

2022-2028年中国卫浴设备行业市场全景调研及市场竞争策略报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国卫浴设备行业市场全景调研及市场竞争策略报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202011/906608.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2022-2028年中国卫浴设备行业市场全景调研及市场竞争策略报告》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：

第一部分 行业发展概况

第一章 卫浴市场概况

第一节 卫浴市场定义及分类

一、卫浴市场的定义

二、卫浴市场的分类

第二节 卫浴行业特点

一、卫浴行业开始成熟

二、卫浴产品多样化

三、卫浴行业竞争焦点不断变化

第二章 卫浴相关产业分析

第一节 陶瓷行业

一、陶瓷行业市场分析

二、陶瓷行业技术服务的变革

三、陶瓷行业的发展动力

四、2017-2021年陶瓷制品制造收入企业排名

五、2017-2021年陶瓷制品制造经济运行状况分析

第二节 房地产行业

一、我国房地产融资渠道多元化

二、房地产商逐鹿资本市场

三、2021年我国房地产开发投资完成情况分析

四、2021年房地产市场景气周期与价格走势的经济学分析

五、2021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、建材行业当前任务
- 三、2021年重点建材工业企业经营状况分析

第四节 能源工业

- 一、煤炭
- 二、天然气
- 三、电力
- 四、2017-2021年能源工业生产总量
- 五、我国未来的能源策略

第二部分 行业市场分析

第三章 卫浴市场现状

第一节 我国卫浴市场现状分析

- 一、卫浴品牌分布
- 二、陶瓷卫浴市场三分天下
- 三、卫浴本土品牌脱颖而出
- 四、本土品牌正面交锋国际巨头
- 五、国内卫浴业环境分析

第二节 2021年中国卫浴市场流行分析

- 一、消费者需求分析
- 二、流行特征分析
- 三、市场卖点分析

第四章 地区卫浴市场

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、消费情趣分析

二、消费模式分析

三、品牌与服务分析

第五章 中国卫生陶瓷产销情况分析

第一节 2017-2021年卫生陶瓷产量统计

一、2017-2021年卫生陶瓷全国产量统计

二、2017-2021年全国分地区卫生陶瓷产量统计

三、全国卫生陶瓷制品制造行业主要经济指标分析

第二节 中国主要产区发展概况

一、佛山

二、晋江

三、山东

四、夹江

第三节 卫生陶瓷进出口现状

一、2017-2021年卫生陶瓷进口分析

二、2017-2021年中国卫生陶瓷出口分析

第六章 水龙头市场发展现状

第一节 水龙头市场分析

一、我国水龙头市场现状

二、我国水龙头行业局面分析

三、我国水龙头行业品牌分析

四、我国水龙头出口情况

五、我国水龙头市场展望

第二节 水龙头市场发展趋势

一、色彩趋势

二、材质趋势

三、功能趋势

四、外形趋势

五、质量趋势

第三节 成霖企业

一、公司概况

二、公司历程

三、公司理念

第七章 热水器市场

第一节 热水器行业现状

一、热水器分类

二、热水器“三国”营销战

三、电淋浴器产量统计

第二节 太阳能热水器市场

一、太阳能热水器的品牌之道

二、太阳能热水器行业需要竞合精神

三、中国太阳能热水器专业化时代到来

四、太阳能热水器的营销创新之道

第三节 燃气热水器市场

一、燃气热水器简介

二、2017-2021年燃气热水器全国产量统计

三、2017-2021年燃气热水器分地区产量统计

第四节 电热水器市场分析

一、电热水器新变化

二、电热水器争夺地区

第八章 浴霸市场

第一节 浴霸行业现状

一、浴霸行业市场分析

二、国内浴霸市场面临洗牌

第二节 浴霸市场占有率

第三节 奥普企业

一、企业概况

二、营销策略

三、企业文化

第九章 卫浴产品营销

第一节 目标消费市场分析

一、卫浴市场尚无行业领导者

二、电视广告仍是卫浴营销的一大法宝

三、同质化成了群雄纷争的根源

第二节 我国卫浴营销策略

一、卫浴品牌终端展示设计

二、卫浴营销新模式

三、卫浴的文化营销

四、卫浴专卖店

五、卫浴品牌优化策略

第三节 我国卫浴渠道策略

一、渠道规划

二、渠道的管理控制和提升

第三部分 行业竞争分析

第十章 卫浴市场竞争

第一节 卫浴行业竞争现状

一、竞争环境

二、品牌竞争格局

三、竞争渠道成主战场

四、卫浴企业在价格战中拓展新空间

五、卫浴企业存在问题分析

第二节 卫浴行业竞争方式

一、争夺顾客回头率方式

二、以文化素质方式竞争

第三节 卫浴行业新兴市场

一、酒店卫浴市场综述

二、整体卫浴市场

第十一章 国外卫浴企业分析

第一节 日本TOTO企业

一、公司简介

二、公司理念

三、公司产品

四、公司在中国投资、生产情况

五、公司中国市场策略

第二节 美标企业分析

一、公司基本概况

二、公司在中国的投资发展情况

三、公司市场战略

第三节 台湾和成企业

一、公司基本情况

二、公司大陆投资、生产情况

三、公司大陆市场竞争策略

第四节 科勒企业分析

- 一、公司基本情况
- 二、公司在中国的发展情况
- 三、公司中国发展策略

第五节 英陶洁具

- 一、公司基本概况
- 二、公司发展历程
- 三、公司发展策略

第十二章 国内卫浴优势企业

第一节 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司

- 一、公司基本情况分析
- 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、公司基本情况分析
- 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

第三节 唐山惠达陶瓷

- 一、公司基本情况分析
- 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

第四节 佛山鹰牌卫生洁具

- 一、公司基本情况分析
- 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

第五节 广东阿波罗洁具有限公司

- 一、公司基本情况分析

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

第四部分 行业发展趋势

第十三章 卫浴发展趋势分析

第一节 卫浴市场趋势

一、品牌竞争预测

二、企业发展预测

三、消费者预测

第二节 卫浴品牌装饰趋势

第三节 卫浴间装修趋势

一、异型卫浴产品盛行

二、极简主义继续受宠

三、金属配饰崭露头角

四、智能化卫浴产品登场

五、卫浴新材料层出不穷

六、注重健康环保

第四节 卫浴产品趋势分析

一、卫浴行业发展方向

二、产品趋势预测

第五节 卫浴投资分析

一、洁具价格不定

二、款式、功能等导致价格差

三、未来两年洁具生意红火

四、卫浴配件商机无限

第十四章 卫浴企业发展策略

第一节 制约因素分析

一、缺乏创造力

二、不能准确定位

三、缺乏运作思路

第二节 企业发展策略分析

一、卫浴企业发展策略

二、我国卫生陶瓷企业发展建议

三、我国卫生陶瓷企业全球化策略（ZY ZS）

图表目录：

图表：2020年陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计

图表：2021年陶瓷制品制造收入前10家企业经济指标统计

图表：2020年陶瓷制品制造全国经济指标统计

图表：2021年陶瓷制品制造全国经济指标统计

图表：2020年陶瓷制品制造北京市经济指标统计

图表：2021年陶瓷制品制造北京市经济指标统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/906608.html>