

2010-2015年中国楼宇对讲系统市场竞争态势与战略投资前景咨询报告

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《2010-2015年中国楼宇对讲系统市场竞争态势与战略投资前景咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/8541085410.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【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” 葎 晖桶葑蚩 筑眠 蚩 瘤 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2009-2010年世界楼宇对讲系统行业运行动态分析 12

第一节 2009-2010年世界楼宇对讲系统行业发展概述 12

一、世界楼宇对讲系统特点分析 12

二、楼宇对讲系统品牌分析 13

三、楼宇对讲系统技术分析 14

第二节 国外楼宇对讲系统产品市场状况分析 16

一、欧洲 16

二、韩国 17

三、中东地区 17

四、美国 17

第三节 2010-2015年世界楼宇对讲系统产业发展趋势分析 18

第二章 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业环境监测分析 19

第一节2009-2010年中国楼宇对讲系统产业政策环境分析 19

一、国家政策 19

二、行业标准 23

第二节2009-2010年中国宏观经济环境分析 23

一、中国GDP分析	23
二、城乡居民家庭人均可支配收入	26
三、恩格尔系数	27
四、进出口形势分析	29
五、存贷款利率变化	33
六、财政收支状况	35
第三节 2009-2010年中国楼宇对讲系统产业社会环境分析	35
一、人类生活模式的改变	35
二、社会治安情况	36
第三章 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业发展综述	37
第一节 楼宇对讲系统产品定义及其类型	37
第二节 中国楼宇对讲系统行业发展历程	38
一、起步阶段	38
二、高速发展期	38
三、“井喷式”增长期	38
四、中国名牌称号	39
第三节 中国楼宇对讲系统行业的技术发展历程	39
一、非可视对讲	39
二、黑白可视对讲	39
三、彩色可视对讲	39
四、家庭智能终端（或称数字化可视对讲）	40
第四章 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业运行形势分析	41
第一节 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业发展特点	41
一、生产厂商数量多但规模相对较小	41
二、市场集中度高	41
第二节 2009-2010年中国楼宇对讲系统的市场特性	42
一、购买者不是使用者	42
二、民用市场的发展缓慢	42
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	43
第三节 2009-2010年中国楼宇对讲系统产品生命周期分析	43
一、国内整体市场分析	43
二、沿海发达省区市场分析	44
三、内陆欠发达地区市场分析	44
第五章 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业市场需求分析	45
第一节 2009-2010年中国楼宇对讲系统产品市场需求综述	45

一、	智能建筑市场规模分析	45
二、	需求分析	47
第二节	主要应用领域	48
一、	智能小区	48
二、	高档酒店、会所	49
三、	医院、监狱等场所	49
四、	政府机关、教育系统	49
五、	道路交通、银行安全系统	49
六、	电力、电信系统	50
第三节	用户行为分析	50
一、	工程商为主要用户	50
二、	工程商承接该工程量分析	51
第四节	主要企业项目信息和项目开展的情况	51
一、	视得安罗格公司生产项目	51
二、	正星特科技有限公司对讲系统项目	56
三、	帝格科技发展有限公司对讲系统项目	57
四、	深圳市兴天下圣·莫丽斯对讲系统项目	57
五、	日立电梯南京百盛大厦日立智能安防系统项目	57
第六章	2009-2010年中国楼宇对讲系统行业市场供给分析	59
第一节	2009-2010年中国楼宇对讲系统行业供应状况分析	59
第二节	国外厂商和品牌及其它们在中国的发展现状分析	59
一、	西班牙弗曼科斯电子有限公司	59
二、	韩国可视通科技公司	60
三、	德国TCS	60
第三节	2009-2010年中国楼宇对讲系统行业分布状况分析	61
一、	珠三角	61
二、	福建	61
三、	上海	61
四、	浙江	61
五、	其他地区	62
第四节	2009-2010年中国楼宇对讲市场价格体系分析	62
第五节	2009-2010年中国楼宇对讲市场销售模式分析	63
第六节	2009-2010年中国楼宇对讲市场宣传模式分析	64
第七章	2009-2010年中国楼宇对讲系统行业市场细分分析	65
第一节	2009-2010年中国非可视对讲产品细分分析	65

