

# 2016-2022年中国卫生陶瓷产业规模调查及十三五 投资前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国卫生陶瓷产业规模调查及十三五投资前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/243721243721.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国卫生陶瓷产业规模调查及十三五投资前景预测报告》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、相关投资公司及有关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。本报告是为了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。

### 第一章：中国卫生陶瓷行业发展综述 22

#### 1.1 卫生陶瓷行业定义及分类 22

##### 1.1.1 行业概念及定义 22

##### 1.1.2 行业主要产品大类 22

##### 1.1.3 行业在国民经济中的地位 22

#### 1.2 卫生陶瓷行业统计标准 23

##### 1.2.1 卫生陶瓷行业统计部门和统计口径 23

##### 1.2.2 卫生陶瓷行业统计方法 23

##### 1.2.3 卫生陶瓷行业数据种类 24

#### 1.3 卫生陶瓷行业产业链分析 25

##### 1.3.1 卫生陶瓷行业产业链简介 25

##### 1.3.2 卫生陶瓷行业下游分析 26

###### (1) 房地产行业发展分析 26

###### (2) 建筑行业发展分析 29

##### 1.3.3 卫生陶瓷行业上游分析 31

###### (1) 黏土行业发展分析 31

###### (2) 色釉料行业发展分析 32

###### (3) 重油行业发展分析 35

###### (4) 天然气行业发展分析 36

###### (5) 不锈钢行业发展分析 39

### 第二章：中国卫生陶瓷行业发展状况分析 42

- 2.1 中国卫生陶瓷行业发展状况分析 42
  - 2.1.1 中国卫生陶瓷行业发展总体概况 42
  - 2.1.2 中国卫生陶瓷行业发展主要特点 43
  - 2.1.3 卫生陶瓷行业主要经济效益影响因素 43
    - (1) 下游房地产行业 43
    - (2) 重油、天然气等能源成本的不断上升 44
    - (3) 产能过剩及无序竞争 44
    - (4) 技术落后，设计能力不足 44
- 2.2 卫生陶瓷行业经营情况分析 45
  - 2.2.1 卫生陶瓷行业经营效益分析 45
    - (1) 行业主要经济指标分析 45
    - (2) 行业企业规模 45
    - (3) 行业资产规模 46
    - (4) 行业销售收入 47
    - (5) 行业利润总额 47
  - 2.2.2 卫生陶瓷行业盈利能力分析 48
  - 2.2.3 卫生陶瓷行业运营能力分析 49
  - 2.2.4 卫生陶瓷行业偿债能力分析 49
  - 2.2.5 卫生陶瓷行业发展能力分析 49
- 2.3 卫生陶瓷行业供需平衡分析 50
  - 2.3.1 全国卫生陶瓷行业供给情况分析 50
    - (1) 全国卫生陶瓷行业总产值分析 50
    - (2) 全国卫生陶瓷行业产成品分析 51
  - 2.3.2 各地区卫生陶瓷行业供给情况分析 51
    - (1) 总产值排名居前的10个地区分析 51
    - (2) 产成品排名居前的10个地区分析 52
  - 2.3.3 全国卫生陶瓷行业需求情况分析 53
    - (1) 全国卫生陶瓷行业销售产值分析 53
    - (2) 全国卫生陶瓷行业销售收入分析 54
  - 2.3.4 各地区卫生陶瓷行业需求情况分析 55
    - (1) 销售产值排名居前的10个地区分析 55
    - (2) 销售收入排名居前的10个地区分析 56
  - 2.3.5 2005年以来全国卫生陶瓷行业产销率分析 57
- 2.4 2014年卫生陶瓷行业运营状况分析 58
  - 2.4.1 2014年产业规模分析 58

