2019-2025年中国卫生洁具
市场前景研究与投资方向研究报告

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

《2019-2025年中国卫生洁具市场前景研究与投资方向研究报告》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/R0404/201908/26-311174.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

卫生洁具按功能分为坐便器、 淋浴、 浴室柜和配件等，主要应用于住宅商品房。 中国是全球最大的陶瓷卫浴产品市场之一， 占全球陶瓷卫浴产值的三成以上。 2007-2016 年， 中国卫生陶瓷产量从 1.03 增加到 2.08 亿件， 年均复合增长率为 8.12%； 2010-2016 年卫生陶瓷销售收入从 340 增加到了 671 亿，年均复合增长率为 12%。

卫生洁具的需求主要来源于新增住宅装修以及城镇家庭卫生洁具的更新换代，保障性住房和棚户区改造也会带来部分需求。 结合住宅商品房销量增速， 假设每套住房至少需配置坐便器、浴室柜、淋浴设备等 4 件主要卫生洁具产品， 2017、 2018年洁具需求量预计分别为 7861 万件、 8096 万件。 2015 年末，我国城镇家庭户数约为 2.49 亿户， 按照城镇家庭每户拥有卫生洁具 3-4 件，每 10 年更新换代一次，我国城镇家庭每年对卫生洁具的更新换代需求约为 8715万件。 综合来看， 2017、 2018 年对卫生洁具的新增需求预计分别为 1.66亿和 1.68 亿件。 2015-2018年我国卫生洁具需求量测算 2015-2018年我国二次装修卫生洁具需求量测算

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国卫生洁具市场前景研究与投资方向研究报告》共十七章。首先介绍了中国卫生洁具行业市场发展环境、卫生洁具整体运行态势等，接着分析了中国卫生洁具行业市场运行的现状，然后介绍了卫生洁具市场竞争格局。随后，报告对卫生洁具做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国卫生洁具行业发展趋势与投资预测。您若想对卫生洁具产业有个系统的了解或者想投资中国卫生洁具行业，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 卫浴行业环境透视
第.一章卫浴行业的基本介绍
第.一节 行业界定
一、行业定义
二、范围界定
第二节 行业在国民经济中的地位
一、行业政策定位

二、对国民经济贡献度
三、对相关行业影响程度

第二章中国卫浴行业竞争环境分析
第.一节 政策环境分析
一、行业重点政策分析
二、行业发展规划分析
三、政策发展趋势分析
第二节 经济环境分析
一、中国经济运行现状
二、中国国民收入情况
三、中国经济发展趋势
第三节 社会环境分析
二、中国工业发展水平
三、中国人口规模现状
四、居民收入消费水平
第四节 技术环境分析
一、行业技术术语解释
二、行业主要生产技术
三、行业技术发展趋势

第二部分卫浴行业发展概况
第三章世界卫浴产业竞争格局及经验借鉴
第.一节 国际卫浴产业的发展
一、世界卫浴产业发展综述
二、全球卫浴产业竞争格局
三、全球卫浴产业发展特点
第二节 主要国家地区卫浴产业发展分析
一、欧洲
二、亚洲
三、美国
四、其它国家和地区

第三节 2019-2025年世界卫浴产业竞争趋势及前景分析
一、卫浴技术发展及趋势分析
二、卫浴产业发展趋势分析
三、卫浴产业竞争趋势分析

第四章中国卫浴市场发展现状综合分析
第.一节 中国卫浴市场产品销售情况分析
一、经营现状分析
二、主要经营区域分析
第二节 行业容量分析及预测
一、市场容量现状
二、未来容量趋势预测
第三节 需求分析及预测
一、需求总量分析
二、需求结构变化分析
三、2019-2025年需求预测
第四节 市场分析及预测
一、供需平衡分析及预测
二、价格变化分析及预测
第五节 卫浴市场发展驱动因素分析
一、产品优势
二、政策扶持
三、产业化的可能性
第六节 卫浴生产集中度分析
一、卫浴产品企业集中度分析
二、卫浴产品生产地区集中度分析

第三部分卫浴行业竞争分析
第五章中国卫浴所属行业经营状况分析
第.一节 行业经营效益分析
第二节 行业盈利能力分析
第三节 行业营运能力分析

第四节 行业偿债能力分析

第六章中国卫浴所属行业分区域竞争格局分析
第.一节 广东省卫浴行业竞争分析
一、行业总体现状
二、企业竞争格局
三、产业区域发展前景
第二节 福建省卫浴行业竞争分析
一、行业总体现状
二、企业竞争格局
三、产业区域发展前景
第三节 浙江省卫浴行业竞争分析
一、行业总体现状
二、企业竞争格局
三、产业区域发展前景
第四节 江苏省卫浴行业竞争分析
一、行业总体现状
二、企业竞争格局
三、产业区域发展前景
第五节 河南省卫浴行业竞争分析
一、行业总体现状
二、企业竞争格局
三、产业区域发展前景

第七章中国卫浴市场品牌构成
第.一节 中国卫浴市场主要品牌分析
一、国外主要企业品牌分析
二、国内主要品牌分析

第八章卫浴所属行业市场竞争格局分析
第.一节 卫浴行业企业竞争整体状况
第二节 卫浴行业企业竞争特点分析

第三节 企业构成及区域分布分析
一、企业数量规模
二、企业区域分布构成分析
第四节 卫浴行业市场集中度分析
第五节 卫浴行业企业兼并重组情况分析

第九章卫浴行业竞争结构分析
第.一节 国际市场竞争格局
第二节 中国市场竞争结构
一、行业内现有企业的竞争
二、新进入者的威胁
三、替代品的威胁
四、供应商的讨价还价能力
五、购买者的讨价还价能力

