



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国卫浴设备行业市场分析及投资趋势展望报告

# 一、调研说明

《2009年中国卫浴设备行业市场分析及投资趋势展望报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/2500/>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 2008年全球卫浴设备行业发展状况

#### 一、2008年全球卫浴设备行业发展

- (一) 全球卫浴流行现状
- (二) 全球卫浴设备产业发展标准

#### 二、2008年欧洲卫浴陶瓷发展趋势

- (一) 卫生陶瓷大公司竞合情况
- (二) 新技术工艺开发与创新
- (三) 向亚洲市场扩张情况

#### 三、2009-2012年全球卫浴设备产业发展趋势预测

### 第二章 2008年中国卫浴设备行业发展环境

#### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国卫浴设备行业发展政策法规环境

- (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
- (三) 国家相关政策

#### 三、2008年中国卫浴设备行业发展社会环境

### 第三章 2008年中国卫浴设备行业发展状况

#### 一、2008年中国卫浴设备行业发展现状

- (一) 中国卫浴行业发展状况
- (二) 卫浴新政对行业影响

#### 二、2008年中国卫浴设备行业设计发展状况

- (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
- (三) 中国整体卫浴设计现状

#### （四）中国卫浴企业发展软实力

### 三、2008年中国卫浴设备行业挑战及机遇

#### （一）中国卫浴行业发展机遇

#### （二）中国卫浴设备行业发展挑战

#### （三）中国卫浴产业融合机遇

## 第四章 2008年中国卫浴设备行业营运格局

### 一、2008年中国卫浴设备行业发展状况

#### （一）中国陶瓷卫浴市场三分天下

#### （二）中国卫浴本土品牌脱颖而出

#### （三）中国本土品牌正面交锋全球巨头

### 二、2008年中国卫浴设备行业发展存在的问题

#### （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

### 三、2008年中国卫浴设备产业发展对策

## 第五章 2008年中国卫浴设备市场运行态势

### 一、2008年中国卫浴设备市场发展状况

#### （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

### 二、2008年中国卫浴设备消费市场

#### （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

### 三、2008年中国卫浴设备市场进出口状况

#### （一）中国陶瓷出口前景

#### （二）中国陶瓷卫浴业"出口创汇"的误区

### （三）中国进口淋浴柱占据高档市场

## 四、2008年中国卫浴设备市场发展存在的问题

## 第六章 2008年中国卫浴产品市场发展状况

### 一、2008年中国水龙头市场发展状况

#### （一）五金水龙头高端市场现状

#### （二）北京水龙头市场

#### （三）古典双把手龙头的流行

#### （四）电热水龙头未来市场

#### （五）中国水龙头发展趋势

### 二、2008年中国热水器市场发展形势

#### （一）中国太阳能热水器OEM现状

#### （二）未来热水器发展方向

### 三、2008年中国整体卫浴市场

#### （一）中国整体卫浴市场现状

#### （二）整体卫浴产品设计

#### （三）中国整体卫浴中国风潮流

#### （四）中国整体卫浴市场前景

### 四、2008年中国淋浴房市场发展

#### （一）多功能淋浴房销售火爆

#### （二）淋浴房发展主流

#### （三）淋浴房3C认证

#### （四）电脑淋浴房市场

#### （五）淋浴房安全隐患

#### （六）影响淋浴房市场价格因素

### 五、2008年中国马桶市场状况

#### （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

#### （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

## 六、2008年中国卫浴设备其他产品市场

- (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
- (五) 卫生间配件的现状 & 趋势
- (六) 浴霸行业期待"统一标准"

## 第七章 2008年中国卫浴设备市场竞争状况

### 一、2008年中国卫浴设备行业竞争现状

- (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
- (四) 中国卫浴高端市场竞争
- (五) 中国卫浴行业"马太效应"

