

2021-2027年中国卫浴设备 行业分析与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国卫浴设备行业分析与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202105/220318.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国卫浴设备行业分析与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了卫浴设备行业市场发展环境、卫浴设备整体运行态势等，接着分析了卫浴设备行业市场运行的现状，然后介绍了卫浴设备市场竞争格局。随后，报告对卫浴设备做了重点企业经营状况分析，最后分析了卫浴设备行业发展趋势与投资预测。您若想对卫浴设备产业有个系统的了解或者想投资卫浴设备行业，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：

第一章 2016-2019年国际卫浴设备行业发展状况分析

第一节 2016-2019年国际卫浴设备行业发展分析

一、国际卫浴设备品牌分析

二、国际卫浴流行现状分析

三、国际卫浴设备产业发展标准分析

第二节 2016-2019年国际卫浴设备行业区域所属行业市场运行分析

一、德国

二、美国

三、日本

四、意大利

第三节 2021-2027年国际卫浴设备产业发展趋势预测分析

第二章 2016-2019年国际卫浴设备优势企业发展态势分析

第一节 科勒企业分析

一、公司简介

二、在华发展动态

三、公司新产品分析

第二节 日本TOTO企业

一、公司简介

二、公司产品分析

三、公司节水策略

四、在华发展动态

第三节 美标企业

一、公司简介

二、公司战略分析

三、在华发展动态

第四节 台湾和成集团

一、公司简介

二、公司信息化发展分析

第五节 乐家公司

一、公司简介

二、公司卫浴产品

三、在华发展动态

第六节 德国DURAVIT公司

一、公司简介

二、公司卫浴产品

第七节 德国高仪集团

一、公司简介

二、公司战略分析

第八节 伊奈公司

一、公司简介

二、公司产品定位

三、在华发展动态

第九节 卡德维股份有限公司

一、公司简介

二、公司产品

三、在华发展动态

第十节 汉斯格雅

一、公司简介

二、公司产品风格

三、在华发展动态

第三章 2016-2019年中国卫浴设备行业发展环境分析

第一节 2016-2019年中国卫浴设备行业发展政策法规环境分析

一、中国制定有关组合卫浴设备的国家标准

二、产业产品进出口关税分析

三、国家相关政策分析

第二节 2016-2019年中国卫浴设备行业发展经济环境分析

一、中国GDP增长态势分析

二、中国居民家庭可支配收入

三、恩格尔系数分析

四、工业发展形势分析

第三节 2016-2019年中国卫浴设备行业发展社会环境分析

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

第四章 2016-2019年中国卫浴设备行业发展状况分析

第一节 2016-2019年中国卫浴设备行业发展现状分析

一、国际金融对中国卫浴企业影响分析

二、中国卫浴行业发展状况分析

三、卫浴新政对行业影响分析

第二节 2016-2019年中国卫浴设备行业设计发展状况分析

一、中国卫浴行业设计发展现状

二、中国卫浴行业智能化发展分析

三、中国整体卫浴设计现状分析

四、中国卫浴企业发展软实力分析

第三节 2016-2019年中国卫浴设备行业挑战及机遇分析

一、中国卫浴行业发展机遇分析

二、中国卫浴行业配件发展挑战分析

三、中国卫浴设备行业发展挑战分析

四、中国卫浴产业融合机遇分析

第五章 2016-2019年中国卫浴设备市场营运格局分析

第一节 2016-2019年中国卫浴设备行业发展状况分析

- 一、中国卫浴设备品分析
- 二、中国卫浴设备国际地位分析
- 三、国内卫浴设备行业动态分析

第二节 2016-2019年中国卫浴设备行业发展存在的问题分析

- 一、各档定位参差不齐
- 二、产品扩展漫无边际
- 三、洁具各类认证泛滥
- 四、国内卫浴产品贸易壁垒
- 五、卫浴配套产品质量亟待提升

第三节 2016-2019年中国卫浴设备产业发展对策分析

第六章 2016-2019年中国卫浴设备市场运行态势分析

第一节 2016-2019年中国卫浴设备市场发展状况分析

- 一、陶瓷卫浴产品流行发展
- 二、卫浴设备多元化发展分析
- 三、卫浴行业发展关键大事件回顾

第二节 2016-2019年中国卫浴设备消费市场分析

- 一、卫浴消费向奢侈化挺进
- 二、卫浴设备消费观念改变
- 三、卫浴洁具消费两极分化