第十章卫浴企业产品调查
第.一节 行业重点企业产品市场占有率
第二节 行业重点企业产品核心竞争力
第三节 企业产品策略分析
一、新产品开发策略
二、产品组合优化策略
三、产品品牌策略
四、产品包装策略

第十一章卫浴企业技术研发调查
第.一节 行业重点企业技术研发组织构架
第二节 行业重点企业新产品开发周期与人员投入
第三节 行业重点企业研发投入和主要成果
第四节 2019-2025年行业重点企业研发计划

第十二章卫浴企业生产状况调查
第.一节 行业重点企业生产能力调查

一、设施配置及基本规模
二、企业生产人员管理模式
三、企业产品质量体系
第二节 行业重点企业生产成本调查
第三节 行业重点企业生产技术评价
第四节 行业重点企业投资项目与技术改造

第十三章卫浴企业营销调查
第.一节 行业重点企业产品营销模式调查
一、直销式
二、区域总经销商式
三、区域多家经销商式
第二节 行业重点企业产品销售渠道调查
一、企业产品销售渠道架构及规模
二、各营销渠道销售份额对比
三、营销渠道建设规划
第三节 行业重点企业下游典型客户调查
一、客户分类特点
二、客户需求特点

第十四章卫浴企业综合评价
第.一节 企业综合竞争力评价
第二节 企业价值评估方法
第三节 企业存在问题分析
第四节 与企业相关的投资机会
一、合作交流机会
二、并购机会
第五节 行业企业排名

第十五章国内卫浴业标杆企业竞争力分析
第.一节 标杆企业整体对比分析
一、主营业务对比分析

二、经营状况对比分析
三、竞争优势对比分析
四、发展前景对比分析
第二节 佛山乐华陶瓷洁具有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、未来前景展望
第三节 九牧卫浴集团有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、未来前景展望
第四节 浪鲸卫浴集团有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、未来前景展望
第五节 唐山惠达陶瓷股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、未来前景展望
第六节 厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、未来前景展望
第七节 帝王洁具股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析

四、未来前景展望
第八节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司
一、企业发展概况
二、经营效益分析
三、业务经营分析
四、未来前景展望

第四部分卫浴行业投资战略分析
第十六章 2019-2025年中国卫浴企业产销模式渠道竞争力提升对策
第.一节 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、卫浴行业生产模式
第二节 行业主要销售渠道与策略
一、行业产品销售渠道存在的主要问题
二、行业产品销售渠道发展趋势与策略
第三节 卫浴行业营销模式分析及建议
一、卫浴行业营销模式
二、卫浴行业营销策略
第四节 中国卫浴市场销售品牌研究
一、区域热卖品牌
二、龙头企业动态
第五节 中国卫浴市场标杆企业销售模式分析
一、国外品牌企业
二、国内龙头企业
第六节 影响中国卫浴目标市场策略因素分析
一、行业的资源特点
二、产品及市场特点
三、竞争者策略选择
第七节 中国卫浴目标市场营销策略
一、无差别性市场营销策略
二、差别性市场营销策略
三、集中性市场营销策略

第十七章2019-2025年中国洁具行业发展趋势与前景分析
第.一节2019-2025年中国洁具行业发展前景分析
一、节能洁具前景广阔
二、洁具翻新前景展望
第二节2019-2025年中国洁具行业发展趋势分析
一、洁具产品的发展趋势
二、卫浴装修的六大流行趋势
第三节2019-2025年中国洁具行业市场预测分析
一、洁具市场产能预测
二、洁具市场需求预测2015-2018年我国卫生洁具总需求量测算
三、洁具市场价格走势预测
第四节2019-2025年中国洁具市场盈利预测分析

第十八章 2019-2025年中国卫浴行业企业营销策略建议(ZYGXH)
第.一节 卫浴产品生命周期策略
一、卫浴产品生命周期研究
二、卫浴产品生命周期营销策略
第二节 卫浴新产品定位策略
一、卫浴新产品的定义和界定
二、卫浴新产品开发策略
三、卫浴新产品定位策略
第三节 卫浴产品价格策略研究
一、卫浴产品价格机制形成及特征
二、卫浴产品定价程序研究
三、卫浴产品定价策略
第四节策略建议
一、卫浴产品策略应用要点及注意事项
二、卫浴产品策略建议(ZYGXH)

图表目录：

图表 2013-2018年中国卫浴行业对国民经济贡献度

图表 行业政策及内容介绍表
图表 行业国家标准
图表 2013-2018年国内生产总值同比增长率
图表 2013-2018年我国国内生产总值及其增长率
图表 2013-2018年工业增加值及构成月度累计同比增长率
图表 2018年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比
图表 全球卫浴市场格局——规模占比
图表 2013-2018年中国卫浴市场规模统计
图表 2019-2025年中国卫浴市场规模预测
图表 2013-2018年中国卫浴需求总量统计
图表 2019-2025年中国卫浴需求预测
图表 2013-2018年中国卫浴市场供需平衡
图表 2013-2018年中国卫浴市场价格变化
图表 2019-2025年中国卫浴市场价格预测
图表 2013-2018年中国卫浴行业盈利能力
图表 2013-2018年中国卫浴行业营运能力
图表 2013-2018年中国卫浴行业偿债能力
图表 2013-2018年我国卫浴行业企业数量规模

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R04/R0404/201908/26-311174.html