

2012 年中国橱柜行业互联网指数分析报告

前言：

2012 年中国橱柜行业互联网指数分析由中国橱柜行业第一门户网站-中华橱柜网 www.chinachugui.com 提供，所刊载的数据以中华橱柜网作为采集蓝本，结合行业协会、第三方咨询、统计公司数据，同时参照百度统计、站长工具等第三方权威数据整理得出。

分析报告：从橱柜行业在互联网上“行业指数、品牌指数、招商指数、消费指数、行业媒体指数”五个方面进行概述。2012 年中国橱柜行业互联网指数分析报告的发布，旨在为橱柜行业的企业、经销商提供年度行业宏观发展情况、品牌的互联网活跃度以及口碑、行业渠道分布情况以及招商分析、消费者的选择喜好、行业媒体的选择提供参照。

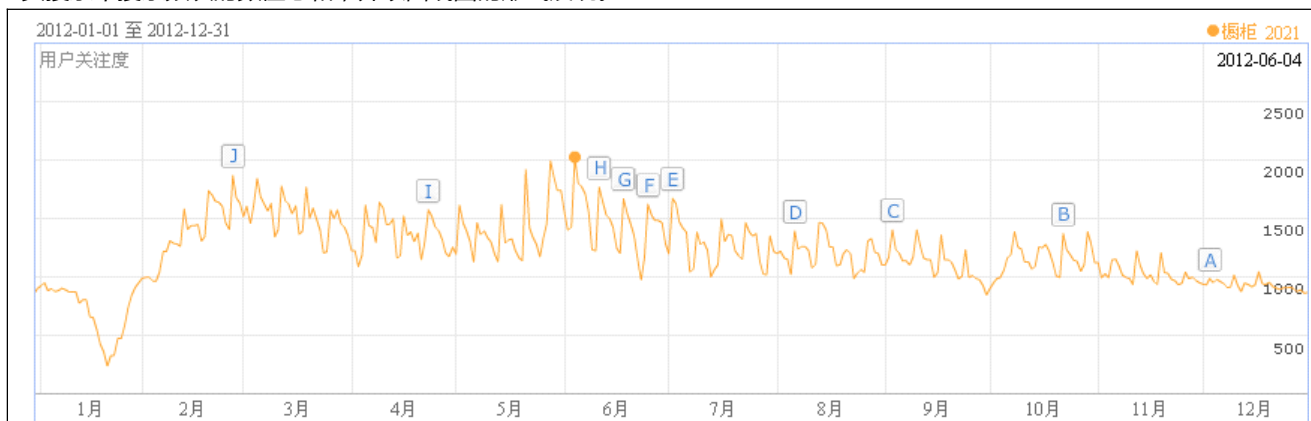
目录

一、行业指数	1
1. 用户关注度	1
2. 用户地区分布	3
3. 人群属性	4
二、品牌指数	4
1. 品牌关注指数	4
2. 品牌互动指数	5
3. 品牌媒体关注指数	6
三、招商指数	8
1. 2012 年代理商互联网在线参与加盟代理数据	8
2. 2012 年意向代理商区域分布情况	8
3. 2012 年意向代理商一、二、三线城市分布情况	9
4. 2012 年意向代理商选择橱柜品牌情况	9
5. 2012 年影响代理加盟的因素	10
6. 2012 年橱柜行业招商加盟挑战与机会	10
四、消费指数	11
1. 消费者关注的风格类型	11
2. 消费者关注的材质类型	11
3. 消费者关注的价格区间	12
五、行业媒体指数	12
1. 数据分析采用的第三方统计工具如下：	13
2. 橱柜行业门户网站，ALEXA 全球排名、中文网站排位情况分析	13
3. 橱柜行业门户网站，日均 IP 访问量，日均 PV 浏览量，网站权重 BR PR 值	13
4. 橱柜行业门户网站，在各大搜索引擎查询结果	14
5. 橱柜行业门户网站，在各大搜索引擎中行业新闻源占有量	14
六、总述说明	14

一、行业指数

1. 用户关注度 关键词：橱柜 数据方：baidu

用户关注度：是指以数千万网民在百度的搜索量为数据基础，以关键词为统计对象，科学分析并计算出各个关键词在百度网页搜索中搜索频次的数值总和，并以曲线图的形式展现。



(2012.01 月至 2012 年 12 月 “橱柜” 用户关注指数)