- 2.4.2 2014年资本/劳动密集度分析 58
- 2.4.3 2014年成本费用结构分析 58
- 2.4.4 2014年卫生陶瓷行业盈亏分析 59
- 第三章：卫生陶瓷行业市场环境分析 60
- 3.1 行业政策环境分析 60
- 3.1.1 行业相关政策动向 60
- 3.1.2 卫生陶瓷行业发展规划 62
- 3.2 行业经济环境分析 63
- 3.2.1 国际宏观经济环境分析 63
- 3.2.2 国内宏观经济环境分析 65
  - (1) 国内宏观经济现状 65
  - (2) 国内宏观经济预测 67
- 3.2.3 行业宏观经济环境分析 67
- 3.3 行业需求环境分析 69
- 3.3.1 行业消费需求特征分析 69
- 3.3.2 行业消费需求趋势分析 69
  - (1) 多功能化产品需求上升明显 69
  - (2) 室内低辐射、低污染需求发展 70
- 3.4 行业物流环境分析 70
- 3.4.1 行业物流环境发展现状 70
  - (1) 我国物流行业所处的发展阶段 70
  - (2) 我国社会物流规模情况 71
  - (3) 物流行业的发展对卫生陶瓷行业的影响 71
- 3.4.2 行业物流环境发展趋势 72
  - (1) 积极发展“第三方物流” 72
  - (2) 传统陆运基础上，水运方式将有所发展 72
- 3.5 行业社会环境分析 73
- 3.5.1 行业发展与社会经济的协调 73
- 3.5.2 行业发展面临的环境保护问题 73
  - (1) 放射性的问题 73
  - (2) 铅和镉的溶出量的问题 74
  - (3) 工业废渣的问题 74
  - (4) 卫生陶瓷制品节水问题 74
- 3.5.3 行业发展的地区产业转移问题 75
  - (1) 世界卫生陶瓷产业中心跨区域转移 75

- (2) 中国卫生陶瓷产业转移与发展 75
- 第四章：卫生陶瓷行业市场竞争状况分析 76
  - 4.1 行业总体市场竞争状况分析 76
    - 4.1.1 国际高端品牌市场竞争格局较为稳定 76
    - 4.1.2 国内品牌竞争愈加激烈 76
  - 4.2 行业国际市场竞争状况分析 76
    - 4.2.1 国际卫生陶瓷市场发展状况分析 76
      - (1) 世界卫生陶瓷产能主要集中在欧亚地区 77
      - (2) 亚洲市场增长迅速，国际卫生陶瓷生产商纷纷在亚洲投资建厂 77
    - 4.2.2 国际卫生陶瓷市场竞争状况分析 77
      - (1) 国际卫生陶瓷行业或将出现产能过剩，竞争更加激烈 77
      - (2) 国际卫生陶瓷高端产品竞争格局稳定 78
      - (3) 外资企业在中国卫生陶瓷市场加速布局 78
    - 4.2.3 国际卫生陶瓷市场发展趋势分析 78
      - (1) 国际标准水平将不断提高 78
      - (2) 市场需求高档化、艺术化 79
      - (3) 市场销售配套化 79
      - (4) 市场需求多元化、个性化 79
      - (5) 节水理念深入消费者生活，节水产品将更受欢迎 80
    - 4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局 80
      - (1) 日本东陶（TOTO） 80
      - (2) 美国科勒（Kohler） 81
      - (3) 美国美标（American Standard） 81
      - (4) 西班牙ROCA（乐家） 82
      - (5) 日本伊奈（Inax） 82
      - (6) 德国高域（Duravit） 83
    - 4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析 84
      - (1) 用成熟的商业模式掠夺中国市场 84
      - (2) 在中国积极推行本土化策略 84
      - (3) 以独资、合资、合作等形式占领中国市场 85
  - 4.3 行业国内市场竞争状况分析 85
    - 4.3.1 国内卫生陶瓷行业竞争格局分析 85
      - (1) 领先企业竞争格局 85
      - (2) 区域竞争格局 86
    - 4.3.2 国内卫生陶瓷行业集中度分析 86

- (1) 行业销售集中度分析 87
- (2) 行业资产集中度分析 88
- 4.3.3 卫生陶瓷行业议价能力分析 89
  - (1) 对上游供应商的议价能力 89
  - (2) 对下游消费者的议价能力 90
- 4.3.4 卫生陶瓷行业潜在威胁分析 90
  - (1) 潜在进入者的威胁分析 90
  - (2) 替代品的威胁分析 91
- 4.4 行业投资兼并与重组整合分析 91
  - 4.4.1 国际卫生陶瓷企业投资兼并与重组整合 91
    - (1) 行业兼并与重组整合阶段及兼并动因 92
    - (2) 兼并重组方式 92
  - 4.4.2 国内卫生陶瓷企业投资兼并与重组整合 92
    - (1) 国内卫生陶瓷行业兼并与重组动因及阶段 92
    - (2) 兼并重组方式 93
  - 4.4.3 卫生陶瓷行业投资兼并与重组整合趋势 93
- 第五章：卫生陶瓷行业主要产品分析 95
  - 5.1 行业主要产品结构特征 95
    - 5.1.1 行业产品发展概况分析 95
    - 5.1.2 行业市场产品结构分析 95
  - 5.2 行业主要产品市场分析 96
    - 5.2.1 便器产品市场分析 96
    - 5.2.2 面盆产品市场分析 96
    - 5.2.3 浴缸产品市场分析 97
    - 5.2.4 其他产品市场分析 97
  - 5.3 行业主要产品市场价格分析 98
    - 5.3.1 影响行业产品市场价格的主要因素 98
      - (1) 原材料供应与价格波动 98
      - (2) 燃烧能源价格的上涨 98
      - (3) 产品的设计水平——高档产品价格高，利润高 99
    - 5.3.2 行业主要产品市场价格变化情况分析 99
  - 5.4 行业主要产品销售渠道与策略 100
    - 5.4.1 行业产品销售渠道存在的主要问题 100
    - 5.4.2 行业产品销售渠道发展趋势与策略 100
      - (1) 我国卫生陶瓷企业销售渠道发展趋势 100

