

2016-2022年中国卫浴产业规模调查及十三五盈利 战略分析报告

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《2016-2022年中国卫浴产业规模调查及十三五盈利战略分析报告》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/qitajjadian/243983243983.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

卫浴行业，是一个潜力大，持续发展的朝阳产业，是建材行业的一个分支。建材行业包含陶瓷、涂料、铝型材与灯饰照明等多个产业，是所有与建筑装饰有关的原材料行业的统称。卫生洁具主要由陶瓷、不锈钢、玻璃钢等材质制成。陶瓷卫生洁具由于质地洁白、结构致密、强度较大、热稳定性好，很是流行，既节能又环保。

从“中国制造”到“中国创造”是中国卫浴业崛起最关键的一步，只有创新和设计才是企业的核心竞争力，品牌建设是中国卫浴行业的必由之路。行业报告显示，现在的跨国卫浴公司已经逐步完成自己的战略调整，将研发、生产等部门转移到越南、印度等比中国成本更低的国家，中国企业在成本方面的优势正在逐渐丧失。今后，单纯的价格优势已经不足以支撑卫浴产业在国际市场上的竞争优势，没有强势的自有品牌、一味地贴牌生产最终只能砸掉我们的卫浴产业。

当前一个尚未改变的事实是，令国内企业垂涎三尺的“高端高利润”产品市场，仍然掌握在美标、科勒、法恩莎等国际实力品牌企业手中。而对于这些外企来说，在努力坚守高端市场的同时，尽快切入随中国经济发展而愈加扩大的中档产品市场，获取更多的利润，也是顺理成章之事。因此，这些海外集团一方面增强在中国的营销力度，一方面采取多种措施走下高端神坛，进一步抢占中档产品市场份额。如美标、科勒、英陶等国际大鳄，不仅把产品运到国内市场销售，还在内地投资建厂，实现生产销售本地化，以降低国内产品低生产成本对其造成的威胁。而美标更早在2002年底即已定下进军中小城市市场的战略，以培养中档产品市场用户群，并获得了一定成绩。海外集团的种种动作，势必加大国内市场的竞争激烈程度，国内卫浴市场“山雨欲来风满楼”，价格大战导火索业已点燃。

中国报告网发布的《2016-2022年中国卫浴产业规模调查及十三五盈利战略分析报告》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。

第一部分行业发展概况 71

第一章卫浴市场概况 71

第一节卫浴市场定义及分类 71

一、卫浴市场的定义 71

二、卫浴市场的分类 71

第二节卫浴行业特点 71

一、卫浴行业开始成熟 71

二、卫浴产品多样化 72

三、卫浴行业竞争焦点不断变化 73

第二章卫浴相关产业分析 74

第一节陶瓷行业 74

一、陶瓷行业市场分析 74

二、陶瓷行业技术服务的变革 75

三、陶瓷行业的发展动力 76

四、陶瓷制品制造收入企业排名 76

五、陶瓷制品制造经济运行状况分析 77

1、2011-2015年全国陶瓷制造业基本情况 77

2、2011-2015年全国陶瓷制造业损益情况 80

第二节房地产行业 82

一、我国房地产融资渠道多元化 82

1、银行贷款 83

2、上市融资 83

3、房地产债券融资 84

4、夹层融资 85

5、房地产信托 87

6、海外地产基金 88

7、房地产信托投资基金(REITS) 89

8、其他方式 90

二、房地产商逐鹿资本市场 91

三、2015年我国房地产开发投资完成情况分析 92

四、2015年房地产市场景气周期与价格走势的经济学分析 93

1、2015年房地产市场将处于下行周期 93

2、2015年北京房地产市场价格将上升 94

五、2015年各地区房地产投资开发情况 95

第三节建材行业 96

一、建材行业增速加快 96

二、建材行业当前任务 97

- 1、技术结构调整的任务 97
- 2、能源利用和环保任务 97
- 三、重点建材工业企业经营状况分析 98
- 第四节能源工业 99
 - 一、煤炭 99
 - 二、天然气 102
 - 三、电力 102
 - 四、能源工业生产总量 103
 - 五、我国未来的能源策略 103
- 第二部分行业市场分析 104
- 第三章卫浴市场现状 104
- 第一节我国卫浴市场现状分析 104
 - 一、卫浴品牌分布 104
 - 二、陶瓷卫浴市场三分天下 105
 - 1、海外集团 105
 - 2、国产新贵 106
 - 3、三千诸侯 107
 - 三、卫浴本土品牌脱颖而出 107
 - 四、本土品牌正面交锋国际巨头 107
 - 五、国内卫浴业环境分析 108
- 第二节2015年中国卫浴市场流行分析 109
 - 一、消费者需求分析 109
 - 二、流行特征分析 109
 - 三、市场卖点分析 109
- 第四章地区卫浴市场 110
- 第一节北京卫浴市场 110
 - 一、星级酒店青睐洋品牌 110
 - 二、宾馆改造认准国内知名品牌 111
 - 三、奥运推动北京卫浴企业发展 111
- 第二节上海卫浴市场 111
 - 一、关注程度增加 111
 - 二、消费理念成熟 113
 - 三、品牌成为消费的主导因素 113
 - 四、专业服务的需求不断上升 114
- 第三节广州卫浴市场 115