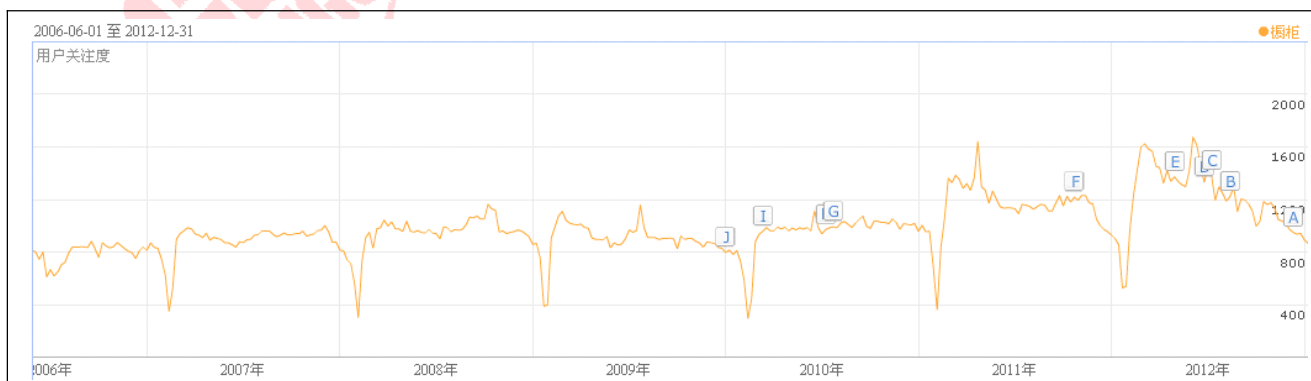
指数说明：

1.1 日度指数:2012.1.22 日，关键词“橱柜”的互联网关注度降至最低，仅 239 次/天，2012.6.4 日达到最高点：2021 次/天。注：春节假期在 1 月份。

1.2 月度指数:1 月份关键词“橱柜”关注度跌至最低谷，2 月上旬至 3 月下旬形成了第一轮关注高峰期；5 月中旬至 6 月中旬形成了第二轮关注高峰期。这与行业 3.15 活动以及 5.1 活动的橱柜行业的推行有很大关系。但今年中秋国庆双节，“橱柜”用户关注指数表现平淡。

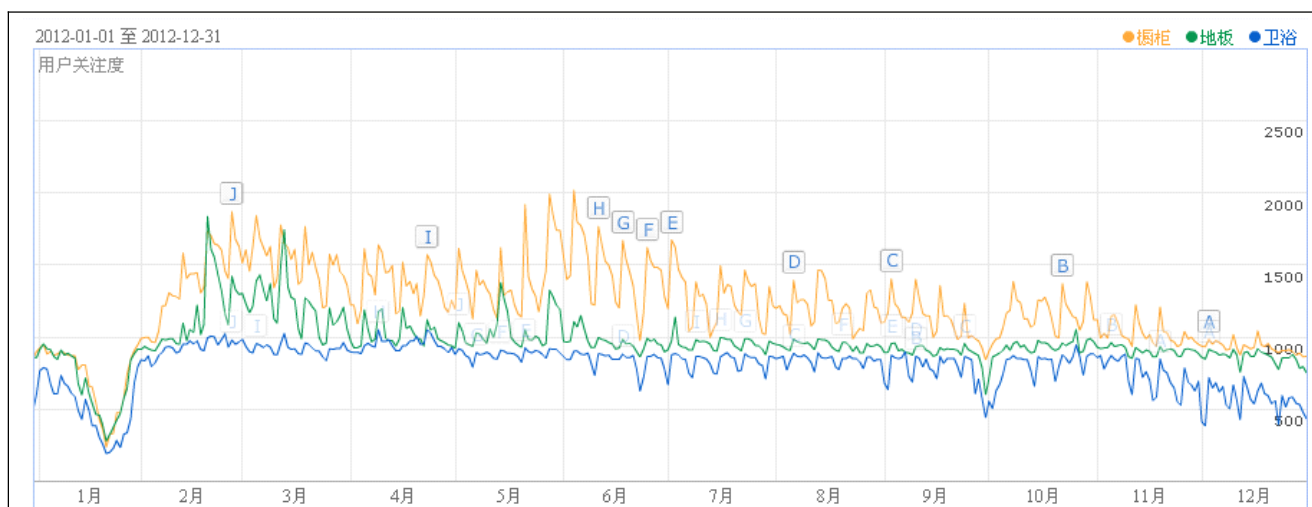
1.3 半年度指数:总体“橱柜”关键词，上半年用户关注指数要略好于下半年，上半年除 1 月份，基本保持平均在 1500~1800 次/天的关注度;下半年，基本维持在 1000~1200 次/天的关注度。

1.4 年度指数：



(2006 年至 2012 年 “橱柜” 用户关注指数)

通过"橱柜"关键词年度用户关注指数表，很明显的发现，橱柜行业从 2006 年的不到 800 的用户关注度到 2011 年用户关注度达到 1200 ,说明橱柜行业的用户群体在不断的加大 ,互联网的用户群体也在不断增加。



(2012 年度“橱柜、地板、卫浴”用户关注指数)

2012 年对于橱柜行业来说，总体平均关注度达到了 1500 次/天，远超市其它行业，如地板，卫浴等，说明橱柜行业属朝阳行业，市场潜力巨大。

2. 用户地区分布 关键词：橱柜 数据方：baidu



(2012 年度橱柜用户城市分布指数)

橱柜行业互联网用户活跃度最高的十个城市分别为：北京、上海、郑州、广州、天津、成都、沈阳、合肥、西安、武汉。

以江苏省为例：如下图



(2012 年度橱柜用户江苏省分布指数)

南京占据第一位，其次是：苏州、无锡、常州、徐州、南通、镇江、泰州、盐城、连云港.....

