

# 中国楼宇对讲系统市场走势及投资前景咨询报告（2011-2015年）

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《中国楼宇对讲系统市场走势及投资前景咨询报告（2011-2015年）》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/201105/68027.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

### 【报告前言】

楼宇对讲系统具有如下几个特点：

#### 1、可靠的通讯保障

(1) 警信息校验：报警信息与楼宇对讲通讯信息共用数据线路与管理中心联网，管理中心必须对通信信息进行检验，有效地解决复杂线路的通讯冲突（报警信息与楼宇对讲信息），以避免报警信息出错，错误重发。(2) 通讯侦听：报警信息采用主动发送模式，发送前对通讯线路进行侦听，避免出现数据追尾现象，确保一次通讯成功。(3) 报警信息确认：必须建立中心报警信息确认机制，当管理中心接到报警信息后，立即对报警主机发出确认信号，表示中心已接收到，而楼宇对讲主机在未收到确认信号时，必须重发。

#### 2、完美的通讯协议

优良的报警主机必须拥有丰富的通讯协议，并具备如下功能：(1) 人性化操作：报警系统的《撤布防》、《紧急报警》等等常规操作应面向各个层次用户，采用按键式操作，有液晶显示屏且配置喇叭、指示灯提示。而操作主机对操作使用者来说完全是透明的，在必要的时候可使用遥控器，将日常操作集中在遥控器上。(2) 模块化设计：作为基本构件，居民家中的楼宇对讲是作为基本构件一次到位的，模块化设计可以灵活地适用这种模式。可根据用户的具体要求安装报警模块。(3) 主机撤布防功能：小区住户对楼宇对讲报警器布防或撤防时，报警器具备将这个状态上报给管理中心予以记录的功能。由于住户使用报警器也可能会产生纠纷，譬如当某住户因人为原因在他外出时未设防而导致财物损失，可能他会诬告报警系统失灵，要求索赔。这时管理中心可应用查询功能对该用户的布防、撤防记录进行确认。这类案例在现实中常常发生，管理中心可对重要的小区业主的主机实施监视控制，甚至可由管理中心替小区业主或住户主动布防或撤防。(4) 自检功能：防盗报警系统在正常使用中常常忽略了处在工作状态，但如若一旦出现警情，一定确保报警成功，因防盗报警系统属于“不怕一万，就怕万一”的产品。在报警器的功能设计上必须具备自我检查功能，并且能将自检结果定时上报给管理中心，接受监控中心监控，一旦异常应立即维护。

国内楼宇对讲生产厂商数量多，但规模相对较小。深圳白兰公司异军突起，目前已发展成为楼宇对讲系统国内最大规模的生产厂商。楼宇对讲系统的市场集中度愈来愈高，规模过小的企业将会失去生存空间，无明显优势的厂商将举步维艰。2008-2009年中国楼宇对讲市场价格和利润平均下降10%。按销售额划分，年销售额超过1亿元的企业约占2%-3%，5000万元-1亿元的企业占4%，3000万元-5000万元的企业占10%，3000万元以下的企业占83%左右。

楼宇对讲系统在中国的沿海发达省区的产品寿命周期正处于成长期向成熟期阶段过渡。沿

海发达省区经济发展迅速，人们生活水平较高，楼宇对讲系统进入较高，已经过了市场导入期、成长期正在向成熟阶段过渡，这对其他不发达地区的有很深的影响。内陆欠发达地区仍处于导入期。内陆欠发达地区经济发展相对缓慢，对于新生事物的接受程度较低，随着沿海发达省区楼宇对讲业的发展，受其影响，也逐渐渗透。在不久的将来，内陆欠发达地区楼宇对讲系统会不断深入。数字对讲是楼宇对讲的必然趋势。小区智能化建设在我国虽然起步较晚，但发展日新月异。随着Internet互联网的普及，很多小区都已实现了宽带接入，信息高速公路已铺设到小区并进入家庭。智能小区系统采用TCP/IP技术的条件已经具备。智能小区系统的运行基础正由小区现场总线向Internet转变，由分散式管理，到集中管理转变。

