2018-2023年中国外墙板产业市场竞争现状调研与投资前景规划预测报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国外墙板产业市场竞争现状调研与投资前景规划预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/299960299960.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

建筑物的外墙是建筑物的重要组成部分，是墙体材料革新与建筑节能的重要内容之一。对于建筑物的外墙来说，除了要求其具有足够的力学性能外，还要求其具有优良的保温、隔热、隔声、防水、装饰等性能。以往单一材料组成的外墙板往往达不到对于上述性能的综合要求，特别是对于保温、隔声性能的要求。目前，发达国家已普遍采用在外墙板中使用高效保温、隔热材料，这种形式的外墙板（复合外墙板）在预制外墙板已占很大比例，例如在丹麦、瑞典、法国均已占70%以上。当前国内可作为装配式外墙板使用的材料有：承重混凝土岩棉复合外墙板、薄壁混凝土岩棉复合外墙板、混凝土聚苯乙烯复合外墙板、混凝土膨胀珍珠岩复合外墙板、钢丝网水泥聚苯乙烯夹芯板、SP预应力空心板、加气混凝土外墙板与真空挤压成型纤维水泥板(ECP)墙板。

图：工高档外墙挂板

图：工外墙保温板

中国报告网发布的《2018-2023年中国外墙板产业市场竞争现状调研与投资前景规划预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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】

第一章 外墙板行业发展概述
第一节 行业界定
一、外墙板行业定义及分类
二、外墙板行业经济特性
三、外墙板产业链模型介绍及外墙板产业链图分析
第二节 外墙板行业发展成熟度

一、行业发展周期分析
二、行业中外市场成熟度对比
第三节 外墙板行业相关产业动态

第二章 2017年中国外墙板行业技术发展分析
第一节 中国外墙板行业技术发展现状
第二节 外墙板行业技术特点分析
第三节 外墙板行业技术专利情况
第四节 外墙板行业技术发展趋势分析

第三章 外墙板市场推广策略研究
第一节 外墙板行业新品推广模式研究
第二节 外墙板市场终端产品发布特点
第三节 外墙板市场中间商、代理商参与机制
第四节 外墙板市场网络推广策略研究
第五节 外墙板市场广告宣传策略
第六节 外墙板市场推广与配套供货渠道建立
第七节 外墙板新产品推广常见问题
第九节 直销模式在外墙板推广过程中的应用
第十节 国外外墙板市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

第四章 外墙板盈利模式研究
第一节 外墙板市场盈利模式的分类
第二节 外墙板生产企业的盈利模式研究
第三节 外墙板经销代理商盈利模式研究
第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响
第五节 独立经销网络盈利模式改进研究
第六节 第三方经销网络优化管理研究

第五章 外墙板营销渠道建立策略
第一节 外墙板市场营销渠道结构
一、主力型渠道
二、紧凑型渠道
三、伙伴型渠道
四、松散型渠道

第二节 外墙板市场伙伴型渠道研究
第三节 外墙板市场直接分销渠道与间接分销渠道管理
一、直接分销渠道
二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）
第四节 大客户直供销售渠道建立策略
第五节 网络经销渠道优化
第六节 渠道经销管理问题
一、现金流管理
二、货品进出物流管理
三、售后服务

第六章 外墙板市场客户群研究与渠道匹配分析
第一节 外墙板主要客户群消费特征分析
第二节 外墙板主要销售渠道客户群稳定性分析
第三节 大客户经销渠道构建问题研究
第四节 网客户渠道化发展建议
第四节 渠道经销商维护策略研究
第五节 外墙板市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

第七章 2015-2017年中国外墙板行业（所属行业）主要数据监测分析
第一节 2015-2017年中国外墙板行业（所属行业）总体数据分析
一、2017年中国外墙板行业（所属行业）全部企业数据分析
二、2017年中国外墙板行业（所属行业）全部企业数据分析
三、2017年中国外墙板行业（所属行业）全部企业数据分析
第二节 2015-2017年中国外墙板行业（所属行业）不同规模企业数据分析
一、2017年中国外墙板行业（所属行业）不同规模企业数据分析
二、2017年中国外墙板行业（所属行业）不同规模企业数据分析
三、2017年中国外墙板行业（所属行业）不同规模企业数据分析
第三节 2015-2017年中国外墙板行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
一、2017年中国外墙板行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
一、2017年中国外墙板行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
一、2017年中国外墙板行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第八章 2017年中国外墙板行业竞争格局分析
第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局
二、国外企业市场份额
三、行业企业区域分布
第二节 外墙板行业集中度分析
一、行业市场销售集中度分析
二、行业区域消费集中度分析
第三节 2017年中国外墙板行业SWOT模型分析
一、优势
二、劣势
三、机会
四、威胁

第九章 2015-2017年中国外墙板行业上下游分析及其影响
第一节 2017年中国外墙板行业上游发展及影响分析
一、2017年中国外墙板行业上游运行现状分析
二、上游对本行业产生的影响分析
第二节 2017年中国外墙板行业下游发展及影响分析
一、2017年中国外墙板行业下游运行现状分析
二、下游对本行业产生的影响分析

第十章 2018-2023年外墙板行业发展及行业前景调研分析
第一节 2018-2023年外墙板行业市场规模预测分析
第二节 2018-2023年外墙板行业供需预测分析
第三节 中国外墙板行业五力分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第四节 2018-2023年我国外墙板行业投资环境分析
第五节 2018-2023年我国外墙板行业前景展望分析
第六节 2018-2023年我国外墙板行业盈利能力预测

第十一章 2018-2023年中国外墙板行业投资策略及投资建议分析
第一节 外墙板行业投资策略分析

一、坚持产品创新的领先战略
二、坚持品牌建设的引导战略
三、坚持工艺技术创新的支持战略
四、坚持市场营销创新的决胜战略
五、坚持企业管理创新的保证战略
第二节 外墙板行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节 2018-2023年中国外墙板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、外销优势
2、内销优势
第四节 2018-2023年中国外墙板行业发展建议
第五节 2018-2023年中国外墙板行业投资建议

图表目录：

图表 外墙板产业链结构示意图
图表 外墙板市场及产品介绍
图表 外墙板市场相关政策法规
图表 2018-2023年外墙板市场趋势预测分析
图表 市场推广在外墙板行业的重要性
图表 2015-2017年外墙板市场容量/市场规模统计
图表 外墙板下游应用市场结构
图表 影响外墙板市场容量/市场规模增长的因素
图表 2018-2023年我国外墙板市场容量/市场规模预测
图表 外墙板行业常见新品推广模式
图表 外墙板市场终端产品发布特点
图表 外墙板市场中间商参与机制
图表 外墙板市场网络推广策略
图表 外墙板市场广告宣传策略

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/299960299960.html