3. 人群属性 关键词：橱柜 数据方：baidu



(2012 年度橱柜用户人群属性)

根据以上数据，橱柜互联网用户男性占据 69.47%，女性占据 30.53%，说明橱柜销售终端具有购买决策的偏向男性；

橱柜互联网用户主要年龄层次在 30~39 岁，其次为 20~29 岁以及 40~49 岁，可以看出，消费群体主要集中在是 70 后和 80 后；

橱柜互联网用户学历基本上在大专以上学历，由此说明：橱柜的消费群体多为知识分子阶层。

二、品牌指数

1. 品牌关注指数 关键词：2012 年中国橱柜十佳品牌、2012 年中国橱柜十大品牌 数据方：baidu 中华橱柜网双十品牌评选 <http://top10.chinachugui.com/>

品牌关注度指数：通过对用户关注行为的跟踪，将消费者对特定商品、服务信息的点击数量进行采集、筛选、统计分析，得出有效点击数量，称为关注指数。这一指标主要反映的是消费者对特定商品、服务相关信息的关注度。

编号	品牌名称	日均搜索量	编号	品牌名称	日均搜索量
1	德意·丽博橱柜	20	20	东方邦太整体橱柜	120
2	韩丽橱柜	540	21	欧琳厨房	120
3	好兆头厨柜	70	22	皮阿诺橱柜	120
4	金牌厨柜	270	23	月兔橱柜	110
5	箭牌橱柜	280	24	澳蓝特橱柜	10
6	捷西橱柜	70	25	锦致橱柜	20
7	康宝健康橱柜	50	26	乐保仕生态厨柜	10
8	欧派橱柜	850	27	美佳厨柜	70
9	威法厨柜	10	28	派铂不锈钢整体橱柜	10
10	益有厨柜	40	29	西姆厨柜	40
11	BORCCI 柏厨	40	30	志邦厨柜	370
12	华帝集成厨房	70	31	澳都厨柜·衣柜	20
13	美的整体厨房	60	32	柯拉尼橱柜	10
14	欧意普拉托尼	10	33	蓝谷智能厨房	110
15	皮尤特·金利橱柜	10	34	好来屋厨柜	30
16	容声橱柜	70	35	萨博橱柜	70
17	荣事达橱柜	40	36	帅太橱柜	10
18	帅康整体厨房	60	37	雅科波罗整体家居	10
19	威而士莫卡	10	38	优格健康厨房	10

(以上排名不分先后)

2. 品牌互动指数 关键词：2012 年中国橱柜十佳品牌、2012 年中国橱柜十大品牌 数据方：baidu 中华橱柜网双十品牌评选 <http://top10.chinachugui.com/>

品牌互动指数：是代表用户与某品牌在互联网中产生交互量多少的数值，可反应该品牌在互联网中的活跃情况。

编号	品牌名称	总互动量	编号	品牌名称	总互动量
1	德意·丽博橱柜	83,600	20	东方邦太整体橱柜	584,000
2	韩丽橱柜	1,160,000	21	欧琳厨房	1,260,000
3	好兆头厨柜	121,000	22	皮阿诺橱柜	869,000
4	金牌厨柜	3,710,000	23	月兔橱柜	231,000
5	箭牌橱柜	2,380,000	24	澳蓝特橱柜	66,900
6	捷西橱柜	78,200	25	锦致橱柜	57,300
7	康宝健康橱柜	651,000	26	乐保仕生态厨柜	173,000
8	欧派橱柜	3,820,000	27	美佳厨柜	203,000
9	威法厨柜	343,000	28	派铂不锈钢整体橱柜	5,540,000
10	益有厨柜	31,900	29	西姆厨柜	31,100
11	BORCCI 柏厨	181,000	30	志邦厨柜	2,650,000

12	华帝集成厨房	155,000	31	澳都橱柜·衣柜	99,300
13	美的整体厨房	4,720,000	32	柯拉尼橱柜	169,000
14	欧意普拉托尼	6,830	33	蓝谷智能厨房	267,000
15	皮尤特·金利橱柜	5,170	34	好来屋橱柜	81,100
16	容声橱柜	2,530,000	35	萨博橱柜	99,300
17	荣事达橱柜	777,000	36	帅太橱柜	45,700
18	帅康整体厨房	362,000	37	雅科波罗整体家居	9,420
19	威而士莫卡	4,020	38	优格健康厨房	311,000

(以上排名不分先后)

3. 品牌媒体关注指数 关键词：2012 年中国橱柜十佳品牌、2012 年中国橱柜十大品牌 数据方：baidu 中华橱柜网双十品牌评选 <http://top10.chinachugui.com/>

