

2014-2018年中国环保橱柜 产业竞争现状及未来前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2018年中国环保橱柜产业竞争现状及未来前景研究报告》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.cction.com/report/201312/100799.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

橱柜有是家庭厨房家具《新华新联石英石》橱柜是家庭民用设施。橱柜由吊柜、地柜、台面和各类功能五金配件组成。橱柜多为木制，是一种用于放置餐具、食物、洋酒等东西的储物柜。

2013年，家居产品的性价比依旧是消费者考虑的主要因素。随着物价不断上涨，消费者对于装修各个环节的价格都十分敏感，生怕多花了一分冤枉钱。对于那些定价不合理、营销策略不灵活的商家，消费者更是一律采取回避政策，纷纷向性价比高的商品示好。当然，对于消费者来说，价格虽然重要，但产品质量以及服务也是不能忽视的。因此，消费者在购买家居产品时会努力在产品价格、质量以及服务之间找到一个黄金平衡点，用最实惠的价格买到优质的产品。

点评：随着消费者对产品性价比的要求越来越高，如果企业单纯将产品质量作为唯一竞争点，那么消费者不一定会买账。反而是那些将价格、服务和质量三者进行完美结合的商家，才能在家居市场中站稳脚跟。降低成本、合理定价、创新产品、注重细节、完善服务，这一系列举措对于企业来说都必不可少。毕竟，无论外界环境如何严峻，消费者心理如何变化，修炼内功、厚积薄发始终都是企业制胜的不二法门。

绿色环保将成主旋律近两年来，绿色环保一直都是装修领域的热门话题，2012年，其依旧会是家居消费市场的关键词。现消费者在购买家居产品时对于环保的要求变得越来越高，不仅会详细了解产品的甲醛含量，而且还会优先选择那些得到绿色环保认证的产品。可以说，绿色环保的理念已经深入人心，普通消费者越来越意识到家居环保的重要性。许多建材商反映，通常顾客来到店面咨询的一项重要内容便是产品的环保性能，甚至有人将其视为购买产品与否的第一要素。

第一章 消费者购买行为调查

第一节 购买行为研究

一、品牌选择

二、型号选择

三、信息渠道选择

四、价格选择

四、购买场所选择

五、购买的关注因素

第二节 品牌调查研究

一、品牌认知度分析

- 二、品牌美誉度分析
- 三、理想品牌特点及优先选择品牌
- 四、品牌的地区影响力和品牌价值表现

第三节 用户价值评估调研

- 一、价值持续性评估
- 二、价值收益性评估
- 三、用户心理价值评估
- 四、总体用户价值评估

第二章 2013年环保橱柜台面消费者偏好深度调查

第一节 环保橱柜台面产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 环保橱柜台面产品的品牌市场调查

- 一、消费者对品牌消费意识形态调研
- 二、消费者对环保橱柜台面产品偏好调查
- 三、消费者对环保橱柜台面的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、环保橱柜台面忠诚度调查
- 六、环保橱柜台面市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第三章 消费者使用环保橱柜台面数据调查信息反馈

第一节 消费者使用环保橱柜台面产品基本情况调查

- 一、消费者使用环保橱柜台面产品的比例分析

二、消费者使用的环保橱柜台面产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的环保橱柜台面产品的满意度分析

四、消费者对其使用的环保橱柜台面产品的不满意的地方分析

第二节 消费者将来准备或者继续使用环保橱柜台面产品的情况分析

一、没有或者曾经使用过环保橱柜台面产品的消费者准备重新使用比例分析

二、现在正在使用的或者准备使用环保橱柜台面产品的消费者继续使用比例分析

三、消费者认为可能成为购买环保橱柜台面产品契机的广告形式分析

四、消费者在购买环保橱柜台面产品时将会做为参考的信息来源分析

五、消费者在购买环保橱柜台面产品时所重视的要素分析

六、消费者想要购买的环保橱柜台面产品的品牌排名分析

七、消费者感兴趣的环保橱柜台面产品品牌排名分析

第三节 环保橱柜台面厂商的品牌推广情况研究

一、消费者眼里各大环保橱柜台面产品厂商的品牌形象情况

二、消费者认为最近强烈关注某环保橱柜台面产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第四章 2013年环保橱柜台面产品品牌市场实地调查研究

第一节 2013年环保橱柜台面产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、环保橱柜台面产品品牌平均价格趋势分析

三、2011-2013年环保橱柜台面产品品牌价格走势预测

第二节 影响环保橱柜台面产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对环保橱柜台面产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对环保橱柜台面产品品牌价格的影响

第三节 2013年环保橱柜台面产品品牌市场消费状况分析

一、2013年环保橱柜台面产品品牌市场消费结构

二、2013年环保橱柜台面产品品牌市场消费特点

三、2013年影响环保橱柜台面产品品牌市场消费因素

第四节 2013年环保橱柜台面主流品牌厂商

一、主流品牌结构对比

1、整体市场主流品牌对比

2、环保橱柜台面市场主流品牌消费

二、产品品牌结构对比

- 1、整体市场品牌对比
- 2、环保橱柜台面市场品牌消费

第五章 2013年环保橱柜台面产品市场消费状况统计情报

第一节 2013年环保橱柜台面市场运行走势分析

- 一、环保橱柜台面竞争对手商铺、商场监测数据
- 二、环保橱柜台面排名实地调研结果
- 三、环保橱柜台面产品相关联行业或产品情况
- 四、2013年环保橱柜台面市场主要品牌所占市场消费份额
- 五、2013年环保橱柜台面市场各品牌新动向监测

