

2007年中国卫浴设备行业研究咨询报告

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《2007年中国卫浴设备行业研究咨询报告》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/fangwuzhuangshi/2790427904.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

内容简介2007年是国家“十一五”规划的第二个年头，同时也是北京2008奥运会准备工作的最后一年，对于卫浴行业来说，格局的不明朗以及营销理念的变化，使得企业间的竞争更加激烈，2007年是机遇与挑战并存的一年，卫浴企业能否打一个漂亮的翻身仗全靠这一年的耕耘。目前中国卫浴业还没有真正形成行业巨头，在群雄并起逐鹿中原的局面下，要想成为其中的王者，必须拥有远大的目光，并敢于同国外巨头展开正面交锋。箭牌、安华、东鹏等一批本土品牌卫浴企业的崛起，在打破国外卫浴品牌神话的同时，也逐渐在品质、诚信、服务、品牌等方面树立了全新的行业标杆。相比其它消费领域来说，处于发展上升期的卫浴行业，依然存在着众多不和谐消费现象，严重损害了消费者的利益。卫浴消费中众多的不和谐因素，是有其历史原因的，卫浴行业作为朝阳产业，本土企业短短十多年的发展，必然存在很多不完善的地方，导致不和谐消费现象的出现，同时，洋卫浴品牌的各种缺陷，也是导致卫浴消费不和谐现象的重要原因。我国卫浴行业经过近20年的快速发展，产业链也日益完善，但是设计滞后、产品同质化、行业缺乏合作、管理粗放、文化导入随意性大等软硬件的建设存在差距，使国内卫浴品牌建设落后而受制于人。国际市场尤其是欧美市场的消费者片面地认为，低价低质，中国卫浴产品难登大雅之堂，对中国卫浴产品设置了这样那样的贸易壁垒，甚至以反倾销阻止中国产品进入他们所谓的“消费市场”。2006年，种种因素加剧了卫浴行业的竞争，但是随着上游生产厂家的进一步整合，许多厂家在产品创新领域异常活跃，无论是按摩房、淋浴房、马赛克还是水龙头、淋浴喷头等洁具都纷纷使出看家本领，外形、花色，各种概念产品、艺术化产品让人目不暇接。2007年国内卫浴企业想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，从企业决策、技术创新、合作意识到设计、质量、服务、品牌等企业运作能力方面加以提高。卫浴产品从外观、流线、色彩、功能配置、内控质量标准方面加以改善。2007年国际大品牌会把卫浴品质方面做得更好，从品质层面的竞争，逐渐发展到概念层面的竞争。另一方面卫浴产品整个创新更多会建立以人为本。在渠道竞争方面，卖场将会是越来越有特色，通过卖场真正吸引消费者。2007年主要就是产品的质量，服务和产品定位方面的竞争。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？这不得不引起国内企业的深思，相对国外企业，我们有那些不足？应该怎样做才能弥补这些不足，提高竞争力呢？中国卫浴企业还任重而道远。本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国建筑卫生陶瓷工业协会、中国家电工业协会、中国建材报、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及各省市统计局和研究机构公布的大量数据，对中国卫生陶瓷市场的发展状况、地区分布、进出口状况、进行了详细研究。根据中国房地产行业总体和主要地区发展情况，预测了未来卫生陶瓷市场的需求规模，并对卫浴设备领先企业进行了重点、细致的分析。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分析论述，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CONTENTS第一部分 行业发展概况第一章 卫浴市场概况 1第一节 卫浴市场定义及分类
1一、卫浴市场的定义 1二、卫浴市场的分类 1第二节 卫浴行业特点
2一、卫浴行业开始成熟 2二、卫浴产品多样化 3三、卫浴行业竞争焦点不断变化 4第二章
卫浴相关产业分析 5第一节 陶瓷行业 5一、陶瓷行业市场分析
5二、陶瓷行业技术服务的变革 6三、陶瓷行业的发展动力
9四、2006-2007年陶瓷制品制造收入企业排名
9五、2006-2007年陶瓷制品制造经济运行状况分析 14第二节 房地产行业
46一、我国房地产融资渠道多元化 46二、房地产商逐鹿资本市场
47三、2007年我国房地产开发投资完成情况分析
50四、2007年房地产市场景气周期与价格走势的经济学分析
50五、2007年一季度各地区房地产投资开发情况 55第三节 建材行业
61一、建材行业增速加快 61二、建材行业当前任务
64三、2006年重点建材工业企业经营状况分析 71第四节 能源工业 83一、煤炭
83二、天然气 88三、电力 95四、2006-2007年能源工业生产总量
99五、我国未来的能源策略 99第二部分 行业市场分析第三章 卫浴市场现状 103第一节
我国卫浴市场现状分析 103一、卫浴品牌分布 103二、陶瓷卫浴市场三分天下
105三、卫浴本土品牌脱颖而出 107四、本土品牌正面交锋国际巨头
108五、国内卫浴业环境分析 109第二节 2007年中国卫浴市场流行分析
110一、消费者需求分析 110二、流行特征分析 111三、市场卖点分析 113第四章
地区卫浴市场 115第一节 北京卫浴市场 115一、星级酒店青睐洋品牌
115二、宾馆改造认准国内知名品牌 115三、奥运推动北京卫浴企业发展 116第二节
上海卫浴市场 116一、关注程度增加 116二、消费理念成熟
118三、品牌成为消费的主导因素 119四、专业服务的需求不断上升 120第三节
广州卫浴市场 120一、消费特点 120二、消费市场现状 121三、品牌空间 123四、市场前景
123第四节 深圳卫浴市场 124一、消费情趣分析 124二、消费模式分析
125三、品牌与服务分析 126第五章 中国卫生陶瓷产销情况分析 129第一节
2006-2007年卫生陶瓷产量统计 129一、2006-2007年卫生陶瓷全国产量统计
129二、2006-2007年全国分地区卫生陶瓷产量统计
129三、全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标分析 142第二节 中国主要产区发展概况
153一、佛山 154二、晋江 155三、山东 155四、夹江 156第三节 卫生陶瓷进出口现状
157一、2006-2007年卫生陶瓷进口分析 157二、2006-2007年中国卫生陶瓷出口分析
160第六章 水龙头市场发展现状 163第一节 水龙头市场分析 163一、我国水龙头市场现状
163二、我国水龙头行业局面分析 165三、我国水龙头行业品牌分析
166四、我国水龙头出口情况 168五、我国水龙头市场展望 176第二节 水龙头市场发展趋势

