

2016-2022年中国卫生洁具 行业分析及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国卫生洁具行业分析及投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/201510/13-190039.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

卫生洁具是现代建筑中室内配套不可缺少的组成部分。既要满足功能要求，又要考虑节能、节水的新阶段。卫生器具的材质，使用最多的是陶瓷、搪瓷生铁、搪瓷钢板，还有水磨石等。

中国卫生洁具行业历经了30多年的发展，现已经成为全球卫浴产品的生产和销售大国，在2014年卫浴洁具6大品类，产量超过14亿8000万件。在2015年国内卫生洁具市场需求呈现“冷热不均、不温不火”的局面，卫生洁具等主要产品可实现5%左右的增长。目前中国卫生洁具行业形成高中低三个阵营。第一阵营以TOTO和科勒为代表，在高端市场形成明显的竞争强势，并逐步向中低端市场扩张；其次是以惠达、箭牌等为代表的国内主力品牌，通过多品牌战略，扩大产品线不断扩大市场份额；第三阵营由300多家国内企业构成，存在严重的产品同质化问题，主要是通过价格战、广告战进行原始的惨烈竞争。

随着卫浴行业的深度发展，虽然一线城市卫浴受关注度最高，但一线城市市场接近饱和，二、三线城市其所蕴藏的极大市场潜力已然受到各大家居企业的普遍关注，二、三级市场将成为卫浴企业争夺市场新的布局重点。卫浴行业未来竞争战场将转移到三、四线城市，可以说三、四线城市是未来卫浴的蓝海。在区域上，传统的发达地区表现依然很强势，但随着中部崛起，西部大开发等国家政策的深入，卫浴市场也悄然发生了变化，出现新格局。东部地区因其地理位置位于沿海地区，经济发展水平位居全国前列，其居民收入水平较高。消费者对卫浴品牌的接受程度也更高，因此中高端成为消费者首选品牌，而低端品牌和杂牌在此区域将会逐步被淘汰；中部地区随着国家“中部崛起战略”的逐步实施，中部经济水平连续提高，对橱柜卫浴的认知和购买欲望都在不断上升，进而促进了中部卫浴行业快速发展，中部市场已经成为中国最具发展潜力和最大的消费市场之一。

本行业报告对卫生洁具行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、中国产业研究报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个卫生洁具行业的市场走向和发展趋势。报告对中国卫生洁具行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国卫生洁具行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助卫生洁具企业、学术科研单位、投资企业准确了解卫生洁具行业最新发展动向，及早发现卫生洁具行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……准确把握卫生洁具行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避卫生洁具行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握

行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

报告目录：

第一部分 卫生洁具行业运行现状

第一章 2015年中国卫生洁具行业发展分析

第一节 2015年中国卫生洁具行业发展现状

一、卫生洁具行业定义

二、卫生洁具行业主要产品分类

三、卫生洁具行业特性及在国民经济中的地位

第二节 2015年中国卫生洁具行业主要品牌

一、中国卫生洁具行业主要厂商与品牌

二、中国卫生洁具行业主要厂商与品牌市场占有率格局

第三节 2015年中国卫生洁具行业供求情况

一、2015年中国卫生洁具行业产量情况

二、2015年中国卫生洁具行业需求情况

三、2015年中国卫生洁具行业市场规模

第四节 2016-2022年中国卫生洁具行业发展趋势分析

一、2016-2022年卫生洁具行业发展趋势

二、2016-2022年卫生洁具市场规模预测

三、2016-2022年卫生洁具行业应用趋势预测

四、2016-2022年卫生洁具细分市场发展趋势预测

第二章 2015年中国卫生洁具产业发展环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、中国经济运行问题分析

八、中国宏观经济发展趋势分析

九、国际宏观经济分析

第二节 中国卫生洁具行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

1、上游产业政策影响

2、下游产业政策影响

四、进出口政策影响分析

第三节 中国卫生洁具行业技术环境分析

一、行业技术发展概况

二、行业技术发展趋势

第四节 2015年中国卫生洁具产业社会环境发展分析

第三章 2015年中国卫生洁具行业产业链分析

第一节 卫生洁具行业产业链概述

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第二节 卫生洁具上游产业发展状况分析

一、上游市场发展现状

二、上游生产情况分析

三、上游价格走势分析

第三节 卫生洁具下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第四章 2015年卫生洁具行业进出口市场分析