- 一、消费特点 115
- 二、消费市场现状 115
- 三、品牌空间 117
- 四、市场前景 118
- 第四节深圳卫浴市场 119
 - 一、消费情趣分析 119
 - 二、消费模式分析 121
 - 三、品牌与服务分析 122
- 第五章中国卫生陶瓷产销情况分析 124
 - 第一节卫生陶瓷产量统计 124
 - 一、卫生陶瓷全国产量统计 124
 - 二、全国分地区卫生陶瓷产量统计 125
 - 三、全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标分析 126
 - 1、卫生陶瓷行业盈利能力 126
 - 2、卫生陶瓷行业偿债能力 127
 - 3、卫生陶瓷行业营运能力 128
 - 第二节中国主要产区发展概况 128
 - 一、佛山 128
 - 二、晋江 129
 - 三、山东 129
 - 四、夹江 130
 - 第三节卫生陶瓷进出口现状 131
 - 一、2015年中国卫生陶瓷整体进出口分析 131
 - 二、2015年中国卫生陶瓷进口地分析 131
 - 三、2015年中国卫生陶瓷出口地分析 133
- 第六章水龙头市场发展现状 140
 - 第一节水龙头市场分析 140
 - 一、我国水龙头市场现状 140
 - 二、我国水龙头行业局面分析 141
 - 三、我国水龙头行业品牌分析 142
 - 四、我国水龙头出口情况 143
 - 五、我国水龙头市场展望 143
 - 第二节水龙头市场发展趋势 144
 - 一、色彩趋势 144
 - 二、材质趋势 144

三、功能趋势 144

四、外形趋势 144

五、质量趋势 145

第三节成霖企业 145

一、公司概况 145

二、公司历程 145

三、公司理念 146

第七章热水器市场 147

第一节热水器行业现状 147

一、热水器分类 147

1、太阳能热水器 147

2、燃气热水器 147

3、储水式电热水器 147

4、即热式电热水器 147

二、热水器“三国”营销战 147

三、电淋浴器产量统计 148

第二节太阳能热水器市场 149

一、太阳能热水器的品牌之道 149

1、企业品牌 149

2、产品品牌 150

3、服务品牌 151

二、太阳能热水器行业需要竞合精神 151

三、中国太阳能热水器专业化时代到来 152

四、太阳能热水器的营销创新之道 153

1、产品创新 153

2、渠道创新 154

3、定位和促销创新 154

第三节燃气热水器市场 156

一、燃气热水器简介 156

二、燃气热水器全国产量统计 156

三、燃气热水器主要企业产量统计 157

四、2006年中国燃气热水器品牌市场占有率及均价分析 158

第四节电热水器市场分析 158

一、电热水器新变化 158

二、电热水器争夺地区 158

三、电热水器前十名市场占有率及均价	160
第八章浴霸市场	161
第一节浴霸行业现状	161
一、浴霸行业市场分析	161
二、国内浴霸市场面临洗牌	161
第二节奥普企业	162
一、企业概况	162
二、营销策略	163
三、企业文化	163
第九章卫浴产品营销	164
第一节目标消费市场分析	164
一、卫浴市场尚无行业领导者	164
二、电视广告仍是卫浴营销的一大法宝	164
三、同质化成了群雄纷争的根源	164
第二节我国卫浴营销策略	165
一、卫浴品牌终端展示设计	165
1、直观展现产品的审美功能与实用功能。	165
2、充分体现品牌文化。	166
3、刺激消费者的购买欲望。	166
二、卫浴营销新模式	166
三、卫浴的文化营销	168
四、卫浴专卖店	169
五、卫浴品牌优化策略	170
第三节我国卫浴渠道策略	172
一、渠道规划	172
二、渠道的管理控制和提升	172
第三部分行业竞争分析	173
第十章卫浴市场竞争	173
第一节卫浴行业竞争现状	173
一、竞争环境	173
二、品牌竞争格局	173
三、竞争渠道成主战场	174
四、卫浴企业在价格战中拓展新空间	174
五、卫浴企业存在问题分析	177
第二节卫浴行业竞争方式	178

- 一、争夺顾客回头率方式 178
- 二、以文化素质方式竞争 178
- 第三节卫浴行业新兴市场 179
 - 一、酒店卫浴市场综述 179
 - 二、整体卫浴市场 180
- 第十一章国外卫浴企业分析 181
 - 第一节日本TOTO企业 181
 - 一、公司简介 181
 - 二、公司理念 181
 - 三、公司产品 181
 - 四、公司在中国投资、生产情况——北京东陶有限公司 181
 - (一) 企业简介 181
 - (二) 产销分析 182
 - 1、生产情况 182
 - 2、销售情况 182
 - (三) 收入分析 183
 - (四) 企业资本资源构成分析 184
 - 1、净资产比率 184
 - 2、股东权益与固定资产比率 185
 - 3、从业人员 186
 - (五) 企业的偿债能力分析 187
 - 1、资产负债率 187
 - 2、产权比率 188
 - 3、已获利息倍数 189
 - (六) 企业运营能力分析 190
 - 1、固定资产周转次数 190
 - 2、流动资产周转次数 191
 - 3、总资产周转次数 192
 - (七) 企业盈利能力分析 193
 - 1、销售净利率 193
 - 2、销售毛利率 194
 - 3、资产净利率 195
 - (八) 企业成长能力分析 196
 - 1、利润总额 196
 - 2、应收账款净额 197