178一、色彩趋势 178二、材质趋势 178三、功能趋势 178四、外形趋势 179五、质量趋势
179第三节 成霖企业 179一、公司概况 179二、公司历程 180三、公司理念 181第七章
热水器市场 183第一节 热水器行业现状 183一、热水器分类 183二、热水器“三国”营销战
190三、电淋浴器产量统计 194第二节 太阳能热水器市场 199一、太阳能热水器的品牌之道
199二、太阳能热水器行业需要竞合精神 202三、中国太阳能热水器专业化时代到来
204四、太阳能热水器的营销创新之道 210第三节 燃气热水器市场 213一、燃气热水器简介
213二、2006-2007年燃气热水器全国产量统计
214三、2006-2007年燃气热水器分地区产量统计
214四、2006年3月燃气热水器市场占有率及均价
218五、2006年6月主要城市燃气热水器前十名市场占有率及均价 222第四节
电热水器市场分析 228一、电热水器新变化 228二、电热水器争夺地区
235三、2006年3月电热水器前十位市场占有率
238四、2006-2007年电热水器全国产量统计
242五、2006年6月电热水器前十名市场占有率及均价 243第八章 浴霸市场 251第一节
浴霸行业现状 251一、浴霸行业市场分析 251二、国内浴霸市场面临洗牌 258第二节
浴霸市场占有率 260一、2006年3月全国浴霸品牌市场占有率及均价
260二、2006年5月浴霸前十位市场占有率及均价 264第三节 奥普企业 267一、企业概况
267二、营销策略 271三、企业文化 279第九章 卫浴产品营销 281第一节 目标消费市场分析
281一、卫浴市场尚无行业领导者 281二、电视广告仍是卫浴营销的一大法宝
281三、同质化成了群雄纷争的根源 281第二节 我国卫浴营销策略
282一、卫浴品牌终端展示设计 282二、卫浴营销新模式 285三、卫浴的文化营销
287四、卫浴专卖店 290五、卫浴品牌优化策略 294第三节 我国卫浴渠道策略
298一、渠道规划 298二、渠道的管理控制和提升 299第三部分 行业竞争分析第十章
卫浴市场竞争 301第一节 卫浴行业竞争现状 301一、竞争环境 301二、品牌竞争格局
302三、竞争渠道成主战场 306四、卫浴企业在价格战中拓展新空间
307五、卫浴企业存在问题分析 312第二节 卫浴行业竞争方式 317一、争夺顾客回头率方式
317二、以文化素质方式竞争 318第三节 卫浴行业新兴市场 321一、酒店卫浴市场综述
321二、整体卫浴市场 322第十一章 国外卫浴企业分析 324第一节 日本TOTO企业
324一、公司简介 324二、公司理念 325三、公司产品 326四、公司在中国投资、生产情况
328五、公司中国市场策略 330第二节 美标企业分析 333一、公司基本概况
333二、公司在中国的投资发展情况 333三、公司市场战略 336第三节 台湾和成企业
339一、公司基本情况 339二、公司大陆投资、生产情况 340三、公司大陆市场竞争策略
342第四节 科勒企业分析 343一、公司基本情况 343二、公司在中国的发展情况
344三、公司中国发展策略 346第五节 英陶洁具 348一、公司基本概况
348二、公司发展历程 349三、公司发展策略 350第十二章 国内卫浴优势企业 354第一节

