

中国卫浴五金行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告

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《中国卫浴五金行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告》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/jiajujiancai/9421394213.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

2009年下半年，卫浴五金行业开始逐渐回暖，甲流的爆发以及水价的上涨等因素都催热了节水卫浴五金的市场。在欣喜的同时，我们也能显而易见的看到中国五金卫浴行业，真正拥有自己的原创产品的品牌，并能得到消费者认可的产品却并没有几个。近年来，我国五金行业每年以20%的速度增长，年总产值达4000亿元，高于家电行业。整个轻工业的出口额约占全国出口总额的25%，五金行业的出口额位列前三。国内五金行业的企业无论在规模、管理、效益，还是产品品种、质量、档次、生产设备、技术手段等方面都缩短了与五金强国之间的差距，甚至有些方面超过了国际水平，不难看出中国正在成长为名副其实的五金产业大国。五金行业的一些企业开始在一些大众化的媒体中宣传自己。开始重视品牌，包括在媒体宣传上、自身包装上、产品的展示上都开始注重起来，这将成为五金行业发展的一个趋势。长期以来，我国高端卫浴市场一直是由美系、日系品牌平分天下。然而自卫浴五金行业实施新国标后，这种格局正在悄然改变。欧系品牌的异军突起，引起业界广泛关注。近年来，随着人们对产品环保、时尚、安全等方面要求的提高以及普通家庭中“一户多卫”等情况的出现，我国卫浴产品市场迎来了快速增长。2005年中国卫浴终端市场的销售大约为100亿元，2008年卫浴市场的销售总量达到172亿元。近几年中国卫浴设施的需求量将达4400万件，而美国只有3500万件，也就是说，中国将超过美国，成为全球最大的卫浴产品消费市场。

正是看中我国卫浴市场的这种增长潜力，海外品牌纷纷加大了在华营销和推广的力度。高端卫浴产品的利润远高过低端产品，因而成为海外品牌争夺的主战场，它们利用强大的资金实力和较高的品牌知名度，几乎横扫了中国高端卫浴市场，并采取多种措施抢占中档产品市场份额。其中，以科勒为代表的美系品牌和以TOTO为代表的日系品牌进军中国市场较早，因而抢得了先机，这些品牌不仅把产品运到中国市场销售，还在中国投资建厂，实现生产销售的本地化，以降低国内产品低生产成本对其造成的威胁。以德国乐伊为代表的欧系品牌，则是近年正在崛起的技术领先新秀。乐伊位于北京的研发和生产中心，总投资1.32亿美元，

生产设备全部来自德国，其采取的高压注浆成型技术为业内领先水平。在中国市场耕耘10年之后，乐伊在生产设备、资金、品牌、产品设计等方面优势逐步体现，尤其在改变欧系产品传统冲落方式的技术上取得突破性的成功，因而开始实施对美系、日系高端品牌市场的抢占。一时间，我国高端卫浴市场风云突变，美系、日系和欧系品牌各出代表，“三雄争霸”的格局初步形成。中国市场是世界上其他任何市场所不能比拟的，对于卫浴高端产品，中国市场需求量大约是其其他市场的10倍。在这种巨大的诱惑下，可以预见，洋品牌在中国高端市场的争夺将愈演愈烈。

中国报告网发布的《中国卫浴五金行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告》共十二章。首先介绍了中国卫浴五金行业相关概述，接着分析了中国卫浴五金行业全球市场发展状况，然后对中国卫浴五金行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国卫浴五金行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国卫浴五金行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，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。

第一章 卫浴五金行业相关概述

第一节 卫浴五金的概念

一、卫浴五金的定义

二、卫浴五金件分类

三、卫浴五金的结构

第二节 卫浴五金挂件主要材质比较

一、不锈钢的优缺点

二、铜镀铬的优缺点

三、铝合金的优缺点

第三节 卫浴五金市场特征分析

一、卫浴五金市场特征

二、卫浴五金市场规模

三、卫浴五金产业关联度

四、卫浴五金产业链成熟度

五、影响行业的关键因素

第二章 “十一五”期间卫浴五金行业全球发展状况分析

第一节 “十一五”期间卫浴五金行业全球发展情况概述

一、全球五金零售市场发展状况分析

二、国外品牌中国市场竞争情况分析

三、中国高端卫浴市场成洋品牌天下

四、中国将成最大卫浴产品消费市场

第二节 “十一五”期间卫浴五金行业重点地区发展状况分析

一、北美洲

二、欧洲

三、亚洲

四、其他地区

第三节 “十一五”期间卫浴五金行业全球发展趋势预测

第三章 “十一五”期间中国卫浴五金行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国卫浴五金行业政策环境分析

