2016-2022年中国集成吊顶
市场深度研究与投资策略报告

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年中国集成吊顶市场深度研究与投资策略报告》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/jiancai/T61651N9P3.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

集成吊顶是HUV金属方板与电器的组合。分扣板模块、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。如今，随着集成吊顶业的日益发展，阳台吊顶、餐厅吊顶、客厅吊顶、过道吊顶等都逐渐成为家装的主流。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。

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，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。

从长远来看，集成吊顶产品终究不大可能成为易耗品，很难有多次购买、重复购买的行为发生，换句话说，消费者的总数量实际上是在日益减少。而工程产品则刚好相反，只要你的产品够好、服务够好、价格够好，项目只会是越做越多，越做越大。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国集成吊顶市场深度研究与投资策略报告》共十四章。首先介绍了集成吊顶相关概念及发展环境，接着分析了中国集成吊顶规模及消费需求，然后对中国集成吊顶市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国集成吊顶面临的机遇及发展前景。您若想对中国集成吊顶有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分行业发展分析
第一章集成吊顶行业发展概述1
第一节集成吊顶行业发展概述1
一、集成吊顶简介1
二、集成吊顶的功能1
三、集成吊顶和传统吊顶对比3
第二节集成吊顶风格3
一、自然风格3
二、轻快风格(豪爽大方)3
三、柔和风格(平稳独立)4
四、优雅风格(恬静温柔)4
五、都市风格(独立个性)4
六、清新风格(轻淡写意)4
七、中式风格4
八、欧式古典风格5
九、地中海风格5
十、东南亚风格5
十一、美式乡村风格5
十二、日式风格6
十三、时尚混搭风格6

第二章2013-2016年5月中国集成吊顶行业市场发展环境解析7
第一节2013-2016年5月中国经济环境分析7
一、2015年中国宏观经济运行分析7
二、2015年宏观经济运行指标分析15
三、2015年中国经济发展预测27
四、“十三五”中后期我国经济增长潜力分析28
第二节2015年中国集成吊顶市场政策环境分析38
一、2015年建材工业发展趋势和重点工作38
二、2015年家装新规导致吊顶安装成本上涨39
三、2015年建筑用集成吊顶行业标准即将出台39
四、集成吊顶需要行业规范40

第三节2013-2016年5月中国集成吊顶市场社会环境分析41
一、居民消费结构41
二、人口环境分析42
三、时尚一族成未来集成吊顶消费主力军42

第三章2013-2016年5月中国集成吊顶行业运行态势剖析44
第一节2013-2016年5月中国集成吊顶行业动态分析44
一、我国集成吊顶行业发展回顾44
二、2015年中国集成吊顶行业发展现状47
三、诚信服务推动吊顶行业的发展48
第二节2013-2016年5月中国集成吊顶产业运行总况49
一、2015年中国集成吊顶产业发展分析49
二、2015年我国集成吊顶困境原因浅析54
三、2015年国际吊顶城打造中国首家集成吊顶展贸中心55
四、2015年所有集成吊顶企业要解决的问题58
第三节2013-2016年5月中国集成吊顶重点产区分布59
一、嘉兴百步镇59
（一）中国集成吊顶第一镇59
（二）2015年嘉兴百步镇吊顶产业强劲60
二、嘉兴王店镇62
（一）王店集成吊顶产业分析62
（二）2015年王店集成吊顶产业转型“加速度”63
（三）2015年中国?王店集成吊顶产业发展暨王店国际吊顶城新闻发布会在广州举行65
第四节2013-2016年5月中国集成吊顶产业面临的热点问题探讨66
一、产品同质化非常严重66
二、山寨集成吊顶隐患刺痛全行业的神经67
三、2015年集成吊顶行业如何贯彻好节能环保理念68
四、2015年集成吊顶行业如何走出“雾霭天气”69
五、2015年集成吊顶存在的七大市场瓶颈70
第五节2015年中国集成吊顶市场发展方向72
一、集成吊顶团购成为销售模式不二选择72
二、家居泛时代品牌知名度是关键72