- 3、流动资产平均余额 198
- 4、固定资产净值平均余额 199
- 5、负债合计 200
- 6、资本保值增值率 201
- 7、产值利税率 202
- （九）企业成本费用分析 203
 - 1、销售成本 203
 - 2、销售费用 204
 - 3、管理费用 205
 - 4、财务费用 206
 - 5、人均销售率 207
- 五、公司在中国投资、生产情况——东陶机器（北京）有限公司 208
 - （一）企业简介 208
 - （二）产销分析 208
 - 1、生产情况 208
 - 2、销售情况 209
 - （三）收入分析 210
 - （四）企业资本资源构成分析 211
 - 1、净资产比率 211
 - 2、股东权益与固定资产比率 212
 - 3、从业人员 213
 - （五）企业的偿债能力分析 214
 - 1、资产负债率 214
 - 2、产权比率 215
 - 3、已获利息倍数 216
 - （六）企业运营能力分析 217
 - 1、固定资产周转次数 217
 - 2、流动资产周转次数 218
 - 3、总资产周转次数 219
 - （七）企业盈利能力分析 220
 - 1、销售净利率 220
 - 2、销售毛利率 221
 - 3、资产净利率 222
 - （八）企业成长能力分析 223
 - 1、利润总额 223

- 2、应收账款净额 224
- 3、流动资产平均余额 225
- 4、固定资产净值平均余额 226
- 5、负债合计 227
- 6、资本保值增值率 228
- 7、产值利税率 229
- （九）企业成本费用分析 230
 - 1、销售成本 230
 - 2、销售费用 231
 - 3、管理费用 232
 - 4、财务费用 233
 - 5、人均销售率 234
- 六、公司在中国投资、生产情况——南京东陶有限公司 235
 - （一）企业简介 235
 - （二）产销分析 235
 - 1、生产情况 235
 - 2、销售情况 236
 - （三）收入分析 237
 - （四）企业资本资源构成分析 238
 - 1、净资产比率 238
 - 2、股东权益与固定资产比率 239
 - 3、从业人员 240
 - （五）企业的偿债能力分析 241
 - 1、资产负债率 241
 - 2、产权比率 242
 - 3、已获利息倍数 243
 - （六）企业运营能力分析 244
 - 1、固定资产周转次数 244
 - 2、流动资产周转次数 245
 - 3、总资产周转次数 246
 - （七）企业盈利能力分析 247
 - 1、销售净利率 247
 - 2、销售毛利率 248
 - 3、资产净利率 249
 - （八）企业成长能力分析 250

- 1、利润总额 250
- 2、应收账款净额 251
- 3、流动资产平均余额 251
- 4、固定资产净值平均余额 252
- 5、负债合计 253
- 6、资本保值增值率 254
- 7、产值利税率 255
- (九) 企业成本费用分析 256
 - 1、销售成本 256
 - 2、销售费用 257
 - 3、管理费用 258
 - 4、财务费用 259
 - 5、人均销售率 260
- 七、公司在中国投资、生产情况——东陶机器(大连)有限公司 261
 - (一) 企业简介 261
 - (二) 产销分析 261
 - 1、生产情况 261
 - 2、销售情况 262
 - (三) 收入分析 263
 - (四) 企业资本资源构成分析 264
 - 1、净资产比率 264
 - 2、股东权益与固定资产比率 265
 - 3、从业人员 266
 - (五) 企业的偿债能力分析 267
 - 1、资产负债率 267
 - 2、产权比率 268
 - 3、已获利息倍数 269
 - (六) 企业运营能力分析 270
 - 1、固定资产周转次数 270
 - 2、流动资产周转次数 271
 - 3、总资产周转次数 272
 - (七) 企业盈利能力分析 273
 - 1、销售净利率 273
 - 2、销售毛利率 274
 - 3、资产净利率 275

(八) 企业成长能力分析 276

- 1、利润总额 276
- 2、应收账款净额 277
- 3、流动资产平均余额 278
- 4、固定资产净值平均余额 279
- 5、负债合计 280
- 6、资本保值增值率 281
- 7、产值利税率 282