### 二、2008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

### 三、2008年中国外资卫浴品牌市场入侵

- (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
- (三) 日本伊奈军北京卫浴市场

### 四、2008年中外卫浴设备市场竞争

- (一) 国货产品与洋品牌之间的较量
- (二) 中国卫浴品牌的差距
- (三) 中国陶瓷品牌进军全球市场

### 五、2008年中国卫浴行业竞争主要方式

- (一) 争夺顾客回头率方式
- (二) 以文化素质方式竞争

## 第八章 2008年中国卫浴设备行业主要区域市场竞争比较

## 一、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

## 二、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

## 三、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

## 四、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 全球卫浴设备优势企业

### 一、科勒企业

- (一) 公司简介
- (二) 公司发展战略

### 二、日本TOTO企业

- (一) 公司简介
- (二) 公司发展战略

### 三、美标企业

- (一) 公司简介
- (二) 公司发展战略

### 四、台湾和成集团

- (一) 公司简介
- (二) 公司发展战略

## 五、乐家公司

### （一）公司简介

### （二）公司发展战略

## 六、德国DURAVIT公司

### （一）公司简介

### （二）公司发展战略

## 七、德国高仪集团

### （一）公司简介

### （二）公司发展战略

## 八、伊奈公司

### （一）公司简介

### （二）公司发展战略

## 九、卡德维股份有限公司

### （一）公司简介

### （二）公司发展战略

## 十、汉斯格雅

### （一）公司简介

### （二）公司发展战略

## 第十章 中国卫浴设备优势企业

### 一、重庆四维控股（集团）股份有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

#### （三）企业竞争力

### 二、九牧集团有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

#### （三）企业竞争力

### 三、广州市阿波罗建材科技有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况

#### （三）企业竞争力



#### 四、佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况

##### （三）企业竞争力

#### 五、广州海鸥卫浴用品股份有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况

##### （三）企业竞争力

#### 六、中宇建材集团有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况

##### （三）企业竞争力

#### 七、唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况

##### （三）企业竞争力

#### 八、安华陶瓷洁具有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况

##### （三）企业竞争力

### 第十一章 2008年中国卫浴设备相关行业发展局势

#### 一、2008年中国房地产业发展

##### （一）中国房地产融资渠道多元化

##### （二）房地产商逐鹿资本市场

##### （三）房地产市场平民化趋势

##### （四）2009-2012年中国房地产市场景气周期与价格走势

#### 二、2008年中国建材行业发展态势

##### （一）中国建材行业现状

##### （二）中国建材行业增速加快

##### （三）中国建材发展创新

##### （四）2009-2012年中国建材行业发展趋势

### 三、2008年中国陶瓷行业发展状况

- (一) 陶瓷行业发展现状
- (二) 陶瓷行业技术服务的变革
- (三) 陶瓷行业的发展动力
- (四) 陶瓷行业发展存在的问题
- (五) 2009-2012年中国陶瓷行业发展趋势

### 四、2008年中国能源工业发展形势

- (一) 煤炭
- (二) 天然气
- (三) 电力

## 第十二章 2009-2012年中国卫浴设备发展策略

### 一、2009-2012年中国卫浴设备市场营销新策略

- (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

### 二、2009-2012年中国卫浴品牌塑造优化策略

- (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

### 三、2009-2012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

### 四、2009-2012年中国现代洁具企业的竞争策略

- (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

## 第十三章 2009-2012年中国卫浴设备发展趋势及投资

### 一、2009-2012年中国卫浴设备流行趋势

#### （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

### 二、2009-2012年中国卫浴设备未来发展走向

#### （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

### 三、2009-2012年中国卫浴设备设计趋势

#### （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

### 四、2009-2012年中国卫浴设备行业市场供给预测

#### （一）卫浴设备行业主要企业供给能力

#### （二）影响卫浴设备行业供给能力的主要因素

#### （三）市场供给预测模型的方法与选择

### 五、2009-2012年中国卫浴设备行业市场需求预测

#### （一）卫浴设备行业市场消费影响因素

#### （二）消费趋势预测

### 六、2009-2012年中国卫浴设备行业投资

#### （一）中国卫浴设备行业投资环境

#### （二）中国卫浴设备行业投资机会

#### （三）中国卫浴设备行业投资风险

## 图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/2500/>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。