三、渠道重头戏依然是卖场73
四、行业卖场加速升级73
五、集成吊顶卖场流行仓储式74

第二部分市场发展分析
第四章2013-2016年5月中国集成吊顶市场运行走势剖析75
第一节2013-2016年5月中国集成吊顶市场运行动态分析75
一、2015年全国集成吊顶潜在市场75
二、2015年集成吊顶和相关配套总产值75
三、集成吊顶企业研发新品需迎合消费群体77
四、2015年消费者对集成吊顶进军电商市场持保守态度78
第二节2013-2016年5月中国集成吊顶市场运行状况分析79
一、2015年集成吊顶行业市场调研79
二、集成吊顶市场存在的问题81
三、二三线市场成为集成吊顶业主战场82
四、集成吊顶行业还处在市场转型期82
五、2015年集成吊顶突破行业传统84
第三节2015年中国集成吊顶市场展望与开拓85
一、2015年集成吊顶的利润来源85
二、高端产品市场容量有望提高86
三、客厅吊顶成集成吊顶行业的新宠新贵族86
四、集成吊顶企业开拓不同市场要因势利导87
五、集成吊顶企业需要善于去挖掘市场空白点88
第四节2015年提升技术与附加值是集成吊顶企业产品必经之路89

第五章2013-2016年5月中国集成吊顶市场营销策略分析91
第一节2013-2016年5月中国集成吊顶市场消费者分析91
一、集成吊顶消费者需求91
二、集成吊顶企业需紧握消费者91
三、集成吊顶行业发展取决于消费者92
四、集成吊顶企业紧握消费者需求的三大重点94
五、2014集成吊顶消费者更重视产品体验95

第二节2013-2016年5月中国集成吊顶市场终端渠道分析96
一、集成吊顶企业的优势在于渠道的优势96
二、集成吊顶行业产品的终端还是依靠安装96
三、集成吊顶专营店管理及经营策略97
四、集成吊顶企业渠道扁平化现诸多优点98
五、集成吊顶如何扩展销售渠道100
六、集成吊顶渠道销售和终端销售策略101
七、二三级市场成未来集成吊顶渠道拓展新方向104
第三节2013-2016年5月中国集成吊顶市场营销现状分析105
一、集成吊顶全新营销模式的追寻105
二、集成吊顶企业促销方式有待创新106
三、2015年集成吊顶营销关键107
四、中国集成吊顶行业营销模式进化阶段108
第四节2015年集成吊顶产品定位和发展方向109
一、产品定位，走差异化路线110
二、树立完整产品概念，创导产品创新110
三、产品差异化策略的实施110
第五节2015年中国集成吊顶市场营销策略探析111
一、集成吊顶行业发展需要主动性111
二、同质化时代吊顶企业营销策略111
三、集成吊顶企业淡季促销造势113
四、如何做好集成吊顶的网络营销114
五、集成吊顶企业应注重活动营销的延续性115
六、集成吊顶企业要抓住机遇尝试微博新营销116
七、从消费特性来看集成吊顶行业的具体营销方案117
第六节2015年中国集成吊顶市场加盟策略探析117
一、集成吊顶加盟有标准117
二、集成吊顶品牌企业如何吸引优秀的经销商118
三、集成吊顶加盟二级城市市场调研119
四、2015年新晋集成吊顶加盟商进入新市场突围模式120

第三部分市场竞争与品牌

第六章2013-2016年5月中国集成吊顶市场竞争格局透析126
第一节2013-2016年5月中国集成吊顶行业竞争现状126
一、集成吊顶行业竞争分析126
二、集成吊顶市场竞争日趋白热化126
第二节2015年中国集成吊顶行业竞争趋势127
一、集成吊顶企业竞争日趋激烈127
二、集成吊顶行业“价格战”趋势分析128
三、2015年集成吊顶行业将进行洗牌132
四、未来集成吊顶市场将是一场全面立体竞争133
第三节2016-2022年集成吊顶企业提升竞争力策略134
一、产品，最核心的竞争力134
二、展厅，终端竞争力的最直接影响力134
三、培训，所有竞争力的关键135

第七章2013-2016年5月中国集成吊顶品牌发展现状分析136
第一节2013-2016年5月中国集成吊顶品牌发展现状分析136
一、集成吊顶品牌化从无到有136
二、区域品牌成“市场的补缺者”137
三、集成吊顶企业品牌建设新方向137
四、集成吊顶品牌定位扩大竞争优势138
第二节2013-2016年5月中国集成吊顶十大品牌分析140
一、2015年度中国天花吊顶行业十大品牌的企业和品牌140
二、2015年度中国集成吊顶行业十大公认品牌的企业和品牌140
三、2015年度中国集成吊顶行业十大领军品牌的企业和品牌141
四、2013中国集成吊顶行业“年度创新大奖”名单142
五、2015年度中国集成吊顶行业十佳新锐品牌的企业和品牌143
六、2013中国集成吊顶行业五大销售冠军奖经销商143
七、2013中国集成吊顶行业优秀经销商名单144
八、2013“中国厨卫百强”集成吊顶企业10强出炉145