- (2) 我国卫生陶瓷企业销售渠道发展策略 101
- 5.5 行业主要产品新技术发展趋势 102
  - 5.5.1 国际卫生陶瓷行业新技术发展趋势 102
    - (1) 原料加工方面 102
    - (2) 新型高压注浆系统 102
    - (3) 研制更先进的窑炉 102
  - 5.5.2 国内卫生陶瓷行业新技术发展趋势 103
- 第六章：卫生陶瓷行业重点区域市场分析 104
  - 6.1 行业总体区域结构特征分析 104
    - 6.1.1 行业区域结构总体特征 104
      - (1) 区域结构整体特征 104
      - (2) 企业数量分布 105
      - (3) 市场规模区域分布 106
    - 6.1.2 行业区域集中度分析 107
  - 6.2 行业重点区域产销情况分析 109
    - 6.2.1 华北地区卫生陶瓷行业产销情况分析 109
      - (1) 北京市卫生陶瓷行业产销情况分析 109
      - (2) 天津市卫生陶瓷行业产销情况分析 110
      - (3) 河北省卫生陶瓷行业产销情况分析 112
    - 6.2.2 华南地区卫生陶瓷行业产销情况分析 114
      - (1) 广东省卫生陶瓷行业产销情况分析 114
      - (2) 广西省卫生陶瓷行业产销情况分析 116
    - 6.2.3 华东地区卫生陶瓷行业产销情况分析 118
      - (1) 上海市卫生陶瓷行业产销情况分析 118
      - (2) 江苏省卫生陶瓷行业产销情况分析 121
      - (3) 浙江省卫生陶瓷行业产销情况分析 123
      - (4) 山东省卫生陶瓷行业产销情况分析 125
      - (5) 福建省卫生陶瓷行业产销情况分析 127
      - (6) 安徽省卫生陶瓷行业产销情况分析 129
    - 6.2.4 华中地区卫生陶瓷行业产销情况分析 131
      - (1) 湖北省卫生陶瓷行业产销情况分析 131
      - (2) 湖南省卫生陶瓷行业产销情况分析 134
      - (3) 河南省卫生陶瓷行业产销情况分析 136
    - 6.2.5 西南地区卫生陶瓷行业产销情况分析 138
      - (1) 重庆市卫生陶瓷行业产销情况分析 138