(九) 企业成本费用分析 283

- 1、销售成本 283
- 2、销售费用 284
- 3、管理费用 285
- 4、财务费用 286
- 5、人均销售率 287

八、公司在中国投资、生产情况——东陶机器(上海)有限公司 288

(一) 企业简介 288

(二) 产销分析 288

- 1、生产情况 288
- 2、销售情况 289

(三) 收入分析 290

(四) 企业资本资源构成分析 291

- 1、净资产比率 291
- 2、股东权益与固定资产比率 292
- 3、从业人员 293

(五) 企业的偿债能力分析 294

- 1、资产负债率 294
- 2、产权比率 295
- 3、已获利息倍数 296

(六) 企业运营能力分析 297

- 1、固定资产周转次数 297
- 2、流动资产周转次数 298
- 3、总资产周转次数 299

(七) 企业盈利能力分析 300

- 1、销售净利率 300
- 2、销售毛利率 301

3、资产净利率 302

(八) 企业成长能力分析 303

1、利润总额 303

2、应收账款净额 304

3、流动资产平均余额 305

4、固定资产净值平均余额 306

5、负债合计 307

6、资本保值增值率 308

7、产值利税率 309

(九) 企业成本费用分析 310

1、销售成本 310

2、销售费用 311

3、管理费用 312

4、财务费用 313

5、人均销售率 314

九、公司在中国投资、生产情况——东陶华东有限公司 315

(一) 企业简介 315

(二) 产销分析 315

1、生产情况 315

2、销售情况 316

(三) 收入分析 317

(四) 企业资本资源构成分析 318

1、净资产比率 318

2、股东权益与固定资产比率 319

3、从业人员 320

(五) 企业的偿债能力分析 321

1、资产负债率 321

2、产权比率 322

3、已获利息倍数 323

(六) 企业运营能力分析 324

1、固定资产周转次数 324

2、流动资产周转次数 325

3、总资产周转次数 326

(七) 企业盈利能力分析 327

1、销售净利率 327

2、销售毛利率 328

3、资产净利率 329

(八) 企业成长能力分析 330

1、利润总额 330

2、应收账款净额 331

3、流动资产平均余额 332

4、固定资产净值平均余额 333

5、负债合计 334

6、资本保值增值率 335

7、产值利税率 336

(九) 企业成本费用分析 337

1、销售成本 337

2、销售费用 338

3、管理费用 339

4、财务费用 340

5、人均销售率 341

十、公司中国市场策略 342

第二节美标企业分析 342

一、公司基本概况 342

二、公司在中国的投资发展情况——江门美标显浩水暖器材有限公司 343

(一) 产销分析 343

1、生产情况 343

2、销售情况 344

(二) 收入分析 345

(三) 企业资本资源构成分析 346

1、净资产比率 346

2、股东权益与固定资产比率 347

3、从业人员 348

(四) 企业的偿债能力分析 349

1、资产负债率 349

2、产权比率 350

3、已获利息倍数 351

(五) 企业运营能力分析 352

1、固定资产周转次数 352

2、流动资产周转次数 353

3、总资产周转次数 354

(六) 企业盈利能力分析 355

1、销售净利率 355

2、销售毛利率 356

3、资产净利率 357

(七) 企业成长能力分析 358

1、利润总额 358

2、应收账款净额 359

3、流动资产平均余额 360

4、固定资产净值平均余额 361

5、负债合计 362

6、资本保值增值率 363

7、产值利税率 364

(八) 企业成本费用分析 365

1、销售成本 365

2、销售费用 366

3、管理费用 367

4、财务费用 368

5、人均销售率 369

三、公司在中国的投资发展情况——上海美标陶瓷有限公司 370

(一) 产销分析 370

1、生产情况 370

2、销售情况 371

(二) 收入分析 372

(三) 企业资本资源构成分析 373

1、净资产比率 373

2、股东权益与固定资产比率 374

3、从业人员 375

(四) 企业的偿债能力分析 376

1、资产负债率 376

2、产权比率 377

3、已获利息倍数 378

(五) 企业运营能力分析 379

1、固定资产周转次数 379

2、流动资产周转次数 380

3、总资产周转次数 381

(六) 企业盈利能力分析 382

1、销售净利率 382

2、销售毛利率 383

3、资产净利率 384

(七) 企业成长能力分析 385

1、利润总额 385

2、应收账款净额 386

3、流动资产平均余额 387

4、固定资产净值平均余额 388

5、负债合计 389

6、资本保值增值率 390

7、产值利税率 391

(八) 企业成本费用分析 392

1、销售成本 392

2、销售费用 393

3、管理费用 394

4、财务费用 395

5、人均销售率 396

四、公司在中国的投资发展情况——美标(天津)陶瓷有限公司 397

