

2020年中国卫浴市场分析报告- 市场运营现状与未来动向研究

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《2020年中国卫浴市场分析报告-市场运营现状与未来动向研究》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/484108484108.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

整体卫浴，是一种将吊顶、底盘、墙板、洁具及所有卫浴配件设施集成化的卫生间装配方案。区别于传统卫浴地面砖、天花板、洁具等分散式购买、跨工种安装的方式，整装卫浴则主要使用干法施工，工业化一次性成型的施工方式，具有洁净干爽、耐用、隔热保温、环保安全等特点。

整装卫浴相对于传统卫浴的优势

传统卫浴

整装卫浴

耐用程度

洁具一般使用寿命在5-8年，容易变黄、发霉

底盘、墙体使用的SMC材料寿命可长达20年，强度大大优于瓷砖，不会变形、开裂

安全性

材料多为水泥、瓷砖等质地坚硬的材料，人体受到碰撞容易受伤

使用富有弹性SMC材料能有效缓解撞击带来的伤害，同时与地面的防水隔层也能起到缓冲撞击的作用

防漏功能

传统工艺铺设瓷砖是容易留下缝隙，造成浴室地板、墙面渗漏和霉变

使用防水底板，坚固耐用，彻底解决人工铺设地砖带来的空鼓、渗漏问题

保温功能

传统材料保温性能和隔热性能较差，热量容易丧失

整装卫浴使用隔热保温的材料建造，有效阻止热量丧失

建造效率

卫浴配件需要独立采购组装，花费的建造时间较长

采用预制部件组装而成，4-8小时即可完成组装，大大提升了建造的效率

建造成本

普通卫浴配件采购、组装涉及十几个工种，花费的人力成本和时间成本较大

采用干法施工，只需三个阶段，可大大减少人力成本和时间成本数据来源：公开资料整理

从住宅市场与经济型酒店市场来看，2018年我国住宅整装卫浴市场空间达到11.46亿元，预计2025年将达到96.39亿元；经济型整体卫浴市场空间为29.95亿元，预计2025年将达到142.89亿元左右。

2017-2025年我国整装卫浴住宅与经济型酒店市场空间统计情况

数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

在酒店市场方面，整装卫浴主要在经济型酒店应用，渗透率从10%逐步提升，住宅市场2018年渗透率为27.5%，预计到2021年渗透率在35%左右。

2017-2021年我国整装卫浴住宅与经济型酒店渗透率走势图

数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

根据中国建筑卫生陶瓷协会数据显示，2018年我国卫生陶瓷的市场规模为317.35亿元，同比增长3.4%，近几年保持平稳的增长。

2012-2018年我国卫生陶瓷销售规模及增长情况

数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

目前，我国瓷砖行业处于产能过剩状态。2014-2016年，我国瓷砖产量保持稳定、产能略有增长，因而产能利用率降至70%以下，供需恶化。

2012- 2018年我国瓷砖产量与产能统计情况

数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

我国浴缸产量自2015年开始呈稳步上升，市场规模逐年上升。根据相关数据显示，2018年我国浴缸产量达到455.4万件，同比增长10.7%；在市场规模方面，2018年我国浴缸市场规模为66.62亿元，同比增长10.5%。

2012- 2018年我国浴缸产量与市场规模统计情况

数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

目前，国内卫浴行业为新兴行业，竞争格局分散，以中小企业为主。科逸、禧屋、惠达等企业纷纷投资建厂，扩充整体卫浴产能。其中，科逸预计2019年投放25万套整体浴室；禧屋预计2019年整体卫浴产能将达到20万套以上；海鸥住工子公司有巢氏年产能达6.5万套；惠达计划完成50万套整体卫浴产能建设。