随着中国房地产业的快速发展和人民群众居住水平的不断提高，社会对楼宇对讲（可视）系统产品的需求与日俱增。房地产市场的兴盛为楼宇对讲（可视）系统产品提供了一个很好的发展契机。其次是中国楼宇对讲（可视）系统产品行业已有一定规模，具有较高的集中度和品牌知名度，国产产品雄踞国内市场主流地位。另外，楼宇对讲（可视）系统产品有着鲜明的专业特点，其产品主要在安防系统中使用，与其它行业交叉较少。为了进一步规范住宅小区智能化建设，建设部特别制定了智能小区的等级标准，按照其要求智能小区中必须具有安全防范、信息管理、物业管理和信息网络等系统。因此小区安全防范系统建设已逐渐纳入许多小区建设的必备项目中。以深圳为例，几乎所有新建的住宅楼盘都预装了防盗报警器，并禁止安装防盗网，而上海、广州、温州、江苏，山东，北京，天津，南昌等各大城市地更是花费重金拆除了防盗网，其防盗功能则必须由电子防盗报警来完成。因此，家庭安防防盗报警系统必将有很大的发展。15亿人口4亿家庭，商场，企业机关单位，财务室，宾馆，工厂，农场，学校，银行等必备安防产品，未来安防行业面临巨大的需求市场。

## 【报告目录】

### 第一章2010-2011年世界楼宇对讲系统行业运行动态分析 11

#### 第一节 2010-2011年世界楼宇对讲系统行业发展概述 11

##### 一、世界楼宇对讲系统特点分析 11

##### 二、楼宇对讲系统品牌分析 12

##### 三、楼宇对讲系统技术分析 16

#### 第二节 国外楼宇对讲系统产品市场状况分析 18

##### 一、欧洲 18

##### 二、韩国 19

##### 三、中东地区 19

##### 四、美国 19

第三节 2011-2015年世界楼宇对讲系统产业发展趋势分析	20
第二章 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业环境监测分析	21
第一节 2010-2011年中国楼宇对讲系统产业政策环境分析	21
一、国家政策	21
二、行业标准	23
第二节 2010-2011年中国宏观经济环境分析	23
第三节 2010-2011年中国楼宇对讲系统产业社会环境分析	29
一、人类生活模式的改变	29
二、社会治安情况	30
第三章 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业发展综述	31
第一节 楼宇对讲系统产品定义及其类型	31
第二节 中国楼宇对讲系统行业发展历程	32
一、起步阶段	32
二、高速发展期	32
三、“井喷式”增长期	32
四、中国名牌称号	33
第三节 中国楼宇对讲系统行业的技术发展历程	33
一、非可视对讲	33
二、黑白可视对讲	33
三、彩色可视对讲	33
四、家庭智能终端（或称数字化可视对讲）	34
第四章 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业运行形势分析	35
第一节 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业发展特点	35
一、生产厂商数量多但规模相对较小	35
二、市场集中度高	35
第二节 2010-2011年中国楼宇对讲系统的市场特性	36
一、购买者不是使用者	36
二、民用市场的发展缓慢	36
三、与电视监控、防盗报警、门禁管理、智能停车场等相互关系愈来愈密切	37
第三节 2010-2011年中国楼宇对讲系统产品生命周期分析	37
一、国内整体市场分析	37
二、沿海发达省区市场分析	38

三、内陆欠发达地区市场分析	38
第五章 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业市场需求分析	39
第一节 2010-2011年中国楼宇对讲系统产品市场需求综述	39
一、智能建筑市场规模分析	39
二、需求分析	41
第二节 主要应用领域	42
一、智能小区	42
二、高档酒店、会所	43
三、医院、监狱等场所	43
四、政府机关、教育系统	43
五、道路交通、银行安全系统	43
六、电力、电信系统	44
第三节 用户行为分析	44
一、工程商为主要用户	44
二、工程商承接该工程量分析	45
第四节 主要企业项目信息和项目开展的情况	45
一、视得安罗格公司生产项目	45
二、正星特科技有限公司对讲系统项目	50
三、帝格科技发展有限公司对讲系统项目	50
四、深圳市兴天下圣&bull;莫丽斯对讲系统项目	51
五、日立电梯南京百盛大厦日立智能安防系统项目	51
第六章 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业市场供给分析	52
第一节 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业供应状况分析	52
第二节 国外厂商和品牌及其它们在中国的发展现状分析	52
一、西班牙弗曼科斯电子有限公司	52
二、韩国可视通科技公司	53
三、德国TCS	53
第三节 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业分布状况分析	54
一、珠三角	54
二、福建	54
三、上海	54
四、浙江	54