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| (2) 四川省卫生陶瓷行业产销情况分析          | 140 |
| (3) 云南省卫生陶瓷行业产销情况分析          | 142 |
| 6.2.6 东北地区卫生陶瓷行业产销情况分析       | 143 |
| (1) 吉林省卫生陶瓷行业产销情况分析          | 143 |
| (2) 辽宁省卫生陶瓷行业产销情况分析          | 144 |
| (3) 黑龙江省卫生陶瓷行业产销情况分析         | 145 |
| 6.2.7 西北地区卫生陶瓷行业产销情况分析       | 146 |
| 第七章：2010年以来卫生陶瓷行业进出口市场分析     | 147 |
| 7.1 卫生陶瓷行业进出口状况综述            | 147 |
| 7.2 卫生陶瓷行业出口市场分析             | 147 |
| 7.2.1 卫生陶瓷行业出口整体情况           | 147 |
| 7.2.2 卫生陶瓷行业出口产品结构           | 148 |
| 7.2.3 卫生陶瓷行业出口产品价格           | 149 |
| 7.3 卫生陶瓷行业进口市场分析             | 150 |
| 7.3.1 卫生陶瓷行业进口整体情况           | 150 |
| 7.3.2 卫生陶瓷行业进口产品结构           | 150 |
| 7.3.3 卫生陶瓷行业进口产品价格           | 151 |
| 7.4 卫生陶瓷行业进出口前景及建议           | 152 |
| 7.4.1 卫生陶瓷行业出口前景及建议          | 152 |
| 7.4.2 卫生陶瓷行业进口前景及建议          | 153 |
| 第八章：卫生陶瓷行业主要企业生产经营分析         | 154 |
| 8.1 卫生陶瓷企业发展总体状况分析           | 154 |
| 8.1.1 卫生陶瓷行业企业规模             | 154 |
| 8.1.2 卫生陶瓷行业销售收入和利润          | 154 |
| 8.1.3 主要卫生陶瓷企业创新能力分析         | 156 |
| 8.2 卫生陶瓷行业领先企业个案分析           | 157 |
| 8.2.1 惠达卫浴股份有限公司经营情况分析       | 157 |
| (1) 企业发展简况分析                 | 157 |
| (2) 企业经营情况分析                 | 158 |
| (3) 企业产品结构及新产品动向             | 158 |
| (4) 企业销售渠道与网络                | 159 |
| (5) 企业经营状况优劣势分析              | 159 |
| (6) 企业投资兼并与重组分析              | 160 |
| (7) 企业最新发展动向分析               | 160 |
| 8.2.2 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司经营情况分析 | 160 |

- (1) 企业发展简况分析 160
- (2) 企业经营情况分析 161
- (3) 企业产品结构及新产品动向 162
- (4) 企业销售渠道与网络 163
- (5) 企业经营状况优劣势分析 163
- (6) 企业最新发展动向分析 164
- 8.2.3 东陶（上海）有限公司经营情况分析 164
  - (1) 企业发展简况分析 164
  - (2) 企业经营情况分析 165
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 165
  - (4) 企业销售渠道与网络 166
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 166
- 8.2.4 佛山科勒有限公司经营情况分析 166
  - (1) 企业发展简况分析 166
  - (2) 企业经营情况分析 167
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 167
  - (4) 企业销售渠道与网络 168
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 168
- 8.2.5 吉事多卫浴有限公司经营情况分析 168
  - (1) 企业发展简况分析 168
  - (2) 企业经营情况分析 169
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 170
  - (4) 企业销售渠道与网络 170
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 170
- 8.2.6 佛山市法恩洁具有限公司经营情况分析 170
  - (1) 企业发展简况分析 170
  - (2) 企业经营情况分析 171
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 171
  - (4) 企业销售渠道与网络 172
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 172
  - (6) 企业最新发展动向分析 172
- 8.2.7 乐家（中国）有限公司经营情况分析 173
  - (1) 企业发展简况分析 173
  - (2) 企业经营情况分析 173
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 174

- (4) 企业销售渠道与网络 174
- (5) 企业经营状况优劣势分析 174
- (6) 企业最新发展动向分析 174
- 8.2.8 舞阳县冠军瓷业有限责任公司经营情况分析 175
  - (1) 企业发展简况分析 175
  - (2) 企业经营情况分析 175
  - (3) 企业组织架构分析 176
  - (4) 企业产品结构及新产品动向 176
  - (5) 企业销售渠道与网络 176
  - (6) 企业经营状况优劣势分析 176
  - (7) 企业最新发展动向分析 177
- 8.2.9 广东欧美尔工贸实业有限公司经营情况分析 177
  - (1) 企业发展简况分析 177
  - (2) 企业经营情况分析 178
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 178
  - (4) 企业销售渠道与网络 179
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 179
  - (6) 企业最新发展动向分析 179
- 8.2.10 东陶机器（北京）有限公司经营情况分析 179
  - (1) 企业发展简况分析 179
  - (2) 企业经营情况分析 180
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 181
  - (4) 企业销售渠道与网络 181
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 181
- 8.2.11 佛山市高明英皇卫浴有限公司经营情况分析 181
  - (1) 企业发展简况分析 181
  - (2) 企业经营情况分析 182
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 183
  - (4) 企业销售渠道与网络 183
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 183
  - (6) 企业最新发展动向分析 184
- 8.2.12 阿波罗（中国）有限公司经营情况分析 184
  - (1) 企业发展简况分析 184
  - (2) 企业经营情况分析 185
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 185

