



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国洁具市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国洁具市场发展现状及战略咨询报告》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/277986.html>

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

洁具是指在卫生间、厨房应用的陶瓷及五金家居设备。

家居用卫生洁具系指人们盥洗或洗涤用具的器具，用于卫浴间和厨房，如洗面器、坐便器、浴缸、洗涤槽等，为其配置的给排水产品称为卫生洁具配件。卫生洁具主要由陶瓷、玻璃钢、塑料、人造大理石（玛瑙）、不锈钢等材质制成。陶瓷卫生洁具质地洁白、色泽柔和、结构致密、强度较大、热稳定性好。包括：坐便器、洗面器、洗涤槽、配套卫生洁具等。

卫浴企业的不断发展，卫浴家具化的发展也是很好的一次突破。一天之计在于晨，一年之计在于春。新房钥匙就到手了，计划在装修的住户该给自己列张时间表了，况且眼下气温回升，是装修的好季节。家庭装修土建先行，筹划卫浴应趁早。卫浴作为居家装修必不可少的一部分，其风格越来越显示出其独特的魅力。2012年什么样的卫浴产品将成为居家装修的新宠，哪种风格将引领卫浴潮流，挑选卫浴的哪些细节是你所未知的..... 2012年家居材料的选择将本着健康环保、个性简约、功能至上为消费原则。

根据相关统计数据，中国的卫生洁具产量由2006年的1.29亿件增加到了2010年的1.70亿件，年均复合增长率为7.14%，2015年卫生洁具行业的年产销量将达到2亿件。中国卫生洁具行业实现的工业总产值由2005年的223.09亿元增加到2013年的520.51亿元。 2005-2013年中国卫生洁具行业工业总产值和年增长率情况

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：

第一部分产业深度分析

第一章洁具行业发展综述 1

第一节洁具行业定义及分类1

一、行业定义1

二、行业主要产品分类1

第二节洁具行业特征分析6

一、产业链分析6

- 1、产业链上下游关系紧密6
- 2、产业链整合成趋势7
- 二、洁具行业在国民经济中的地位7
- 三、洁具行业生命周期分析8
 - 1、行业生命周期理论基础8
 - 2、洁具行业生命周期10
- 第三节最近3-5年中国洁具行业经济指标分析 11
 - 一、赢利性11
 - 二、成长速度12
 - 三、附加值的提升空间14
 - 1、附加值定义14
 - 2、附加值提高空间及方法14
 - 四、进入壁垒 / 退出机制17
 - 五、风险性22
 - 六、行业周期23
 - 七、竞争激烈程度指标24
 - 八、行业及其主要子行业成熟度分析25

第二章中国洁具行业运行分析26

第一节中国洁具行业发展状况分析26

- 一、中国洁具行业发展阶段26
 - 1、第一阶段：2013年以前 26
 - 2、第二阶段：2013-2014年26
 - 3、第三阶段：2014年至今 27
- 二、中国洁具行业发展总体概况28
- 三、中国洁具行业发展特点分析30
 - 1、洁具产品的发展特点30
 - 2、卫浴洁具营销的发展特点31
- 四、中国洁具行业商业模式分析33