五、其他地区	55
第四节 2010-2011年中国楼宇对讲市场价格体系分析	55
第五节 2010-2011年中国楼宇对讲市场销售模式分析	56
第六节 2010-2011年中国楼宇对讲市场宣传模式分析	57
第七章 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业市场细分分析	58
第一节 2010-2011年中国非可视对讲产品细分分析	58
第二节 2010-2011年中国可视对讲产品细分分析	58
一、产品特点	58
二、产品价格及主要应用区域分析	60
第三节 2010-2011年中国彩色对讲产品细分分析	60
第四节 2010-2011年中国新型对讲产品细分分析	61
一、产品特点	61
二、主要应用区域分析	63
第八章 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业规模以上企业经济运行数据监测	65
第一节 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业规模分析	65
一、企业数量增长分析	65
二、从业人数增长分析	65
三、资产规模增长分析	66
四、销售规模增长分析	66
第二节 2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业应收账款分析	66
第三节 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业产值分析	67
一、产成品增长分析	67
二、工业产值分析	67
第四节 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业成本费用分析	68
一、销售成本分析	68
二、费用分析	68
第五节 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业盈利能力分析	69
一、主要盈利指标分析	69
二、主要盈利能力指标分析	69
第九章 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业市场竞争态势分析	71
第一节 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业市场的竞争状况	71
一、国产楼宇对讲系统产品市场占有率情况分析	71

二、	国产楼宇对讲系统产品价格竞争分析	71
三、	国产楼宇对讲系统产品销售战略分析	72
第二节	2010-2011年中国楼宇对讲系统竞争格局分析	74
一、	主要品牌SWOT分析	74
二、	跨国竞争者不断进入	75
三、	主要厂家区域分布	76
第三节	2010-2011年楼宇对讲系统技术竞争状况分析	76
第十章	2010-2011年中国楼宇对讲系统行业龙头企业竞争力分析	78
第一节	深圳市视得安科技实业股份有限公司	78
一、	公司基本概述	78
二、	2010-2011年公司主要经营数据指标分析	78
三、	2010-2011年公司竞争力分析	80
四、	2011-2015年公司发展战略分析	80
第二节	深圳市克耐克科技有限公司	81
一、	公司基本概述	81
二、	2010-2011年公司主要经营数据指标分析	81
三、	2011-2015年公司发展战略分析	83
第三节	深圳市慧锐通电器制造有限公司	83
一、	公司基本概述	83
二、	2010-2011年公司主要经营数据指标分析	83
三、	2010-2011年公司竞争力分析	85
四、	2011-2015年公司发展战略分析	85
第四节	厦门立林科技有限公司	85
一、	公司基本概述	86
二、	2010-2011年公司主要经营数据指标分析	86
三、	2010-2011年公司竞争力分析	88
四、	2011-2015年公司发展战略分析	88
第五节	广州市安居宝科技有限公司	88
一、	公司基本概述	88
二、	2010-2011年公司主要经营数据指标分析	88
三、	2010-2011年公司竞争力分析	90
四、	2011-2015年公司发展战略分析	90

第六节 秦皇岛海湾安全技术有限公司	90
一、公司基本概述	90
二、2010-2011年公司主要经营数据指标分析	91
三、2010-2011年公司竞争力分析	92
四、2011-2015年公司发展战略分析	93
第十一章 2010-2011年中国楼宇对讲系统相关行业发展态势分析	94
第一节 2010-2011年中国房地产市场运行特点	94
一、市场需求旺盛	94
二、房屋价格分析	94
三、住房投资加快	96
第二节 2010-2011年中国房地产市场供需分析	97
一、中国房地产行业供给分析	97
二、中国房地产行业需求状况分析	98
三、解读2011年中国房地产政策与房价	99
第三节 2011-2015年中国房地产市场发展状况预测分析	101
第十二章 2011-2015年中国楼宇对讲系统市场发展前景预测分析	102
第一节 2010-2011年中国楼宇对讲系统行业特点	102
一、具有较高的集中度和品牌知名度	102
二、产品拥有完全自主知识产权	102
三、龙头企业产品的各项指标已达到或超过国外企业的同类产品	102
第二节 2011-2015年中国楼宇对讲系统的发展趋势预测分析	103
一、2011-2015年中国楼宇对讲系统供需预测	103
二、2011-2015年中国楼宇对讲系统楼宇对讲系统主流预测	103
第三节 2011-2015年中国楼宇对讲系统的市场盈利趋势预测分析	104
第四节 2011-2015年中国楼宇对讲系统的技术趋势预测分析	105
第十三章 2011-2015年中国楼宇对讲系统行业投资机会与策略研究分析	107
第一节 2011-2015年中国楼宇对讲系统产业投资环境分析	107
第二节 2010-2015年中国楼宇对讲系统产业投资机会分析	114
第三节 2011-2015年中国楼宇对讲系统产业投资风险分析	115
一、市场竞争风险	115
二、政策风险	115
三、技术风险	116