- (4) 企业销售渠道与网络 185
- (5) 企业经营状况优劣势分析 185
- (6) 企业最新发展动向分析 186
- 8.2.13 贵州国创能源控股(集团)股份有限公司经营情况分析 186
  - (1) 企业发展简况分析 186
  - (2) 主要经济指标分析 187
  - (3) 企业盈利能力分析 188
  - (4) 企业运营能力分析 189
  - (5) 企业偿债能力分析 189
  - (6) 企业发展能力分析 190
  - (7) 企业产品结构及新产品动向 190
  - (8) 企业销售渠道与网络 191
  - (9) 企业经营状况优劣势分析 191
  - (10) 企业最新发展动向分析 191
- 8.2.14 山东美林卫浴有限公司经营情况分析 192
  - (1) 企业发展简况分析 192
  - (2) 企业经营情况分析 193
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 193
  - (4) 企业销售渠道与网络 194
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 194
  - (6) 企业最新发展动向分析 194
- 8.2.15 广东潮流集团有限公司经营情况分析 194
  - (1) 企业发展简况分析 194
  - (2) 企业经营情况分析 195
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 196
  - (4) 企业销售渠道与网络 196
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 196
- 8.2.16 唐山梦牌瓷业有限公司经营情况分析 196
  - (1) 企业发展简况分析 196
  - (2) 企业经营情况分析 197
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 197
  - (4) 企业销售渠道与网络 197
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 197
- 8.2.17 佛山市理想卫浴有限公司经营情况分析 198
  - (1) 企业发展简况分析 198

- (2) 企业经营情况分析 199
- (3) 企业产品结构及新产品动向 199
- (4) 企业销售渠道与网络 199
- (5) 企业经营状况优劣势分析 199
- 8.2.18 和成(中国)有限公司经营情况分析 200
  - (1) 企业发展简况分析 200
  - (2) 企业经营情况分析 201
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 201
  - (4) 企业销售渠道与网络 201
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 201
- 8.2.19 佛山东鹏洁具股份有限公司经营情况分析 202
  - (1) 企业发展简况分析 202
  - (2) 企业经营情况分析 202
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 203
  - (4) 企业销售渠道与网络 203
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 203
  - (6) 企业最新发展动向分析 204
- 8.2.20 杜拉维特(中国)洁具有限公司经营情况分析 204
  - (1) 企业发展简况分析 204
  - (2) 企业经营情况分析 205
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 205
  - (4) 企业销售渠道与网络 205
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 206
- 8.2.21 四川帝王洁具股份有限公司经营情况分析 206
  - (1) 企业发展简况分析 206
  - (2) 企业经营情况分析 207
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 207
  - (4) 企业销售渠道与网络 207
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 207
  - (6) 企业最新发展动向分析 208
- 8.2.22 广东恒洁卫浴有限公司经营情况分析 208
  - (1) 企业发展简况分析 208
  - (2) 企业经营情况分析 209
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 209
  - (4) 企业销售渠道与网络 209

- (5) 企业经营状况优劣势分析 210
- (6) 企业最新发展动向分析 210
- 8.2.23 骊住美标卫生洁具制造(上海)有限公司经营情况分析 210
  - (1) 企业发展简况分析 210
  - (2) 企业经营情况分析 211
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 212
  - (4) 企业销售渠道与网络 212
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 212
  - (6) 企业最新发展动向分析 213
- 8.2.24 佛山市美加华陶瓷有限公司经营情况分析 213
  - (1) 企业发展简况分析 213
  - (2) 企业经营情况分析 214
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 214
  - (4) 企业销售渠道与网络 214
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 215
  - (6) 企业最新发展动向分析 215
- 8.2.25 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司经营情况分析 215
  - (1) 企业发展简况分析 215
  - (2) 企业经营情况分析 216
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 216
  - (4) 企业销售渠道与网络 217
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 217
  - (6) 企业最新发展动向分析 217
- 8.2.26 佛山市南海益高卫浴有限公司经营情况分析 217
  - (1) 企业发展简况分析 217
  - (2) 企业经营情况分析 218
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 218
  - (4) 企业销售渠道与网络 219
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 219
  - (6) 企业最新发展动向分析 219
- 8.2.27 新乐卫浴(佛山)有限公司经营情况分析 220
  - (1) 企业发展简况分析 220
  - (2) 企业经营情况分析 220
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 221
  - (4) 企业销售渠道与网络 222