- 四、贷款消费新趋势分析

第三节 2016-2019年中国卫浴设备市场所属行业进出口状况分析

- 一、中国陶瓷出口前景分析
- 二、中国陶瓷卫浴业“出口创汇”的误区分析
- 三、中国进口淋浴柱占据高档市场

第七章 2016-2019年中国卫浴设备产品市场发展状况分析

第一节 2016-2019年中国水龙头市场发展状况分析

- 一、五金水龙头高端市场现状

二、北京水龙头市场分析

三、古典双把水龙头的流行

四、电热水龙头未来市场分析

五、中国水龙头发展趋势

第二节 2016-2019年中国热水器市场发展形势分析

一、中国太阳能热水器OEM现状分析

二、未来热水器发展方向

第三节 2016-2019年中国整体卫浴市场分析

一、中国整体卫浴市场现状分析

二、整体卫浴产品设计分析

三、中国整体卫浴中国风潮流分析

四、中国整体卫浴市场前景分析

第四节 2016-2019年中国淋浴房市场发展分析

一、多功能淋浴房销售火爆

二、淋浴房发展主流分析

三、淋浴房3C认证分析

四、电脑淋浴房市场分析

五、淋浴房安全隐患分析

六、影响淋浴房市场价格因素分析

第五节 2016-2019年中国马桶市场状况分析

一、节水马桶的基本分类

二、节水马桶市场发展状况

三、马桶市场发展状况分析

四、智能马桶引发新一轮革命

五、艺术马桶家居风潮袭来

六、螺旋式龙头坐便器面临淘汰

第六节 2016-2019年中国卫浴设备其他产品市场分析

一、绿色洁具木浴桶市场现状

二、天然木质浴桶成市场新宠

三、实木柜洗手盆市场发展预测

四、五金卫浴配件市场发展趋势分析

五、卫生间配件的现状 & 趋势

六、浴霸行业期待“统一标准”

第八章 2016-2019年中国卫浴设备市场竞争状况分析

第一节 2016-2019年中国卫浴设备行业竞争现状分析

- 一、中国卫浴市场竞争状况
- 二、中国卫浴市场两极分化状况
- 三、中国节水卫浴市场竞争状况分析
- 四、中国卫浴高端市场竞争分析
- 五、中国卫浴行业“马太效应”分析

第二节 2016-2019年中国卫浴设备行业竞争焦点

- 一、关于时尚安全的竞争
- 二、卫浴企业打响“节水战”
- 三、瓷砖卫浴联手争夺市场

第三节 2016-2019年中国外资卫浴品牌市场入侵分析

- 一、洋品牌迫使国内卫浴市场升级
- 二、德国乐伊卫浴登陆临沂分析
- 三、日本伊奈军北京卫浴市场

第四节 2016-2019年中外卫浴设备市场竞争分析

- 一、国货产品与洋品牌之间的较量
- 二、中国卫浴品牌的差距分析
- 三、中国陶瓷品牌进军国际市场

第五节 2016-2019年中国卫浴行业竞争主要方式分析

- 一、争夺顾客回头率方式
- 二、以文化素质方式竞争

第九章 2016-2019年中国卫浴设备行业主要区域市场竞争比较分析

第一节 北京卫浴市场

- 一、星级酒店青睐洋品牌
- 二、宾馆改造认准国内知名品牌
- 三、北京卫浴企业发展

第二节 上海卫浴市场

- 一、关注程度增加

二、消费理念成熟

三、品牌成为消费的主导因素

四、专业服务的需求分析

第三节 广州卫浴市场

一、消费特点

二、消费市场现状

三、品牌空间

四、市场前景

第四节 深圳卫浴市场

一、消费情趣

二、消费模式

三、品牌与服务

第十章 2016-2019年中国卫浴设备优势企业财务状况及竞争力分析

第一节 深圳成霖实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 佛山市和兴卫浴有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 阿波罗（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 吉事多卫浴有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 开平吉星卫浴实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 开平迪丽奇卫浴实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 泉州市申利卡阀门洁具有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 厦门瑞尔特卫浴工业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九节 山东豪丽尔洁具有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 浙江雅鼎卫浴洁具有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 2016-2019年中国卫生陶瓷产业运行现状解析