第一节 卫生洁具行业进出口状况综述

第二节 卫生洁具行业进口市场分析

第三节 卫生洁具行业出口市场分析

第四节 卫生洁具行业进出口前景及建议

第五章 2015年卫生洁具行业渠道分析

第一节 渠道形式及对比

第二节 各类渠道对卫生洁具行业的影响

第三节 主要卫生洁具企业渠道策略研究

第四节 卫生洁具行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

1、品种多样化

2、产品的综合功能更加突出

3、富有强烈的装饰色彩

三、用户购买途径分析

第五节 卫生洁具行业营销策略分析

一、中国洁具营销概况

二、洁具营销策略探讨

1、品牌运营策略

2、服务策略

3、产品创新策略

4、市场营销策略

三、洁具营销发展趋势

第六章 2015年卫生洁具产品价格走势及影响因素分析

第一节 2015年卫生洁具产品价格回顾

第二节 卫生洁具产品当前市场价格及评述

第三节 卫生洁具产品价格影响因素分析

一、全球金融危机影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第四节 2016-2022年卫生洁具产品未来价格走势预测

第七章 2015年中国卫生洁具行业技术发展分析

第一节 中国卫生洁具行业技术发展现状

第二节 卫生洁具行业技术特点（工艺流程或技术）分析

第三节 卫生洁具行业技术发展趋势分析

第八章 2015年中国卫生洁具产业供需情况及集中度分析

第一节 中国卫生洁具行业发展状况

一、2015年卫生洁具行业市场供给分析

二、2015年卫生洁具行业市场需求分析

三、2015年卫生洁具行业供需平衡分析

第二节 中国卫生洁具行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第九章 2015年中国卫生洁具市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第十章 2015年中国卫生洁具所属行业主要数据监测分析

第一节 2015年中国卫生洁具所属行业总体数据分析

第二节 2015年中国卫生洁具所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2015年中国卫生洁具所属行业不同所有制企业数据分析

第十一章 2015年卫生洁具行业区域分析

第一节 华北地区卫生洁具行业发展状况分析

第二节 华中地区卫生洁具行业发展状况分析

第三节 华东地区卫生洁具行业发展状况分析

第四节 华南地区卫生洁具行业发展状况分析

第五节 西北地区卫生洁具行业发展状况分析

第六节 东北地区卫生洁具行业发展状况分析

第七节 西南地区卫生洁具行业发展状况分析

第十二章 2015年中国卫生洁具行业竞争格局分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、卫生洁具行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、卫生洁具行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、卫生洁具行业SWOT分析

1、卫生洁具行业优势分析

2、卫生洁具行业劣势分析

3、卫生洁具行业机会分析

4、卫生洁具行业威胁分析

第二节 卫生洁具行业竞争格局综述

一、卫生洁具行业竞争概况

1、卫生洁具行业竞争格局

2、卫生洁具业未来竞争格局和特点

3、卫生洁具市场进入及竞争对手分析

二、卫生洁具行业竞争力分析

1、卫生洁具行业竞争力剖析

2、卫生洁具企业市场竞争的优势

3、国内卫生洁具企业竞争能力提升途径

三、卫生洁具（服务）竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第十三章 2015年卫生洁具行业重点生产企业分析

第一节 四川帝王股份有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优劣势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、公司发展战略与规划

第二节 九牧集团公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优劣势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、公司发展战略与规划

第三节 广东恒洁卫浴有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优劣势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、公司发展战略与规划

第四节 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优劣势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、公司发展战略与规划

第五节 广东东鹏陶瓷股份有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、公司发展战略与规划

第六节 惠达卫浴股份有限公司

- 一、公司发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、公司竞争优势分析
- 四、企业主要产品分析
- 五、企业经营状况分析
- 六、公司发展战略与规划

第十四章 2016-2022年卫生洁具行业发展前景预测分析

第一节 2016-2022年中国卫生洁具行业未来发展预测分析

- 一、中国卫生洁具行业发展方向及投资机会分析
- 二、2016-2022年中国卫生洁具行业发展规模分析
- 三、2016-2022年中国卫生洁具行业发展趋势分析
- 四、卫生洁具行业“十三五”整体规划及预测

第二节 2016-2022年中国卫生洁具行业供需预测

- 一、2016-2022年中国卫生洁具行业供给预测
- 二、2016-2022年中国卫生洁具行业需求预测

第三节 2016-2022年中国卫生洁具行业价格走势分析

第十五章 2016-2022年中国卫生洁具行业投资风险预警

第一节 卫生洁具风险评级模型

- 一、行业定位
- 二、宏观环境
- 三、财务状况
- 四、需求空间

五、供给约束

六、行业风险评级的结论

第二节 中国卫生洁具行业存在问题分析

第三节 针对卫生洁具不同企业的投资建议

一、卫生洁具总体投资建议

二、大型企业投资建议

三、中小型企业投资建议

第四节 卫生洁具投资风险提示

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、经营管理风险

第十六章 2016-2022年中国卫生洁具行业发展策略及投资建议

第一节 卫生洁具企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做强、做大的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 卫生洁具企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

