 其他橱柜企业	105
一、 北京康洁家具有限公司	105
二、 北京隆森木业有限责任公司	105
三、 杭州老板实业公司	106
四、 青岛帝森家庭橱柜厨具有限公司	107
五、 湖北一新橱柜公司	107
第八节 国外橱柜商发展分析	108
一、 德国阿尔诺 (ALNO) 集团	108
二、 德国著名品牌Poggenpohl	109
三、 德国nobilia公司	109
四、 德国rational厨房家具	110
五、 alno阿尔诺橱柜	111
六、 诗奈德橱柜	112
七、 贝罗尼集团	112
八、 北京诺威?依耐斯橱柜	113
第八章 橱柜行业发展趋势分析	113
第一节 2016-2022年发展环境展望	113
一、 2016-2022年宏观经济形势展望	113
二、 2016-2022年政策走势及其影响	116

第二节 橱柜业发展前景及趋势	116
一、整体橱柜成朝阳行业	116
二、橱柜三四级市场投资前景开发潜力	116
三、橱柜业未来发展特征分析	117
第三节 2016年橱柜行业发展预测	118
一、2016年橱柜行业发展展望	118
二、2016年橱柜市场投资前景流行风格分析	118
三、2016年橱柜产品设计趋势分析	119
第四节 2016-2022年中国橱柜市场投资前景趋势分析	120
一、2014-2016年橱柜市场投资前景趋势总结	120
二、2016-2022年橱柜发展趋势分析	122
三、2016-2022年橱柜市场投资前景发展空间	122
四、2016-2022年橱柜产业政策趋向	123
五、2016-2022年橱柜技术革新趋势	123
六、2016-2022年橱柜价格走势分析	123
第九章 未来橱柜行业发展预测	124
第一节 2016-2022年国际橱柜市场投资前景预测	124
一、2016-2022年全球橱柜行业产值预测	124
二、2016-2022年全球橱柜市场投资前景需求前景	125
三、2016-2022年全球橱柜市场投资前景价格预测	126
第二节 2016-2022年国内橱柜市场投资前景预测	126
一、2016-2022年国内橱柜行业产值预测	126
二、2016-2022年国内橱柜市场投资前景需求前景	127
三、2016-2022年国内橱柜市场投资前景价格预测	128
第三节 2016-2022年市场投资前景消费能力预测	129
一、2016-2022年行业总需求规模预测	129
二、2016-2022年主要产品市场投资前景规模预测	130
第四节 2016-2022年市场投资前景供应能力预测	130
一、2016-2022年行业产能扩张分析	130
二、2016-2022年主要产品产量预测	131
第五节 2016-2022年主要产品价格走势预测	131

