

2014-2019年中国筒灯行业 监测与发展前景预测报告

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

《2014-2019年中国筒灯行业监测与发展前景预测报告》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.cction.com/report/201404/103099.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

筒灯一般是有一个螺口灯头，可以直接装上白炽灯或节能灯的灯具。筒灯是一种嵌入到天花板内光线下射式的照明灯具。它的最大特点就是能保持建筑装饰的整体统一与完美，不会因为灯具的设置而破坏吊顶艺术的完美统一。这种嵌装于天花板内部的隐置性灯具，所有光线都向下投射，属于直接配光。可以用不同的反射器、镜片、百叶窗、灯泡，来取得不同的光线效果。筒灯不占据空间，可增加空间的柔和气氛，如果想营造温馨的感觉，可试着装设多盏筒灯，减轻空间压迫感。一般在酒店、家庭、咖啡厅使用较多。

筒灯(downlight)一般装设在卧室、客厅、卫生间的周边天棚上。这种嵌装于天花板内部的隐置性灯具，所有光线都向下投射，属于直接配光。可以用不同的反射器、镜片、百叶窗、灯泡，来取得不同的光线效果。筒灯不占据空间，可增加空间的柔和气氛，如果想营造温馨的感觉，可试着装设多盏筒灯，减轻空间压迫感。

筒灯的主要问题出在灯口上，有的杂牌筒灯的灯口不耐高温，易变形，导致灯泡拧不下来。现在，所有灯具只有通过3C认证后才能销售，消费者要选择通过3C认证的筒灯。

本研究报告数据主要通过市场调研、国家统计局、全国海关信息中心等数据资料，以及期刊及网上信息二手资料进行桌面研究。其中国家统计局可利用的数据包括行业数据以及企业数据；全国海关信息中心包括进出口数据；再加上自身公司的调研团队进行市场调研，价格数据主要来自于各类市场监测数据。

【 目 录 】

第一章 2013年中国筒灯产品基本概述

第一节 筒灯产品基本概况

第二节 筒灯市场特点分析

一、产品特征

二、价格特征

三、渠道特征

四、购买特征

第三节 中国筒灯行业发展周期特征

第二章 2013年中国筒灯行业宏观环境剖析

第一节 中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、固定资产投资
- 三、城镇人员从业状况
- 四、恩格尔系数分析
- 五、2014-2019年中国宏观经济发展预测

第二节 中国筒灯行业政策环境解读

- 一、产业政策分析
- 二、相关产业政策影响研究

第三节 中国筒灯行业技术环境研究

- 一、中国筒灯技术发展情况
- 二、中国筒灯产品工艺特点或流程
- 三、中国筒灯行业技术发展趋势

第三章 2014-2019年中国筒灯市场规模研究

第一节 筒灯市场现状分析及预测

- 一、2009-2012年中国筒灯市场规模分析
- 二、2014-2019年中国筒灯市场规模预测

第二节 筒灯产品产能分析及预测

- 一、2009-2012年中国筒灯产能分析
- 二、2014-2019年中国筒灯产能预测

第三节 筒灯产品产量分析及预测

- 一、2009-2012年中国筒灯产量分析
- 二、2014-2019年中国筒灯产量预测

第四节 筒灯市场需求分析及预测

- 一、2009-2012年中国筒灯市场需求分析
- 二、2014-2019年中国筒灯市场需求预测

第五节 筒灯行业市场规模及供需形势预测

- 一、2014-2019年国内筒灯市场规模预测
- 二、2014-2019年国内筒灯市场结构预测
- 三、2014-2019年国内筒灯市场供需预测

第四章 2012-2013年中国筒灯进出口数据监测调查研究

第一节 2009-2012年中国筒灯进出口数据跟踪监测

一、进口量数据（海关总署进口数据库监测）

二、出口量数据（海关总署出口数据库监测）

第二节 2014-2019年国内筒灯产品未来进出口趋势预测

一、进口量数据（高级分析师准确预测）

二、出口量数据（高级分析师准确预测）

第三节 2014-2019年国内筒灯产品未来价格走势预测

第五章 2013年中国筒灯细分行业SWOT研究分析

第一节 国外品牌剖析（分析师准确运用SWOT分析）

一、品牌A

二、品牌B

三、品牌C

四、品牌D

五、品牌E

六、.....