- (5) 企业经营状况优劣势分析 222
- (6) 企业最新发展动向分析 222
- 8.2.28 辉煌水暖集团有限公司经营情况分析 223
  - (1) 企业发展简况分析 223
  - (2) 企业经营情况分析 223
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 224
  - (4) 企业销售渠道与网络 224
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 224
  - (6) 企业最新发展动向分析 225
- 8.2.29 中宇建材集团有限公司经营情况分析 225
  - (1) 企业发展简况分析 225
  - (2) 企业经营情况分析 226
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 226
  - (4) 企业销售渠道与网络 227
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 227
  - (6) 企业最新发展动向分析 228
- 8.2.30 九牧厨卫股份有限公司经营情况分析 228
  - (1) 企业发展简况分析 228
  - (2) 企业经营情况分析 229
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 230
  - (4) 企业销售渠道与网络 230
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 231
  - (6) 企业最新发展动向分析 231
- 8.2.31 航标控股有限公司经营情况分析 232
  - (1) 企业发展简况分析 232
  - (2) 主要经济指标分析 233
  - (3) 企业盈利能力分析 233
  - (4) 企业运营能力分析 234
  - (5) 企业偿债能力分析 234
  - (6) 企业发展能力分析 234
  - (7) 企业产品结构及新产品动向 235
  - (8) 企业销售渠道与网络 236
  - (9) 企业经营状况优劣势分析 237
  - (10) 企业最新发展动向分析 237
- 8.2.32 佛山市家家卫浴有限公司经营情况分析 238

- (1) 企业发展简况分析 238
- (2) 企业经营情况分析 239
- (3) 企业产品结构及新产品动向 239
- (4) 企业销售渠道与网络 239
- (5) 企业经营状况优劣势分析 239
- (6) 企业最新发展动向分析 239
- 8.2.33 广东尚高科技有限公司经营情况分析 240
  - (1) 企业发展简况分析 240
  - (2) 企业经营情况分析 240
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 241
  - (4) 企业销售渠道与网络 242
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 242
  - (6) 企业最新发展动向分析 242
- 8.2.34 唐山艾尔斯卫浴有限公司经营情况分析 242
  - (1) 企业发展简况分析 242
  - (2) 企业经营情况分析 243
  - (3) 企业产品结构及新产品动向 243
  - (4) 企业销售渠道与网络 244
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 244
  - (6) 企业最新发展动向分析 244
- 第九章：卫生陶瓷行业发展趋势分析与预测 245
  - 9.1 中国卫生陶瓷行业发展趋势 245
    - 9.1.1 中国卫生陶瓷行业发展趋势分析 245
    - 9.1.2 中国卫生陶瓷市场发展前景预测 246
  - 9.2 卫生陶瓷行业投资特性分析 247
    - 9.2.1 卫生陶瓷行业进入壁垒分析 247
    - 9.2.2 卫生陶瓷行业盈利模式分析 248
      - (1) 基本盈利模式 248
      - (2) 产业链纵向延伸的盈利模式 248
      - (3) 产业链横向延伸的盈利模式 248
    - 9.2.3 卫生陶瓷行业盈利因素分析 248
      - (1) 卫生陶瓷行业仍处于发展期 248
      - (2) 卫生陶瓷品牌对消费者的议价能力较强 248
      - (3) 卫生陶瓷产品出口价格的上升趋势 249
      - (4) 生产能源成本的不断上涨 249