第二节 2014-2015年洁具行业发展现状34

- 一、2014-2015年中国洁具行业市场规模34
- 二、2014-2015年中国洁具行业发展分析36

三、2014-2015年中国洁具企业发展分析38

第三节区域市场分析41

一、区域市场分布总体情况41

1、东北地区42

2、华北地区43

3、西北地区44

4、西南地区45

5、华东地区46

6、华中地区47

7、华南地区48

二、2014-2015年重点省市市场分析48

第四节洁具细分产品市场分析50

一、细分产品构成50

1、2010-2015年细分产品市场规模50

2、各细分产品的知名品牌50

二、2010-2015年细分产品市场规模及增速52

1、坐便器52

2、台面柜52

3、浴缸（浴室）53

4、五金洁具54

三、重点细分产品市场前景预测55

第五节洁具产品价格分析56

一、2014-2015年洁具价格走势56

二、影响洁具产品价格的关键因素分析57

1、质量和成本57

2、功能57

3、设计57

4、品牌58

三、2016-2022年洁具产品价格变化趋势58

四、主要洁具企业价位及价格策略59

1、2015年洁具购买的影响因素 59

2、定价策略59

第三章中国洁具行业整体运行指标分析 62

第一节 2014-2015年中国洁具行业总体规模分析62

一、企业数量结构分析62

二、人员规模状况分析62

三、行业资产规模分析63

四、行业市场规模分析63

第二节 2014-2015年中国洁具行业产销情况分析64

一、中国洁具行业工业总产值64

二、中国洁具行业工业销售产值64

三、中国洁具行业产销率64

第三节 2014-2015年中国洁具行业财务指标总体分析65

一、行业盈利能力分析65

二、行业偿债能力分析66

三、行业营运能力分析67

四、行业发展能力分析67

第四章中国洁具行业供需形势分析68

第一节洁具行业生产分析68

一、2013-2015年洁具行业生产规模及增速68

二、2016-2022年洁具行业产量产能变化趋势68

1、陶卫洁具产能过剩68

2、2016-2022年产量产能趋势70

三、洁具行业区域生产分析71

1、区域生产分布总体情况71

2、2014-2015年重点省市生产分析72

第二节 2014-2015年中国洁具行业需求情况79

一、洁具行业需求市场79

中国城市建设发展迅速，城镇人口快速增加，2010年第六次全国人口普查时，城镇人口达到了6.66亿人，比2000年增加了2.08亿人，新增城镇人口对住房提出了巨大需求。2002-2014年中国商品房住宅年销售面积和增长情况

二、洁具行业客户结构80

1、高中低端客户结构80

- 2、大小城市的行业客户需求81
- 三、洁具行业需求的地区差异83
- 第三节洁具产品市场应用及需求预测86
 - 一、洁具产品应用市场总体需求分析86
 - 1、洁具产品应用市场需求特征86
 - 2、洁具产品应用市场需求总规模87
 - 二、2016-2022年洁具行业领域需求量预测88
 - 1、2016-2022年洁具行业领域需求产品功能预测88
 - 2、2016-2022年洁具行业领域需求产品市场格局预测89
 - 三、重点行业洁具产品需求分析预测90

第五章中国洁具行业进出口结构分析91

第一节洁具行业进出口市场分析91

- 一、洁具行业进出口综述91
 - 1、中国洁具进出口的特点分析91
 - 2、中国洁具进出口地区分布状况91
 - 3、中国洁具进出口的贸易方式及经营企业分析93
 - 4、中国洁具进出口政策与国际化经营97
- 二、洁具行业出口市场分析98
 - 1、2014-2015年行业出口整体情况98
 - 2、2014-2015年行业出口总额分析99

中国已成为全球最大的卫生洁具生产国，产销量约占世界总量的30%，卫浴配件约占世界总量的35%。国内各类卫生洁具年生产规模达1.85亿件左右。2014年，中国卫生洁具出口大幅增长，共向美国、韩国、伊朗等国家（地区）出口32.05亿美元,同比增长61.33%。

2014年中国陶瓷洗涤槽，脸盆，脸盆座，浴缸，坐浴盆，抽出口统计：万美元、

- 3、2014-2015年行业出口产品结构101

三、洁具行业进口市场分析111

- 1、2014-2015年行业进口整体情况111
- 2、2014-2015年行业进口总额分析111
- 3、2014-2015年行业进口产品结构112

第二节中国洁具进出口面临的挑战及对策114

- 一、中国洁具进出口面临的挑战114

二、中国洁具行业未来进出口展望	115
三、中国洁具产品进出口对策	115
四、洁具行业进出口前景及建议	117
1、行业出口前景及建议	117
2、行业进口前景及建议	118
第二部分产业结构分析	
第六章洁具行业产业结构分析	120
第一节洁具产业结构分析	120
一、市场细分充分程度分析	120
二、各细分市场领先企业排名	121
三、各细分市场占总市场的结构比例	122
四、领先企业的结构分析（所有制结构）	123
第二节产业价值链的结构分析及产业价值链的整体竞争优势分析	130
一、产业价值链的构成	130
二、产业价值链的竞争优势与劣势分析	130
1、产业链竞争优势	130
2、产业链竞争劣势	131
第三节产业结构发展预测	132
一、产业结构调整指导政策分析	132
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素	133
三、中国洁具行业参与国际竞争的战略市场定位	134
四、产业结构调整方向分析	135
第七章中国洁具行业产业链分析	139
第一节洁具行业产业链分析	139
一、产业链结构分析	139
二、主要环节的增值空间	139
三、与上下游行业之间的关联性	140
第二节洁具上游行业分析	142
一、洁具产品成本构成	142
二、2014-2015年上游行业发展现状	142
三、2016-2022年上游行业发展趋势	143