第二节 国内品牌剖析（分析师准确运用SWOT分析）

一、品牌一

二、品牌B

三、品牌C

四、品牌D

五、品牌E

六、.....

第三节 筒灯细分领域调查研究分析

第六章 2013年中国筒灯行业竞争力深度分析

第一节 2012-2013年中国筒灯行业竞争现状

第二节 2012-2013年中国筒灯企业竞争力研究

第三节 2014-2019年中国筒灯竞争态势预测

第七章 2013年中国筒灯产业渠道考察分析

第一节 中国筒灯产品的需求地域分布结构

一、市场集中度分析

二、需求地域分布结构

第二节 中国筒灯产品重点区域市场消费调研

一、华东区域

二、华南区域

三、华北区域

四、西南区域

五、西北区域

六、华中区域

七、东北区域

第三节 2012-2013年中国筒灯产品的经销模式

第四节 2012-2013年中国筒灯渠道格局研究

第五节 2012-2013年中国筒灯渠道形式分析

第六节 2012-2013年中国筒灯渠道要素对比

第七节 2012-2013年中国筒灯筒灯行业国际化营销模式

第八节 2012-2013年中国筒灯产品生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

1、产品外销优势

2、产品的内销优势

第八章 国内筒灯标杆企业实地调研结果

第一节 企业一

一、企业发展状况调查

二、企业主要经济指标

三、企业成长性分析

四、企业经营能力考察

五、企业盈利能力及偿债能力

六、企业发展规划及战略

第二节 企业二

一、企业发展状况调查

- 二、企业主要经济指标
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力考察
- 五、企业盈利能力及偿债能力
- 六、企业发展规划及战略

第三节 企业三

- 一、企业发展状况调查
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力考察
- 五、企业盈利能力及偿债能力
- 六、企业发展规划及战略

第四节 企业四

- 一、企业发展状况调查
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力考察
- 五、企业盈利能力及偿债能力
- 六、企业发展规划及战略

第五节 企业五

- 一、企业发展状况调查
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力考察
- 五、企业盈利能力及偿债能力
- 六、企业发展规划及战略

第六节 企业六

第七节 企业七

第八节

第九章 2013年中国筒灯行业相关产业发展形势研判

第一节 2012-2013年中国筒灯产业链发展形势

第二节 2012-2013年中国筒灯上游行业发展状况

（一）上游原材料生产情况

（一）上游原材料需求情况

第三节 2013年中国筒灯下游行业发展局势研究

第十章 2014-2019年中国筒灯行业未来趋势与前景展望预测

第一节 2014-2019年中国筒灯行业发展关键要素

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第二节 中国筒灯行业发展影响因素分析

一、有利因素分析

二、不利因素分析

第三节 2014-2019年中国筒灯行业前景展望

第四节 2013-2015年中国筒灯未来发展预测

第五节 2014-2019年中国筒灯投资商机探讨

一、行业投资潜力研究

二、行业投资热点点评

三、行业投资区域调研

四、行业投资吸引力研究

第六节 2014-2019年中国筒灯投资风险研究

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

1、沉没成本

2、政策上的限制

五、经营管理风险分析

第十一章 2014-2019年筒灯行业投资战略专家点评研究

第一节 2014-2019年中国筒灯行业投资价值研究

一、中国筒灯行业盈利能力

二、中国筒灯行业偿债能力

三、中国筒灯产品投资收益率预测

四、中国筒灯行业运营效率研究

第二节 2014-2019年国内筒灯行业投资机会分析

一、国内强劲的经济增长对筒灯行业的支撑因素

二、下游行业的需求对筒灯行业的推动因素

三、相关产业的发展对筒灯行业的带动因素

第三节 2014-2019年国内筒灯行业投资热点及未来投资方向

一、产品未来发展趋势

二、未来价格变化趋势预测

三、用户需求结构变化趋势

第十二章 2014-2019年中国筒灯项目投资建议与专家评估

第一节 目标群体建议（应用领域）

第二节 产品分类与定位建议

第三节 价格定位建议

第四节 技术应用建议

第五节 投资区域建议

第六节 销售渠道建议

第七节 资本并购重组运作模式建议

第八节 企业经营管理建议

第九节 重点客户建设建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103099.html>