(一) 产销分析 397

1、生产情况 397

2、销售情况 398

(二) 收入分析 399

(三) 企业资本资源构成分析 400

1、净资产比率 400

2、股东权益与固定资产比率 401

3、从业人员 402

(四) 企业的偿债能力分析 403

1、资产负债率 403

2、产权比率 404

3、已获利息倍数 405

(五) 企业运营能力分析 406

1、固定资产周转次数 406

2、流动资产周转次数 407

3、总资产周转次数 408

(六) 企业盈利能力分析 409

1、销售净利率 409

2、销售毛利率 410

3、资产净利率 411

(七) 企业成长能力分析 412

1、利润总额 412

2、应收账款净额 413

3、流动资产平均余额 414

4、固定资产净值平均余额 415

5、负债合计 416

6、资本保值增值率 417

7、产值利税率 418

(八) 企业成本费用分析 419

1、销售成本 419

2、销售费用 420

3、管理费用 421

4、财务费用 422

5、人均销售率 423

五、公司市场战略 424

第三节 台湾和成企业 424

一、公司基本情况 424

二、公司大陆投资、生产情况 425

(一) 企业简介 425

(二) 产销分析 425

1、生产情况 425

2、销售情况 426

(三) 收入分析 426

(四) 企业资本资源构成分析 427

1、净资产比率 427

2、股东权益与固定资产比率 428

3、从业人员 429

(五) 企业的偿债能力分析 430

1、资产负债率 430

2、产权比率 431

3、已获利息倍数 432

(六) 企业运营能力分析 433

1、固定资产周转次数 433

2、流动资产周转次数 434

3、总资产周转次数 435

(七) 企业盈利能力分析 436

1、销售净利率 436

2、销售毛利率 437

3、资产净利率 438

(八) 企业成长能力分析 439

1、利润总额 439

2、应收账款净额 440

3、流动资产平均余额 440

4、固定资产净值平均余额 441

5、负债合计 442

6、资本保值增值率 443

7、产值利税率 444

(九) 企业成本费用分析 445

1、销售成本 445

2、销售费用 446

3、管理费用 447

4、财务费用 448

5、人均销售率 449

三、公司大陆市场竞争策略 450

第四节科勒企业分析 450

一、公司基本情况 450

二、公司在中国的发展情况 451

三、公司在中国投资、生产情况——东陶华东有限公司 451

(一) 产销分析 451

1、生产情况 451

2、销售情况 452

(二) 收入分析 453

(三) 企业资本资源构成分析 454

1、净资产比率 454

2、股东权益与固定资产比率 455

3、从业人员 456

(四) 企业的偿债能力分析 457

1、资产负债率 457

2、产权比率 458

3、已获利息倍数 459

(五) 企业运营能力分析 460

1、固定资产周转次数 460

2、流动资产周转次数 461

3、总资产周转次数 462

(六) 企业盈利能力分析 463

1、销售净利率 463

2、销售毛利率 464

3、资产净利率 465

(七) 企业成长能力分析 466

1、利润总额 466

2、应收账款净额 467

3、流动资产平均余额 468

4、固定资产净值平均余额 469

5、负债合计 470

6、资本保值增值率 471

7、产值利税率 472

(八) 企业成本费用分析 473

1、销售成本 473

2、销售费用 474

3、管理费用 475

4、财务费用 476

5、人均销售率 477

四、公司在中国投资、生产情况——东陶华东有限公司 478

(一) 产销分析 478

1、生产情况 478

2、销售情况 479

(二) 收入分析 480

(三) 企业资本资源构成分析 481

1、净资产比率 481

2、股东权益与固定资产比率 482

3、从业人员 483

(四) 企业的偿债能力分析 484

1、资产负债率 484

2、产权比率 485

3、已获利息倍数 486

(五) 企业运营能力分析 487

1、固定资产周转次数 487

2、流动资产周转次数 488

3、总资产周转次数 489

(六) 企业盈利能力分析 490

1、销售净利率 490

2、销售毛利率 491

3、资产净利率 492

(七) 企业成长能力分析 493

1、利润总额 493

2、应收账款净额 494

3、流动资产平均余额 495

4、固定资产净值平均余额 496

5、负债合计 497

6、资本保值增值率 498

7、产值利税率 499

(八) 企业成本费用分析 500

1、销售成本 500

2、销售费用 501

3、管理费用 502

4、财务费用 503

5、人均销售率 504

五、公司在中国投资、生产情况——东陶华东有限公司 505

(一) 产销分析 505

1、生产情况 505

2、销售情况 506

(二) 收入分析 507

(三) 企业资本资源构成分析 508

