

2008-2009年中国卫浴设备行业市场分析研究报告

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《2008-2009年中国卫浴设备行业市场分析研究报告》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/xiantiyongpin/11511151.html>

报告价格：电子版: 7300元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8300

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

简介

经过近年来的迅速发展，中国已经成为了世界上最大的卫浴设备生产国和消费国，中国卫浴洁具占世界总量的30%，卫浴配件也几乎占了世界总量的35%左右。中国出口欧洲、美国、日本、韩国、中东等地的产品每年以50%的速度增长。当前，国内的卫浴产业主要集中在东南沿海发达地区，广东开平、浙江温州、福建南安是目前国内三大卫浴产业集群地。

从2007年的情况看，卫浴行业发展的外部环境也发生了根本改变。除了辐射标准、出水量的控制外，还有取消出口退税、房地产销量下降、销售的压力急剧加大等因素，国家对耗能等方面的硬性限制，对行业发展而言更是雪上加霜。国家的这些政策对行业内20位以外的企业压力更大。另外由于原材料价格的不断上涨等原因，导致全国各地的卫浴产品的价格战再次掀起。

当前国内卫浴行业的发展存在着一个最大的“软肋”，那就是缺少品牌，国内卫浴企业要在愈演愈烈的竞争国际化的市场中分享一杯羹，需要好好地设计，提高企业决策、技术创新、合作意识到设计、质量、服务、品牌等运作能力。作为国内高端消费的五星级宾馆对卫浴消费为什么会选择国外品牌卫浴产品，而舍去国内物美价廉的卫浴品牌产品？这是一个国内卫浴业不得不深思和面对的残酷现实。国内企业粗放式经营、设计粗糙、质量监控不严密、企业行业不规范，导致大批量生产的卫浴产品质量不稳定，服务滞后等都是铁铮铮的事实。

近年来，竞争激烈的卫浴行业，迎来了越来越多的国际对手。为了争抢中国市场这块巨大蛋糕，国际建材巨头纷纷在中国投资建厂，国内企业也将销售重点由国际市场转向国内。世界十大卫浴品牌已有8家在中国设厂或贴牌。从专卖店、到旗舰店、到体验馆，究竟是企业营销的概念炒作还是行业发展的升级和创新？布置越来越精美的体验馆，是否将成为未来陶瓷行业的渠道主流？

本研究报告根据中国房地产行业总体和主要地区发展情况，预测了未来卫浴行业市场的需求规模，并对卫浴设备领先企业进行了重点、细致的。报告还对热水器、浴霸等卫浴电器市场现状、竞争格局以及未来发展趋势进行了论述，是卫浴设备市场相关生产企业、经营企业、研究机构等单位准确了解目前中国卫浴市场发展动态、把握卫浴市场发展方向、制定市场策略的重要决策参考依据。