1、企业能力

2、企业资源

四、可预期的战略定位

第三节 对我国洁具品牌的战略思考

一、洁具品牌的重要性

二、洁具实施品牌战略的意义

1、品牌战略可以树立良好的企业形象

2、品牌战略有助于提高经济效益

3、品牌战略可以提高员工向心力

4、品牌战略可以促进产品销售

5、品牌战略是区域经济发展的龙头

三、洁具企业品牌的现状分析

四、我国洁具企业的品牌战略

1、品牌打造力度不够

2、品牌战略概念模糊

3、缺乏实施品牌战略的紧迫感

4、品牌产品创新能力差

五、洁具品牌战略管理的策略

1、要树立强烈的品牌战略意识

2、选准市场定位,确定战略品牌

3、引入尖端策略打造品牌

4、品牌多层次产品策略

5、加大品牌宣传

6、营造优良的品牌开发环境

第四节 洁具经营策略分析

一、洁具市场细分策略

1、集中策略

2、产异化策略

二、洁具市场创新策略

1、产品创新

2、渠道建设创新

三、品牌定位与品类规划

1、品牌定位

2、品类规划

四、洁具新产品差异化战略

第五节 卫生洁具企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

1、自我选择发展战略

2、战略联盟

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

七、业务组合战略

第六节 卫生洁具企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第七节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：

图表：2015年度中国本土卫浴十大品牌排行榜

图表：2014-2015年中国卫生洁具行业产量情况

图表：2014年中国卫浴洁具6大品类的产量分析

图表：2014-2015年中国卫生洁具行业销售情况

图表：2014年中国卫浴洁具6大品类销售情况分析

图表：2008-2015年2季度国内生产总值同比增长率

图表：2010-2014年中国工业增加值及其增长速度

图表：2009年—2015年2季度工业增加值及其月度累计同比增长率

图表：2010-2014年中国全社会固定资产投资

图表：2009年—2015年2季度城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2013年—2015年2季度按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2013年—2015年2季度按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2013年—2015年2季度按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率

图表：2010-2014年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表：2010-2014年中国工业增加值及其增长速度

图表：2009年—2015年2季度CPI、PPI当月同比变化

图表：2009年—2015年5月企业商品价格月度指数

图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：2014年中国卫浴洁具6大品类产销对比

图表：2011-2014年中国卫生陶瓷出口量

图表：2011-2014年中国卫生陶瓷出口额

图表：2014年中国卫生陶瓷各大洲出口额流向占比

图表：2014年中国卫生陶瓷出口额各省市占比

图表：直冲式和虹吸式卫生洁具优缺点比较

图表：2014-2015年中国卫生洁具所属行业总体数据分析

图表：2014-2015年中国卫生洁具所属行业不同规模企业产值分析

图表：2014-2015年中国卫生洁具所属行业不同规模企业销售值分析

图表：2014-2015年中国卫生洁具所属行业不同规模企业利润分析

图表：2014-2015年中国卫生洁具所属行业不同所有制企业产值分析

图表：2014-2015年中国卫生洁具所属行业不同所有制企业销售值分析

图表：2014-2015年中国卫生洁具所属行业不同所有制企业利润分析

图表：环渤海地区投资吸引力前10名城市及区域规划

图表：中部地区投资吸引力前10名城市及区域规划

图表：长三角地区投资吸引力前10名城市及区域规划

图表：珠三角地区投资吸引力前10名城市及区域规划

图表：西北地区投资吸引力前10名城市及区域规划

图表：东北地区投资吸引力前10名城市及区域规划

图表：西南地区投资吸引力前10名城市及区域规划

图表：2014年中国建材家居100家产业集群区域分布

图表：全国卫浴市场地图

图表：2011-2014年四川帝王股份有限公司营业收入及增长率

图表：2011-2014年四川帝王股份有限公司营业利润及增长率

图表：2014年6月-2015年6月广东东鹏陶瓷股份有限公司主要财务指标（单位：元）

图表：2014年6月-2015年6月广东东鹏陶瓷股份有限公司利润表（单位：元）

图表：2016-2022年中国卫生洁具行业产量预测分析

图表：2016-2022年中国卫生洁具行业需求量预测分析

图表：2013-2015年中国卫生洁具行业经济指标分析

图表：卫生洁具行业标准

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201510/13-190039.html>