1、净资产比率 508

2、股东权益与固定资产比率 509

3、从业人员 510

(四) 企业的偿债能力分析 511

1、资产负债率 511

2、产权比率 512

3、已获利息倍数 513

(五) 企业运营能力分析 514

1、固定资产周转次数 514

2、流动资产周转次数 515

3、总资产周转次数 516

(六) 企业盈利能力分析 517

1、销售净利率 517

2、销售毛利率 518

3、资产净利率 519

(七) 企业成长能力分析 520

1、利润总额 520

2、应收账款净额 521

3、流动资产平均余额 522

4、固定资产净值平均余额 523

5、负债合计 524

6、资本保值增值率 525

7、产值利税率 526

(八) 企业成本费用分析 527

1、销售成本 527

2、销售费用 528

3、管理费用 529

4、财务费用 530

5、人均销售率 531

六、公司中国发展策略 532

第五节 英陶洁具 532

一、公司基本概况 532

二、公司发展历程 533

三、公司发展策略 533

四、公司在中国投资、生产情况——英陶洁具有限公司 533

(一) 产销分析 533

1、生产情况 533

- 2、销售情况 534
 - (二) 收入分析 535
 - (三) 企业资本资源构成分析 536
 - 1、净资产比率 536
 - 2、股东权益与固定资产比率 537
 - 3、从业人员 538
 - (四) 企业的偿债能力分析 539
 - 1、资产负债率 539
 - 2、产权比率 540
 - 3、已获利息倍数 541
 - (五) 企业运营能力分析 542
 - 1、固定资产周转次数 542
 - 2、流动资产周转次数 543
 - 3、总资产周转次数 544
 - (六) 企业盈利能力分析 545
 - 1、销售净利率 545
 - 2、销售毛利率 546
 - 3、资产净利率 547
 - (七) 企业成长能力分析 548
 - 1、利润总额 548
 - 2、应收账款净额 549
 - 3、流动资产平均余额 549
 - 4、固定资产净值平均余额 550
 - 5、负债合计 551
 - 6、资本保值增值率 552
 - 7、产值利税率 553
 - (八) 企业成本费用分析 554
 - 1、销售成本 554
 - 2、销售费用 555
 - 3、管理费用 556
 - 4、财务费用 557
 - 5、人均销售率 558
- 第十二章国内卫浴优势企业 559
 - 第一节重庆四维瓷业(集团)股份有限公司 559
 - 一、公司基本情况分析 559

- 二、公司文化 560
- 三、公司营业情况 560
- 四、公司财务数据 560
 - (一) 产销分析 560
 - 1、生产情况 560
 - 2、销售情况 561
 - (二) 收入分析 562
 - (三) 企业资本资源构成分析 563
 - 1、净资产比率 563
 - 2、股东权益与固定资产比率 564
 - 3、从业人员 565
 - (四) 企业的偿债能力分析 566
 - 1、资产负债率 566
 - 2、产权比率 567
 - 3、已获利息倍数 568
 - (五) 企业运营能力分析 569
 - 1、固定资产周转次数 569
 - 2、流动资产周转次数 570
 - 3、总资产周转次数 571
 - (六) 企业盈利能力分析 572
 - 1、销售净利率 572
 - 2、销售毛利率 573
 - 3、资产净利率 574
 - (七) 企业成长能力分析 575
 - 1、利润总额 575
 - 2、应收账款净额 576
 - 3、流动资产平均余额 577
 - 4、固定资产净值平均余额 578
 - 5、负债合计 579
 - 6、资本保值增值率 580
 - 7、产值利税率 581
 - (八) 企业成本费用分析 582
 - 1、销售成本 582
 - 2、销售费用 583
 - 3、管理费用 584

- 4、财务费用 585
- 5、人均销售率 586
- 五、公司市场策略 587
- 第二节广东东鹏陶瓷集团 587
 - 一、公司简介 587
 - 二、公司发展历程 588
 - 三、公司理念 590
 - 四、公司财务数据——东鹏陶瓷（清远）有限公司 590
 - （一）产销分析 590
 - 1、生产情况 590
 - 2、销售情况 591
 - （二）收入分析 591
 - （三）企业资本资源构成分析 592
 - 1、净资产比率 592
 - 2、股东权益与固定资产比率 593
 - 3、从业人员 594
 - （四）企业的偿债能力分析 595
 - 1、资产负债率 595
 - 2、产权比率 596
 - 3、已获利息倍数 597
 - （五）企业运营能力分析 598
 - 1、固定资产周转次数 598
 - 2、流动资产周转次数 599
 - 3、总资产周转次数 600
 - （六）企业盈利能力分析 601
 - 1、销售净利率 601
 - 2、销售毛利率 602
 - 3、资产净利率 603
 - （七）企业成长能力分析 604
 - 1、利润总额 604
 - 2、应收账款净额 605
 - 3、流动资产平均余额 606
 - 4、固定资产净值平均余额 607
 - 5、负债合计 608
 - 6、资本保值增值率 609