目录

第一章 中国卫浴行业市场发展现状

第一节 卫浴产品市场定义

第二节 卫浴行业特点

第三节 卫浴产品市场现状

一、国际市场卫浴行业现状

- 二、我国卫浴行业现状及发展
- 三、我国高档卫浴市场现状
- 四、最近几年智能化卫浴产品
- 五、中国卫浴行业与国际卫浴行业间的差距

第四节 整体卫浴市场状况

- 一、整体卫浴的定义与相关
- 二、我国整体卫浴市场现状与前景

第五节 相关产业市场现状

- 一、世界卫陶市场状况
- 二、中国建筑卫生陶瓷业发展概况
- 三、陶瓷卫陶市场及行业特征
- 四、卫生陶瓷业的国际比较研究

第二章 中国卫生陶瓷进出口情况

第一节 世界市场

- 一、世界建筑陶瓷产品生产贸易和市场
- 二、欧洲卫生陶瓷发展趋势
- 三、美国卫生陶瓷市场发展趋势

第二节 我国卫生陶瓷出口情况

- 一、卫生陶瓷出口现状及
- 二、2006-2007年出口情况
- 三、主要出口地区分布情况
- 四、我国卫生陶瓷产品出口存在的问题

第三节 卫生陶瓷进口情况

第三章 中国卫浴设备市场需求状况

第一节 重点城市卫生间状况调查

第二节 卫生陶瓷市场需求

- 一、需求
- 二、卫生陶瓷需求量的预测
- 三、从装修住宅市场方面卫生陶瓷市场的规模

第三节 热水器市场需求

- 一、我国热水器市场特征
- 二、热水器保有现状
- 三、热水器需求消费现状

四、热水器需求预测

五、影响热水器发展相关因素

第四章 中国热水器市场现状

第一节 行业发展概况

一、中国热水器行业现状

二、技术进步情况

三、品牌和服务发展情况

第二节 热水器市场供给结构

一、燃气热水器

二、电热水器

三、太阳能热水器

第五章 中国浴霸市场现状

第一节 浴霸的定义及其分类

一、浴霸的功能

二、浴霸的分类

三、浴霸同取暖片的优势

第二节 浴室取暖的发展阶段

第三节 浴霸市场现状

一、市场供给情况

二、市场需求量

第六章 中国卫浴设备相关产业

第一节 陶瓷行业

一、陶瓷行业市场

二、陶瓷行业的发展动力

三、2006-2007年陶瓷制品制造收入企业排名

四、2006-2007年陶瓷制品制造经济运行状况

第二节 房地产行业

一、2007年我国房地产开发投资完成情况

二、2007年房地产市场景气周期与价格走势

三、2007年各地区房地产投资开发情况

第三节 建材行业

一、建材行业增速加快

二、2007年重点建材工业企业经营状况

第四节 能源工业

- 一、煤炭
- 二、天然气
- 三、电力
- 四、2006-2007年能源工业生产总量
- 五、我国未来的能源策略

第七章 中国卫浴行业市场竞争格局

第一节 卫浴市场竞争现状

- 一、我国卫浴企业市场竞争现状总体
- 二、国内卫浴洁具企业市场竞争状况
- 三、卫浴行业发展机遇
- 四、相关市场---房地产市场及卫生陶瓷需求规模

第二节 市场竞争力

- 一、目标消费市场
- 二、从家装行业的现状看卫浴市场的消费观念
- 三、我国卫浴市场需求规模

第八章 中国重点地区卫浴市场特点

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

第九章 优势企业运营情况

第一节 重庆四维控股(集团)股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司文化

三、公司营业情况

四、公司财务数据

五、公司市场策略

第二节 广东东鹏陶瓷集团

一、公司简介

二、公司发展历程

三、公司理念

第三节 唐山惠达陶瓷

一、公司概况

二、公司品牌之路

第四节 佛山鹰牌卫生洁具

一、公司概况

二、公司文化

三、公司市场策略

四、公司品牌攻略

第五节 广东阿波罗洁具有限公司

一、公司概况

二、公司优势

第十章 2008-2010年中国卫浴行业发展趋势与投资对策

第一节 WTO对我国卫生陶瓷企业的影响

一、加入WTO后我国陶瓷企业面临的国际市场研究

二、利弊

第二节 卫浴行业未来市场预测

一、卫浴行业的未来：并购为王

二、节水卫浴产品是未来市场的消费热点

三、卫浴产品材料市场发展趋势预测

四、2008-2010年世界卫浴发展趋势

第三节 卫浴行业市场策略推荐

- 一、陶瓷行业的竞争优势
- 二、影响竞争优势的因素
- 三、争取竞争优势的方式
- 四、我国卫浴行业的竞争策略

图表目录：

- 图表1：2007年我国卫生陶瓷发展情况
- 图表2：2007年度中国卫生陶瓷产量十强
- 图表3：中国陶瓷行业名牌产品名单
- 图表4：2004-2007年卫生陶瓷产量全国合计
- 图表5：2005-2007年陶瓷制品制造各项经济指标全国合计
- 图表6：2005-2007年陶瓷制品制造各项经济指标全国合计续表
- 图表7：建筑卫生陶瓷产量及增长率
- 图表8：90年代以来进出口情况
- 图表9：我国建筑卫生陶瓷出口量占国内产量的比例
- 图表10：2007年世界建材消费量与中国建材消费量的比较
- 图表11：各类企业数占建筑卫生陶瓷企业总数的比重
- 图表12：中国规模以上建筑卫生陶瓷企业利润总额
- 图表13：世界建筑陶瓷生产消费和出口贸易地区分布
- 图表14：近年世界建筑陶瓷主要出口源
- 图表15：2007年我国卫生陶瓷产品进出口情况
- 图表16：2001-2007年建筑陶瓷出口统计
- 图表17：我国出口卫生陶瓷的主要流向
- 图表18：卫生陶瓷主要出口地区分布图
- 图表19：2006-2007年全国分地区卫生陶瓷产量
- 图表20：2007年1-11月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 图表21：2006-2007年全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 图表22：2006年四维控股主营收入季度分布图
- 图表23：2007年四维控股利润总额构成
- 图表24：2007年四维控股经营
- 图表25：2006-2007年重庆四维控股(集团)股份有限公司每股指标表
- 图表26：2006-2007年重庆四维控股(集团)股份有限公司获利能力表
- 图表27：2006-2007年重庆四维控股(集团)股份有限公司经营能力表
- 图表28：2006-2007年重庆四维控股(集团)股份有限公司偿债能力表
- 图表29：2006-2007年重庆四维控股(集团)股份有限公司资本结构表

图表30：2006-2007年重庆四维控股(集团)股份有限公司发展能力表

图表31：广东东鹏陶瓷股份有限公司经营理念

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/11511151.html>