

# 2015-2020年中国卫浴设备 市场研究与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2015-2020年中国卫浴设备市场研究与投资前景报告》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.abaogao.com/b/jiancai/998477ZFJ3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

### 报告目录

#### 第一章 2013-2014年国际卫浴设备行业发展状况分析

##### 第一节 2013-2014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 2013-2014年国际卫浴设备行业区域市场运行分析

- 一、德国
- 二、美国
- 三、日本
- 四、意大利

##### 第三节 2015-2020年国际卫浴设备产业发展趋势预测分析

#### 第二章 2013-2014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 2013-2014年中国卫浴设备行业发展环境分析

### 第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国卫浴设备行业发展状况分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国卫浴设备市场营运格局分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国卫浴设备产业发展对策分析

## 第六章 2013-2014年中国卫浴设备市场运行态势分析

### 第一节 2013-2014年中国卫浴设备市场发展状况分析

- 一、2012陶瓷卫浴产品流行发展
- 二、卫浴设备多元化发展分析
- 三、2012年度卫浴行业发展关键大事件回顾

### 第二节 2013-2014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 2013-2014年中国卫浴设备市场进出口状况分析

- 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 2013-2014年中国卫浴设备产品市场发展状况分析

### 第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国卫浴设备市场竞争状况分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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、奥运推动北京卫浴企业发展

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、专业服务的需求不断上升

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、市场前瞻

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 2013-2014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

第十一节 略&hellip;&hellip;

第十一章 2013-2014年中国卫生陶瓷产业运行现状解析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2006-2013年中国卫生陶瓷制品制造行业主要数据监测分析

- 一、2006-2013年中国卫生陶瓷制品制造行业规模分析
- 二、2013年中国卫生陶瓷制品制造行业结构分析
- 三、2006-2013年中国卫生陶瓷制品制造行业产值分析
- 四、2006-2013年中国卫生陶瓷制品制造行业成本费用分析
- 五、2006-2013年中国卫生陶瓷制品制造行业盈利能力分析

## 第十二章 2015-2020年中国卫浴设备发展趋势预测分析

### 第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2012-2013-2014年中国卫浴设备行业投资机会与风险分析

### 第一节 2015-2020年中国卫浴设备行业投资环境分析

### 第二节 2015-2020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 2015-2020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

## 第十四章 2015-2020年中国卫浴设备发展策略分析

### 第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiancai/998477ZFJ3.html>