重庆四维瓷业(集团)股份有限公司	354一、公司基本情况分析	354二、公司文化
	356三、公司营业情况	358四、公司财务数据
	359五、公司市场策略	364第二节
广东东鹏陶瓷集团	365一、公司简介	365二、公司发展历程
	366三、公司理念	370第三节
唐山惠达陶瓷	370一、公司概况	370二、公司品牌之路
	372第四节	佛山鹰牌卫生洁具
	373一、公司概况	373二、公司文化
	374三、公司市场策略	375四、公司品牌攻略
	380第五节	广东阿波罗洁具有限公司
	384一、公司概况	384二、公司优势分析
	385第四部分	行业发展趋势
第十三章 卫浴发展趋势分析	389第一节 卫浴市场趋势	389一、品牌竞争预测
	389二、企业发展预测	389三、消费者预测
	389第二节 卫浴品牌装饰趋势	390第三节
	卫浴间装修趋势	392一、异型卫浴产品盛行
	392二、极简主义继续受宠	392三、金属配饰崭露头角
	392四、智能化卫浴产品登场	393五、卫浴新材料层出不穷
	393六、注重健康环保	393第四节 卫浴产品趋势分析
	393一、卫浴行业发展方向	393二、产品趋势预测
	394第五节 卫浴投资分析	395一、洁具价格不定
	395二、款式、功能等导致价格差	396三、未来两年洁具生意红火
	396四、卫浴配件商机无限	397第十四章 卫浴企业发展策略
	399第一节 制约因素分析	399一、缺乏创造力
	399二、不能准确定位	400三、缺乏运作思路
	400第二节	企业发展策略分析
	401一、卫浴企业发展策略	401二、我国卫生陶瓷企业发展建议
	401三、我国卫生陶瓷企业全球化策略	
405图表目录	图表：2006年2月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
9	图表：2006年3月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
10	图表：2006年4月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
10	图表：2006年5月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
11	图表：2006年6月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
11	图表：2006年7月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
11	图表：2006年8月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
12	图表：2006年9月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
12	图表：2006年10月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
12	图表：2006年11月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
13	图表：2006年12月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
13	图表：2007年2月陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计	
14	图表：2006年陶瓷制品制造全国经济指标统计	
14	图表：2007年1-2月陶瓷制品制造全国经济指标统计	
16	图表：2006年陶瓷制品制造北京市经济指标统计	
17	图表：2007年1-2月陶瓷制品制造北京市经济指标统计	
18	图表：2006年陶瓷制品制造天津市经济指标统计	
19	图表：2007年1-2月陶瓷制品制造天津市经济指标统计	