第八章2013-2016年5月中国集成吊顶品牌策略深度探讨147
第一节品质是检验品牌的唯一标准147

一、品质为何？147
二、品质从何而来？147
三、品质是检验品牌的唯一标准148
四、坚守品质保持诚信集成吊顶企业发展更好148
第二节2015年中国集成吊顶品牌策略深度探讨149
一、中小型集成吊顶企业品牌建设149
二、吊顶盈利能力由市场份额和产品属性决定150
三、集成吊顶产业危机过后的战略将如何选择152
四、集成吊顶品牌建设和经营运作是体现和表达154
第三节2015年集成吊顶企业保护自身品牌利益策略155
一、缔造品牌155
二、维护品牌156
三、保护品牌156
第四节2015年吊顶品牌营销的6大误区及解决之道157

第九章2013-2016年5月中国主要集成吊顶品牌市场战略剖析161
第一节友邦161
一、友邦第一品牌的珠峰战略161
二、2015年友邦集成吊顶抢跑IPO162
第二节今顶163
第三节宝仕龙165
第四节来斯奥167
第五节花旗171
第六节克兰斯172
第七节菲林克斯174
第八节索菲尼洛175
第九节品格177
第十节楚楚178
第十一节莱斯顿181
第十二节托斯卡纳182
第十三节君澜183

第四部分相关行业调研
第十章2013-2016年5月中国房地产行业运行分析185
第一节2015年中国房地产市场运行分析185
一、中国土地情况185
二、房地产开发完成情况186
三、房屋新开工面积189
四、商品房销售和待售情况192
五、房地产开发企业资金来源情况197
六、全国房地产开发景气指数199
七、大中城市房屋市场销售价格指数200
第二节2015年中国房地产业市场运行概况202
一、2015年全国房地产市场成交情况202
（一）销量均价同比涨幅202
（二）商品房销售金额及面积同比增速204
二、2015年房地产开发资金来源208
三、全国房地产开发投资211
四、新开工面积，库存替代指标214
五、2015年房价连续12个月上涨五大原因216
六、融资结构正悄然变化217
第三节2015年中国房地产市场走势分析219
一、2015年房地产市场面临的宏观环境变化219
二、经济转型与房地产投资机会222
三、2015年全国房地产市场总体形势226
四、全国一线城市房地产市场形势227
五、全国二三线城市房地产市场形势228
第四节2014-2020年房地产业发展趋势与预测231
一、中国房地产未来的六大趋势231
二、新型城镇化下的房地产市场发展趋势234
三、2014-2020年我国房地产市场预测235

第十一章2013-2016年5月中国建材市场运行新形势透析237
第一节2015年中国建材行业的运行分析237

一、2015年行业运行情况特点237
二、2015年行业运行存在的问题238
第二节2015年中国建材行业的运行分析239
一、建材行业投资情况239
二、建材行业经营情况240
三、2015年建材工业发展趋势和重点工作241
第三节中国建材工业节能形势与任务的综述242
一、2015年国外新型建材节能降耗经济环保242
二、十八大发展绿色建材推进节能减排倡议书243
三、推广新型建材是实现建筑节能和绿色建筑的有效途径246
四、新型节能建筑材料的发展趋势247
第四节中国建材行业发展的问题及对策251
一、建材工业转型升级关键问题尚未突破251
二、产能过剩问题依然将压制建材行业盈利251
三、中国建材行业需转变观念发展低碳经济253
四、中国建材行业的发展对策253
五、中国建材产业发展措施255
六、我国建材企业绿色营销现状及对策256
第五节建材工业“十三五”发展规划258
一、发展现状259
二、发展环境260
三、指导思想、基本原则和主要目标261
四、发展重点263
五、重点工程267
六、保障措施268
第六节2016-2022年中国建材行业趋势预测及趋势269
一、我国建材工业发展趋势的判断269
二、我国建材细分市场发展趋势269
三、未来中国建材行业的发展方向272
四、2016-2022年中国建材市场发展预测273
第七节2016-2022年中国建材行业的发展展望273
一、“十三五”我国将大力发展绿色环保建材产业273

二、“十三五”我国建材业五个转变275
三、“十三五”我国建材工业的发展思路276
四、“十三五”我国建材工业的发展重点276
五、“十三五”我国五金建材塑料产业发展展望277
六、“十三五”中国玻璃行业发展展望分析279