四、上游供给对洁具行业的影响145

第三节洁具下游行业分析146

一、洁具下游行业分布146

1、住宅146

2、酒店147

3、餐饮娱乐148

4、办公楼148

5、其它149

二、2014-2015年下游行业发展现状150

三、2016-2022年下游行业发展趋势152

四、下游需求对洁具行业的影响155

第八章中国洁具行业渠道分析及策略156

第一节洁具行业渠道分析156

一、渠道形式及对比156

1、零售渠道156

2、家装渠道157

3、工程渠道157

二、各类渠道对洁具行业的影响157

三、主要洁具企业渠道策略研究159

1、重视二三级新兴市场159

2、渠道拓展更加多元化160

四、各区域主要代理商情况161

第二节洁具行业用户分析163

一、用户认知程度分析163

二、用户需求特点分析164

1、品种多样化164

2、产品的综合功能更加突出165

3、富有强烈的装饰色彩165

三、用户购买途径分析165

第三节洁具行业营销策略分析166

一、中国洁具营销概况166

二、洁具营销策略探讨168

1、品牌运营策略168

2、服务策略168

3、产品创新策略169

4、市场营销策略169

三、洁具营销发展趋势169

第三部分竞争格局分析

第九章中国洁具行业竞争形势及策略172

第一节行业总体市场竞争状况分析172

一、洁具行业竞争结构分析172

1、现有企业间竞争172

2、潜在进入者分析173

3、替代品威胁分析173

4、供应商议价能力174

5、客户议价能力174

6、竞争结构特点总结174

二、洁具行业企业间竞争格局分析174

三、洁具行业集中度分析175

四、洁具行业swot分析176

1、优势176

2、劣势177

3、机会177

4、威胁178

第二节中国洁具行业竞争格局综述178

一、洁具行业竞争概况178

1、中国洁具行业竞争格局178

2、洁具行业未来竞争格局和特点180

3、洁具市场进入及竞争对手分析180

二、中国洁具行业竞争力分析180

1、中国洁具行业竞争力剖析180

2、中国洁具企业市场竞争的优势180

3、国内洁具企业竞争能力提升途径181

三、洁具市场竞争策略分析183

1、打造竞争优势183

2、着力品牌提升183

3、推动企业转型184

第十章洁具行业领先企业经营形势分析 185

第一节九牧集团公司185

一、企业概况185

二、企业优势分析186

三、九牧集团经营状况186

四、2016-2022年发展规划187

第二节中宇建材集团有限公司188

一、企业概况188

二、企业优势分析189

三、企业发展历程190

四、2016-2022年发展规划191

第三节广东恒洁卫浴有限公司192

一、企业概况192

二、企业优势分析193

三、企业发展历程194

四、2016-2022年发展规划201

第四节四川帝王股份有限公司202

一、企业概况202

二、企业优势分析203

三、2014-2015年经营状况204

四、2016-2022年发展规划204

第五节惠达卫浴股份有限公司205

一、企业概况205

二、企业优势分析209

三、企业经营历程209

四、2016-2022年发展规划210

第六节佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司212

一、企业概况212

二、企业优势分析213

三、企业发展历程214

四、2016-2022年发展规划215

第七节樱花卫厨（中国）股份有限公司216

一、企业概况216

二、企业优势分析217

三、企业发展历程221

第八节广东东鹏陶瓷股份有限公司225

一、企业概况225

二、企业优势分析226

三、2014-2015年经营状况227

四、2016-2022年发展规划227

第四部分投资价值研究

第十一章 2016-2022年洁具行业投资前景229

第一节 2016-2022年洁具市场发展前景229

一、2016-2022年洁具市场发展潜力229

1、老龄化市场发展潜力229

2、整体卫浴发展潜力232

3、三四线城市发展潜力234

二、2016-2022年洁具市场发展前景展望236

三、2016-2022年洁具细分行业发展前景分析238

1、座便器发展前景238

2、淋浴房的发展前景240

3、浴室柜发展前景241

4、五金洁具发展前景242

第二节 2016-2022年洁具市场发展趋势预测244

一、2016-2022年洁具行业发展趋势244

1、技术继续提升244

2、品牌化进程将加快244

- 3、资源整合将加剧244
- 4、产品将更加专业化245
- 5、市场整合加速245
- 6、服务更加注重细节246
- 二、2016-2022年洁具市场规模预测246
- 三、2016-2022年洁具行业应用趋势预测247
 - 1、产品智能化247
 - 2、产品环保化247
- 四、2016-2022年细分市场发展趋势预测248
 - 1、智能马桶248
 - 2、软体浴缸251
 - 3、整体浴室柜252
 - 4、五金洁具趋势253
- 第三节 2016-2022年中国洁具行业供需预测255
 - 一、2016-2022年中国洁具行业供给预测255
 - 二、2016-2022年中国洁具行业产量预测255
 - 三、2016-2022年中国洁具市场销量预测256
 - 四、2016-2022年中国洁具行业需求预测258
- 第四节影响企业生产与经营的关键趋势259
 - 一、市场整合成长趋势259
 - 1、品牌营销战略转型259
 - 2、产销研流程一体化260
 - 3、渠道调整260
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测260
 - 1、卫浴洁具产品艺术化261
 - 2、节水节能261
 - 3、卫浴洁具配套产品261
 - 4、智能化卫浴洁具261
 - 三、企业区域市场拓展的趋势262
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展263
 - 1、马桶智能技术263
 - 2、节水技术263

