



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国卫浴设备行业 市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国卫浴设备行业市场分析及发展趋势研究报告》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/47825.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

中国卫浴洁具占世界总量的30%，卫浴配件也几乎占了世界总量的35%左右。中国出口欧洲、美国、日本、韩国、中东等地的产品每年以50%的速度增长。当前国内卫浴行业的发展存在着一个最大的“软肋”，那就是缺少品牌，国内卫浴企业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，提高企业决策、技术创新、合作意识到设计、质量、服务、品牌等运作能力。国内的卫浴产业主要集中在东南沿海发达地区，广东开平、浙江温州、福建南安是目前国内三大卫浴产业集群地。目前中国正在成为全球卫浴最大的生产基地，许多世界知名品牌纷纷登陆，与本土知名品牌寻求合作发展。它们的进入不仅为本土知名品牌注入了新的活力，同时将有力推动国内卫浴产品研发、设计、生产能力的提高，形成一个前所未有的品牌整合时代。目前国内卫浴市场的饱和率还不到20%，尤其是广阔的农村市场，存在着巨大的发展空间，因此，业内人士将未来三年中国的卫浴市场定位为全球最大的卫浴消费市场。目前，陶瓷业已进入原创设计主导的时代，惠达、四维、九牧等民族品牌领袖作为先行者，已率先迈出了坚实步伐，推出的多款新产品在市场上获得诸多好评。民族卫浴领航者成功导入原创设计意味着中国卫浴从“中国制造”转向“中国创造”，这种战略性的转变已经成为中国卫浴行业提升产品档次、提升品牌价值的动力源，成为企业持续、科学、健康、和谐发展的新引擎。

从2000年到2008年，国内房地产行业蓬勃发展，带动了卫浴行业的飞速成长，一大批新兴品牌在这一阶段成长起来，很多其它领域的品牌也染指卫浴行业。这期间，国外品牌成功占领中国高端市场，国内较强品牌占领中高端市场，实力稍逊的品牌占据低端市场，基本格局已经形成。实力较强的品牌在顺境中强势扩张，试图在行业内重新定位；而实力较弱的品牌也在奋力开拓，想尽办法在众多大品牌的挤压中寻找生存空间，可谓百家争鸣。

在消费市场上，可以看到在卫浴产品的概念上，消费者已经远远突破过去的传统观念。作为现代化生活的标志性用品，它已经进入人们生活的方方面面。对于其功能，消费者不仅要求其具有其卫生与清洁功能，还要求其集保健功能、欣赏功能、科技、以及娱乐功能于一体。从消费者的消费趋势来看，在未来的市场上，卫浴行业将呈现出品种多样化的发展趋势是不言而喻的。设计风格从单纯的使用价值逐渐简洁大方，愈发注重使用性和审美性的结合，从重外观到重功能卖点，从多功能到实用型，并且在时尚、休闲、科技、功能的基础上融入个性、自然和谐、人性关怀的卫浴空间。如何用不同个性的浴室来展示不同主人的个性生活方

式？如何将简单和谐美引入卫浴环境？如何将人文关怀融入卫浴设计中？将越来越受消费者和企业关注。

本研究咨询报在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、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、佛山卫浴协会、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，对中国卫浴设备市场的发展状况、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发展情况，预测了卫浴设备陶瓷市场的需求规模及未来发展趋势，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 】