品牌媒体关注指数：指在全年行业各大媒体对于该橱柜品牌所发布的新闻数量，品牌媒体关注指数能有效的反应出该品牌在互联网上的展示情况。

编号	品牌名称	年度新闻量	中华橱柜网占比	新浪家居占比	搜狐家居占比	网易家居占比
1	德意·丽博橱柜	120	26.7%	2.5%	6.7%	0
2	韩丽橱柜	386	11.9%	8.5%	2.1%	1.8%
3	好兆头橱柜	48	52.1%	2.1%	8.3%	0
4	金牌橱柜	340	20.3%	1.5%	6.2%	1.8%
5	箭牌橱柜	80	12.5%	10.0%	10.0%	1.3%
6	捷西橱柜	246	50.4%	0	0	0
7	康宝健康橱柜	31	61.3%	0	0	0
8	欧派橱柜	582	8.9%	1.4%	1.9%	1.0%
9	威法橱柜	23	87.0%	0	0	0
10	益有橱柜	39	71.8%	0	0	0
11	BORCCI 柏厨	266	13.2%	0.8%	0.8%	0.04%
12	华帝集成厨房	32	56.3%	0	0	20.0%
13	美的整体厨房	41	65.7%	0	0	0
14	欧意普拉托尼	31	45.2%	0	41.9%	0
15	皮尤特·金利橱柜	29	48.3%	0	0	20.7%
16	容声橱柜	37	62.2%	0	0	0
17	荣事达橱柜	67	46.3%	1.5%	0	3.0%
18	帅康整体厨房	35	31.4%	0	0	0
19	威而士莫卡	21	61.9%	0	0	0
20	优格健康厨房	29	51.7%	0	0	0
21	东方邦太整体橱柜	101	30.7%	0	9.9%	1.0%
22	欧琳厨房	90	60.0%	0	0	0
23	皮阿诺橱柜	157	33.8%	1.3%	2.5%	2.5%
24	月兔橱柜	93	45.2%	17.2%	12.9%	0
25	澳蓝特橱柜	44	88.6%	0	4.5%	0
26	锦致橱柜	101	94.1%	0	0	0

27	乐保仕生态厨柜	32	87.5%	0	0	0
28	美佳厨柜	73	58.9%	4.1%	0	0
29	派铂不锈钢整体橱柜	31	96.8%	0	0	0
30	西姆厨柜	28	92.6%	0	0	0
31	志邦厨柜	491	18.7%	1.8%	1.6%	1.2%
32	澳都厨柜·衣柜	35	88.6%	0	0	0
33	好来屋厨柜	88	56.8%	0	5.7%	2.3%
34	柯拉尼橱柜	91	53.8%	1.1%	7.7%	1.1%
35	蓝谷智能厨房	36	25.0%	0	22.2%	0
36	萨博橱柜	32	31.3%	31.3%	12.5%	21.9%
37	帅太橱柜	40	85.0%	0	0	0
38	雅科波罗整体家居	29	89.7%	0	0	0

(以上排名不分先后)

从各大橱柜品牌年度新闻发布量可以发现,中华橱柜网新闻源占据主体部分,通过查看数据详细信息发现,企业荣获“2012年中国橱柜十佳品牌、2012年中国橱柜十大品牌”的获奖软文转载率最高。

附 1、: 2012 年中国橱柜十佳品牌

2012中国橱柜十佳品牌
(整体橱柜类)

排名不分先后, 按品牌首字母排列

Rebon 德意·丽博橱柜 德意·丽博橱柜	韩丽橱柜 HANEX 韩丽橱柜 韩丽橱柜	好兆头橱柜 好兆头橱柜 好兆头橱柜	金牌厨柜 金牌厨柜 金牌厨柜	ARROW 箭牌橱柜·衣柜 箭牌橱柜
IACI捷西 German Integrated Kitchen 德·式·整·体·厨·柜	Canbo 康宝·健康橱柜 康宝·健康橱柜	OPPEIN欧派 欧派橱柜 欧派橱柜	vifa 威法橱柜 威法橱柜	EUEASA 益有橱柜 益有橱柜

2012中国橱柜十佳品牌
(集成厨房,厨房电器类)

排名不分先后, 按品牌首字母排列

BORCCI柏厨 方式集团旗下高端厨柜品牌 BORCCI柏厨	vatti华帝 集成厨房 华帝集成厨房 华帝集成厨房	Midea美的 整体厨房 美的整体厨房 美的整体厨房	O.PRATONI 欧意普拉托尼 欧意普拉托尼	PIYOUTE金利 皮尤特·金利橱柜 皮尤特·金利橱柜
容声橱柜 容声橱柜 容声橱柜	Royalstar 荣事达 橱柜 荣事达橱柜 荣事达橱柜	Sacon帅康 厨卫电器领导品牌 帅康整体厨房	OKA 欧卡 全屋嵌入式家电 威而士莫卡	UGO优格 健康厨房 集成柜/橱柜/电器 优格健康厨房

