

2022-2028年中国智慧楼宇 行业发展趋势与行业竞争对手分析报告

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

《2022-2028年中国智慧楼宇行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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/202205/297379.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国智慧楼宇行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》共十二章。首先介绍了智慧楼宇行业市场发展环境、智慧楼宇整体运行态势等，接着分析了智慧楼宇行业市场运行的现状，然后介绍了智慧楼宇市场竞争格局。随后，报告对智慧楼宇做了重点企业经营状况分析，最后分析了智慧楼宇行业发展趋势与投资预测。您若想对智慧楼宇产业有个系统的了解或者想投资智慧楼宇行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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 智慧楼宇产业概述

第一节 智慧楼宇定义和分类

第二节 智慧楼宇行业特点

第三节 智慧楼宇系统构成

第四节 智慧楼宇发展历程分析

第二章 中国智慧楼宇行业运行环境分析

第一节 中国智慧楼宇运行经济环境分析

一、国际宏观经济走势分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

二、国内宏观经济走势分析

(1) 国内宏观经济现状

(2) 国内宏观经济预测

第二节 中国智慧楼宇产业政策环境分析

一、智慧楼宇行业监管体制

二、智慧楼宇行业主要法规业政策

第三节 中国智慧楼宇产业社会环境分析

一、人口规模及结构

二、城镇化率分析

三、居民收入及消费情况

第四节 中国智慧楼宇产业链环境

第三章 国际智慧楼宇行业发展态势分析

第一节 国际智慧楼宇市场发展现状分析

第二节 国外智慧楼宇企业在华业务分析

第三节 国际智慧楼宇行业市场前景展望

第四章 中国智慧楼宇行业发展概述

第一节 2016-2020年中国智慧楼宇行业规模情况

一、智慧楼宇行业市场规模状况

二、智慧楼宇行业单位规模状况

第二节 2016-2020年中国智慧楼宇所属行业财务能力分析

一、智慧楼宇所属行业盈利能力分析

二、智慧楼宇所属行业偿债能力分析

三、智慧楼宇所属行业营运能力分析

四、智慧楼宇所属行业发展能力分析

第三节 2016-2020年中国智慧楼宇行业热点动态

第四节 2020年中国智慧楼宇行业面临的挑战

第五节 智能建筑在新建建筑中的比例

第六节 智能楼宇业务区域化

第五章 中国建筑业发展分析

第一节 中国建筑业发展现状分析

一、中国建筑业发展分析

二、中国房地产开发分析

(1) 房地产开发景气指数分析

(2) 房地产开发投资规模分析

(3) 房地产开发建设规模分析

(4) 房地产销售面积规模分析

第二节 中国建筑业新建建设面积分析

一、建筑业新建面积

二、建筑业新建面积结构

第三节 中国建筑业存量面积分析

一、建筑业存量面积

二、存量面积结构

第六章 中国智慧楼宇细分产品市场发展分析

第一节 楼宇自动化系统市场分析

一、楼宇自动化系统简介及应用

二、楼宇自动化系统发展历程

三、楼宇自动化系统市场规模

(1) 楼宇自控系统市场规模

(2) 消防安防产品市场规模

(3) 低压配电产品市场规模

(4) 智能照明产品市场规模

四、楼宇自动化市场竞争地位

五、楼宇自动化工程造价分析

第二节 安全防范自动化系统市场分析

一、安全防范自动化系统简介

二、安全防范自动化市场分析

(1) 视频监控系统市场规模

(2) 门禁对讲系统市场规模

(3) 防盗报警系统市场规模

三、安全防范自动化市场前景

(1) 视频监控系统市场前景

(2) 门禁对讲系统市场前景

(3) 防盗报警系统市场前景

第七章 中国智慧楼宇行业细分市场调研分析

第一节 公共建筑市场需求分析

一、公共建筑面积分析

(1) 公共建筑面积现状

(2) 2020年新增公共建筑面积

(3) 公共建筑面积预测

二、公共建筑智能化投资分析

三、公共建筑细分市场投资分析

(1) 星级酒店建设投资分析

(2) 办公楼建设投资分析

(3) 教育建筑建设投资分析

(4) 轨道交通建设投资分析

(5) 航空机场建设投资分析

(6) 文化场馆建设投资分析

四、公共建筑智能化市场前景预测

第二节 居住建筑市场需求分析

一、居住建筑面积分析

(1) 居住建筑面积现状

(2) 2020年新增居住建筑面积

(3) 居住建筑面积预测

二、居住建筑智能化投资分析

三、居住建筑智能化市场前景预测

第三节 工业建筑市场需求分析

一、工业建筑面积分析

(1) 工业建筑面积现状

(2) 2020年新增工业建筑面积

(3) 工业建筑面积预测

二、工业建筑智能化投资分析

三、工业建筑智能化市场前景预测

第八章 中国智慧楼宇行业进入壁垒及发展利弊因素分析

第一节 中国智慧楼宇行业进入壁垒

一、行业资质壁垒

二、行业技术壁垒

三、行业资金壁垒

四、行业经验壁垒

五、行业人才壁垒

六、行业品牌壁垒

第二节 中国智慧楼宇发展利弊因素分析

一、有利因素分析

- (1) 国家产业政策支持
- (2) 新型城镇化发展的需求，加大智慧城市建设
- (3) 下游需求市场前景广阔
- (4) 行业技术水平不断进步
- (5) 智能化建筑增加，对后期运营维护提出更高要求

二、不利因素分析

- (1) 行业基础薄弱，资金实力不足
- (2) 市场集中度不高

第九章 中国智慧楼宇行业竞争格局分析

第一节 2016-2020年智慧楼宇行业集中度分析

一、智慧楼宇市场集中度分析

二、智慧楼宇企业集中度分析

第二节 2016-2020年智慧楼宇行业竞争格局分析

一、智慧楼宇行业竞争策略分析

二、智慧楼宇行业竞争格局展望

三、我国智慧楼宇市场竞争趋势

第十章 中国智慧楼宇行业重点企业发展调研

第一节 同方股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第二节 北京旋极信息技术股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第三节 上海延华智能科技（集团）股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第四节 上海华东电脑股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第五节 深圳达实智能股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第六节 太极计算机股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第七节 深圳市赛为智能股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第八节 四联智能技术股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业主营业务分析

三、企业资质能力分析

四、企业工程项目案例

五、企业经营状况分析

六、企业经营状况优势

第十一章 2022-2028年中国智慧楼宇市场预测及发展建议

第一节 2022-2028年中国智慧楼宇市场预测分析

一、中国智慧楼宇行业市场规模预测

二、中国智慧楼宇行业发展前景展望

第二节 2022-2028年中国智慧楼宇企业发展策略建议

一、发展策略

二、产品策略

第三节 2022-2028年中国智慧楼宇企业营销策略建议

一、定位策略

二、价格策略

三、渠道策略

第十二章 智慧楼宇行业投资的建议及观点

第一节 智慧楼宇行业投资效益分析（ ）

第二节 智慧楼宇行业投资风险分析

一、行业政策风险

二、行业技术人才风险

三、行业竞争风险

四、行业宏观经济波动风险

五、行业营运资金风险

六、行业其他风险

第三节 智慧楼宇行业经营模式分析

第四节 智慧楼宇行业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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/297379.html>