3、新材料技术应用266

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势266

第十二章 2016-2022年洁具行业投资环境分析271

第一节洁具行业政治法律环境分析271

一、行业管理体制分析271

二、行业主要法律法规271

三、行业相关发展规划272

第二节洁具行业经济环境分析274

一、国际宏观经济形势分析274

1、不确定因素依然较多274

2、发达国家债务上升274

3、欧债危机275

4、美国财政危机275

5、全球制造业回升275

二、国内宏观经济形势分析275

三、产业宏观经济环境分析278

第三节洁具行业社会环境分析281

一、洁具产业社会环境281

二、社会环境对行业的影响282

三、洁具产业发展对社会发展的影响283

第四节洁具行业技术环境分析285

一、洁具技术分析285

二、洁具技术发展水平286

三、行业主要技术发展趋势286

第十三章 2016-2022年洁具行业投资机会与风险288

第一节洁具行业投融资情况288

一、行业资金渠道分析288

二、固定资产投资分析290

三、兼并重组情况分析290

第二节 2016-2022年洁具行业投资机会292

一、产业链投资机会292

1、卫浴机械投资292

2、洁具企业投资293

3、大品牌洁具产品代理294

二、细分市场投资机会295

1、智能马桶投资295

2、淋浴房投资机会295

3、浴室柜投资296

三、重点区域投资机会297

第三节 2016-2022年洁具行业投资风险及防范299

一、政策风险及防范299

二、技术风险及防范299

三、供求风险及防范300

四、宏观经济波动风险及防范300

五、关联产业风险及防范301

六、产品结构风险及防范301

七、其他风险及防范302

第十四章洁具行业投资战略研究304

第一节洁具行业发展战略研究304

一、战略综合规划304

二、技术开发战略306

1、自我选择发展战略306

2、战略联盟306

三、业务组合战略307

四、区域战略规划308

五、产业战略规划309

1、要与企业资源的适应性309

2、与企业发展战略阶段的适应性310

3、需要结合自身的企业文化310

六、营销品牌战略310

1、品牌定位的差异性311

- 2、品牌形象的统一性311
- 3、品牌传播的持续性311
- 七、竞争战略规划312
- 第二节对中国洁具品牌的战略思考313
 - 一、洁具品牌的重要性313
 - 二、洁具实施品牌战略的意义314
 - 1、品牌战略可以树立良好的企业形象314
 - 2、品牌战略有助于提高经济效益314
 - 3、品牌战略可以提高员工向心力314
 - 4、品牌战略可以促进产品销售314
 - 5、品牌战略是区域经济发展的龙头315
 - 三、洁具企业品牌的现状分析315
 - 四、中国洁具企业的品牌战略315
 - 1、品牌打造力度不够315
 - 2、品牌战略概念模糊316
 - 3、缺乏实施品牌战略的紧迫感316
 - 4、品牌产品创新能力差316
 - 五、洁具品牌战略管理的策略316
 - 1、要树立强烈的品牌战略意识316
 - 2、选准市场定位,确定战略品牌 316
 - 3、引入尖端策略打造品牌317
 - 4、一品牌多层次产品策略317
 - 5、加大品牌宣传317
 - 6、营造优良的品牌开发环境317
- 第三节洁具经营策略分析318
 - 一、洁具市场细分策略318
 - 1、集中策略319
 - 2、产异化策略319
 - 二、洁具市场创新策略320
 - 1、产品创新320
 - 2、渠道建设创新323
 - 三、品牌定位与品类规划324

- 1、品牌定位324
- 2、品类规划326
- 四、洁具新产品差异化战略326
- 第四节洁具行业投资战略研究327
 - 一、2016-2022年洁具行业投资战略327
 - 二、2016-2022年细分行业投资战略328
 - 1、专业化投资战略328
 - 2、多元化投资战略328

第十五章研究结论及投资建议329

第一节洁具行业研究结论329

- 一、行业正处于快速发展期329
- 二、行业进入整合阶段329
- 三、行业未来成长空间大330

第二节洁具行业投资价值评估331

- 一、从行业成长能力评估331
- 二、从行业盈利能力评估331

第三节 洁具行业投资建议332

- 一、行业发展策略建议332
 - 1、加快品牌推广332
 - 2、加速整合生产资源332
 - 3、专业化经营332
 - 4、加速整合终端市场333
- 二、行业投资方向建议333
 - 1、从产品发展角度看333
 - 2、从细分行业发展角度看333
 - 3、从洁具产业区域发展角度看333
- 三、行业投资方式建议334