附 2、: 2012 年中国橱柜十大品牌



最具品牌价值的 中国橱柜十大品牌

排名不分先后，按品牌首字母排列



BORCCI柏厨



东方邦太整体橱柜



德意·丽博橱柜



好兆头橱柜



箭牌橱柜·衣柜



康宝健康橱柜



欧琳厨房



欧派橱柜



皮阿诺橱柜



月兔橱柜



最具投资价值的 中国橱柜十大品牌

排名不分先后，按品牌首字母排列



澳蓝特橱柜



金牌厨柜



锦致橱柜



乐保仕生态橱柜



美佳厨柜



派铂不锈钢整体橱柜



威法橱柜



西姆橱柜



益有橱柜



志邦橱柜



最受消费者喜爱的 中国橱柜十大品牌

排名不分先后，按品牌首字母排列



澳都橱柜·衣柜



好来屋橱柜



华帝集成厨房



捷西橱柜



柯拉尼橱柜



蓝谷智能厨房



美的整体厨房



萨博橱柜



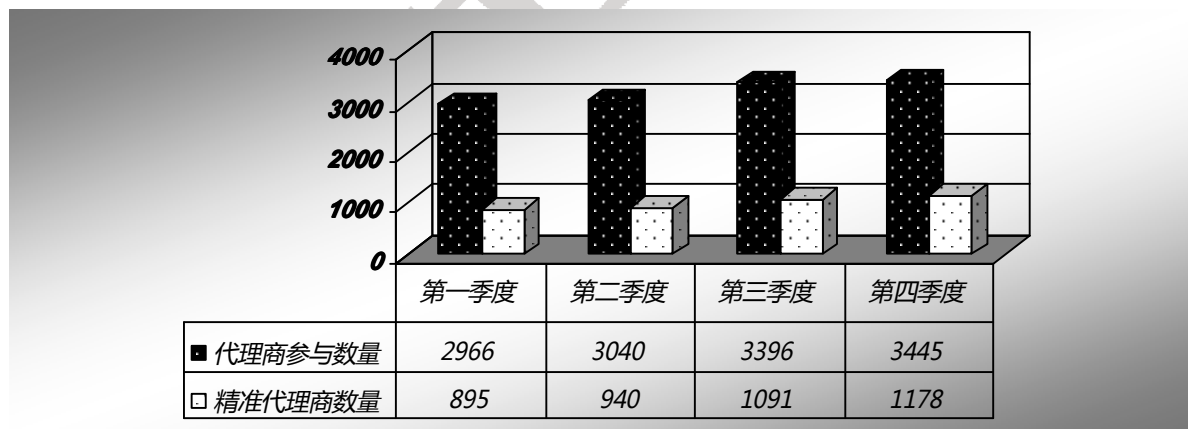
帅太橱柜



雅科波罗整体家居

三、招商指数

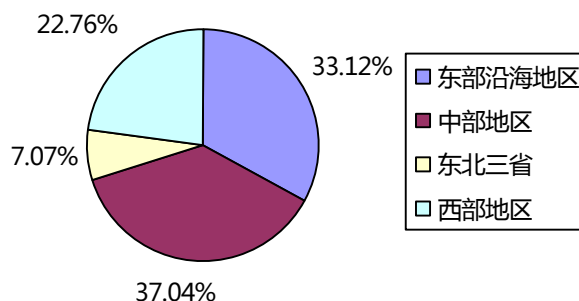
1. 2012 年代理商互联网在线参与加盟代理数据



2012 年橱柜行业意向代理报名人数呈持续上升的态势。全年有近 12847 人报名寻求橱柜品牌代理，尤其第四季度达到 3445 人报名，获全年报名人数之最。相对于 2011 年的近 8000 人，增长 60.5%。

2. 2012 年意向代理商区域分布情况

全国意向代理商分布主要按四个地区划分，如图所示：



东部沿海地区集中于：江苏 山东 广东 浙江 福建 河北.....

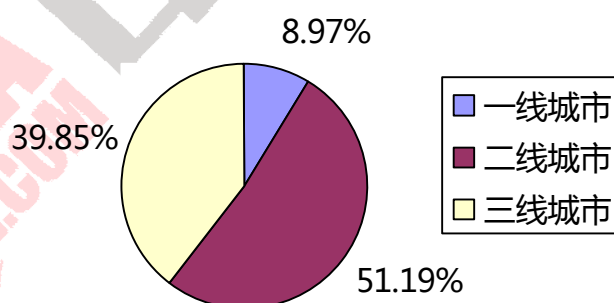
中部地区：河南 湖南 安徽 湖北 山西 江西

东北三省：辽宁 黑龙江 吉林

西部地区：陕西 四川 内蒙古 贵州 云南 广西 新疆

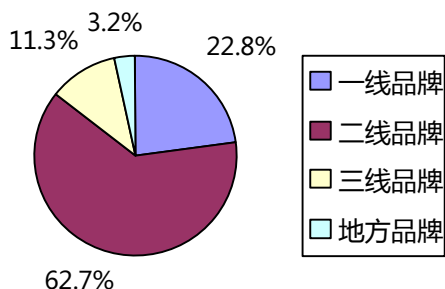
中部地区的意向代理商位居榜首：主要来源于河南省、湖南省、湖北省、安徽省、山西省、江西省；参与人数占全国意向代理商人数的 37.04%

3. 2012 年意向代理商一、二、三线城市分布情况



随着建材下乡政策助推了橱柜行业进驻农村的步伐，相对于一线城市以及二线城市情况，农村市场拥有巨大的消费潜力。二线城市的意向代理商占据 51.19%；三线城市的意向代理商占据 39.85%；一线城市的意向代理商仅占 8.97%。