第二节 2009-2010年中国可视对讲产品细分分析 65

一、产品特点 65

二、产品价格及主要应用区域分析 67

第三节 2009-2010年中国彩色对讲产品细分分析 67

第四节 2009-2010年中国新型对讲产品细分分析 68

一、产品特点 68

二、主要应用区域分析 70

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 72

第一节 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业数据监测回顾 72

一、竞争企业数量 72

二、亏损面情况 73

三、市场销售额增长 75

四、利润总额增长 76

五、投资资产增长性 77

六、行业从业人数调查分析 78

第二节 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业投资价值测算 79

一、销售利润率 79

二、销售毛利率 80

三、资产利润率 81

第三节 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业产销率调查 83

一、工业总产值 83

二、工业销售产值 84

三、产销率调查 85

第四节 2005-2009年社会公共安全设备及器材制造出口交货值数据 86

一、出口交货值增长 86

二、出口交货值占工业产值的比重 87

第九章 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业市场竞争态势分析 89

第一节 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业市场的竞争状况 89

一、国产楼宇对讲系统产品市场占有率情况分析 89

二、国产楼宇对讲系统产品价格竞争分析 89

三、国产楼宇对讲系统产品销售战略分析 90

第二节 2009-2010年中国楼宇对讲系统竞争格局分析 92

一、主要品牌SWOT分析 92

二、跨国竞争者不断进入 93

三、主要厂家区域分布 94

第三节 2009-2010年楼宇对讲系统技术竞争状况分析 94

第十章 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业龙头企业竞争力分析 96

第一节 深圳市视得安科技实业股份有限公司 96

一、公司基本概述 96

二、2009-2010年公司主要经营数据指标分析 96

三、2009-2010年公司竞争力分析 98

四、2010-2015年公司发展战略分析 98

第二节 深圳市克耐克科技有限公司 99

一、公司基本概述 99

二、2009-2010年公司主要经营数据指标分析 99

三、2010-2015年公司发展战略分析 101

第三节 深圳市慧锐通电器制造有限公司 101

一、公司基本概述 101

二、2009-2010年公司主要经营数据指标分析 101

三、2009-2010年公司竞争力分析 103

四、2010-2015年公司发展战略分析 103

第四节 厦门立林科技有限公司 103

一、公司基本概述 104

二、2009-2010年公司主要经营数据指标分析 104

三、2009-2010年公司竞争力分析 106

四、2010-2015年公司发展战略分析 106

第五节 广州市安居宝科技有限公司 106

一、公司基本概述 106

二、2009-2010年公司主要经营数据指标分析 106

三、2009-2010年公司竞争力分析 108

四、2010-2015年公司发展战略分析 108

第六节 秦皇岛海湾安全技术有限公司 108

一、公司基本概述 108

二、2009-2010年公司主要经营数据指标分析 109

三、2009-2010年公司竞争力分析 110

四、2010-2015年公司发展战略分析 111

第十一章 2009-2010年中国楼宇对讲系统相关行业发展态势分析 112

第一节 2009-2010年中国房地产市场运行特点 112

一、市场需求旺盛 112

- 二、房屋价格分析 112
- 三、住房投资加快 113
- 第二节 2009-2010年中国房地产市场供需分析 116
 - 一、中国房地产行业供给分析 116
 - 二、中国房地产行业需求状况分析 116
 - 三、解读2010年中国房地产政策与房价 117
- 第三节 2010-2015年中国房地产市场发展状况预测分析 120
 - 一、人口结构的变化将导致中国房地产价格的下跌 120
 - 二、国内房价回落趋势预计延续到2012年 120
- 第十二章 2010-2015年中国楼宇对讲系统市场发展前景预测分析 122
 - 第一节 2009-2010年中国楼宇对讲系统行业特点 122
 - 一、具有较高的集中度和品牌知名度 122
 - 二、产品拥有完全自主知识产权 122
 - 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 122
 - 第二节 2010-2015年中国楼宇对讲系统的发展趋势预测分析 123
 - 一、2010-2015年中国楼宇对讲系统供需预测 123
 - 二、2010-2015年中国楼宇对讲系统楼宇对讲系统主流预测 123
 - 第三节 2010-2015年中国楼宇对讲系统的市场盈利趋势预测分析 124
 - 第四节 2010-2015年中国楼宇对讲系统的技术趋势预测分析 127
- 第十三章 2010-2015年中国楼宇对讲系统行业投资机会与策略研究分析 129
 - 第一节 2010-2015年中国楼宇对讲系统产业投资环境分析 129
 - 第二节 2010-2015年中国楼宇对讲系统产业投资机会分析 132
 - 第三节 2010-2015年中国楼宇对讲系统产业投资风险分析 133
 - 一、市场竞争风险 133
 - 二、政策风险 133
 - 三、技术风险 133
 - 第四节 2010-2015年中国楼宇对讲系统投资策略建议 134
 - 一、价格策略 134
 - 二、销售渠道策略 134
 - 三、广告策略 134
 - 四、产品策略 134
- 【图表目录】
- 图表 1 2009年中国楼宇对讲排名 13
- 图表 2 安防控制系统 16
- 图表 3 2009年政府重大政策一览表 19