- 21图表：2006年陶瓷制品制造河北省经济指标统计
- 22图表：2007年1-2月陶瓷制品制造河北省经济指标统计
- 23图表：2006年陶瓷制品制造山西省经济指标统计
- 25图表：2007年1-2月陶瓷制品制造山西省经济指标统计
- 26图表：2006年陶瓷制品制造辽宁省经济指标统计
- 27图表：2007年1-2月陶瓷制品制造辽宁省经济指标统计
- 29图表：2006年陶瓷制品制造吉林省经济指标统计
- 30图表：2007年1-2月陶瓷制品制造吉林省经济指标统计
- 31图表：2006年陶瓷制品制造上海市经济指标统计
- 33图表：2007年1-2月陶瓷制品制造上海市经济指标统计
- 34图表：2006年陶瓷制品制造浙江省经济指标统计
- 35图表：2007年1-2月陶瓷制品制造浙江省经济指标统计
- 36图表：2006年陶瓷制品制造湖北省经济指标统计
- 38图表：2007年1-2月陶瓷制品制造湖北省经济指标统计
- 39图表：2006年陶瓷制品制造广东省经济指标统计
- 40图表：2007年1-2月陶瓷制品制造广东省经济指标统计
- 42图表：2006年陶瓷制品制造广西区经济指标统计
- 43图表：2007年1-2月陶瓷制品制造广西区经济指标统计
- 44图表：2007年1-2月全国房地产开发投资完成额
- 50图表：2007年1-2月西部地区房地产开发投资完成额
- 50图表：2007年1-2月中部地区房地产开发投资完成额
- 50图表：2007年1-2月东部地区房地产开发投资完成额
- 50图表：1997-2006年房地产短波周期的划分
- 51图表：供求变动后新平衡点的分布
- 53图表：供求变化对价格的影响
- 53图表：供求关系变化与价格预测
- 54图表：2001-2006年房地产需求量、价格的增长速度及需求弹性
- 54图表：2006年1-12月份重点建材工业企业全部从业人员平均人数
- 71图表：2006年1-12月份26户重点建材工业企业工业销售产值
- 73图表：2006年1-12月份26户重点建材工业企业工业总产值
- 75图表：2006年1-12月份26户重点建材工业企业应交增值税
- 78图表：2006年1-12月份26户重点建材工业企业利润总额
- 79图表：2006年1-12月份26户重点建材工业企业财务费用
- 81图表：2006年1-12月能源生产总量累计
- 99图表：2007年1-2月能源生产总量累计
- 99图表：2006年2-12月全国卫生陶瓷产量统计
- 129图表：2007年1-3月全国卫生陶瓷产量统计
- 129图表：2006年1月全国分地区卫生陶瓷产量

- 129图表：2006年2月全国分地区卫生陶瓷产量
- 130图表：2006年3月全国分地区卫生陶瓷产量
- 131图表：2006年4月全国分地区卫生陶瓷产量
- 132图表：2006年5月全国分地区卫生陶瓷产量
- 133图表：2006年6月全国分地区卫生陶瓷产量
- 134图表：2006年7月全国分地区卫生陶瓷产量
- 135图表：2006年8月全国分地区卫生陶瓷产量
- 137图表：2006年9月全国分地区卫生陶瓷产量
- 137图表：2006年10月全国分地区卫生陶瓷产量
- 138图表：2006年11月全国分地区卫生陶瓷产量
- 139图表：2006年12月全国分地区卫生陶瓷产量
- 140图表：2007年2月全国分地区卫生陶瓷产量
- 141图表：2006年1-12月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 142图表：2006年2月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 143图表：2006年3月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 144图表：2006年4月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 145图表：2006年5月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 146图表：2006年7月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 148图表：2006年8月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 149图表：2006年9月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 150图表：2006年10月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 151图表：2006年11月全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标
- 152图表：2006年1月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 157图表：2006年2月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 157图表：2006年3月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 157图表：2006年4月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 158图表：2006年5月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 158图表：2006年6月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 158图表：2006年7月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 158图表：2006年8月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 158图表：2006年10月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 159图表：2006年11月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 159图表：2006年12月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 159图表：2007年1月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据
- 159图表：2007年2月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备进口数据