4. 2012 年意向代理商选择橱柜品牌情况



根据数据调查结果：2012 年除了备受追捧的一线品牌，意向代理商占据 22.8%；

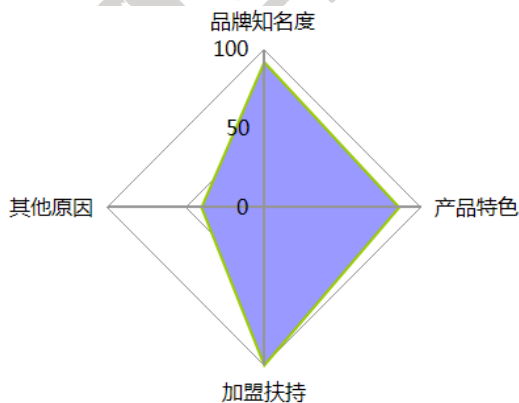
二线品牌在 2012 年上升势头迅速,达到 62.7%；

三线品牌占据 11.3%；

区域性品牌占据 3.2%；

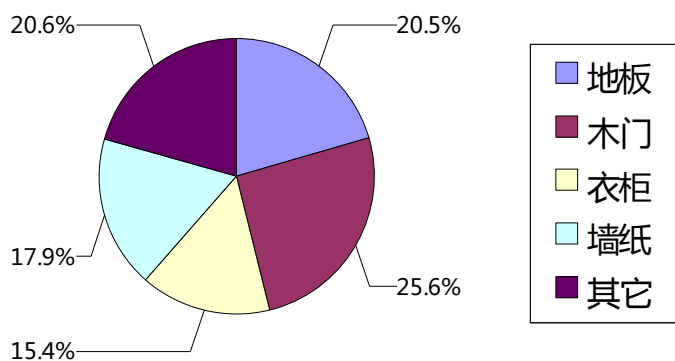
此外 2012 年度中国橱柜十佳品牌、中国橱柜十大品牌成为代理商选择品牌代理的重要参考。

5. 2012 年影响代理加盟的因素



- 1、整体 90%以上的代理商选择橱柜品牌时关注品牌知名度以及品牌在代理区域的广告覆盖和影响力度；
- 2、品牌产品特色是吸引代理商选择品牌的关键，目前市场上品牌数量众多，在其他条件差不多的情况下，代理商更看重产品特色；
- 3、数据表明：厂家的各项政策支持是吸引代理商的最大的亮点，代理商选择品牌都希望厂家能提供各项支持服务。如：价格政策、装修政策、培训政策等。

6. 2012 年橱柜行业招商加盟挑战与机会

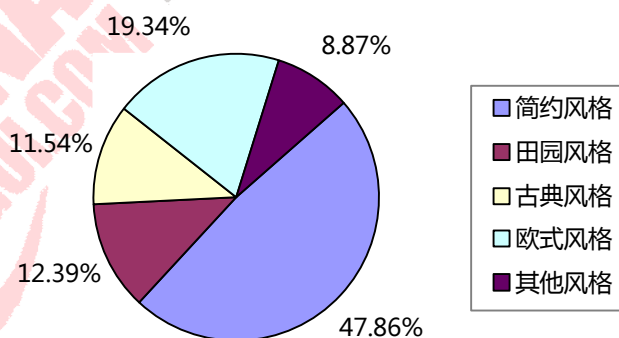


我们在对代理失败用户的进行后期跟踪过程中,发现近 25.6%的用户正在考察木门行业;其次为地板,占据 20.5%;衣柜行业,占据 15.4%;墙纸行业占 17.9%。

另外,根据尚品公司旗下:中华门窗网、中华地板网、中华衣柜网招商加盟数据显示,部分已成功代理橱柜的经销商,也在寻求增加新的代理品类。代理商的跨行和跳行,将对于橱柜行业渠道建设形成新的挑战与危机。

四、消费指数

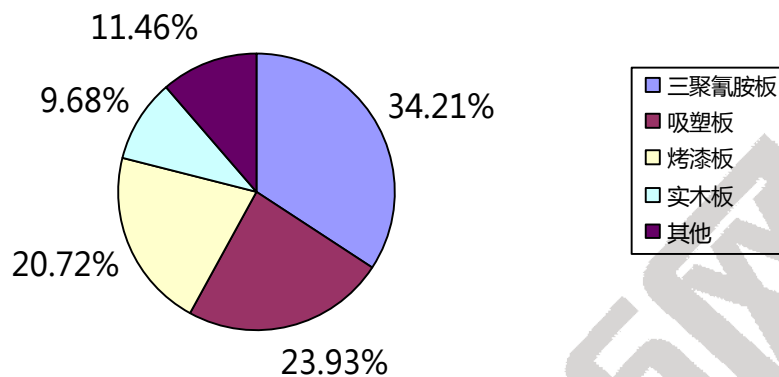
1. 消费者关注的风格类型



根据数据调查结果发现:2012 年消费者对橱柜风格类型的关注度,简约风格橱柜占据主导达 47.86%;其次为欧式风格占 19.34%;田园风格占 12.39%;古典风格占 11.54%。