### 9.3 中国卫生陶瓷行业投资建议 249

#### 9.3.1 卫生陶瓷行业投资风险分析 249

- (1) 宏观经济波动风险 249
- (2) 房地产新政风险 249
- (3) 贸易保护风险 249
- (4) 原材料成本上升的风险 250

#### 9.3.2 卫生陶瓷行业投资建议 250

- (1) 加强自主创新，提高产品差异化程度 250
- (2) 新产品定位要明确 251
- (3) 不断完善销售渠道 251

#### 图表目录

图表1：卫生陶瓷产品的分类 22

图表2：2004年以来我国卫生陶瓷行业工业总产值及其在GDP中的比重（单位：亿元，%）

23

图表3：中国企业的市场主体分类 24

图表4：中国不同所有制性质企业的划分 25

图表5：卫生陶瓷行业产业链示意图 26

图表6：2013年以来我国房地产开发景气指数走势 26

图表7：2010年以来我国房地产开发投资额及同比增速（单位：万亿元，%） 27

图表8：2012年以来我国房地产开发投资额区域分布（单位：亿元） 28

图表9：2009年以来我国房地产开发新开工面积及同比增速（单位：万平方米，%） 29

图表10：2010年以来我国房地产开发竣工面积及同比增速（单位：万平方米，%） 29

图表11：2003年以来我国建筑业总产值及其增长情况（单位：亿元，%） 30

图表12：2005年以来我国建筑业企业总收入及其增长情况（单位：亿元，%） 30

图表13：2003年以来我国建筑业利润总额及其增长情况（单位：亿元，%） 31

图表14：2006年以来我国高岭土基础储量变化情况（单位：万吨） 32

图表15：2010年以来我国高岭土周平均价格变化走势（单位：元/吨） 32

图表16：色釉料行业发展分析 33

图表17：2010年以来重油价格走势（单位：元/吨） 37

图表18：2003年以来我国天然气产量规模（单位：亿立方米） 37

图表19：2003年以来我国天然气消费量规模（单位：万吨标准煤） 38

图表20：2003-2020年我国天然气产量与消费量及预测（单位：亿立方米） 39

图表21：2006年以来NYMEX天然气价格走势（单位：美元/MMBtu） 39

图表22：2004年以来我国天然气价格变化趋势图（单位：元/立方米） 40

图表23：2006年以来我国不锈钢产量及同比增长情况（单位：万吨，%） 41

- 图表24：2006年以来中国不锈钢表观消费量及同比增速（单位：万吨，%） 41
- 图表25：不锈钢价格指数走势 42
- 图表26：中国卫生陶瓷行业发展阶段 43
- 图表27：中国卫生陶瓷行业发展特点分析 44
- 图表28：2013年以来卫生陶瓷行业经营效益分析（单位：家，万元，%） 46
- 图表29：2007年以来中国卫生陶瓷行业企业规模分析（单位：家，%） 48
- 图表30：2007年以来中国卫生陶瓷行业资产规模分析（单位：亿元，%） 48
- 图表31：2007年以来中国卫生陶瓷行业销售收入分析（单位：亿元，%） 49
- 图表32：2007年以来中国卫生陶瓷行业利润总额分析（单位：亿元，%） 50
- 图表33：2011年以来中国卫生陶瓷行业盈利能力分析（单位：%） 50
- 图表34：2011年以来中国卫生陶瓷行业运营能力分析（单位：次） 51
- 图表35：2011年以来中国卫生陶瓷行业偿债能力分析（单位：%、倍） 51
- 图表36：2011年以来中国卫生陶瓷行业发展能力分析（单位：%） 52
- 图表37：2007年以来卫生陶瓷行业工业总产值变化趋势图（单位：亿元，%） 52
- 图表38：2007年以来卫生陶瓷行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 53
- 图表39：2012年以来工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元） 54
- 图表40：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 54
- 图表41：2012年以来产成品居前的10个地区统计表（单位：万元） 55
- 图表42：产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 55
- 图表43：2005年以来卫生陶瓷行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 56
- 图表44：2007年以来中国卫生陶瓷行业销售收入分析（单位：亿元，%） 57
- 图表45：2012年以来销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元） 58
- 图表46：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 58
- 图表47：2012年以来销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元） 59
- 图表48：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 59
- 图表49：2005年以来全国卫生陶瓷行业产销率变化趋势图（单位：%） 60
- 图表50：卫生陶瓷行业产业规模分析（单位：家，万人，亿元，%） 61
- 图表51：卫生陶瓷行业资本/劳动密集度分析（单位：万元/人，万元/单位，%） 61
- 图表52：卫生陶瓷行业成本费用情况（单位：亿元，%） 62
- 图表53：卫生陶瓷行业成本费用结构情况（单位：%） 62
- 图表54：卫生陶瓷行业盈亏情况（单位：亿元，%） 62
- 图表55：我国卫生陶瓷行业主要相关政策及法律法规 63
- 图表56：《建材行业“十三五”总体发展规划》中与卫生陶瓷行业相关的内容 65
- 图表57：2011年以来美国GDP增长率走势（单位：%） 66
- 图表58：2007年以来欧元区信心指数走势（单位：%） 68