图表目录：

图表：行业生命周期8

图表：2009-2014年洁具行业盈利能力指标11

图表：2010-2015年洁具行业国内市场规模13

图表：2010-2015年中国洁具行业出口额13

图表：2015年中国洁具行业集中度指标24

图表：2014-2015年中国洁具产量占全球产量的份额35

图表：2014-2015中国洁具行业销售总产值规模35

图表：2010-2015年中国卫生洁具行业区域市场规模42

图表：2010-2015年东北地区洁具市场规模增长情况42

图表：2010-2015年东北地区洁具市场规模增长情况43

图表：2010-2015年西北地区洁具市场规模增长情况44

图表：2010-2015年西北地区洁具市场规模增长情况45

图表：2010-2015年华东地区洁具市场规模增长情况46

图表：2010-2015年华中地区洁具市场规模增长情况47

图表：2010-2015年华南地区洁具市场规模增长情况48

图表：2015年重点城市卫浴洁具消费水平49

图表：2010-2015年中国卫生洁具行业产品细分市场模50

图表：2010-2015年座便器市场规模的成长情况52

图表：2010-2015年台面柜市场规模的成长情况53

图表：2010-2015年台浴缸（淋浴房）市场规模的成长情况53

图表：2010-2015年台五金洁具市场规模的成长情况54

图表：2015年洁具产品购买因素构成59

图表：2015年企业数量62

图表：2015年洁具行业从业人员规模62

图表：2015年行业资产规模63

图表：2015年行业市场规模63

图表：2015年中国洁具行业工业总产值64

图表：2015年中国洁具行业工业销售产值64

图表：2014中国洁具行业产销率65

图表：2015年洁具行业盈利能力指标66

图表：2015年洁具行业偿债能力指标66

图表：2015年行业运营能力指标67

图表：2015年行业发展能力指标67

图表：2013-2015年中国洁具产量规模68

图表：2015年国内洁具需求和洁具出口量的比例71

图表：2015年洁具行业高中低端客户消费结构80

图表：2015年中国卫生洁具行业各区域市场份额83

图表：2015年国内洁具产品销量及潜在需求量87

图表：2014年洁具行业各细分产品市场份额89

图表：2015年洁具行业各细分产品市场份额89

图表：2015年洁具产品出口目的地市场份额92

图表：2015年洁具产品出口地区市场份额93

图表：2015年中国卫生洁具出口规模及增速99

图表：2015年中国卫生陶瓷出口规模及增速99

图表：2015年中国五金洁具类产品出口规模及增速100

图表：2015年中国淋浴房出口规模及增速100

图表：2015年中国浴缸出口规模及增速100

图表：2015年中国马桶座圈及盖板出口规模及增速100

图表：2015年中国水箱及配件出口规模及增速100

图表：2015年卫生陶瓷出口数量及单价变化100

图表：2015年五金洁具类产品出口数量及单价变化100

图表：2015年浴缸出口数量及单价变化101

图表：2015年淋浴房出口数量及单价变化101

图表：2015年塑料马桶座圈及盖板类产品出口数量及单价变化101

图表：2015年塑料水箱及水箱配件类产品出口数量及单价变化101

图表：2015年卫生陶瓷产品出口国家结构102

图表：2015年中国卫生陶瓷出口地区结构102

图表：2015年五金洁具产品出口国家结构103

图表：2015年中国五金洁具出口地区结构104

图表：2015年浴缸类产品出口国家结构105

图表：2015年中国浴缸类产品出口地区结构105

