

2015-2020年中国瓷砖胶市 场深度研究与市场需求预测报告

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

《2015-2020年中国瓷砖胶市场深度研究与市场需求预测报告》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/huagong/Z227199DH2.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

报告目录：

第一章 2014年全球瓷砖胶行业品牌市场深度研究

1.1 2014年全球瓷砖胶行业品牌市场总况

1.1.1 瓷砖胶行业品牌发展现状

1.1.2 瓷砖胶行业品牌数量及增长

1.1.3 瓷砖胶行业品牌市场规模及增长

1.1.4 瓷砖胶行业品牌市场渗透情况分析

1.2 2014年全球瓷砖胶行业品牌市场消费调研

1.2.1 消费群体特征

1.2.2 瓷砖胶行业品牌市场销售排名

1.2.3 瓷砖胶行业品牌市场份额

1.2.4 瓷砖胶行业品牌认知情况

1.2.5 瓷砖胶行业品牌产品市场推广策略

1.2.6 瓷砖胶行业品牌产品进入中国市场途径

1.3 2014年全球瓷砖胶行业品牌市场营销分析

1.3.1 2014年全球瓷砖胶行业品牌市场营销特点

1.3.2 2014年全球瓷砖胶行业品牌市场营销渠道分析

1.3.3 2014年全球瓷砖胶行业品牌市场营销模式分析

第二章 2014年中国瓷砖胶行业品牌市场运营环境分析

2.1 经济环境

1.1.1 国民经济运行情况GDP

1.1.2 消费价格指数CPI、PPI

1.1.3 全国居民收入情况

1.1.4 恩格尔系数

1.1.7 财政收支状况

1.1.8 社会消费品零售总额

2.2 瓷砖胶行业品牌市场环境分析

2.3 消费环境

2.4 人文环境分析

- 1.1.1 消费观念
- 1.1.2 文俗的影响
- 1.1.3 审美观

第三章 2014年中国瓷砖胶行业品牌研究

- 3.1 中国瓷砖胶行业品牌发展
 - 3.1.1 区域品牌
 - 3.1.2 行业品牌
 - 3.1.3 企业品牌
 - 3.1.4 自主品牌
- 3.2 2014年中国瓷砖胶市场品牌结构研究
 - 3.2.1 各种经营业态市场结构
 - 3.2.2 品牌市场结构
 - 3.2.3 区域市场结构
- 3.3 中国瓷砖胶品牌间的竞争力调查
 - 3.3.1 品牌数量及来源地调查
 - 3.3.2 单一品牌商场覆盖率调查
 - 3.3.3 品牌渗透情况调查
 - 3.3.4 品牌销售力及市场潜力调查

中篇 中国瓷砖胶行业品牌市场深度研究

第四章 2014年中国瓷砖胶行业品牌现状综述

- 4.1 2014年中国瓷砖胶行业品牌概况
 - 4.1.1 瓷砖胶行业品牌发展现状
 - 4.1.2 瓷砖胶行业品牌数量及增长
 - 4.1.3 瓷砖胶行业品牌市场规模及增长
 - 4.1.4 瓷砖胶行业品牌市场渗透情况分析
- 4.2 2014年中国瓷砖胶产品品牌市场动态关注
 - 4.2.1 瓷砖胶产品品牌市场销售额前十名排名情况
 - 4.2.2 瓷砖胶产品品牌市场竞争力前十名排名情况
 - 4.2.3 瓷砖胶产品品牌市场份额前十名排名情况
 - 4.2.4 瓷砖胶产品品牌市场发展潜力前十名排名情况