- 图表59：2009年以来日本、韩国GDP增长情况（单位：%） 69
- 图表60：2008年以来中国国内生产总值及增长速度（单位：万亿元，%） 70
- 图表61：2013年以来中国规模以上工业增加值增幅（单位：%） 70
- 图表62：2007年以来我国陶瓷制品行业工业总产值及同比增速（单位：亿元，%） 71
- 图表63：2007年以来我国陶瓷制品行业销售收入及同比增速（单位：亿元，%） 72
- 图表64：2004年以来我国卫生陶瓷制品行业工业总产值在陶瓷制品行业中的占比（单位：%） 72
- 图表65：2006年以来我国卫生陶瓷制品行业销售收入在陶瓷制品行业中的占比（单位：%） 73
- 图表66：2010-2015年物流行业的发展阶段分析图 75
- 图表67：2005年以来中国社会物流总额及需求系数（单位：万亿元，%） 75
- 图表68：美国标准座便器一次冲洗用水量的规定（括号内为任何压力下的用水量）（单位：L） 83
- 图表69：中国卫生陶瓷行业销售收入排名前十位企业的市场占有率（单位：%） 91
- 图表70：中国卫生陶瓷行业销售收入排名前十位地区的市场占有率（单位：%） 91
- 图表71：中国卫生陶瓷行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%） 92
- 图表72：2003年以来卫生陶瓷行业销售集中度变化图（单位：%） 93
- 图表73：中国卫生陶瓷行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%） 93
- 图表74：2003年以来卫生陶瓷行业资产集中度变化图（单位：%） 94
- 图表75：我国卫生陶瓷行业对供应商的议价能力分析 94
- 图表76：我国卫生陶瓷行业对下游消费者的议价能力分析 95
- 图表77：我国卫生陶瓷行业各产品的市场份额占比（单位：%） 100
- 图表78：2007年以来我国座便器（蹲便器）的市场规模变化趋势（单位：亿元） 101
- 图表79：2007年以来我国面盆的市场规模变化趋势（单位：亿元） 102
- 图表80：2007年以来我国浴缸的市场规模变化趋势（单位：亿元） 102
- 图表81：2007年以来我国其他卫生陶瓷产品的市场规模变化趋势（单位：亿元） 103
- 图表82：2013年以来年中国（佛山）卫生陶瓷价格指数走势 104
- 图表83：1996年以来我国卫生陶瓷行业技术专利数量（单位：件） 108
- 图表84：2012年以来中国卫生陶瓷行业区域市场情况（单位：万元） 109
- 图表85：2011年以来卫生陶瓷行业各区域企业数量情况（单位：%） 110
- 图表86：2012年以来卫生陶瓷行业各区域全部销售收入情况（单位：%） 111
- 图表87：2012年以来卫生陶瓷行业各区域资产总计情况（单位：%） 111
- 图表88：卫生陶瓷行业销售收入排名情况（单位：%） 112
- 图表89：卫生陶瓷行业销售收入按省份累计百分比（单位：%） 112
- 图表90：2008年以来卫生陶瓷行业销售收入前五和前十的省份占比情况（单位：%） 113

图表91：2008年以来卫生陶瓷行业前五个省市销售收入占比情况（单位：%） 114

图表92：2007年以来北京市卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 114

图表93：2007年以来北京市卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 115

图表94：2007年以来北京市卫生陶瓷行业企业数（单位：家） 115

图表95：2007年以来天津市卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 116

图表96：2009年以来天津市卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 116

图表97：2007年以来天津市卫生陶瓷行业企业数（单位：家） 117

图表98：2007年以来河北省卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 117

图表99：2007年以来河北省卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 118

图表100：2007年以来河北省卫生陶瓷行业企业数与亏损企业数（单位：家） 118

图表101：2007年以来河北省卫生陶瓷行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 119

图表102：2007年以来广东省卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 120

图表103：2007年以来广东省卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 120

图表104：2007年以来广东省卫生陶瓷行业企业数与亏损企业数（单位：家） 121

图表105：2007年以来广东省卫生陶瓷行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 121

图表106：2007年以来广西卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 122

图表107：2007年以来广西卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 122

图表108：2007年以来广西卫生陶瓷行业企业数与亏损企业数（单位：家） 123

图表109：2007年以来广西卫生陶瓷行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 123

图表110：2007年以来上海市卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 124

图表111：2007年以来上海市卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 125

图表112：2007年以来上海市卫生陶瓷行业企业数与亏损企业数（单位：家） 125

图表113：2007年以来上海市卫生陶瓷行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 126

图表114：2007年以来江苏省卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 126

图表115：2007年以来江苏省卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 127

图表116：2007年以来江苏省卫生陶瓷行业企业数与亏损企业数（单位：家） 127

图表117：2007年以来江苏省卫生陶瓷行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 128

图表118：2007年以来浙江省卫生陶瓷行业产销情况统计表（单位：万元，%） 128

图表119：2007年以来浙江省卫生陶瓷行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 129

图表120：2007年以来浙江省卫生陶瓷行业企业数与亏损企业数（单位：家） 129

.....略

图片详见报告正文•••••（GY LX）

特别说明：中国报告网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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/243721243721.html>