- 图表 4 2009年中国主要宏观经济数据增长表 23
- 图表 5 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表 24
- 图表 6 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表 24
- 图表 7 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 25
- 图表 8 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 26
- 图表 9 中国城乡居民收入走势对比 27
- 图表 10 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 28
- 图表 11 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 29
- 图表 12 2000-2009年中国货物进出口额统计表 29
- 图表 13 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 30
- 图表 14 1970-2009年中国货物进口形势图 30
- 图表 15 1970-2009年中国货物出口形势图 32
- 图表 16 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 32
- 图表 17 2004-2009年央行历次存贷款基准利率 33
- 图表 18 1984-2010年1月中国存款准备金率历次调整一览表 33
- 图表 19 05~09年中国财政收入增长趋势图 35
- 图表 20 2009年中国楼宇对讲系统企业营业额构成 41
- 图表 21 2009年中国楼宇对讲企业人员构成 41
- 图表 22 2009-2010年中国楼宇对讲系统国产及进口构成 42
- 图表 23 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造企业数量增长趋势图 72
- 图表 24 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业亏损企业数量增长趋势图 73
- 图表 25 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业亏损额增长情况 74
- 图表 26 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业主营业务收入增长趋势图 75
- 图表 27 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业利润总额增长趋势图 76
- 图表 28 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业资产增长趋势图 77
- 图表 29 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业从业人数增长趋势图 78
- 图表 30 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业销售利润率走势图 79
- 图表 31 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业销售毛利率走势图 80
- 图表 32 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业总资产利润率指标统计表 81
- 图表 33 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业总资产利润率走势图 82
- 图表 34 2005-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业总资产利润率走势图 82
- 图表 35 2006-2008年中国社会公共安全设备及器材制造行业工业总产值情况 84
- 图表 36 2006-2008年中国社会公共安全设备及器材制造行业工业销售产值走势 84
- 图表 37 2006-2008年中国社会公共安全设备及器材制造行业产销率走势图 85
- 图表 38 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业出口交货值走势图 86

图表 39 2006-2009年中国社会公共安全设备及器材制造行业出口率走势图 87

图表 40 楼宇对讲系统一般营销模式 90

图表 41 楼宇对讲系统营销模式 90

图表 42 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司收入状况表 96

图表 43 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司盈利指标表 96

图表 44 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司盈利比率 97

图表 45 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司资产指标表 97

图表 46 2008-2009年深圳市视得安科技实业股份有限公司负债指标表 97

图表 47 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 97

图表 48 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司收入状况表 99

图表 49 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司盈利指标表 99

图表 50 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司盈利比率 100

图表 51 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司资产指标表 100

图表 52 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司负债指标表 100

图表 53 2008-2009年深圳市克耐克科技有限公司成本费用构成表 101

图表 54 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司收入状况表 101

图表 55 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司盈利指标表 102

图表 56 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司盈利比率 102

图表 57 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司资产指标表 102

图表 58 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司负债指标表 102

图表 59 2008-2009年深圳市慧锐通电器制造有限公司成本费用构成表 103

图表 60 2008-2009年厦门立林科技有限公司收入状况表 104

图表 61 2008-2009年厦门立林科技有限公司盈利指标表 104

图表 62 2008-2009年厦门立林科技有限公司盈利比率 104

图表 63 2008-2009年厦门立林科技有限公司资产指标表 105

图表 64 2008-2009年厦门立林科技有限公司负债指标表 105

图表 65 2008-2009年厦门立林科技有限公司成本费用构成表 105

图表 66 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司收入状况表 106

图表 67 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司盈利指标表 107

图表 68 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司盈利比率 107

图表 69 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司资产指标表 107

图表 70 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司负债指标表 107

图表 71 2008-2009年广州市安居宝科技有限公司成本费用构成表 108

图表 72 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司收入状况表 109

图表 73 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司盈利指标表 109

图表 74 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司盈利比率 109

图表 75 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司资产指标表 110

图表 76 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司负债指标表 110

图表 77 2008-2009年秦皇岛海湾安全技术有限公司成本费用构成表 110

图表 78 2009年12月中国主要城市房屋价格指数表 112

图表 79 2006-2009年各月中国房地产开发投资额月度统计表 113

图表 80 2006-2009年中国各类房地产开发投资月度走势图 115

图表 81 2006-2009年中国各类房地产开发投资累计额环比走势 115

图表 82 2006-2009年中国新开工项目个数（个）及累计同比增速情况 116

图表 83 2009-2013年中国楼宇对讲系统行业销售毛利率走势图 124

图表 84 2009-2013年中国楼宇对讲系统行业销售利润率走势图 125

图表 85 2009-2013年中国楼宇对讲系统行业总资产利润率走势图 126

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/8541085410.html>