

2017-2022年中国卫浴行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国卫浴行业市场全景评估及发展趋势研究预测报告》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://www.huaon.com/detail/299482.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

我国卫生洁具行业的发展起步于90年代。在此之前，计划经济体制和住房分配制度使得人们对卫浴间的重要性认识不足。90年代中期，随着改革开放的深入和《国务院关于深化城镇住房制度改革的决定》的出台，人们的生活水平有了显著提高，对卫浴间的重视日益增加，卫生洁具市场开始起步并得到快速发展。

近年来，中国在国际卫浴市场的地位不断提升，已逐步成为世界卫浴产品生产与消费大国，也逐渐彰显出中国卫浴的国际竞争力，与此同时，中国对外贸易量的加大也促使其在新兴卫浴五金市场中占据了有利地位，中国卫浴洁具占世界总量的30%，卫浴配件也占了世界总量的近35%。经过20多年的发展，中国已经成为全球最大的卫生洁具产品生产与销售国，卫生洁具产销量约占世界总量的30%，卫浴配件约占世界总量的35%。

2014年我国卫浴洁具6大品类的产销量超过14亿8000万件，产销额超过2300亿元，占2014年家居市场规模比重的8%。在卫生陶瓷、淋浴花洒、水龙头、浴室柜、淋浴房、浴缸这洁具六大品类中，水龙头的品类产销数量占比最高，约为57%；而品类产销金额最高的却是卫生陶瓷类占27%，浴缸的品类产销数量和产销金额以1%及5%排名最后。

随着我国经济的快速发展，我国卫浴市场需求也逐渐增加，近两年卫浴市场的竞争异常的激烈，政策压力、倒闭潮、恶性竞争都在不断的刺激着卫浴消费市场，也给卫浴企业带来了很大的生产压力。国内至少有60%左右的卫浴企业经营效益一般。2015年上半年，国内卫浴市场虽有所回暖，但是，在经济新常态的背景下，面临的挑战越来越大，而且我国的卫浴出口订单数量也有所减少。

对于卫浴企业来说，如何才能找准新的盈利增长点，成为了企业走出困境的关键。如随着社会的不断发展，市场上越来越多的成品卫浴已经越来越不能满足当代消费群体的需求。随着人们的个性化需求不断提高，定制的个性卫浴产品将有很大的发展商机。"定制"或许可以成为打破行业发展困境的新的盈利增长点。