第五章 2014年中国瓷砖胶品牌结构及细分市场深度研究

5.1 2014年中国瓷砖胶整体市场品牌结构

1.1.1 年度品牌结构

1.1.2 季度品牌结构

5.2 2014年中国瓷砖胶细分市场品牌结构

5.3 2014年中国瓷砖胶产品品牌结构分析

5.3.1 产品品牌价格结构

5.3.2 不同类型

5.3.3 重点类型对比分析

第六章 2014年中国瓷砖胶品牌价格走势与主流厂商剖析

6.1 2014年中国瓷砖胶价格走势研究

6.1.1 整体市场价格走势

6.1.2 细分市场价格走势

6.2 2014年中国瓷砖胶主流品牌厂商

6.2.1 主流品牌结构对比

6.2.1.1 整体市场主流品牌对比

6.2.1.2 瓷砖胶市场主流品牌消费

6.2.2 产品品牌结构对比

6.2.2.1 整体市场品牌对比

6.2.2.2 瓷砖胶市场品牌消费

第七章 2014年中国品牌瓷砖胶市场价格监测结果

7.1 价格形成机制分析研究

7.2 2014年中国瓷砖胶品牌市场价格调查结果

7.3 2011-2014年中国瓷砖胶品牌价格走势

7.4 2015-2020年中国瓷砖胶消费现状和未来消费发展趋势

第八章 2014年中国瓷砖胶行业品牌市场消费调研

8.1 中国瓷砖胶市场消费需求调研

8.1.1 瓷砖胶市场的消费需求变化

8.1.2 瓷砖胶行业的需求情况分析

8.1.3 2011-2014年瓷砖胶产品品牌市场消费需求分析

8.2 中国瓷砖胶消费市场状况考察

8.2.1 瓷砖胶行业消费特点

8.2.2 瓷砖胶消费者分析

8.2.3 瓷砖胶消费结构分析

8.2.4 瓷砖胶消费的市场变化

8.2.5 瓷砖胶市场的消费方向

8.3 2014年中国瓷砖胶行业品牌市场消费调研

8.3.1 消费群体特征

8.3.2 瓷砖胶行业品牌市场销售排名

8.3.3 瓷砖胶行业品牌市场份额

8.3.4 瓷砖胶行业品牌认知情况

8.3.5 瓷砖胶行业品牌产品市场推广策略

8.3.6 瓷砖胶行业品牌产品进入中国市场途径

8.4 消费者使用瓷砖胶品牌产品基本情况调查

8.4.1 消费者使用瓷砖胶产品的比例分析

8.4.2 消费者使用的瓷砖胶产品的品牌排名分析

8.4.3 消费者对其使用的瓷砖胶产品的满意度分析

8.4.4 消费者对其使用的瓷砖胶产品的不满意的地方分析

8.5 消费者将来准备或者继续使用瓷砖胶产品的情况分析

8.5.1 没有或者曾经使用过瓷砖胶产品的消费者准备重新使用比例分析

8.5.2 现在正在使用的或者准备使用瓷砖胶产品的消费者继续使用比例分析

8.5.3 消费者认为可能成为购买瓷砖胶产品契机的广告形式分析

8.5.4 消费者在购买瓷砖胶产品时将会做为参考的信息来源分析

8.5.5 消费者在购买瓷砖胶产品时所重视的要素分析

8.5.6 消费者想要购买的瓷砖胶产品的品牌排名分析

8.5.7 消费者感兴趣的瓷砖胶产品品牌排名分析

8.6 瓷砖胶厂商的品牌推广情况研究

8.6.1 消费者眼里各大瓷砖胶产品厂商的品牌形象情况

8.6.2 消费者认为最近强烈关注某瓷砖胶产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第九章 2014年中国瓷砖胶行业品牌营销策略及渠道考察

9.1 2014年中国瓷砖胶行业品牌市场营销特点

9.2 营销分析与营销模式推荐

9.2.1 渠道构成

9.2.2 销售贡献比率

9.2.3 覆盖率

9.2.4 销售渠道效果

9.2.5 价值流程结构

9.3 2014年中国瓷砖胶市场渠道分析

9.3.1 瓷砖胶市场主要渠道类型分析

9.3.2 瓷砖胶市场主要营销模式分析

9.3.2.1 主要营销模式

9.3.2.2 各营销模式特点比较

9.3.3 瓷砖胶市场主要营销策略分析

9.3.3.1 不同渠道策略分析

9.3.3.2 不同产品类型策略分析

9.3.3.3 不同消费群体策略分析

9.3.3.4 不同区域策略分析

第十章 2013-2014年中国瓷砖胶品牌销售渠道实地调研

10.1 专卖店实地调查

10.1.1 渠道特点

10.1.2 销售状况

10.1.3 消费人群

10.1.4 销售策略

10.2 购物中心----专柜

10.2.1 渠道特点

10.2.2 销售状况

10.2.3 消费人群

10.2.4 销售策略

10.3 连锁超市----专柜

10.3.1 渠道特点

- 10.3.2 销售状况
- 10.3.3 消费人群
- 10.3.4 销售策略
- 10.4 网络营销模式—网店
 - 10.4.1 渠道特点
 - 10.4.2 销售状况
 - 10.4.3 消费人群
 - 10.4.4 销售策略
- 10.5 专业线渠道
 - 10.5.1 渠道特点
 - 10.5.2 销售状况
 - 10.5.3 消费人群
 - 10.5.4 销售策略
- ……