我国整体卫浴行业龙头集体增产情况

公司

产业园

投产年份

产能

科逸

河北产业园

2019年6月

年生产能力装配式整体卫浴15万套、装配式整体厨房5万套、其它装配式内装部品5万套，满足华北区域装配式建筑内装市场的需求

苏州产业园

2008年

年生产能力可达10万套整体浴室

广水产业园

2019年年中

年产能将达10万套整体浴室

鑫铃

湖南澧县经济开发区

/

年产二十万套整体浴室

东鹏

佛山

/

目前的月生产能力为10万个陶瓷卫生洁具，3000个淋浴房，2万个水龙头，5000个浴室柜

江西

/

每月6000个陶瓷卫生洁具能力

禧屋

常熟、江阴

自2014年

每年共提供15万套SMC、彩钢和磁砖三个系列整体卫浴

江阴

2018年3月

年产能10万双面彩钢整体卫浴

常熟、江阴、郑州

2019年6月

三个工厂整体卫浴产能达20万套以上

海鸥住工

苏州、珠海

2016年

海鸥预计收购有巢氏产能3.5万套，珠海13万套产能

苏州

2018年2月

苏州有巢氏年产量6.5万套

惠达

唐山

2018年5月

计划分期投资10亿元，完成年产50万套整体卫浴产能建设；其中首期唐山基地计划投资3亿元，建成后将形成年产15万套整体下浴的产能数据来源：各公司公报

2018年，我国卫生洁具行业的TOP5科勒、东陶、箭牌、惠达、恒洁的市占率分别是20%、12%、8%、5%、3%；CR3为40%、CR7为52%。

2018年我国卫浴市场占用率情况

数据来源：中国建筑卫生陶瓷协会

随着人们消费结构的升级，我国卫浴行业将向着整体化、个性化、智能化材质多元化等方向发展。

我国卫浴行业发展趋势分析

趋势

内容

整体化、个性化成主流

现代人压力剧增，舒适成为人们选择卫浴空间最看重的地方。如今的卫浴空间不再是简单的沐浴清洁场所，它还被赋予更加深层次的内涵和多样性的功能

缤纷色彩增添浴室活力

颠覆传统正在成为卫浴设计主流，传统卫浴以单调的白色为主，随着时代发展，人们审美不断变化，色彩元素也正在深刻的影响着卫浴设计

材质多元，层次丰富

卫浴产品的独特魅力，很大一部分取决于选用的材质，精致高级的材质有着直击人心的美感。材质的多元化混搭，新材料的研发，正在更多的应用于卫浴设计中

极简、几何设计经久不衰

2019年恰逢德国包豪斯学院成立100周年，这一年人们重拾对于极简与几何等经典元素的热爱，这股以包豪斯为主的务实、简约且严谨的设计风，依然对卫浴设计有着深刻影响

智能卫浴必将到来

智能化、信息化时代，产品的生产制造发生质的变化，在卫浴的设计生产上也不可避免。世界各大卫浴品牌都在积极研发各种智能化卫浴产品，试图通过更加人性化的设计，给人们带来颠覆性的卫浴体验。智能水龙头、淋浴，智能灯控系统，蓝牙操控，这些新科技必将给追求高品质的人群带去更多可能，给人们的卫浴生活创造更多人性化的舒适享受数据来源：公开资料整理WYD

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国卫浴市场分析报告-市场运营现状与未来动向研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国卫浴行业发展概述

第一节 卫浴行业发展情况概述

- 一、卫浴行业相关定义
- 二、卫浴行业基本情况介绍
- 三、卫浴行业发展特点分析

第二节 中国卫浴行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、卫浴行业产业链条分析
- 三、中国卫浴行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国卫浴行业生命周期分析

- 一、卫浴行业生命周期理论概述
- 二、卫浴行业所属的生命周期分析

第四节 卫浴行业经济指标分析

- 一、卫浴行业的赢利性分析
- 二、卫浴行业的经济周期分析
- 三、卫浴行业附加值的提升空间分析

第五节 中国卫浴行业进入壁垒分析

- 一、卫浴行业资金壁垒分析

- 二、卫浴行业技术壁垒分析
- 三、卫浴行业人才壁垒分析
- 四、卫浴行业品牌壁垒分析
- 五、卫浴行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球卫浴行业市场发展现状分析

第一节 全球卫浴行业发展历程回顾

第二节 全球卫浴行业市场区域分布情况

第三节 亚洲卫浴行业地区市场分析

- 一、亚洲卫浴行业市场现状分析
- 二、亚洲卫浴行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲卫浴行业市场前景分析