7、产值利税率 610

(八) 企业成本费用分析 611

1、销售成本 611

2、销售费用 612

3、管理费用 613

4、财务费用 614

5、人均销售率 615

五、公司财务数据——佛山东鹏洁具有限公司 616

(一) 产销分析 616

1、生产情况 616

2、销售情况 617

(二) 收入分析 618

(三) 企业资本资源构成分析 619

1、净资产比率 619

2、股东权益与固定资产比率 620

3、从业人员 621

(四) 企业的偿债能力分析 622

1、资产负债率 622

2、产权比率 623

3、已获利息倍数 624

(五) 企业运营能力分析 625

1、固定资产周转次数 625

2、流动资产周转次数 626

3、总资产周转次数 627

(六) 企业盈利能力分析 628

1、销售净利率 628

2、销售毛利率 629

3、资产净利率 630

(七) 企业成长能力分析 631

1、利润总额 631

2、应收账款净额 632

3、流动资产平均余额 633

4、固定资产净值平均余额 634

5、负债合计 635

6、资本保值增值率 636

7、产值利税率 637

(八) 企业成本费用分析 638

1、销售成本 638

2、销售费用 639

3、管理费用 640

4、财务费用 641

5、人均销售率 642

六、公司财务数据——广东省东鹏陶瓷股份有限公司顺德乐从分公司 643

(一) 产销分析 643

1、生产情况 643

2、销售情况 644

(二) 收入分析 645

(三) 企业资本资源构成分析 646

1、净资产比率 646

2、股东权益与固定资产比率 647

3、从业人员 648

(四) 企业的偿债能力分析 649

1、资产负债率 649

2、产权比率 650

3、已获利息倍数 651

(五) 企业运营能力分析 652

1、固定资产周转次数 652

2、流动资产周转次数 653

3、总资产周转次数 654

(六) 企业盈利能力分析 655

1、销售净利率 655

2、销售毛利率 656

3、资产净利率 657

(七) 企业成长能力分析 658

1、利润总额 658

2、应收账款净额 659

3、流动资产平均余额 660

4、固定资产净值平均余额 661

5、负债合计 662

6、资本保值增值率 663

7、产值利税率 664

(八) 企业成本费用分析 665

1、销售成本 665

2、销售费用 666

3、管理费用 667

4、财务费用 668

5、人均销售率 669

第三节唐山惠达陶瓷 670

一、公司概况 670

二、公司品牌之路 670

三、公司财务数据 671

(一) 产销分析 671

1、生产情况 671

2、销售情况 672

(二) 收入分析 672

(三) 企业资本资源构成分析 673

1、净资产比率 673

2、股东权益与固定资产比率 674

3、从业人员 675

(四) 企业的偿债能力分析 676

1、资产负债率 676

2、产权比率 677

3、已获利息倍数 678

(五) 企业运营能力分析 679

1、固定资产周转次数 679

2、流动资产周转次数 680

3、总资产周转次数 681

(六) 企业盈利能力分析 682

1、销售净利率 682

2、销售毛利率 683

3、资产净利率 684

(七) 企业成长能力分析 685

1、利润总额 685

2、应收账款净额 686

3、流动资产平均余额 687

- 4、固定资产净值平均余额 688
- 5、负债合计 689
- 6、资本保值增值率 690
- 7、产值利税率 691
- （八）企业成本费用分析 692
 - 1、销售成本 692
 - 2、销售费用 693
 - 3、管理费用 694
 - 4、财务费用 695
 - 5、人均销售率 696
- 第四节佛山鹰牌卫生洁具 697
 - 一、公司概况 697
 - 二、公司文化 697
 - 三、公司市场策略 698
 - 四、公司品牌攻略 698
 - 五、公司财务数据 698
 - （一）产销分析 698
 - 1、生产情况 698
 - 2、销售情况 699
 - （二）收入分析 700
 - （三）企业资本资源构成分析 701
 - 1、净资产比率 701
 - 2、股东权益与固定资产比率 702
 - 3、从业人员 703
 - （四）企业的偿债能力分析 704
 - 1、资产负债率 704
 - 2、产权比率 705
 - 3、已获利息倍数 706
 - （五）企业运营能力分析 707
 - 1、固定资产周转次数 707
 - 2、流动资产周转次数 708
 - 3、总资产周转次数 709
 - （六）企业盈利能力分析 710
 - 1、销售净利率 710
 - 2、销售毛利率 711

3、资产净利率 712

(七) 企业成长能力分析 713

1、利润总额 713

2、应收账款净额 714

3、流动资产平均余额 715

4、固定资产净值平均余额 716

5、负债合计 717

6、资本保值增值率 718

7、产值利税率 719

(八) 企业成本费用分析 720

1、销售成本 720

2、销售费用 721

3、管理费用 722

4、财务费用 723

5、人均销售率 724

第五节 广东阿波罗洁具有限公司 725

一、公司概况 725

二、公司优势分析 725

三、公司财务数据 726

(一) 产销分析 726

1、生产情况 726

2、销售情况 727

(二) 收入分析 727

(三) 企业资本资源构成分析 728

1、净资产比率 728

2、股东权益与固定资产比率 729

3、从业人员 730

(四) 企业的偿债能力分析 731

1、资产负债率 731

2、产权比率 732

3、已获利息倍数 733

(五) 企业运营能力分析 734

1、固定资产周转次数 734

2、流动资产周转次数 735

3、总资产周转次数 736

(六) 企业盈利能力分析 737

1、销售净利率 737

2、销售毛利率 738

3、资产净利率 739

(七) 企业成长能力分析 740

1、利润总额 740

2、应收账款净额 741

3、流动资产平均余额 742

4、固定资产净值平均余额 743

5、负债合计 744

6、资本保值增值率 745

7、产值利税率 746

(八) 企业成本费用分析 747

1、销售成本 747

2、销售费用 748

3、管理费用 749

4、财务费用 750

5、人均销售率 751

第四部分行业发展趋势 752

第十三章 卫浴发展趋势分析 752

第一节 卫浴市场趋势 752

一、品牌竞争预测 752

二、企业发展预测 753

第二节 卫浴品牌装饰趋势 753

第三节 卫浴间装修趋势 754

一、异型卫浴产品盛行 754

二、极简主义继续受宠 754

三、金属配饰崭露头角 754

四、智能化卫浴产品登场 754

五、卫浴新材料层出不穷 755

六、注重健康环保 755

第四节 卫浴产品趋势分析 755

一、卫浴行业发展方向 755

二、产品趋势预测 755

第五节 卫浴投资分析 756

- 一、洁具价格不定 756
- 二、款式、功能等导致价格差 756
- 三、未来两年洁具生意红火 757
- 四、卫浴配件商机无限 757
- 第十四章卫浴企业发展策略 758
- 第一节制约因素分析 758
- 一、缺乏创造力 758
- 二、不能准确定位 758
- 三、缺乏运作思路 758
- 第二节企业发展策略分析 759
- 一、卫浴企业发展策略 759
- 二、我国卫生陶瓷企业发展建议 759
- 1、拥有自己的技术 759
- 2、塑造企业文化 759
- 3、加强企业的软件建设 760
- 三、我国卫生陶瓷企业全球化策略 760

