

2024-2030年中国整装卫浴 行业深度研究与投资潜力分析报告

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

《2024-2030年中国整装卫浴行业深度研究与投资潜力分析报告》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/R04/R0404/202404/09-608540.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

卫浴市场增长稳健，形势复杂。随着精装房的普及、整装和工装的推广，龙头品牌优势凸显、国货崛起、卫浴产品智能化等趋势更加明朗，卫浴市场竞争更加激烈。2022年，我国362家规模以上卫生陶瓷企业实现营收797.72亿元，同比增长2.52%；利润总额71.44亿元，同比增长17.79%。卫生陶瓷产品的出口量、出口额以及出口单价均有较大程度的提升，创下历史新高。整装卫浴是采用一体化防水盘与壁板、顶板构成整体空间，配套各种功能结构形成的独立卫生单元，在有限空间内实现洗漱、淋浴、梳妆、如厕等多种功能，具有质量可靠、防水防渗、安装便捷、使用寿命长等特点。相较于传统卫浴，整体卫浴采用一体化设计，省时省心，优势突出。通风、防水、电路、给水、排水等全方位一次性解决，一个整装卫浴间仅需2个工人4小时的安装时间，安装效率高。同时，整装卫浴还解决了传统卫浴建造成本高、材料易开裂老化、环境污染严重等问题。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国整装卫浴行业深度研究与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了整装卫浴行业市场发展环境、整装卫浴整体运行态势等，接着分析了整装卫浴行业市场运行的现状，然后介绍了整装卫浴市场竞争格局。随后，报告对整装卫浴做了重点企业经营状况分析，最后分析了整装卫浴行业发展趋势与投资预测。您若想对整装卫浴产业有个系统的了解或者想投资整装卫浴行业，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 整装卫浴行业发展综述

1.1 整装卫浴行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 整装卫浴行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 整装卫浴行业在国民经济中的地位

1.2.3 整装卫浴行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 整装卫浴行业生命周期

1.3 最近3-5年中国整装卫浴行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 整装卫浴行业运行环境分析

2.1 整装卫浴行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 整装卫浴行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 整装卫浴行业社会环境分析

2.3.1 整装卫浴产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 整装卫浴产业发展对社会发展的影响

2.4 整装卫浴行业技术环境分析

2.4.1 整装卫浴技术分析

2.4.2 整装卫浴技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国整装卫浴所属行业运行分析

3.1 我国整装卫浴行业发展状况分析

3.1.1 我国整装卫浴行业发展阶段

3.1.2 我国整装卫浴行业发展总体概况

3.1.3 我国整装卫浴行业发展特点分析

3.2 2017-2022年整装卫浴行业发展现状

目前整装卫浴大多用于经济型/连锁酒店、长租公寓、政府保障房中，住宅中精装房和存量翻新市场将逐步起量：

1) 商品房新建：占比尚低，未来主要增长动力。2022年我国房屋竣工面积约6.8亿平方米，假设100平方米/套，对应680万套，假设每套房屋有2个卫生间，对应有1360万套卫浴需求。由于2022年全瓷砖类整装卫浴产品技术未能实现突破，所以我们预计随有巢氏开发出全瓷砖产品后，将迅速切入住宅项目领域，整装卫浴渗透率有望从2018年的0%提升至2025年的15%，对应整装卫浴体量达到152万个、对应140亿元（假设整装卫浴单价每年上涨3%，且住宅类整装卫浴单价更高）。

2) 存量房翻新：取决于推广认知速度，未来想象空间宽广。我们假设存量住宅翻新周期为15年，则到2025年二次翻新房屋将达到1280万套。假设整装卫浴渗透率随2020年有巢氏开始切入C端，每年渗透率加速提升，至2025年提升至4%，对应102万个整装卫浴、119亿元规模（假设整装卫浴出厂单价略高于工程端单价，且每年以3%涨幅增长）。未来存量房将超过竣工商品房数量，假设渗透率达到12%，对应整装卫浴规模达到396亿元，未来渗透率提升和想象空间较大。

3) 经济型酒店：2018年经济型酒店约1120万间，我们假设总量每年小幅增长、每间房1套卫浴，整装卫浴渗透率在2022年约6%，后续逐年小幅提升，在2025年达到35%，但由于经济型酒店主要采取SMC整装卫浴产品，此类产品未来存在供给快速扩张问题，故我们假设价格逐步下降至4000元/套，对应2025年整装卫浴行业规模达到206亿元。

4) 长租公寓：2022年我国长租公寓新开业数量约为32万间，我们假设后续平稳，在2025年约36万间，整装卫浴渗透率60%，对应行业规模约9亿元。5) 整装卫浴还可应用于政府保障房、医院、学校等公共建筑，由于此部分市场相对单价较低且渗透率等数据较难预测，我们暂不对此部分进行测算。