#### 第四节2011-2015年中国楼宇对讲系统投资策略建议 116

一、价格策略 116

二、销售渠道策略 116

三、广告策略 116

四、产品策略 117

#### 【图表目录】

图表 1 2010年十大综合布线品牌 12

图表 2 2010年十大智能家居品牌 13

图表 3 2010年十大楼宇自控品牌： 14

图表 4 2010年十大监控系统品牌 14

图表 5 2010年十大楼宇对讲品牌 15

图表 6 2010年十大门禁系统品牌： 15

图表 7 2010十大防盗报警品牌 15

图表 8 安防控制系统 19

图表 9 2010年中国各部委4万亿投资举措一览 21

图表 10 2000-2010年第三季度中国GDP及其增长率统计表 24

图表 11 2008-2010年11月中国价格指数统计表 24

图表 12 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 25

图表 13 2003-2010年11月中国社会消费品零售总额增长趋势图 27

图表 14 2003-2010年11月中国社会固定资产投资额增长 28

图表 15 2000-2009年中国货物进出口额统计表 28

图表 16 2010年中国楼宇对讲系统企业营业额构成 35

图表 17 2010年中国楼宇对讲企业人员构成 35

图表 18 2010年中国楼宇对讲系统国产及进口构成 36

图表 19 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业企业数量统计表 65

图表 20 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业从业人数统计表 65

图表 21 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业资产规模统计表 66

图表 22 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业销售规模统计表 66

图表 23 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业工业应收账款统计表 67

图表 24 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业产成品统计表 67

图表 25 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业工业销售产值统计表 67

图表 26 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业销售成本统计表 68

图表 27 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业费用统计表 68

图表 28 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业主要盈利指标统计表 69

图表 29 2004-2010年中国社会公共安全设备及器材制造行业盈利能力指标统计表 69

图表 30 楼宇对讲系统一般营销模式 72

图表 31 楼宇对讲系统营销模式 72

图表 32 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司收入状况表 78

图表 33 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司盈利指标表 78

图表 34 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司盈利比率 79

图表 35 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司资产指标表 79

图表 36 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司负债指标表 79

图表 37 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司成本费用构成表 79

图表 38 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司收入状况表 81

图表 39 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司盈利指标表 81

图表 40 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司盈利比率 82

图表 41 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司资产指标表 82

图表 42 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司负债指标表 82

图表 43 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司成本费用构成表 83

图表 44 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司收入状况表 83

图表 45 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司盈利指标表 84

图表 46 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司盈利比率 84

图表 47 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司资产指标表 84

图表 48 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司负债指标表 84

图表 49 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司成本费用构成表 85

图表 50 2008-2009年厦门立林科技有限公司收入状况表 86

图表 51 2008-2009年厦门立林科技有限公司盈利指标表 86

图表 52 2008-2009年厦门立林科技有限公司盈利比率 86

图表 53 2008-2009年厦门立林科技有限公司资产指标表 87

图表 54 2008-2009年厦门立林科技有限公司负债指标表 87

图表 55 2008-2009年厦门立林科技有限公司成本费用构成表 87

图表 56 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司收入状况表 88

图表 57 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司盈利指标表 89

图表 58 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司盈利比率 89  
图表 59 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司资产指标表 89  
图表 60 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司负债指标表 89  
图表 61 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司成本费用构成表 90  
图表 62 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司收入状况表 91  
图表 63 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司盈利指标表 91  
图表 64 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司盈利比率 91  
图表 65 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司资产指标表 92  
图表 66 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司负债指标表 92  
图表 67 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司成本费用构成表 92  
图表 68 2010年12月全国9个城市租赁价格指数变化表 94  
图表 69 2008至2010年四城市租赁价格指数走势图 95  
图表 70 2008至2010年主要城市租赁价格指数走势图 95  
图表 71 2007-2011年3月中国房地产开发投资额月度统计表 96  
图表 72 2007-2011年3月中国房屋面积供给统计表 97  
图表 73 2010-2015年中国楼宇对讲系统行业销售毛利率走势图 105  
图表 74 美元指数及美国基准利率变化图（2007.01.01-2010.12.24） 107  
图表 75 美国经常项目/GDP变化图（2005.1-2010.10） 108  
图表 76 美国个人储蓄/可支配收入变化图（2005.1-2010.10） 108  
图表 77 欧洲五国五年期CDS变化图（2010.1.1-2010.12.24） 109  
图表 78 欧洲五国政府外债及银行外债占比变化表（2010） 109  
图表 79 欧元区工业产值变化图（2007.1-2010.9） 110  
图表 80 欧洲五国工业景气指数变化图（2003.1-2010.10） 110  
图表 81 中国M1和M2同比变化图（2007.1.1-2010.10） 111  
图表 82 中国新增贷款量变化图（2007.1.1-2010.10） 112  
图表 83 2008年经济适用房完成情况变化图（2008） 113  
图表 84 2009年经济适用房完成情况变化图（2009） 113

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201105/68027.html>