第一部分 行业发展概况

第一章 卫浴设备行业概况 1

第一节 卫浴设备基本知识 1

一、卫浴市场定义 1

二、卫浴市场分类 1

三、卫生洁具产业特点 2

第二节 卫浴设备政策分析 3

一、节能双向集热卫浴间应用技术规程 3

二、节水型洁具陶瓷生产定点管理细则 4

三、节水型生活用水器具标准 5

四、便器节水产品认证实施规则 10

第二章 国际卫浴设备行业发展状况 14

第一节 国际卫浴设备行业发展分析 14

一、2008年世界卫浴排名情况 14

二、2008年国际卫浴流行趋势 16

三、部分国家卫浴行业发展状况 17

第二节 欧洲卫浴陶瓷发展趋势 20

一、卫生陶瓷大公司竞合情况 21

二、新技术工艺开发与创新分析 21

三、向亚洲市场扩张情况 22

第二部分 相关行业发展状况

第三章 卫浴设备相关行业发展分析 23

第一节 房地产行业发展分析 23

一、2008年我国房地产行业政策分析 23

二、2008年房地产开发企业发展状况 28

三、房地产市场平民化趋势分析 42

第二节 建材行业发展分析 44

一、2008年建材行业行业现状 44

二、2008年1-8月建材行业经济指标 50

三、2008年建材市场发展状况 62

四、2008-2009年建材行业发展趋势 66

第三节 陶瓷行业发展分析 75

一、2008年陶瓷行业经济运行分析 75

二、2008年陶瓷行业发展现状分析 86

三、2009年陶瓷业发展趋势分析 90

第三部分 行业发展状况

第四章 中国卫浴设备行业发展分析 93

第一节 我国卫浴设备行业发展现状 93

一、2008年国际金融危机对中国卫浴企业影响 93

二、我国卫浴行业发展状况分析 95

三、2008年卫浴新政对行业影响分析 96

四、2008年1-8月卫浴设备进出口情况 97

第二节 2008年我国卫浴设备行业设计发展状况 111

一、我国卫浴行业设计发展现状 111

二、我国卫浴行业智能化发展分析 112

- 三、我国整体卫浴设计现状分析 113
- 四、我国卫浴企业发展软实力分析 117
- 第三节 中国卫浴设备行业挑战及机遇分析 119
 - 一、2008年卫浴行业发展机遇分析 119
 - 二、我国卫浴行业配件发展挑战分析 120
 - 三、中国卫浴设备行业发展挑战分析 121
 - 四、2008年卫浴产业融合机遇分析 126

第五章 中国卫浴设备市场运行分析 130

第一节 卫浴设备消费市场分析 130

- 一、卫浴消费者消费行为分析 130
- 二、影响卫浴价格因素分析 136
- 三、2008年卫浴市场价格变动情况 137

第二节 陶瓷卫浴设备市场分析 139

- 一、陶瓷与卫浴市场合作发展分析 139
- 二、2008年陶瓷卫浴两行业渗透发展状况 140
- 三、陶瓷卫浴市场合作发展前景 141

第三节 卫浴设备市场分析 142

- 一、2008年我国卫浴市场发展状况 142
- 二、2008年整体卫浴市场销售情况 144
- 三、2008年卫浴行业经销商发展现状 146

第四节 中国卫浴设备区域市场分析 147

- 一、2008年顺德卫浴产业扩张分析 147
- 二、2008年佛山卫浴产业发展状况 149
- 三、潮州卫浴市场发展状况 150

第六章 卫浴产品市场分析 153

第一节 水龙头市场分析 153

- 一、五金水龙头高端市场现状 153
- 二、北京水龙头市场分析 155
- 三、我国水龙头发展趋势 156
- 四、电热水龙头未来市场分析 158

第二节 热水器市场发展分析 158

一、我国太阳能热水器OEM现状分析 158

二、2008年1-8月燃气热水器产量 161

三、2008年1-8月电热水器进出口 165

四、未来热水器发展方向 169

第三节 整体卫浴市场分析 170

一、2008年我国整体卫浴市场现状 170

二、整体卫浴产品设计分析 172

三、2008年整体卫浴中国风潮流分析 173

四、我国整体卫浴市场前景分析 174

第四节 淋浴房市场发展分析 176

一、2008年中山市淋浴房新标准施行情况 176

二、中山市淋浴房产业发展状况 177

三、中山市淋浴房卖场发展策略 178

四、2008年整体淋浴房市场价格变动情况 181

五、影响淋浴房市场价格因素分析 182

第五节 马桶市场分析 183

一、节水马桶分类 183

二、节水马桶市场发展状况 184

三、马桶市场发展状况分析 187

四、2008年我国马桶市场发展状况 188

第六节 卫浴设备其他产品市场分析 189

一、2008年1-8月电淋浴器全国产量 189

二、绿色洁具木浴桶市场现状 193

三、2008年浴霸市场发展现状及策略 193

四、五金卫浴配件市场发展趋势分析 199

第四部分 行业市场竞争

第七章 卫浴设备市场竞争分析 201

第一节 卫浴设备行业竞争现状 201

一、2008年我国卫浴市场竞争状况 201

二、2008年卫浴市场两极分化状况 202

- 三、节水卫浴市场竞争状况分析 202
- 四、我国卫浴高端市场竞争分析 203
- 五、2008年我国卫浴行业"马太效应"分析 205
- 第二节 2008年陶瓷卫浴行业格局 206
 - 一、政策格局 206
 - 二、基地格局 206
 - 三、品牌格局 207
 - 四、产品风格 207
 - 五、人力资源 208
 - 六、市场格局 208
 - 七、营销格局 209
 - 八、出口格局 209
 - 九、人物格局 209
 - 十、投资格局 210