第十二章中国建筑装饰行业调研282
第一节中国建筑装饰行业“十一五”期间发展基本情况282
一、行业规模持续扩大、各专业市场持续发展282
二、行业“十一五”期间发展的主要特点283
三、行业“十一五”期间取得成绩的主要素因分析286
四、“十一五”期间行业发展的不足286
第二节2013-2016年5月中国建筑装饰业分析288
一、2015年中国建筑装饰行业发展概述288
二、2015年建筑装饰行业发展关键295
三、2015年建筑装饰行业发展预测300
四、2015年建筑装饰行业现状分析301
五、2015年建筑装饰板块城镇化带动行业增长302
六、2015年禁止政府新建楼堂馆所对装饰影响303
七、2015年建筑装饰行业诚信评价标准将出台303
第三节建筑装饰业企业分析305
一、现代建筑装饰企业的部门设计305
二、建筑装饰业企业成本分析306
三、2015年建筑装饰上市公司年度业绩分析308
四、2015年国内建筑装饰业首次实现跨国收购310
第四节建筑装饰业竞争分析311
一、建筑装饰业的主要竞争因素311
二、2015年建筑装饰百强企业六大并购事件312
三、2015年建筑装饰行业洗牌在即313
四、提升建筑装饰企业竞争力的策略314
五、浅析建筑装饰市场的价格竞争策略314
第五节建筑装饰业的前景及趋势336

一、中国建筑装饰行业前景无限光明336
二、中国建筑装饰行业“十三五”指导思想338
三、中国建筑装饰行业“十三五”发展目标338
四、建筑装饰行业在全面建成小康社会中的发展空间340

第十三章中国家装行业调研343
第一节家装行业概况343
一、中国家装行业的发展概述343
二、2015年中国家装市场规模343
三、2015年家装行业发展关键词344
四、2015年家装市场发展格局346
五、2015年《家居家装行业经营服务规范》标准起草启动351
六、2015年家装四新规陆续出台352
七、2015年家装物流企业进军电商354
八、2015年家装市场流行趋势356
第二节主要城市家装行业概况361
一、2015年深圳家装行业市场调研361
二、2015年成都家装行业市场调研361
三、2015年广州家装市场调研363
四、2015年河南进一步规范住宅装饰市场365
五、2015年武汉家装行业市场调研366
第三节中国家装行业存在的问题及对策367
一、中国家装行业的主要问题367
二、中国家装业发展的主要阻碍因素368
三、中国家装行业急需有效的品牌策划368
第四节2016-2022年家装行业的发展展望370
一、未来家装行业的发展趋势370
二、未来中国主流家装企业将走向竞合371
三、家装行业开辟二三级市场前景光明372
四、家装业交易形式的发展趋势373

第五部分行业前景与趋势

第十四章2016-2022年中国集成吊顶行业前景展望与趋势预测375(ZY WZY)
第一节2016-2022年中国集成吊顶行业趋势预测展望375
一、新型城镇化成家居行业新商机375
二、未来几年影响集成吊顶行业发展的因素379
三、集成吊顶的市场发展空间广阔379
四、集成吊顶的发展将转角遇上“四大机遇”380
五、未来几年将成为集成吊顶行业发展黄金期381
第二节2016-2022年中国集成吊顶行业发展趋势预测382
一、集成吊顶六大流行趋势解析382
二、环保与品牌是集成吊顶两大重要发展趋势384
三、集成吊顶行业势必要往低碳环保方向发展385
四、智能集成吊顶是未来家居生活的发展方向386
第三节2016-2022年中国集成吊顶行业投资前景研究分析387
一、号准吊顶市场脉搏做出正确选择和举措387
二、集成吊顶经销商五大“盈利点”388

图表目录：

图表：集成吊顶和传统吊顶对比3
图表：2015年国内生产总值初步核算数据7
图表：2012年1季度-2016年1季度GDP环比增长速度8
图表：2008-2016年5月国内生产总值及其增长速度8
图表：2012年9月-2016年3月全年居民消费价格涨跌趋势图9
图表：2008-2016年5月农村居民人均纯收入及其实际增长速度10
图表：2008-2016年5月城镇居民人均纯收入及其实际增长速度10
图表：2012年9月-2016年3月全年社会消费品零售总额分月通胀增长速度趋势图11
图表：2008-2016年5月社会消费品零售总额及其增长速度11
图表：2016年1-3月全年全国固定资产投资（不含农户）同比增速趋势图12
图表：2016年1-3月全年全国分地区投资相邻两月累计同比增速趋势图13
图表：2016年1-3月全年全国固定资产投资到位资金同比增速趋势图14
图表：2008-2016年5月全国固定资产投资及其增长速度14
图表：2008-2016年5月全国货物进出口总额15

详细请访问：http://www.abaogao.com/b/jiancai/T61651N9P3.html