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：

第一部分 卫浴行业环境透视

第一章 卫浴行业的基本介绍

第一节 行业界定

一、行业定义

二、范围界定

第二节 行业在国民经济中的地位

一、行业政策定位

二、对国民经济贡献度

三、对相关行业影响程度

第二章 中国卫浴行业竞争环境分析

第一节 政策环境分析

一、行业重点政策分析

二、行业发展规划分析

三、政策发展趋势分析

第二节 经济环境分析

一、中国经济运行现状

二、中国国民收入情况

三、中国经济发展趋势

第三节 社会环境分析

二、中国工业发展水平

三、中国人口规模现状

四、居民收入消费水平

第四节 技术环境分析

一、行业技术术语解释

二、行业主要生产技术

三、行业技术发展趋势

第二部分 卫浴行业发展概况

第三章 世界卫浴产业竞争格局及经验借鉴

第一节 国际卫浴产业的发展

一、世界卫浴产业发展综述

二、全球卫浴产业竞争格局

三、全球卫浴产业发展特点

第二节 主要国家地区卫浴产业发展分析

一、欧洲

二、亚洲

三、美国

四、其它国家和地区

第三节 2017-2022年世界卫浴产业竞争趋势及前景分析

- 一、卫浴技术发展及趋势分析
- 二、卫浴产业发展趋势分析
- 三、卫浴产业竞争趋势分析

第四章 中国卫浴市场发展现状综合分析

第一节 中国卫浴市场产品销售情况分析

- 一、经营现状分析
- 二、主要经营区域分析

第二节 行业容量分析及预测

- 一、市场容量现状
- 二、未来容量趋势预测

第三节 需求分析及预测

- 一、需求总量分析
- 二、需求结构变化分析
- 三、2017-2022年需求预测

第四节 市场分析及预测

- 一、供需平衡分析及预测
- 二、价格变化分析及预测

第五节 卫浴市场发展驱动因素分析

- 一、产品优势
- 二、政策扶持
- 三、产业化的可能性

第六节 卫浴生产集中度分析

- 一、卫浴产品企业集中度分析
- 二、卫浴产品生产地区集中度分析

第三部分 卫浴行业竞争分析

第五章 中国卫浴行业经营状况分析

第一节 行业经营效益分析

第二节 行业盈利能力分析

第三节 行业营运能力分析

第四节 行业偿债能力分析

第六章 中国卫浴行业分区域竞争格局分析

第一节 广东省卫浴行业竞争分析

- 一、行业总体现状
- 二、企业竞争格局
- 三、产业区域发展前景

第二节 福建省卫浴行业竞争分析

- 一、行业总体现状
- 二、企业竞争格局
- 三、产业区域发展前景

第三节 浙江省卫浴行业竞争分析

- 一、行业总体现状
- 二、企业竞争格局
- 三、产业区域发展前景

第四节 江苏省卫浴行业竞争分析

- 一、行业总体现状
- 二、企业竞争格局
- 三、产业区域发展前景

第五节 河南省卫浴行业竞争分析

- 一、行业总体现状
- 二、企业竞争格局
- 三、产业区域发展前景

第七章 中国卫浴市场品牌构成

第一节 中国卫浴市场主要品牌分析

- 一、国外主要企业品牌分析
- 二、国内主要品牌分析

第八章 卫浴行业市场竞争格局分析

第一节 卫浴行业企业竞争整体状况

第二节 卫浴行业企业竞争特点分析

第三节 企业构成及区域分布分析

- 一、企业数量规模
- 二、企业区域分布构成分析

第四节 卫浴行业市场集中度分析

第五节 卫浴行业企业兼并重组情况分析

第九章 卫浴行业竞争结构分析

第一节 国际市场竞争格局

第二节 中国市场竞争结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第十章 卫浴企业产品调查

第一节 行业重点企业产品市场占有率

第二节 行业重点企业产品核心竞争力

第三节 企业产品策略分析

一、新产品开发策略

二、产品组合优化策略

三、产品品牌策略

四、产品包装策略

第十一章 卫浴企业技术研发调查

第一节 行业重点企业技术研发组织架构

第二节 行业重点企业新产品开发周期与人员投入

第三节 行业重点企业研发投入和主要成果

第四节 2017-2022年行业重点企业研发计划

第十二章 卫浴企业生产状况调查

第一节 行业重点企业生产能力调查

一、设施配置及基本规模

二、企业生产人员管理模式

三、企业产品质量体系

第二节 行业重点企业生产成本调查

第三节 行业重点企业生产技术评价

第四节 行业重点企业投资项目与技术改造

第十三章 卫浴企业营销调查

第一节 行业重点企业产品营销模式调查

一、直销式

二、区域总经销商式

三、区域多家经销商式

第二节 行业重点企业产品销售渠道调查

一、企业产品销售渠道架构及规模

二、各营销渠道销售份额对比

三、营销渠道建设规划

第三节 行业重点企业下游典型客户调查

一、客户分类特点

二、客户需求特点

第十四章 卫浴企业综合评价

第一节 企业综合竞争力评价

第二节 企业价值评估方法

第三节 企业存在问题分析

第四节 与企业相关的投资机会

一、合作交流机会

二、并购机会

第五节 行业企业排名

第十五章 国内卫浴业标杆企业竞争力分析

第一节 标杆企业整体对比分析

一、主营业务对比分析

二、经营状况对比分析

三、竞争优势对比分析

四、发展前景对比分析

第二节 佛山乐华陶瓷洁具有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第三节 九牧卫浴集团有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第四节 浪鲸卫浴集团有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第五节 唐山惠达陶瓷股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第六节 厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第七节 帝王洁具股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第八节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、未来前景展望