第四节 北美卫浴行业地区市场分析

- 一、北美卫浴行业市场现状分析
- 二、北美卫浴行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美卫浴行业市场前景分析

第五节 欧盟卫浴行业地区市场分析

- 一、欧盟卫浴行业市场现状分析
- 二、欧盟卫浴行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟卫浴行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界卫浴行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球卫浴行业市场规模预测

第三章 中国卫浴产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 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、全社会消费品卫浴总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国卫浴行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国卫浴产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国卫浴行业运行情况

第一节 中国卫浴行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国卫浴行业市场规模分析

第三节 中国卫浴行业供应情况分析

第四节 中国卫浴行业需求情况分析

第五节 中国卫浴行业供需平衡分析

第六节 中国卫浴行业发展趋势分析

第五章 中国卫浴所属行业运行数据监测

第一节 中国卫浴所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国卫浴所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国卫浴所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国卫浴市场格局分析

第一节 中国卫浴行业竞争现状分析

一、中国卫浴行业竞争情况分析

二、中国卫浴行业主要品牌分析

第二节 中国卫浴行业集中度分析

一、中国卫浴行业市场集中度分析

二、中国卫浴行业企业集中度分析

第三节 中国卫浴行业存在的问题

第四节 中国卫浴行业解决问题的策略分析

第五节 中国卫浴行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国卫浴行业需求特点与动态分析

第一节 中国卫浴行业消费市场动态情况

第二节 中国卫浴行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 卫浴行业成本分析

第四节 卫浴行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国卫浴行业价格现状分析

第六节 中国卫浴行业平均价格走势预测

一、中国卫浴行业价格影响因素

二、中国卫浴行业平均价格走势预测

三、中国卫浴行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国卫浴行业区域市场现状分析

第一节 中国卫浴行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区卫浴市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区卫浴市场规模分析
- 四、华东地区卫浴市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区卫浴市场规模分析
- 四、华中地区卫浴市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区卫浴市场规模分析
- 四、华南地区卫浴市场规模预测

第九章 2017-2020年中国卫浴行业竞争情况

第一节 中国卫浴行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国卫浴行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国卫浴行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 卫浴行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国卫浴行业发展前景分析与预测

第一节 中国卫浴行业未来发展前景分析

- 一、卫浴行业国内投资环境分析
- 二、中国卫浴行业市场机会分析
- 三、中国卫浴行业投资增速预测

第二节 中国卫浴行业未来发展趋势预测

第三节 中国卫浴行业市场发展预测

- 一、中国卫浴行业市场规模预测

二、中国卫浴行业市场规模增速预测

三、中国卫浴行业产值规模预测

四、中国卫浴行业产值增速预测

五、中国卫浴行业供需情况预测

第四节 中国卫浴行业盈利走势预测

一、中国卫浴行业毛利润同比增速预测

二、中国卫浴行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国卫浴行业投资风险与营销分析

第一节 卫浴行业投资风险分析

一、卫浴行业政策风险分析

二、卫浴行业技术风险分析

三、卫浴行业竞争风险分析

四、卫浴行业其他风险分析

第二节 卫浴行业企业经营发展分析及建议

一、卫浴行业经营模式

二、卫浴行业销售模式

三、卫浴行业创新方向

第三节 卫浴行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国卫浴行业发展战略及规划建议

第一节 中国卫浴行业品牌战略分析

一、卫浴企业品牌的重要性

二、卫浴企业实施品牌战略的意义

三、卫浴企业品牌的现状分析

四、卫浴企业的品牌战略

五、卫浴品牌战略管理的策略

第二节 中国卫浴行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国卫浴行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国卫浴行业发展策略及投资建议

第一节 中国卫浴行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国卫浴行业定价策略分析

第三节 中国卫浴行业营销渠道策略

- 一、卫浴行业渠道选择策略
- 二、卫浴行业营销策略

第四节 中国卫浴行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国卫浴行业重点投资区域分析
- 二、中国卫浴行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/484108484108.html>