一、 2016-2022年主要产品市场投资前景价格现状 131

二、 2016-2022年主要产品价格走势预测 132

第十章 厨卫家电行业发展概况分析 133

第一节 厨卫家电总述 133

一、 厨卫电器定义 133

二、 厨卫电器特点 133

三、 厨卫电器的地位 134

第二节 中国厨卫家电行业总体概况 134

一、 市场投资前景规模 134

二、 产品普及率 135

三、 行业竞争格局和趋势简析 136

第三节 中国厨卫家电产业发展成就 137

一、 2014-2016年中国厨卫电器市场投资前景规模分析 137

二、 2016-2022年中国厨卫电器市场投资前景规模预测分析 138

三、 2014-2016年中国厨卫电器市场投资前景平均毛利润分析 138

第四节 2016-2022年中国厨卫家电行业发展趋势 139

一、 整体厨房趋势 139

二、 品牌格局 142

三、 利润趋势 142

四、 新渠道模式 143

第五节 中国三四级市场投资前景机会分析 144

一、 三四级市场投资前景现状分析 144

二、 区域、成长、产品机会分析 144

第六节 厨卫家电产业政策环境分析 145

一、 中国厨卫家电行业相关政策法规 145

二、 中国厨卫家电行业相关政策到产品的影响分析 145

第七节 中国厨卫家电行业市场投资前景特征 146

第八节 中国厨卫家电行业竞争格局 149

一、 厨卫家电品牌变动分析 149

二、 厨卫家电品牌占比分析 149

三、 区域格局 150

四、专业厂商	151
五、大家电品牌进入	151
六、外资厂商	152
第九节 厨卫家电渠道发展及现状	152
一、中国厨卫家电渠道发展历史	152
二、中国厨卫家电渠道现状与特点	154
三、中国厨卫家电主要代表渠道模式及厂家	157
第十节 厨卫家电商主要商品分析	157
一、抽油烟机	157
二、电热水器	159
三、燃气灶	160
四、消毒柜	163
五、整体厨房	165
第十一章 中国水槽市场投资前景发展格局分析	167
第一节 2014-2016年中国水槽市场投资前景发展概况分析	167
一、中国水槽市场投资前景特征分析	167
二、我国水槽区域结构分析	168
三、中国水槽区域市场投资前景规模分析	169
第二节 2014-2016年中国水槽需求与消费状况分析	169
一、中国水槽产能分析	169
二、中国水槽行业市场投资前景价格分析	169
三、水槽行业进出口市场投资前景情况分析	170
第三节 2014-2016年中国水槽市场投资前景发展影响因素分析	171
第四节 2014-2016年中国水槽产业运行态势分析	172
一、国内水槽产业发展历程分析	172
二、水槽品牌现状分析	173
三、不锈钢水槽发展形势分析	175
第五节 2014-2016年中国水槽行业竞争格局分析	175
一、2014-2016年中国水槽行业集中度分析	175
二、2014-2016年中国水槽市场投资前景竞争格局分析	176
三、2014-2016年中国水槽行业竞争策略分析	177

第六节 2016-2022年中国水槽行业发展趋势预测分析	179
一、 2016-2022年中国水槽产品发展趋势预测分析	179
二、 2016-2022年中国水槽行业市场投资前景发展前景预测分析	180

第十二章 中国水槽重点企业关分析 181 (ZY GXH)

第一节 宁波欧琳实业有限公司 181

- 一、 企业概况及产品结构 181
- 二、 竞争优势分析 181
- 三、 经营状况分析 182
- 四、 企业发展战略分析 183

第二节 广东樱奥厨具有限公司 183

- 一、 企业概况及产品结构 183
- 二、 竞争优势分析 183
- 三、 经营状况分析 184
- 四、 企业发展战略分析 185

第三节 宁波塞尔翔鹰金属制品有限公司 185

- 一、 企业概况及产品结构 185
- 二、 竞争优势分析 185
- 三、 经营状况分析 185
- 四、 企业发展战略分析 186

第四节 惠州莱茵厨卫制品有限公司 187

- 一、 企业概况及产品结构 187
- 二、 竞争优势分析 187
- 三、 经营状况分析 187
- 四、 企业发展战略分析 188 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表 1：2004-2016年我国国民生产总值统计 单位：亿元 1
- 图表 2：2006-2016年我国居民消费价格指数涨幅分析 2
- 图表 3：2004-2016年农村居民人均纯收入统计 单位：元 2
- 图表 4：2004-2016年城镇居民人均可支配收入统计 单位：元 3
- 图表 5：2004-2016年社会消费品零售总额统计 单位：亿元 3