第十一章 2014年中国瓷砖胶品牌市场竞争格局调查研究

- 11.1 2014年中国瓷砖胶品牌市场竞争格局分析
 - 11.1.1 竞争环境分析
 - 11.1.2 竞争程度
 - 11.1.3 竞争影响因素
 - 11.1.4 外资品牌进入对国内品牌的冲击
 - 11.1.5 中国本土品牌竞争优势
- 1.2 中国瓷砖胶行业集中度研究
 - 11.2.1 市场集中度分析
 - 11.2.2 企业集中度分析
 - 11.2.3 区域集中度分析
- 11.3 中国瓷砖胶行业竞争结构研究
 - 11.3.1 现有企业间竞争调研
 - 11.3.2 潜在进入者调研
 - 11.3.3 替代品调研
 - 11.3.4 供应商议价能力调研
 - 11.3.5 客户议价能力调研

第十二章 中国瓷砖胶市场品牌竞争力评价

12.1 中国瓷砖胶市场品牌竞争力评价

12.1.1 品牌竞争力评价指标体系

12.1.2 品牌竞争力评价

12.2 中国瓷砖胶市场品牌竞争力提升策略

12.2.1 中国瓷砖胶品牌定位分析

12.2.2 中国瓷砖胶企业品牌管理模式

12.2.3 中国瓷砖胶企业品牌推广经验

第十三章 2012-2014年瓷砖胶外资品牌市场销售状况同比分析

13.1 波士胶

13.1.1 品牌竞争力分析

13.1.2 品牌市场营销策略

13.1.3 品牌市场份额

13.2 圣戈班伟伯

13.2.1 品牌竞争力分析

13.2.2 品牌市场营销策略

13.2.3 品牌市场份额

13.3 马贝

13.3.1 品牌竞争力分析

13.3.2 品牌市场营销策略

13.3.3 品牌市场份额

13.4 汉高

13.4.1 品牌竞争力分析

13.4.2 品牌市场营销策略

13.4.3 品牌市场份额

13.5 雷帝

13.5.1 品牌竞争力分析

13.5.2 品牌市场营销策略

13.5.3 品牌市场份额

13.6 德高

- 13.6.1 品牌竞争力分析
- 13.6.2 品牌市场营销策略
- 13.6.3 品牌市场份额

第十四章2013-2014年瓷砖胶国内品牌市场销售状况同比分析

14.1 能高共建（中国）集团

- 14.1.1 品牌市场占有率
- 14.1.2 品牌经营状况调研
- 14.1.3 品牌竞争优势
- 14.1.4 消费群体调查
- 14.1.5 品牌未来发展策略

14.2 湖南欧德邦化工建材有限公司

- 14.2.1 品牌市场占有率
- 14.2.2 品牌经营状况调研
- 14.2.3 品牌竞争优势
- 14.2.4 消费群体调查
- 14.2.5 品牌未来发展策略

14.3 郑州筑邦建材有限公司

- 14.3.1 品牌市场占有率
- 14.3.2 品牌经营状况调研
- 14.3.3 品牌竞争优势
- 14.3.4 消费群体调查
- 14.3.5 品牌未来发展策略

14.4 上海牛元

- 14.4.1 品牌市场占有率
- 14.4.2 品牌经营状况调研
- 14.4.3 品牌竞争优势
- 14.4.4 消费群体调查
- 14.4.5 品牌未来发展策略

14.5 郑州希凯建材有限公司

- 14.5.1 品牌市场占有率
- 14.5.2 品牌经营状况调研

- 14.5.3 品牌竞争优势
- 14.5.4 消费群体调查
- 14.5.5 品牌未来发展策略
- 14.6 湖南威邦建材有限公司
 - 14.6.1 品牌市场占有率
 - 14.6.2 品牌经营状况调研
 - 14.6.3 品牌竞争优势
 - 14.6.4 消费群体调查
 - 14.6.5 品牌未来发展策略
- 14.7 天津市裕川干粉砂浆有限公司
 - 14.7.1 品牌市场占有率
 - 14.7.2 品牌经营状况调研
 - 14.7.3 品牌竞争优势
 - 14.7.4 消费群体调查
 - 14.7.5 品牌未来发展策略
- 14.8 唐山盾石干粉建材有限责任公司
 - 14.8.1 品牌市场占有率
 - 14.8.2 品牌经营状况调研
 - 14.8.3 品牌竞争优势
 - 14.8.4 消费群体调查
 - 14.8.5 品牌未来发展策略
- 14.9 北京东方雨虹防水技术股份有限公司
 - 14.9.1 品牌市场占有率
 - 14.9.2 品牌经营状况调研
 - 14.9.3 品牌竞争优势
 - 14.9.4 消费群体调查
 - 14.9.5 品牌未来发展策略
- 14.10 华润千禧
 - 14.10.1 品牌市场占有率
 - 14.10.2 品牌经营状况调研
 - 14.10.3 品牌竞争优势
 - 14.10.4 消费群体调查

