

2018-2023年中国卫生洁具产业市场规模现状分析与投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国卫生洁具产业市场规模现状分析与投资价值前景评估报告》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/jiajujiancai/301173301173.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

我国卫生洁具行业起步于20世纪初，但直到20世纪80年代早期才真正开始利用现代化工艺与设备进行生产，经过三十余年的发展，我国卫生洁具行业已基本实现了从最初的引进与模仿国外技术、设计到创建本土品牌并实现自主研发的转变。目前，中国已成为全球卫生洁具生产与消费的第一大国家。

图：中国卫生洁具行业的发展历程

本土洁具企业经过多年发展，出现了以箭牌、法恩莎、帝王、惠达、恒洁、航标等为代表的全国性本土洁具品牌，并已进入原由外资洁具品牌所占据的中高端市场。外资洁具企业和本土洁具企业的市场竞争日益激烈。

“十二五”前期，在我国经济发展及市场需求拉动下，建筑陶瓷、卫生洁具产业保持了较快增长，主要产品产量平稳增长。根据对全国2752家规模以上建筑陶瓷、卫生洁具企业统计，2015年建筑陶瓷产量101.8亿平方米，卫生陶瓷产量2.18亿件，分别比2010年增长31.9%和26.4%；规模以上企业完成主营业务收入6729亿元，实现利润435.5亿元，分别比2010年增长132.0%和89.3%；水嘴、浴缸、淋浴房等非陶瓷类卫生洁具销售额增长45.8%。

主要建筑陶瓷、卫生洁具产品需求增长将处于微增长的平台期。随着城镇化及全面小康社会推进，我国现代化进程中的规模化建设还将保持一定总量，对建筑陶瓷、卫生洁具产品的绝对需求量仍会有较大需求，但增幅会逐年降低。

产品需求结构继续升级。随着消费结构不断升级，建筑现代化的进一步推进，将对建筑陶瓷、卫生洁具产品的品质和功能提出更多、更高的要求，市场对高性价比建筑陶瓷、卫生洁具产品需求比重将稳步提升。

根据建筑陶瓷和卫生洁具产业发展及消费特点，结合未来城镇化建设、进出口等因素影响，2020年主要建陶和卫浴产品需求量预计：

- （1）建筑陶瓷砖需求量约100亿平方米。其中，国内市场需求量90亿平方米。
- （2）卫生陶瓷需求量约2.5亿件。其中，国内市场需求量1.8亿件。
- （3）智能坐便器600万台。其中，国内市场需求量550万台。

绿色产品、整体化的建筑装饰部品需求将快速增长。随着《绿色建材生产和应用行动方案》的实施和消费者、房地产建筑装饰企业、建筑陶瓷和卫生洁具生产企业环保意识的

增强，市场需求将激发绿色建筑陶瓷、卫生洁具产品快速增长。国家明确建立住宅部品体系，推进住宅产业化、建筑部品化建设，整体家居成为不可阻挡的发展趋势，整体化的建筑装饰部品市场空间广阔。

观研天下发布的《2018-2023年中国卫生洁具产业市场规模现状分析与投资价值前景评估报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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】

第一部分 卫生洁具行业运行现状

第一章 2017年中国卫生洁具行业发展分析

第一节 2017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 2017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 2017年中国卫生洁具行业供求情况

一、2017年中国卫生洁具行业产量情况

二、2017年中国卫生洁具行业需求情况

三、2017年中国卫生洁具行业市场规模

第四节 2018-2023年中国卫生洁具行业发展趋势分析

一、2018-2023年卫生洁具行业发展趋势

- 二、2018-2023年卫生洁具市场规模预测
- 三、2018-2023年卫生洁具行业应用趋势预测
- 四、2018-2023年卫生洁具细分市场发展趋势预测

第二章 2017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 2017年中国卫生洁具产业社会环境发展分析

第三章 2017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 2017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 2017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 2017年卫生洁具产品价格走势及影响因素分析

第一节 2017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 2018-2023年卫生洁具产品未来价格走势预测

第七章 2017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 2017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、2017年卫生洁具行业市场供给分析
- 二、2017年卫生洁具行业市场需求分析
- 三、2017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 2017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 2017年中国卫生洁具所属行业主要数据监测分析

第一节 2017年中国卫生洁具所属行业总体数据分析

第二节 2017年中国卫生洁具所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2017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 2017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 2017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 2017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、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 九牧集团公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第三节 广东恒洁卫浴有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第四节 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第五节 广东东鹏陶瓷股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第六节 惠达卫浴股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第十四章 对卫生洁具行业发展前景预测分析

第一节 2018-2023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、2018-2023年中国卫生洁具行业发展规模分析

三、2018-2023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 2018-2023年中国卫生洁具行业供需预测

一、2018-2023年中国卫生洁具行业供给预测

二、2018-2023年中国卫生洁具行业需求预测

第三节 2018-2023年中国卫生洁具行业价格走势分析

第十五章 2018-2023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 2018-2023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：2017年度中国本土卫浴十大品牌排行榜

图表：2015-2017年中国卫生洁具行业产量情况

图表：2017年中国卫浴洁具6大品类的产量分析

图表：2015-2017年中国卫生洁具行业销售情况

图表：2017年中国卫浴洁具6大品类销售情况分析

图表：2015-2017年2季度国内生产总值同比增长率

图表：2015-2017年中国工业增加值及其增长速度

图表：2017年-2017年2季度工业增加值及其月度累计同比增长率

图表：2015-2017年中国全社会固定资产投资

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/301173301173.html>