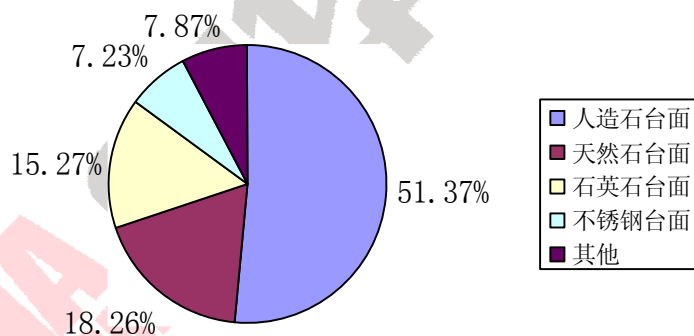
2. 消费者关注的材质类型

①. 橱柜板材类



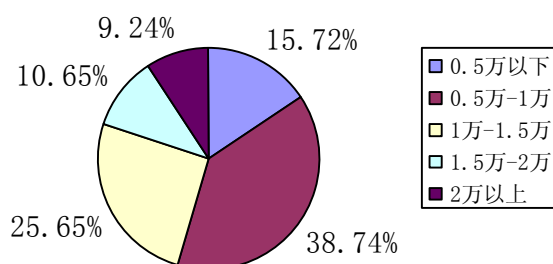
根据数据调整结果：2012 年度消费者关注最多的橱柜板材材质是三聚氰胺板，占 34.21%；其次是吸塑板占 23.93%；烤漆板占 20.72%；实木板占 9.68%。

②. 橱柜台面类



根据数据调整结果：2012 年度消费者关注橱柜台面材质最多的是人造石台面，占 51.37%；天然石台面占 18.26%；石英石台面占 15.27%；不锈钢台面占 7.23%。

3. 消费者关注的价格区间



根据数据调整结果：2012 年度消费者比较关注价格在 0.5 万-1 万之间的橱柜，占 39.74%；其次 1 万-1.5 万的橱柜占 25.65%，0.5 万以下的橱柜占 15.72%，1.5 万-2 万的橱柜占 10.65%，2 万以上的橱柜占 9.24%。

五、行业媒体指数

橱柜行业门户网站指数 关键词：橱柜网

橱柜行业门户网站指数：指在专注于橱柜行业的专业门户网站的情况，包括：各个网站 ALEXA 全球综合排名，中文排名，日均 IP 访问量，日均 PV 浏览量，百度 google 收录量以及网站在百度和 Google 的权重。橱柜行业门户网站指数：能有效的反应出橱柜行业门户网站的发展情况，供于企业做为投放的参照依据。

1. 数据分析采用的第三方统计工具如下：

Alexa 全球(www.alexa.com) 百度(www.baidu.com) 谷歌(www.google.com)

中国互联网络信息中心(CNNIC) www.cnnic.cn

站长之家(www.chinaz.com) 去查网(www.7c.com) 爱站网(www.aizhan.com)

2. 橱柜行业门户网站，ALEXA 全球排名、中文网站排位情况分析（2013.01.03 检索）

ALEXA 全球排名: Alexa 排名是指网站的世界排名 NNT 流量，主要分两种：综合排名和分类排名，Alexa 提供了包括综合排名、到访量排名、页面访问量排名等多个评价指标信息，大多数人把它当作当前较为权威的网站访问量评价指标。

中文排位: 中文排位是指网站在中文网站中的综合排名。是企业进行互联网投放的主体依据之一。

网站名称	网址	全球综合排名	中文排位
中华橱柜网	chinachugui.com	25393	2147
中华橱柜网(上海)	1chu.com.cn	298114	30396

中国品牌橱柜网	vipchugui.com	847280	69614
亚太橱柜网	ytcg360.com	876249	111058
中国橱柜网(北京)	home71.com	1446351	102199
中国橱柜网(深圳)	cnchugui.com	2569623	-

中华橱柜网在全球 alexa 排位以及中国网站排位中，一直处于领先地位，高于其它同类型网站。

3. 橱柜行业门户网站，日均 IP 访问量，日均 PV 浏览量,网站权重 BR PR 值 （2013.01.03 检索）

日均 IP 访问量: IP 表示访问该网站的用户数数量，每增加一个 IP 即代表新增一名互联网用户对该网站的访问，是权衡一个网站是否优秀的最重要标准之一；更优秀的网站才能使得更多人访问。

日均 PV 浏览量: 一个 IP（即一名互联网用户）常常在访问网站时会打开多个网页，PV 则指当天所有访问网站用户打开页面次数的总和，该数值是衡量网站质量高低的最重要标准之一；质量高的网站才能引起用户更多页面的浏览。

网站名称	网址	日均 IP 访问量	日均 PV 浏览量	百度权重 BR	谷歌权重 PR
中华橱柜网	chinachugui.com	35,613	1,531,400	6	5
中华橱柜网(上海)	1chu.com.cn	3,011	21,080	1	4
中国品牌橱柜网	vipchugui.com	885	1,240	2	0
亚太橱柜网	ytcg360.com	1,771	3,402	2	4
中国橱柜网(北京)	home71.com	840	1,680	1	2
中国橱柜网(深圳)	cnchugui.com	-	-	1	2