整装卫浴行业规模测算

整装卫浴行业规模测算

- 2016 2017 2018 2022 2020E 2021E 2022E 2025E 长期

整装卫浴行业规模（亿元） 9 16 21 36 47 69 115 473 1303

YOY - 70.30% 36.60% 68.20% 32.50% 46.20% 65.00% - -

整装卫浴行业规模（万个） 18 31 45 77 106 148 222 791 1815

单价 5000 5000 4750 4646 4464 4685 5165 5984 7178

1.住宅市场 2016 2017 2018 2022 2020E 2021E 2022E 2025E 长期

1.1工程端新建

住宅竣工面积（万平方米） 77185 71815 66016 68011 68011 70051 72153 72153 72153

YOY -7% -8% 3% 0% 3% 3% - -

住宅竣工套数（万套） 772 718 660 680 680 701 722 722 722

精装房渗透率 15% 22% 38% 47% 30% 40% 48% 70% 90%

精装房（万套） 115 158 253 319 204 280 346 505 649

整装卫浴渗透率 0% 0% 0% 0.50% 1.00% 2.00% 4.00% 15% 50%

每套房卫浴数量（个） 2 2 2 2 2 2 2 2 2

整装卫浴总量（万个） 0 0 0 3.2 4.1 11.2 27.7 152 649

整装卫浴出厂价（元） - - 7500 7725 7957 8195 8441 9224 9000

整装卫浴行业规模（亿元） 0 0 0 2 3 9 23 140 584

1.2存量房翻新

存量房翻新套数（万套） 291 340 418 471 671 739 940 1280 1500

整装卫浴渗透率 0.00% 0.00% 0.00% 0.00% 0.05% 0.30% 0.80% 4.00% 12.00%

每套房整装卫浴数量（个） 2 2 2 2 2 2 2 2 2

整装卫浴总量（万个） 0 0 0 0 0.67 4.43 15.04 102.43 360

整装卫浴零售价（元） - - - 10000 10000 10300 10609 11593 11000

整装卫浴行业规模（亿元） - - - 0 0.7 4.6 16 119 396

2.经济型酒店 2016 2017 2018 2022 2020E 2021E 2022E 2025E 长期

经济型酒店客房数（万套） 915 1039 1120 1154 1154 1212 1272 1473 1546

YOY - 14% 8% 3% 0% 5% 5% - -

整装卫浴渗透率 2% 3% 4% 6% 8% 10% 13% 35% 50%

每套房整装卫浴数量（个） 1 1 1 1 1 1 1 1 1

整装卫浴总量（万个） 18 31 45 66 92 121 165 515 773

整装卫浴出厂价（元） 5000 5000 4750 4513 4287 4200 4200 4000 4000

整装卫浴行业规模（亿元） 9 16 21 30 40 51 69 206 309

3.长租公寓 2016 2017 2018 2022 2020E 2021E 2022E 2025E 长期

长租公寓新开业数量（万间） - - - 32 31 32 34 36 40

YOY - - - -5% 5% 5% - -

整装卫浴渗透率 - - - 25% 30% 35% 40% 60% 80%

每套房整装卫浴数量（个） 1 1 1 1 1 1 1 1 1

整装卫浴总量（万个）0008911142232

整装卫浴出厂价（元）5000 5000 4750 4513 4287 4200 4200 4000 4000

整装卫浴行业规模（亿元）---4456913

数据来源：共研产业咨询

3.2.1 2017-2022年我国整装卫浴行业市场规模

3.2.2 2017-2022年我国整装卫浴行业发展分析

3.2.3 2017-2022年中国整装卫浴企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2017-2022年重点省市市场分析

3.4 整装卫浴细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2017-2022年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 整装卫浴产品/服务价格分析

3.5.1 2017-2022年整装卫浴价格走势

3.5.2 影响整装卫浴价格的关键因素分析

（1）成本

（2）供需情况

（3）关联产品

（4）其他

3.5.3 2024-2030年整装卫浴产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要整装卫浴企业价位及价格策略

第四章 我国整装卫浴所属行业整体运行指标分析

4.1 2017-2022年中国整装卫浴所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2017-2022年中国整装卫浴所属行业产销情况分析

4.2.1 我国整装卫浴所属行业工业总产值

- 4.2.2 我国整装卫浴所属行业工业销售产值
- 4.2.3 我国整装卫浴所属行业产销率
- 4.3 2017-2022年中国整装卫浴所属行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 所属行业盈利能力分析
 - 4.3.2 所属行业偿债能力分析
 - 4.3.3 行业营运能力分析
 - 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国整装卫浴行业供需形势分析