- 159图表：2006年1月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 160图表：2006年2月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 160图表：2006年3月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 160图表：2006年4月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 160图表：2006年5月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 160图表：2006年6月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 161图表：2006年7月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 161图表：2006年8月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 161图表：2006年10月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 161图表：2006年11月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 161图表：2006年12月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 162图表：2007年1月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 162图表：2007年2月陶瓷洗涤槽、脸盆浴缸等固定卫生设备出口数据
- 162图表：全国热水器市场需求结构
- 191图表：2005与2006年二季度燃气热水器、电热水器各自销量对比表
- 192图表：2006年2-12月全国电淋浴器产品产量统计
- 194图表：2007年2-3月全国电淋浴器产品产量统计
- 194图表：2006年2-12月辽宁省电淋浴器产品产量统计
- 195图表：2007年2-3月辽宁省电淋浴器产品产量统计
- 195图表：2006年2-12月江苏省电淋浴器产品产量统计
- 195图表：2007年2-3月江苏省电淋浴器产品产量统计
- 196图表：2006年2-12月浙江省电淋浴器产品产量统计
- 196图表：2007年2-3月浙江省电淋浴器产品产量统计
- 196图表：2006年2-12月电淋浴器产品产量统计
- 196图表：2007年2-3月福建省电淋浴器产品产量统计
- 197图表：2006年2-12月山东省电淋浴器产品产量统计
- 197图表：2007年2-3月山东省电淋浴器产品产量统计
- 197图表：2006年2-12月湖北省电淋浴器产品产量统计
- 198图表：2007年2-3月湖北省电淋浴器产品产量统计
- 198图表：2006年2-12月广东省电淋浴器产品产量统计
- 198图表：2007年2-3月广东省电淋浴器产品产量统计
- 199图表：2006年2-12月四川省电淋浴器产品产量统计
- 199图表：2007年2-3月四川省电淋浴器产品产量统计
- 199图表：2006年2-12月燃气热水器全国产量
- 214图表：2007年1-3月燃气热水器全国产量统计

- 214图表：2006年2-12月天津市燃气热水器产量统计
- 214图表：2007年2-3月天津市燃气热水器产量统计
- 215图表：2006年2-12月山西省燃气热水器产量统计
- 215图表：2007年2-3月山西省燃气热水器产量统计
- 215图表：2006年2-12月上海市燃气热水器产量统计
- 215图表：2007年2-3月上海市燃气热水器产量统计
- 216图表：2006年2-12月江苏省燃气热水器产量统计
- 216图表：2007年2-3月江苏省燃气热水器产量统计
- 216图表：2006年2-12月浙江省燃气热水器产量统计
- 217图表：2007年2-3月浙江省燃气热水器产量统计
- 217图表：2006年2-12月广东省燃气热水器产量统计
- 217图表：2007年2-3月广东省燃气热水器产量统计
- 218图表：2006年3月全国燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 218图表：2006年3月西北地区燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 219图表：2006年3月西南地区燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 219图表：2006年3月中南地区燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 220图表：2006年3月华南地区燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 220图表：2006年3月华东地区燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 221图表：2006年3月华北地区燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 221图表：2006年3月东北地区燃气热水器品牌市场占有率及均价
- 222图表：2006年6月上海燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 222图表：2006年6月北京燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 223图表：2006年6月南京燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 223图表：2006年6月武汉燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 223图表：2006年6月沈阳燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 224图表：2006年6月天津燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 224图表：2006年6月广州燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 224图表：2006年6月苏州燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 225图表：2006年6月杭州燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 225图表：2006年6月无锡燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 225图表：2006年6月深圳燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 226图表：2006年6月哈尔滨燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 226图表：2006年6月大连燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 226图表：2006年6月西安燃气热水器前十名市场占有率及均价
- 227图表：2006年6月重庆燃气热水器前十名市场占有率及均价