一、卫浴五金行业监管体制分析

二、卫浴五金行业相关政策分析

第四章 “十一五”期间我国卫浴五金行业发展现状分析

第一节 2010年中国卫浴五金行业运行概述

一、卫浴五金行业发展状况分析

二、卫浴配件市场变化情况

三、从龙头企业看卫浴五金业市场现状

四、卫浴五金企业着眼卫浴品牌的发展

第二节 2010年中国卫浴五金市场供需状况

一、中国卫浴五金市场需求分析

二、卫浴五金原料价格分析

三、水价上涨与节水五金水龙头

第三节 2010年中国卫浴五金市场分析

一、高端五金卫浴市场情况分析

二、厦门卫浴配件行业发展分析

三、中国卫浴五金市场发展分析

四、卫浴五金市场销售渠道分析

五、卫浴市场与五金产业整合策略分析

第五章 卫浴五金行业“十一五”规划发展总结

第一节 卫浴五金行业“十一五”规划指导思想及纲要

第二节 卫浴五金行业“十一五”规划主要成绩

第三节 卫浴五金行业“十一五”规划主要劣势

第四节 卫浴五金行业“十一五”主要区域市场发展概况

第六章 卫浴五金行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节 2008-2010年中国卫浴五金行业总体数据分析

一、2008年中国卫浴五金行业全部企业数据分析

二、2009年中国卫浴五金行业全部企业数据分析

三、2010年中国卫浴五金行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国卫浴五金行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国卫浴五金行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国卫浴五金行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国卫浴五金行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国卫浴五金行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国卫浴五金行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国卫浴五金行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国卫浴五金行业不同所有制企业数据分析

第七章 集团企业制定“十二五”规划指导

第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

一、“十一五”战略规划回顾和效果评估

二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路

三、“十二五”规划编制的基本出发点

四、“十二五”规划编制的流程

五、“十二五”规划编制的基础和方法

六、“十二五”规划编制的成果体现

七、“十二五”规划编制的内容

第二节 制订战略规划后的战略管理

一、战略规划的质询、批准与公布

二、战略规划的执行

三、战略执行效果的评估

四、战略检讨与调整

第八章 卫浴五金行业“十二五”区域竞争格局研究

第一节 “十二五”卫浴五金行业区域格局变化预测

第二节 卫浴五金行业重点区域市场研究

一、重点区域市场发展现状

二、重点区域市场未来演变趋势

第三节 卫浴五金行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

一、行业兼并重组趋势

二、主要企业及地区兼并重组动向预测

第九章 卫浴五金行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 帝朗（中国驰名商标）

一、企业概况

二、帝朗中国营销中心

三、2009年“帝朗嘉年华”促销活动

第二节 雅鼎（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009年发展状况

三、2010年发展规划

第三节 银晶(中国驰名商标)

一、企业概况

二、发展状况

三、设计趋势

第四节 华亿达（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009年发展形势

三、2010年发展形势

第五节 天朗（一线品牌）

一、企业概况

二、主营业务

第六节 梵帝欧（中国驰名商标）

一、企业概况

二、发展状况

第七节 鼎光（中国驰名商标）

一、企业概况

二、市场开发

三、未来目标

第八节 法贝（中国驰名商标）

一、企业概况

二、设计特色

第九节 居逸（中国驰名商标）

一、企业概况

二、发展状况

第十节 雅之杰（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009年发展状况

第十一节 海鸥卫浴

一、企业概况

二、2008-2009年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第十二节 成霖股份

一、企业概况

二、2008-2009年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第十章 卫浴五金行业“十二五”发展预测分析

第一节 卫浴五金行业“十二五”供需格局预测

一、卫浴五金行业“十二五”供给形式预测分析

1、主要供给指标预测

2、影响供给重大因素

二、卫浴五金行业“十二五”需求形式预测分析

1、主要需求指标预测

2、影响需求重大因素

3、需求格局构成研究

第二节 卫浴五金行业“十二五”进出口形势预测

一、进口形式预测

二、出口形式预测

三、进出口影响因素分析

第三节 卫浴五金行业“十二五”价格走势预测

一、主要价格指标预测

二、影响价格变化主要因素分析

第十一章 未来卫浴五金行业发展预测

第一节 2010年卫浴五金行业发展预测

一、技术发展趋势预测

二、品牌化进程将加快

三、资源整合趋势预测

四、产品将更加专业化

五、终端营销趋势预测

六、服务更加注重细节

第二节 2010-2012年卫浴五金行业趋势预测

一、紧跟时尚潮流

二、迎合现代生活

三、追捧简约主义

四、倡导节约环保

五、强调舒适功能

六、突破传统模式

第三节 2010年水龙头行业发展趋势预测

一、2009年感应水龙头发展趋势

二、2009年节水水龙头发展趋势

三、2009年新颖水龙头发展趋势

四、2010年“健康”理念依然唱主调

五、2010年“简约”风格将更受欢迎

六、2010年“智能”化引领时代主流

七、2010年“整体”概念将继续风行

第十二章 卫浴五金行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 卫浴五金行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 卫浴五金行业“十二五”发展趋势分析

一、技术发展预测研究

二、市场发展预测研究

第三节 卫浴五金行业“十二五”投资重点分析

第四节 卫浴五金行业“十二五”投资机会分析

第五节 卫浴五金行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年上半年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：.....

更多图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiajujiancai/9421394213.html>