14.10.5 品牌未来发展策略

下篇 瓷砖胶行业品牌销售前景及投资商机预测

第十五章 2015-2020年中国瓷砖胶行业品牌市场消费前景及趋势预测

15.1 2015-2020年中国瓷砖胶品牌行业发展前景展望

1.1.1 国内市场发展前景

1.1.2 瓷砖胶品牌市场空间预测

15.2 2015-2020年中国瓷砖胶品牌行业发展趋势研究

15.3 2015-2020年中国瓷砖胶品牌行业市场盈利空间预测

第十六章 2015-2020年中国瓷砖胶行业品牌投资战略研究

16.1 2015-2020年中国瓷砖胶行业品牌投资概况

16.1.1 投资环境分析

16.1.2 投资模式

16.2 2015-2020年中国瓷砖胶行业品牌投资机会剖析

16.2.1 投资热点

16.2.2 投资商机

16.2.3 投资潜力

16.3 2015-2020年中国瓷砖胶行业品牌投资风险预警

16.3.1 市场风险

16.3.2 竞争风险

16.3.3 金融风险

16.3.4 进退风险

16.4 权威专家投资观点

图表目录：（部分）

图表：2012年中国品牌市场结构数据图

图表：2012年中国区域市场结构数据图

图表：单一品牌商场覆盖率调查数据

图表：2012年中国瓷砖胶品牌渗透情况调查

图表：消费者对瓷砖胶行业品牌认知度宏观调查

图表：消费者对瓷砖胶行业产品的品牌偏好调查

图表：消费者对瓷砖胶行业品牌的首要认知渠道

图表：消费者经常购买的品牌调查排名

图表：2012年中国瓷砖胶品牌行业品牌忠诚度调查

图表：2012年中国瓷砖胶品牌行业品牌市场占有率调查

图表：2012年中国瓷砖胶品牌市场价格敏感度调查

图表：2012年中国瓷砖胶品牌市场质量满意度调研

图表：2012年中国瓷砖胶品牌市场服务度调研结果

图表：2012年中国瓷砖胶消费者的消费理念调研结果

图表：2012年中国瓷砖胶市场的消费需求变化图

图表：2012年中国A品牌认知与形象调查

图表：2012年中国A品牌竞争力调查

图表：2012年中国A品牌市场占有率调查

图表：2012年中国A品牌铺货调查

图表：2012年中国A品牌市场销量统计

图表：2012年中国消费者信心指数数据

图表：2012年中国瓷砖胶市场的消费需求变化

图表：2012年瓷砖胶品牌市场消费需求统计

图表：2012年中国瓷砖胶产品行业消费特点

图表：2012年中国瓷砖胶产品消费结构表

图表：2012年中国瓷砖胶产品消费的市场变化图

图表：2012年中国瓷砖胶产品市场的消费方向走势图

图表：2012年中国瓷砖胶产品不同客户购买相关的态度及影响对比图

图表：2012年中国瓷砖胶产品消费者对行业品牌认知度宏观调查结果

图表：2012年中国瓷砖胶产品消费者对行业产品的品牌偏好调查结果

图表：2012年中国瓷砖胶产品消费者对行业品牌的首要认知渠道调查

图表：2012年中国瓷砖胶产品消费者经常购买的品牌调查情况

图表：2012年中国瓷砖胶行业品牌忠诚度调查数据

图表：2012年中国瓷砖胶行业品牌市场占有率调查数据

图表：2012年中国瓷砖胶产品消费者的消费理念调研结果

图表：2008-2012年部分品牌企业经营收入走势图

图表：2008-2012年部分品牌企业盈利指标走势图

图表：2008-2012年部分品牌企业负债指标走势图

图表：2008-2012年部分品牌企业运营能力指标走势图

图表：2008-2012年部分品牌企业成长能力指标走势图

图表：2015-2020年中国瓷砖胶品牌产品供给预测趋势图表

图表：2015-2020年中国瓷砖胶品牌产品需求预测趋势图表

图表：2015-2020年中国瓷砖胶品牌产品竞争格局预测走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huagong/Z227199DH2.html>