图表：2015年淋浴房产品出口国家结构106

图表：2015年中国淋浴房产品出口地区结构107

图表：2015年塑料马桶座圈及便器盖板类产品出口国家结构108

图表：2015年中国马桶座圈及便器盖板类产品出口地区结构108

图表：2015年塑料水箱及水箱配件类产品出口国家结构109

图表：2015年中国塑料水箱及水箱配件类产品出口地区结构110

图表：2015年洁具行业出口产品结构110

图表：2015年中国卫生洁具进口规模及增速111

图表：2015年中国卫生陶瓷进口规模及增速111

图表：2015年中国五金洁具类产品进口规模及增速111

图表：2015年中国淋浴房及浴缸进口规模及增速112

图表：2015年中国马桶座圈及盖板进口规模及增速112

图表：2015年中国水箱及配件进口规模及增速112

图表：2015年卫生陶瓷进口数量及单价变化113

图表：2015年浴缸及淋浴房进口数量及单价变化113

图表：2015年塑料马桶座圈及盖板类产品进口数量及单价变化113

图表：2015年塑料水箱及水箱配件类产品进口数量及单价变化113

图表：2015年洁具行业进口产品市场结构114

图表：2015年中国卫生洁具行业产品细分市场规模122

图表：2015年洁具行业各细分产品市场份额122

图表：中国洁具行业企业所有制结构129

图表：2015年洁具产品成本构成142

图表：2010-2015年卫生洁具的下游市场规模146

图表：2010-2015年住宅领域的洁具市场规模成长情况147

图表：2010-2015年酒店领域的洁具市场规模成长情况147

图表：2010-2015年餐饮娱乐领域的洁具市场规模成长情况148

图表：2010-2015年办公楼领域的洁具市场规模成长情况149

图表：2010-2015年其它乐领域的洁具市场规模成长情况149

图表：2015年中国洁具市场国内外品牌的份额比例179

图表：2015年中国中高端洁具市场国内外品牌的份额比例179

图表：九牧集团公司主要信息及数据187

图表：中宇建材集团有限公司高中低端产品结构189

图表：广东恒洁卫浴有限公司主要信息及数据202

图表：四川帝王股份有限公司主要信息及数据205

图表：惠达卫浴股份有限公司主要信息及数据211

图表：乐华陶瓷洁具有限公司主要信息及数据216

图表：樱花卫厨（中国）股份有限公司主要信息及数据224

图表：广东东鹏陶瓷股份有限公司主要信息及数据228

图表：2021年整体卫浴规模预测233

图表：2015年中国座便器产品结构239

图表：2015年中国传统和智能座便器利润水平239

图表：未来中国智能卫浴洁具市场规模239

图表：2016-2022年中国洁具市场规模预测247

图表：2016-2022年中国洁具行业产能预测255

图表：2016-2022年中国洁具行业产量预测256

图表：2016-2022年洁具行业国内外总销量预测257

图表：2016-2022年洁具行业国内市场销售预测257

图表：2016-2022年洁具行业出口销售预测258

图表：国内外智能马桶普及率对比295

图表：2015年卫生洁具的下游市场规模330

图表：2015年卫生洁具的下游市场结构330330

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277986.html>

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）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。