图表目录

- 图表12011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业数量变化情况 68
- 图表22011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业数量变化情况 69
- 图表32011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业从业人员数量变化情况 69
- 图表42011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业资产负债变化情况 70
- 图表52011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业工业总产值变化情况 71
- 图表62011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业销售收入变化情况 71
- 图表72011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业利润总额变化情况 72
- 图表82011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业销售成本变化情况 72
- 图表92011-2013年5月同期全国规模以上陶瓷制造业费用成本变化情况 73
- 图表102008-2013年全国卫生陶瓷材料产量走势图 115
- 图表112013年1-6月全国卫生陶瓷前十地区产量及增长情况 116
- 图表12近3年全国卫生陶瓷行业盈利能力对比图 117
- 图表13近3年全国卫生陶瓷行业资产负债率对比图 118
- 图表14近3年全国卫生陶瓷行业负债与所有者权益比率对比图 118
- 图表15近3年全国卫生陶瓷行业营运能力对比图 119
- 图表162008-2013年全国电淋浴器产量走势图 140
- 图表172008-2013年全国燃气热水器产量走势图 147
- 图表18近3年北京东陶有限公司产值变化情况 173

- 图表19近3年北京东陶有限公司销售值变化情况 174
- 图表20近3年北京东陶有限公司销售收入变化情况 174
- 图表21近3年北京东陶有限公司净资产比率变化情况 175
- 图表22近3年北京东陶有限公司股东权益与固定资产比率变化情况 176
- 图表23近3年北京东陶有限公司从业人员变化情况 177
- 图表24近3年北京东陶有限公司资产负债率变化情况 178
- 图表25近3年北京东陶有限公司产权比率变化情况 179
- 图表26近3年北京东陶有限公司已获利息倍数变化情况 180
- 图表27近3年北京东陶有限公司固定资产周转次数情况 181
- 图表28近3年北京东陶有限公司流动资产周转次数变化情况 182
- 图表29近3年北京东陶有限公司总资产周转次数变化情况 183
- 图表30近3年北京东陶有限公司销售净利率变化情况 184
- 图表31近3年北京东陶有限公司销售毛利率变化情况 185
- 图表32近3年北京东陶有限公司资产净利率变化情况 186
- 图表33近3年北京东陶有限公司利润变化情况 187
- 图表34近3年北京东陶有限公司应收账款变化情况 188
- 图表35近3年北京东陶有限公司流动资产变化情况 189
- 图表36近3年北京东陶有限公司固定资产变化情况 190
- 图表37近3年北京东陶有限公司负债变化情况 191
- 图表38近3年北京东陶有限公司资本保值增值率变化情况 192
- 图表39近3年北京东陶有限公司产值利税率变化情况 193
- 图表40近3年北京东陶有限公司销售成本变化情况 194
- 图表41近3年北京东陶有限公司销售费用变化情况 195
- 图表42近3年北京东陶有限公司管理费用变化情况 196
- 图表43近3年北京东陶有限公司财务费用变化情况 197
- 图表44近3年北京东陶有限公司人均销售率变化情况 198
- 图表45近3年东陶机器（北京）有限公司产值变化情况 200
- 图表46近3年东陶机器（北京）有限公司销售值变化情况 200
- 图表47近3年东陶机器（北京）有限公司销售收入变化情况 201
- 图表48近3年东陶机器（北京）有限公司净资产比率变化情况 202
- 图表49近3年东陶机器（北京）有限公司股东权益与固定资产比率变化情况 203
- 图表50近3年东陶机器（北京）有限公司从业人员变化情况 204
- 图表51近3年东陶机器（北京）有限公司资产负债率变化情况 205
- 图表52近3年东陶机器（北京）有限公司产权比率变化情况 206
- 图表53近3年东陶机器（北京）有限公司已获利息倍数变化情况 207

图表54近3年东陶机器（北京）有限公司固定资产周转次数情况 208

图表55近3年东陶机器（北京）有限公司流动资产周转次数变化情况 209

图表56近3年东陶机器（北京）有限公司总资产周转次数变化情况 210

图表57近3年东陶机器（北京）有限公司销售净利率变化情况 211

图表58近3年东陶机器（北京）有限公司销售毛利率变化情况 212

图表59近3年东陶机器（北京）有限公司资产净利率变化情况 213

图表60近3年东陶机器（北京）有限公司利润变化情况 214

图表61近3年东陶机器（北京）有限公司应收账款变化情况 215

图表62近3年东陶机器（北京）有限公司流动资产变化情况 216

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。（GYsyx）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajidian/243983243983.html>