227图表：2006年6月成都燃气热水器前十名市场占有率及均价

227图表：电热水器主要性能指标分等级标准

229图表：2006年3月全国电热水器品牌市场占有率及均价

238图表：2006年3月西北地区电热水器品牌市场占有率及均价

239图表：2006年3月西南地区电热水器品牌市场占有率及均价

239图表：2006年3月中南地区电热水器品牌市场占有率及均价

240图表：2006年3月华南地区电热水器品牌市场占有率及均价

240图表：2006年3月华东地区电热水器品牌市场占有率及均价

241图表：2006年3月华北地区电热水器品牌市场占有率及均价

241图表：2006年3月东北地区电热水器品牌市场占有率及均价

242图表：2006年2-12月电热水器全国产量统计

242图表：2007年1-3月电热水器全国产量统计

242图表：2006年6月上海电热水器前十名市场占有率及均价

243图表：2006年6月北京电热水器前十名市场占有率及均价

243图表：2006年6月南京电热水器前十名市场占有率及均价

244图表：2006年6月武汉电热水器前十名市场占有率及均价

244图表：2006年6月沈阳电热水器前十名市场占有率及均价

245图表：2006年6月天津电热水器前十名市场占有率及均价

245图表：2006年6月广州电热水器前十名市场占有率及均价

246图表：2006年6月苏州电热水器前十名市场占有率及均价

246图表：2006年6月杭州电热水器前十名市场占有率及均价

247图表：2006年6月无锡电热水器前十名市场占有率及均价

247图表：2006年6月深圳电热水器前十名市场占有率及均价

248图表：2006年6月哈尔滨电热水器前十名市场占有率及均价

248图表：2006年6月大连电热水器前十名市场占有率及均价

249图表：2006年6月西安电热水器前十名市场占有率及均价

249图表：2006年6月重庆电热水器前十名市场占有率及均价

250图表：2006年6月成都电热水器前十名市场占有率及均价

250图表：2006年3月全国浴霸品牌市场占有率及均价

260图表：2006年3月西北地区浴霸品牌市场占有率及均价

260图表：2006年3月西南地区浴霸品牌市场占有率及均价

261图表：2006年3月中南地区浴霸品牌市场占有率及均价

261图表：2006年3月华南地区浴霸品牌市场占有率及均价

262图表：2006年3月华东地区浴霸品牌市场占有率及均价

262图表：2006年3月华北地区浴霸品牌市场占有率及均价

263图表：2006年3月东北地区浴霸品牌市场占有率及均价

263图表：2006年5月全国浴霸前十名市场占有率及均价

264图表：2006年5月东北地区浴霸前十名市场占有率及均价

264图表：2006年5月华东地区浴霸前十名市场占有率及均价

265图表：2006年5月华东地区浴霸前十名市场占有率及均价

265图表：2006年5月华南地区浴霸前十名市场占有率及均价

266图表：2006年5月西北地区浴霸前十名市场占有率及均价

266图表：2006年5月西南地区浴霸前十名市场占有率及均价

267图表：2006年5月中南地区浴霸前十名市场占有率及均价

267图表：企业渠道定位分析表

298图表：日本TOTO公司产品销售构成

324图表：日本TOTO公司海外生产基地一览表

325图表：TOTO在中国投资、生产情况一览表

328图表：亚美公司在中国投资生产情况一览表

335图表：和成企业收入构成比例

340图表：2006年四维瓷业主营收入季度分布图

358图表：2007年四维瓷业利润总额构成

358图表：2007年四维瓷业经营分析

359图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司流动资产表

359图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司长期投资表

360图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司固定资产表

360图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司无形资产及其他资产表

361图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司流动负债表

361图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司长期负债表

362图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司股东权益表

362图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司每股指标表

363图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司获利能力表

363图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司经营能力表

363图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司偿债能力表

364图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司资本结构表

364图表：2006-2007年重庆四维瓷业(集团)股份有限公司发展能力表

364图表：广东东鹏陶瓷股份有限公司经营理念 370

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangwuzhuangshi/2790427904.html>