第二节 2013年环保橱柜台面产品主要品牌动态关注

- 一、环保橱柜台面销售额前十名排名情况
- 二、环保橱柜台面竞争力前十名排名情况
- 三、环保橱柜台面市场份额前十名排名情况
- 四、环保橱柜台面发展潜力前十名排名情况

第三节 2014-2018年环保橱柜台面产品市场销售策略探讨

第六章 环保橱柜台面市场产销数据跟踪监测

第一节 2011-2013年环保橱柜台面产品产销状况监测

- 一、2011-2013年环保橱柜台面产品产量分析
- 二、2011-2013年环保橱柜台面产品产能分析
- 三、2011-2013年环保橱柜台面产品市场需求状况

第二节 2011-2013年环保橱柜台面产品历年消费量数据分析

第三节 2013年环保橱柜台面产品市场主要供给数据统计

第四节 2013-2018年环保橱柜台面产品市场需求预测

第七章 2013年环保橱柜台面市场经销模式及营销渠道考察

第一节 2013年环保橱柜台面产品主要经销方式深度探讨

- 一、2013年环保橱柜台面产品市场批发分析
- 二、2013年环保橱柜台面产品加盟商（代理）
- 三、2013年环保橱柜台面产品自主经营分析

第二节 2013年环保橱柜台面产品销售渠道及盈利模式调研

- 一、2013年环保橱柜台面产品销售渠道特征分析
- 二、环保橱柜台面产品销售渠道管理基本要素分析
- 三、2013年环保橱柜台面产品营销渠道分析
 - 1、紧密销售渠道
 - 2、主体销售渠道
 - 3、松散型销售渠道
 - 4、辅助型销售渠道

第四节2013年环保橱柜台面产品销售渠道控制五力模型研究

- 一、报酬力
- 二、强制力
- 三、合法权力
- 四、专业知识力
- 五、参照力

第八章 同竞争对手产品对比分析研究

第一节 与竞争对手产品拥有度比较分析

第二节 与竞争对手品牌满意度比较分析

- 一、竞争对手品牌关注度调查分析
- 二、竞争对手品牌活跃度调查分析

第三节 竞争对手预购度比较分析

第四节 竞争对手预算范围构成比较分析

第五节 竞争对手品牌用户特征比较分析

- 一、竞争对手用户基本特征比较分析
- 二、竞争对手用户性别构成比较分析
- 三、竞争对手用户年龄构成比较分析
- 四、竞争对手用户婚姻状况构成比较分析

第六节 竞争对手用户结构分布

- 一、竞争对手用户行业构成比较
- 二、竞争对手用户地区构成比较

第七节 竞争对手用户消费能力

- 一、竞争对手用户月收入构成比较研究
- 二、竞争对手用户月支出构成比较研究

三、竞争对手用户职位构成比较研究

四、竞争对手用户教育程度构成比较研究

第八节 竞争对手品牌用户消费与生活形态比较

一、竞争对手用户个人爱好比较

二、竞争对手用户消费观点/行为比较

第九章 同竞争对手媒介与广告接触比较剖析

第一节 日常接触媒体分析

第二节 影响用户购买行为的媒体分析

第三节 用户接触的网络广告种类分析

第四节 影响用户购买行为的网络媒体比较分析

第五节 用户在上网过程中关注、浏览的广告形式比较分析

第六节 用户记忆最深的网络广告对应产品/服务比较分析

第七节 用户感兴趣、主动关注产品/服务广告比较分析

第八节 竞争对手产品渗透率比较分析

第十章 消费者使用行为研究

第一节 消费者环保橱柜台面拥有率分析

第二节 消费者环保橱柜台面品牌拥有率分析

第三节 消费者购买环保橱柜台面的主要用途分析

第四节 消费者对环保橱柜台面售后服务中免费质保年限的期望分析

第五节 细分消费群体消费研究

一、潜在消费群体消费特征研究

二、产品态度和利益追求细分消费群体研究

第十一章 环保橱柜台面销售渠道实地调研

第一节 专买店实地调查

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第二节 购物中心----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第三节 连锁超市----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第四节 网络营销模式—网店

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第五节 专业线渠道

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第六节 ……

第十二章 环保橱柜台面产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节 品牌A

一、品牌认知与形象

二、品牌竞争力评价

三、品牌市场占有率

四、品牌铺货情况

五、品牌营销渠道

六、品牌定位

七、品牌战略

八、品牌价值

第二节 品牌B

- 一、品牌认知与形象
- 二、品牌竞争力评价
- 三、品牌市场占有率
- 四、品牌铺货情况
- 五、品牌营销渠道
- 六、品牌定位
- 七、品牌战略
- 八、品牌价值

第三节 品牌C

- 一、品牌认知与形象
- 二、品牌竞争力评价
- 三、品牌市场占有率
- 四、品牌铺货情况
- 五、品牌营销渠道
- 六、品牌定位
- 七、品牌战略
- 八、品牌价值

第四节 品牌D

- 一、品牌认知与形象
- 二、品牌竞争力评价
- 三、品牌市场占有率
- 四、品牌铺货情况
- 五、品牌营销渠道
- 六、品牌定位
- 七、品牌战略
- 八、品牌价值

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201312/100799.html>