- 图表 6：2004-2016年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 4
- 图表 7：2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 单位：亿元 4
- 图表 8：2006-2016年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 6
- 图表 9：2010-2016年我国房地产行业政策分析 7
- 图表 10:2014-2016年我国中央政府对保障性住房建设(包括农村危房改造)投资额统计 单位:亿元 13
- 图表 11:2014-2016年我国中央政府对保障性住房建设(包括农村危房改造)用房供地统计 单位:万公顷 13
- 图表 12：2015-2016年我国商品房销售面积统计 单位：万平方米 14
- 图表 13：2015-2016年全国房屋销售价格指数分析 15
- 图表 14：2015-2016年我国房地产开发投资额统计 亿元 16
- 图表 15：2015-2016年我国房地产区域投资额统计 单位：亿元 16
- 图表 16：2015-2016年我国商业住宅房销售面积统计 单位：万平方米 17
- 图表 17：中国2016年40个重点城市房地产开发与销售统计 18
- 图表 18：中国2016年40个重点城市房地产开发与销售统计 19
- 图表 19：2015-2016年我国办公楼销售面积统计 单位：万平方米 21
- 图表 20：2015-2016年我国商业营业用房销售面积统计 单位：万平方米 21
- 图表 21：2014-2016年全国各地区房地产房屋施工面积统计 单位：万平方米 22
- 图表 22：2014-2016年份全国各地区房地产商品房销售面积统计 单位：万平方米 23
- 图表 23：2014-2016年份全国各地区房地产商品房销售额统计 单位：亿元 24
- 图表 24：2014-2016年份全国各地区房地产商品住宅房销售额统计 单位：亿元 25
- 图表 25：2016年中国七十个大中城市房屋销售价格指数 26
- 图表 26：2016年中国城市房屋均价排行榜 28
- 图表 27：2016年七十个大中城市住宅销售价格指数 31
- 图表 28：2014-2016年全国各地区房地产房屋施工面积统计 单位：万平方米 33
- 图表 29：2014-2016年全国各地区房地产房商品房销售面积统计 单位：万平方米 34
- 图表 30：2016年各地区商品房销售面积增速情况 单位：% 35
- 图表 31：2016年中国城镇居民可支配收入情况 36
- 图表 32：人均装修消费结构情况 38
- 图表 33：装修消费（4000元以上）消费结构情况 38
- 图表 34：装修消费（2000-4000元）消费结构情况 39
- 图表 35：装修消费（2000元以下）消费结构情况 39