第四部分 卫浴行业投资战略分析

第十六章 2017-2022年中国卫浴企业产销模式渠道竞争力提升对策

第一节 卫浴行业企业经营发展分析及建议

一、卫浴行业经营模式

二、卫浴行业生产模式

第二节 行业主要销售渠道与策略

一、行业产品销售渠道存在的主要问题

二、行业产品销售渠道发展趋势与策略

第三节 卫浴行业营销模式分析及建议

一、卫浴行业营销模式

二、卫浴行业营销策略

第四节 中国卫浴市场销售品牌研究

一、区域热卖品牌

二、龙头企业动态

第五节 中国卫浴市场标杆企业销售模式分析

一、国外品牌企业

二、国内龙头企业

第六节 影响中国卫浴目标市场策略因素分析

一、行业的资源特点

二、产品及市场特点

三、竞争者策略选择

第七节 中国卫浴目标市场营销策略

一、无差别性市场营销策略

二、差别性市场营销策略

三、集中性市场营销策略

第十七章 2017-2022年中国卫浴行业企业营销策略建议

第一节 卫浴产品生命周期策略

一、卫浴产品生命周期研究

二、卫浴产品生命周期营销策略

第二节 卫浴新产品定位策略

一、卫浴新产品的定义和界定

二、卫浴新产品开发策略

三、卫浴新产品定位策略

第三节 卫浴产品价格策略研究

一、卫浴产品价格机制形成及特征

二、卫浴产品定价程序研究

三、卫浴产品定价策略

第四节 策略建议

一、卫浴产品策略应用要点及注意事项

二、卫浴产品策略建议

图表目录：

- 图表：2011-2015年中国卫浴行业对国民经济贡献度
- 图表：行业政策及内容介绍表
- 图表：行业国家标准
- 图表：2011-2015年国内生产总值同比增长率
- 图表：2010-2015年我国国内生产总值及其增长率
- 图表：2011-2015年工业增加值及构成月度累计同比增长率
- 图表：2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比
- 图表：全球卫浴市场格局——规模占比
- 图表：2013-2015年中国卫浴市场规模统计
- 图表：2017-2022年中国卫浴市场规模预测
- 图表：2013-2015年中国卫浴需求总量统计
- 图表：2017-2022年中国卫浴需求预测
- 图表：2013-2015年中国卫浴市场供需平衡
- 图表：2013-2015年中国卫浴市场价格变化
- 图表：2017-2022年中国卫浴市场价格预测
- 图表：2013-2015年中国卫浴行业盈利能力
- 图表：2013-2015年中国卫浴行业营运能力
- 图表：2013-2015年中国卫浴行业偿债能力
- 图表：2011-2015年我国卫浴行业企业数量规模
- 图表：2015年我国卫浴市场品牌占有率结构图
- 图表：产品系列平衡法图示
- 图表：四象限评价法图示
- 图表：重点企业设施配置及基本规模
- 图表：重点企业产品质量体系
- 图表：重点企业生产成本调查
- 图表：重点企业生产技术评价
- 图表：重点企业投资项目与技术改造
- 图表：2015年我国卫浴行业前十企业
- 图表：2015年淘宝销售额以及成交笔数TOP10
- 图表：2011-2015年九牧集团有限公司终端销售额及增长
- 图表：2011-2015年浪鲸集团有限公司终端销售额
- 图表：2012-2015年唐山惠达陶瓷股份有限公司资产负债表
- 图表：2012-2015年唐山惠达陶瓷股份有限公司利润表
- 图表：2012-2015年唐山惠达陶瓷股份有限公司现金流量表
- 图表：2012-2015年唐山惠达陶瓷股份有限公司主要财务指标分析

图表：惠达卫浴加盟商全国覆盖范围示意图

图表：2011-2015年厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司资产负债表

图表：2011-2015年厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司资产负债表

图表：2011-2015年厦门瑞尔特卫浴公司利润表

图表：厦门瑞尔特卫浴科技股份业务经营发展

图表：2011-2015年帝王洁具股份有限公司资产负债表

图表：2011-2015年帝王股份有限公司资产负债表

图表：2011-2015年帝王股份有限公司利润表

图表：2011-2015年帝王股份有限公司利润表

图表：主营业务经营产品分析图

图表：2012-2015年帝王洁具企业业务产品结构

图表：2012-2015年广州海鸥卫浴用品股份有限公司主要财务数据分析

图表：广州海鸥卫浴用品股份有限公司盈利分析

图表：广州海鸥卫浴用品股份有限公司盈利分析

图表：产品生命周期图

图表：行业成长阶段特点及判断标准

图表：产品定价程序图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/299482.html>