- 5.1 整装卫浴行业供给分析
 - 5.1.1 2017-2022年整装卫浴行业供给分析
 - 5.1.2 2024-2030年整装卫浴行业供给变化趋势
 - 5.1.3 整装卫浴行业区域供给分析
- 5.2 2017-2022年我国整装卫浴行业需求情况
 - 5.2.1 整装卫浴行业需求市场
 - 5.2.2 整装卫浴行业客户结构
 - 5.2.3 整装卫浴行业需求的地区差异
- 5.3 整装卫浴市场应用及需求预测
 - 5.3.1 整装卫浴应用市场总体需求分析
 - (1) 整装卫浴应用市场需求特征
 - (2) 整装卫浴应用市场需求总规模
 - 5.3.2 2024-2030年整装卫浴行业领域需求量预测
 - (1) 2024-2030年整装卫浴行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2024-2030年整装卫浴行业领域需求产品/服务市场格局预测
 - 5.3.3 重点行业整装卫浴产品/服务需求分析预测

第六章 整装卫浴行业产业结构分析

- 6.1 整装卫浴产业结构分析
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析
 - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
 - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
 - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国整装卫浴行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国整装卫浴行业产业链分析

7.1 整装卫浴行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 整装卫浴上游行业分析

7.2.1 整装卫浴产品成本构成

7.2.2 2017-2022年上游行业发展现状

7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对整装卫浴行业的影响

7.3 整装卫浴下游行业分析

7.3.1 整装卫浴下游行业分布

7.3.2 2017-2022年下游行业发展现状

7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对整装卫浴行业的影响

第八章 我国整装卫浴行业渠道分析及策略

8.1 整装卫浴行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对整装卫浴行业的影响

8.1.3 主要整装卫浴企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 整装卫浴行业用户分析

- 8.2.1 用户认知程度分析
- 8.2.2 用户需求特点分析
- 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 整装卫浴行业营销策略分析
 - 8.3.1 中国整装卫浴营销概况
 - 8.3.2 整装卫浴营销策略探讨
 - 8.3.3 整装卫浴营销发展趋势

第九章 我国整装卫浴行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
 - 9.1.1 整装卫浴行业竞争结构分析
 - (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
 - 9.1.2 整装卫浴行业企业间竞争格局分析
 - 9.1.3 整装卫浴行业集中度分析
 - 9.1.4 整装卫浴行业SWOT分析
- 9.2 中国整装卫浴行业竞争格局综述
 - 9.2.1 整装卫浴行业竞争概况
 - (1) 中国整装卫浴行业竞争格局
 - (2) 整装卫浴行业未来竞争格局和特点
 - (3) 整装卫浴市场进入及竞争对手分析
 - 9.2.2 中国整装卫浴行业竞争力分析
 - (1) 我国整装卫浴行业竞争力剖析
 - (2) 我国整装卫浴企业市场竞争的优势
 - (3) 国内整装卫浴企业竞争能力提升途径
 - 9.2.3 整装卫浴市场竞争策略分析

第十章 整装卫浴行业领先企业经营形势分析

- 10.1 惠达住工
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 公司经营状况
 - 10.1.5 公司发展规划
- 10.2 东鹏整装卫浴
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 公司经营状况
 - 10.2.5 公司发展规划
- 10.3 科逸
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 公司经营状况
 - 10.3.5 公司发展规划
- 10.4 禧屋
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 产品/服务特色
 - 10.4.4 公司经营状况
 - 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 鑫铃
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 产品/服务特色
 - 10.5.4 公司经营状况
 - 10.5.5 公司发展规划

- 11.1 2024-2030年整装卫浴市场发展前景
 - 11.1.1 2024-2030年整装卫浴市场发展潜力
 - 11.1.2 2024-2030年整装卫浴市场发展前景展望
 - 11.1.3 2024-2030年整装卫浴细分行业发展前景分析
- 11.2 2024-2030年整装卫浴市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2024-2030年整装卫浴行业发展趋势
 - 11.2.2 2024-2030年整装卫浴市场规模预测
 - 11.2.3 2024-2030年整装卫浴行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2024-2030年中国整装卫浴行业供需预测
 - 11.3.1 2024-2030年中国整装卫浴行业供给预测
 - 11.3.2 2024-2030年中国整装卫浴行业需求预测
 - 11.3.3 2024-2030年中国整装卫浴供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2024-2030年整装卫浴行业投资机会与风险

- 12.1 整装卫浴行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2024-2030年整装卫浴行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2024-2030年整装卫浴行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 整装卫浴行业投资战略研究

13.1 整装卫浴行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国整装卫浴品牌的战略思考

13.2.1 整装卫浴品牌的重要性

13.2.2 整装卫浴实施品牌战略的意义

13.2.3 整装卫浴企业品牌的现状分析

13.2.4 我国整装卫浴企业的品牌战略

13.2.5 整装卫浴品牌战略管理的策略

13.3 整装卫浴经营策略分析

13.3.1 整装卫浴市场细分策略

13.3.2 整装卫浴市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 整装卫浴新产品差异化战略

13.4 整装卫浴行业投资战略研究

13.4.1 2022年整装卫浴行业投资战略

13.4.2 2024-2030年整装卫浴行业投资战略

13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 整装卫浴行业研究结论

14.2 整装卫浴行业投资价值评估

14.3 整装卫浴行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R04/R0404/202404/09-608540.html>