图表 36：整体厨房的主要类型 40

图表 37：2014-2016年中国住宅销售面积情况 单位：万平方米 57

图表 38：2014-2016年厨卫产品市场投资前景容量情况 58

图表 39：2016-2022年厨卫行业市场投资前景增长情况 58

图表 40：2016年橱柜行业品牌竞争情况 59

图表 41：2016年水槽品牌市场投资前景份额情况 59

图表 42：橱柜行业增长性与波动性情况 91

图表 43：2016年橱柜行业价格竞争情况 92

图表 44：2016年橱柜行业品牌竞争情况 93

图表 45：2016年粗话鬼行业区域格局情况 94

图表 46：2014-2016年橱柜行业的市场投资前景集中度情况 94

图表 47：2016年橱柜行业企业集中度情况 95

图表 48：2008-2016年澳柯玛经营情况 单位：万元 96

图表 49：2008-2016年澳柯玛财务比率情况 97

图表 50：2014-2016年欧派公司经营情况 单位：千元 98

图表 51：2014-2016年欧派财务比率 98

图表 52：2014-2016年科宝博洛尼经营情况 单位：千元 100

图表 53：2014-2016年科宝博洛尼财务比率情况 100

图表 54：2014-2016年雅迪尔经营情况 单位：千元 101

图表 55：2014-2016年雅迪尔财务比率情况 102

图表 56：2014-2016年建潘卫厨经营情况 单位：千元 103

图表 57：2014-2016年建潘卫厨财务比率情况 103

图表 58：2014-2016年我乐经营情况 单位：千元 104

图表 59：2014-2016年我乐财务比率 104

图表 60：2014-2016年北京隆森木业有限责任公司经营情况 单位：千元 105

图表 61：2014-2016年北京隆森木业有限责任公司财务比率情况 106

图表 62：2016-2022年国内橱柜市场投资前景价格走势预测 124

图表 63：2008-2016年全球橱柜市场投资前景产值情况 单位：亿美元 125

图表 64：2016-2022年全球橱柜市场投资前景产值预测 单位：亿美元 125

图表 65：2016-2022年全球橱柜市场投资前景价格走势预测 126

图表 66：2008-2016年国内橱柜行业产值情况 单位：亿元 127

图表 67：2016-2022年橱柜行业产值预测 单位：亿元 127

图表 68：2016-2022年国内橱柜市场投资前景价格走势预测 128

图表 69：2008-2016年国内橱柜行业需求规模情况 单位：亿元 129

图表 70：2016-2022年国内橱柜行业需求规模预测 单位：亿元 130

图表 71：2016-2022年橱柜行业主要产品市场投资前景规模预测 单位：亿元 130

图表 72：2016-2022年橱柜行业主要产品产量情况 单位：万件 131

图表 73：2016-2022年橱柜行业主要产品产量预测 单位：万件 131

图表 74：2009-2016年橱柜行业主要产品价格走势情况 132

图表 75：2016-2022年橱柜行业主要产品价格走势预测 132

图表 76：我国居民厨房电器普及率 135

图表 77：2016年我国居民卫生间电器普及率 136

图表 78：2009-2016年厨卫家电市场投资前景规模及增长情况 单位：亿元 137

图表 79：2016-2022年中国厨卫家电市场投资前景规模预测 单位：亿元 138

图表 80：中国厨卫电器品牌格局 142

图表 81：中国厨卫家电行业相关政策法规 145

图表 82：厨房电器品牌占比情况 149

图表 83：卫生间电器品牌占比情况 150

图表 84：中国主要抽油烟机品牌情况 158

图表 85：中国主要电热水器品牌情况 159

图表 86：中国主要电热水器品牌情况 161

图表 87：中国主要消毒柜品牌情况 164

图表 88：中国主要整体厨房品牌情况 166

图表 89：2014-2016年中国水槽市场投资前景规模 单位：亿元 169

图表 90：2014-2016年中国水槽产能 单位：万件 169

图表 91：2014-2016年水槽价格指数走势 170

图表 92：2014-2016年上半年陶瓷水槽出口数量及金额 170

图表 93：2014-2016年上半年不锈钢水槽出口数量及金额 170

图表 94：2014-2016年上半年陶瓷水槽进口数量及金额 170

图表 95：2014-2016年上半年不锈钢水槽进口数量及金额 171

图表 96：水槽品牌市场投资前景知名度 174

图表 97：中国水槽行业十大品牌情况 174

图表 98：2016年中国水槽市场投资前景区域集中度 176

图表 99：2014-2016年宁波欧琳实业有限公司经营情况 单位：千元 182

图表 100 : 2014-2016年宁波欧琳实业有限公司盈利能力 182
图表 101 : 2014-2016年宁波欧琳实业有限公司偿债能力 182
图表 102 : 2014-2016年宁波欧琳实业有限公司运营能力 182
图表 103 : 2014-2016年宁波欧琳实业有限公司成长能力 183
图表 104 : 2014-2016年广东樱奥厨具有限公司经营情况 单位 : 千元 184
图表 105 : 2014-2016年广东樱奥厨具有限公司盈利能力 184
图表 106 : 2014-2016年广东樱奥厨具有限公司偿债能力 184
图表 107 : 2014-2016年广东樱奥厨具有限公司运营能力 184
图表 108 : 2014-2016年广东樱奥厨具有限公司成长能力 184
图表 109 : 2014-2016年宁波塞尔翔鹰金属制品有限公司经营情况 单位 : 千元 185
图表 110 : 2014-2016年宁波塞尔翔鹰金属制品有限公司盈利能力 186
图表 111 2014-2016年宁波塞尔翔鹰金属制品有限公司偿债能力 186
图表 112 : 2014-2016年宁波塞尔翔鹰金属制品有限公司运营能力 186
图表 113 : 2014-2016年宁波塞尔翔鹰金属制品有限公司成长能力 186
图表 114 : 2014-2016年惠州莱茵厨卫有限公司经营情况 单位 : 千元 187
图表 115 : 2014-2016年惠州莱茵厨卫有限公司盈利能力 187
图表 116 : 2014-2016年惠州莱茵厨卫有限公司偿债能力 187
图表 117 : 2014-2016年惠州莱茵厨卫有限公司运营能力 188
图表 118 : 2014-2016年惠州莱茵厨卫有限公司成长能力 188
图表 119 : 2014-2016年宁波福兰特厨具有限公司经营情况 单位 : 千元 189
图表 120 : 2014-2016年宁波福兰特厨具有限公司盈利能力 189
图表 121 : 2014-2016年宁波福兰特厨具有限公司偿债能力 189
图表 122 : 2014-2016年宁波福兰特厨具有限公司运营能力 189
图表 123 : 2014-2016年宁波福兰特厨具有限公司成长能力 190

详细请访问 : <http://www.abaogao.com/b/fangdichan/883827V3OE.html>