中华橱柜网，连续五年橱柜行业门户网站中用户流量稳居第一，有着同行业网站无可比拟的优势。

4. 橱柜行业门户网站，在各大搜索引擎查询结果 （2013.01.03 检索）

搜索引擎收录量: 指搜索引擎对于每个网站网页快照的收录数据，搜索引擎收录数量直接反映了一个站的内容和地位。

网站名称	网址	百度收录量	谷歌收录量	搜搜收录量
中华橱柜网	chinachugui.com	173,000	586,000	1,000,000
中华橱柜网(上海)	1chu.com.cn	55,300	235,000	575,000
中国品牌橱柜网	vipchugui.com	13,400	51,200	106,000
亚太橱柜网	ytcg360.com	11,300	41,100	105,000
中国橱柜网(北京)	home71.com	3,770	19,700	65,300
中国橱柜网(深圳)	cnchugui.com	1,740	24,600	114,000

在橱柜行业门户网站中，中华橱柜网是各大搜索引擎收录的主要对象，明显优越于其它同类型网站。

5. 橱柜行业门户网站，在各大搜索引擎中行业新闻源占有量 (2013.01.03 检索)

网站名称	网址	百度新闻源占有量	谷歌新闻源占有量
中华橱柜网	chinachugui.com	163,000	11,400
中华橱柜网(上海)	1chu.com.cn	-	-
中国品牌橱柜网	vipchugui.com	-	-
亚太橱柜网	ytcg360.com	-	-
中国橱柜网(北京)	home71.com	-	-
中国橱柜网(深圳)	cnchugui.com	-	-

目前中华橱柜网 chinachugui.com 是橱柜行业内唯一的百度新闻源网站。所发布的新闻第一时间百度抓取并成为橱柜行业的新闻源。是橱柜行业信息的传递和获取的第一通道。

六、总述说明

纵观 2012，地产行业的宏观调控导致橱柜行业增长速度放缓，展望 2013，经济适用房和保障房及城镇化进程刺激了二、三、四级市场的刚性需求，带动了正处于成长阶段橱柜行业，因此 2013 年橱柜企行业将有可能迎来橱柜行业发展高峰期。

中华橱柜网《2012 年中国橱柜行业互联网指数分析报告》从橱柜行业在互联网上“行业指数、品牌指数、招商指数、消费指数、行业媒体指数”五个方面进行概述分析，旨在为橱柜企业提供最新最全的年度综合分析数据，为企业市场定位、资源配置、渠道布局、营销策略指明方向，共同为 2013 橱柜行业的蓬勃发展而努力！

1. 行业指数

通过关键词“橱柜”用户指数分析可以发现，橱柜行业从 2011 年开始互联网用户关注度明显上升，说明橱柜行业正在走向健康有序发展进程；2012 年度互联网用户对橱柜的关注指数继续上升，主要体现在上半年，且与其他建材行业(以地板、卫浴为例)相比，橱柜行业活跃度相对较高，说明橱柜行业属于朝阳行业，市场潜力无限。

2. 品牌指数

通过中华橱柜网“2012 年中国橱柜十佳品牌、2012 年中国橱柜十大品牌”获奖企业的品牌关注指数、品牌互动指数、品牌媒体关注指数分析可见，橱柜企业互联网的可操作空间还有很大，合理的使用互联网，对于品牌的发展将起到很大的推动作用。

3. 招商指数

从橱柜招商指数分析中发现 2012 年橱柜行业互联网代理商报名人数呈持续上升的态势，主要分布在中部地区(37.04%)与东部沿海地区(33.12%)，随着房产政策的变化与建材下乡政策的实施，代理商主要分布在二城市(51.19%)、三线城市(39.85%)，大多数代理商选择二线品牌(62.7%)，其中有 90%以上的代理商比较关注代理品牌的知名度、产品特色及政策扶持。在对代理失败用户的进行后期跟踪过程中，发现部分已成功代理橱柜的经销商，也在寻求增加新的代理品类。代理商的跨行和跳行，将对于橱柜行业渠道建设形成新的挑战与危机。

4. 消费指数

橱柜消费指数主要是从消费者关注的风格类型、材质类型与价格三个方面来分析。根据数据调查结果显示，关注最多的风格类型是简约风格橱柜，橱柜板材材质是三聚氰胺板，橱柜台面材质是人造石台面，橱柜价格是 0.5 万—1.5 万之间。

5. 行业媒体指数

行业媒体指数主要通过各项专业评价指标数据来分析橱柜行业门户网站的发展情况与质量高低,也是为企业互联网投放提供了一个参考依据。从行业媒体指数分析来看,中华橱柜网的全球综合排名、中文排位、日均 IP 访问量、日均 PV 浏览量、网站权重 BR PR 值、文章收录量均居业内网站首位,且是橱柜行业唯一的百度新闻源,成为橱柜行业信息的传递和获取的第一通道。

中华橱柜网版权所有,如需转载请注明来源 www.chinachugui.com 感谢!