第一节 2016-2019年中国卫生陶瓷产业概况解读

- 一、国内卫生陶瓷工业的发展回顾
- 二、中国卫生陶瓷产业的发展概况

第二节 2016-2019年中国卫生陶瓷市场分析

- 一、国际顶级卫生陶瓷品牌抢占国内市场
- 二、国际主要卫陶品牌在中国市场的发展
- 三、中国卫生陶瓷市场回顾

第三节 2016-2019年中国卫生陶瓷发展的问题与对策分析

- 一、中国卫生陶瓷业面临的主要问题
- 二、卫生陶瓷发展的对策

三、中国卫生陶瓷行业发展建议

四、中国卫生陶瓷业的反倾销对策

五、加快卫生陶瓷研发速度的措施

第四节 2016-2019年中国卫生陶瓷制品制造行业主要数据监测分析

一、2016-2019年中国卫生陶瓷制品制造行业规模分析

二、2019年中国卫生陶瓷制品制造行业结构分析

三、2016-2019年中国卫生陶瓷制品制造行业产值分析

四、2016-2019年中国卫生陶瓷制品制造行业成本费用分析

五、2016-2019年中国卫生陶瓷制品制造行业盈利能力分析

第十二章 2021-2027年中国卫浴设备发展趋势预测分析

第一节 2021-2027年中国卫浴设备流行趋势分析

一、科技卫浴成趋势

二、节水卫浴的发展

三、小户型卫浴畅销

四、环保卫浴的趋势

第二节 2021-2027年中国卫浴设备未来发展走向分析

一、木产品将会大有作为

二、享受与功能合二为一

三、工业复古风的流行

四、透明卫浴颠覆传统

第三节 2021-2027年中国卫浴设备设计趋势分析

一、卫浴空间设计新动向

二、现代卫浴间设计流行

三、卫浴间的设计风格选择

第四节 2021-2027年中国卫浴设备行业市场预测分析

一、卫浴设备需求预测

二、卫浴设备产品供给预测

三、卫浴设备市场盈利预测分析

第十三章 2016-2019年中国卫浴设备行业投资机会与风险分析

第一节 2021-2027年中国卫浴设备行业投资环境分析

第二节 2021-2027年中国卫浴设备行业投资机会分析

- 一、投资装饰木材方面
- 二、投资外墙材料方面
- 三、投资门窗材料方面
- 四、投资管道材料方面
- 五、投资填缝材料方面
- 六、投资卫浴五金配件

第三节 2021-2027年中国卫浴设备行业投资风险预警分析

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术风险
- 五、经营管理风险

第四节 建议

第十四章 2021-2027年中国卫浴设备发展策略分析

第一节 2021-2027年中国卫浴设备市场营销新策略分析

- 一、实践“体验式营销”
- 二、品牌概念店成为新模式
- 三、卫浴品牌特许经营模式
- 四、中小卫浴企业发展之道

第二节 2021-2027年中国卫浴品牌塑造优化策略分析

- 一、卫浴品牌塑造存在的问题
- 二、卫浴品牌塑造优化建议
- 三、品牌传播在市场中的执行

第三节 2021-2027年中国中小卫浴企业营销战略模式

- 一、“缝隙营销”战略
- 二、“卫星营销”战略
- 三、“寄生营销”战略
- 四、“虚拟营销”战略
- 五、“共生营销”战略

第四节 2021-2027年中国现代洁具企业的竞争策略分析

- 一、管理竞争策略
- 二、服务竞争策略
- 三、工艺的竞争策略
- 四、经营的理念竞争策略
- 五、卫浴业品牌推广策略

部分图表目录：

- 图表：2016-2019年中国GDP总量及增长趋势图
- 图表：2019年中国三产业增加值结构图
- 图表：2016-2019年中国CPI、PPI月度走势图
- 图表：2016-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
- 图表：2016-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
- 图表：2016-2019年中国城乡居民恩格尔系数对比表
- 图表：2016-2019年中国城乡居民恩格尔系数走势图
- 图表：2016-2019年中国工业增加值增长趋势图
- 图表：2016-2019年我国工业增加值分季度增速
- 图表：2016-2019年我国全社会固定资产投资额走势图
- 图表：2016-2019年我国城乡固定资产投资额对比图
- 图表：2016-2019年我国财政收入支出走势图
- 图表：2019年-2019年人民币兑美元汇率中间价
- 图表：2019年人民币汇率中间价对照表
- 图表：2016-2019年中国货币供应量统计表 单位：亿元
- 图表：2016-2019年中国货币供应量月度增速走势图
- 图表：2016-2019年中国外汇储备走势图
- 图表：2016-2019年中国外汇储备及增速变化图
- 图表：2019年10月20日中国人民银行利率调整表
- 图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
- 图表：2016-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图
- 图表：2016-2019年我国货物进出口总额走势图
- 图表：2016-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图
- 图表：2016-2019年中国就业人数走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202105/220318.html>