第八章 中外卫浴设备市场竞争分析 211

- 第一节 中外卫浴设备市场竞争状况 211
 - 一、2008年外资在我国洁具中端市场竞争状况 211
 - 二、2008年外资在我国洁具高端市场竞争状况 212
 - 三、中外卫浴品牌对比分析 214
 - 四、中国陶瓷品牌在国际市场发展分析 217
- 第二节 中外卫浴设备市场竞争分析 219
 - 一、2008年国内卫浴市场竞争新格局 219
 - 二、2008年中外卫浴品牌在上海竞争状况 222
 - 三、我国卫浴五金业国内竞争国际化趋势 225

第九章 国际卫浴设备优势企业分析 228

- 第一节 科勒企业分析 228
 - 一、公司简介 228
 - 二、2008年公司在上海扩张情况 250
 - 三、2008-2009年公司新产品分析 251
- 第二节 日本TOTO企业 252

- 一、公司简介 252
- 二、公司产品分析 254
- 三、公司节水策略 255
- 四、2008年公司在华动态 257
- 第三节 美标企业 258
 - 一、公司简介 258
 - 二、公司战略分析 260
 - 三、2008年公司在华动态 264
- 第四节 台湾和成集团 265
 - 一、公司简介 265
 - 二、2008年公司信息化发展分析 267
 - 三、2008年公司新产品动态 268
- 第五节 乐家公司 269
 - 一、公司简介 269
 - 二、公司卫浴产品 270
 - 三、2008年公司在华动态 271
- 第六节 德国DURAVIT公司 272
 - 一、公司简介 272
 - 二、公司卫浴产品 273
- 第七节 德国高仪集团 273
 - 一、公司简介 273
 - 二、公司战略分析 275
- 第八节 伊奈公司 276
 - 一、公司简介 276
 - 二、公司产品定位 277
 - 三、2008年公司中国市场新战略 279
- 第九节 卡德维股份有限公司 279
 - 一、公司简介 279
 - 二、公司产品 281
 - 三、2008年公司动态 284
- 第十节 汉斯格雅 285
 - 一、公司简介 285

二、公司产品风格 287

三、2008年公司在华动态 288

第十章 我国卫浴设备优势企业分析 290

第一节 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司 290

一、公司简介 290

二、公司发展战略分析 292

三、2007-2008年公司财务状况 296

第二节 广东东鹏陶瓷股份有限公司 301

一、公司简介 301

二、公司创新策略 302

三、公司文化策略 303

第三节 九牧集团有限公司 306

一、公司简介 306

二、公司发展优势 307

三、2008年公司动态 308

第四节 乐华陶瓷洁具有限公司 309

一、公司简介 309

二、2008年公司动态 311

三、箭牌卫浴发展策略 315

第五节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司 317

一、公司简介 317

二、2008年公司经营状况 317

三、2007-2008年公司财务状况 320

四、2008年公司发展策略 325

第六节 广东阿波罗洁具有限公司 327

一、公司简介 327

二、公司发展状况分析 328

三、公司产品分析 330

第七节 唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司 332

一、公司简介 332

二、2008年公司新产品分析 333

三、2008年公司动态 334

第八节 中宇建材集团有限公司 336

一、公司简介 336

二、2008年公司内销情况分析 337

三、2008年公司动态 341

第九节 安华陶瓷洁具有限公司 343

一、公司简介 343

二、公司销售策略 344

三、2008年公司动态 346

第五部分 行业发展趋势及策略

第十一章 卫浴设备发展策略分析 349

第一节 卫浴行业市场营销分析 349

一、陶瓷卫浴行业80后消费群营销分析 349

二、2008年卫浴行业电子商务策略分析 351

三、2008年陶瓷卫浴行业终端营销策略 352

四、卫浴设备市场营销策略 353

第二节 中小卫浴企业营销战略模式 361

一、“缝隙营销”战略 362

二、“卫星营销”战略 362

三、“寄生营销”战略 362

四、“虚拟营销”战略 363

五、“共生营销”战略 363

第三节 卫浴行业品牌策略 363

一、卫浴品牌竞争发展弊端分析 363

二、我国卫浴品牌发展策略 367

三、我国卫浴行业品牌推广策略 369

四、卫浴品牌塑造优化策略分析 372

第四节 我国卫浴企业竞争策略 375

一、现代洁具企业竞争策略 375

二、2008年陶瓷卫浴回头客争夺策略 378

三、我国卫浴企业开拓国际市场策略 379

第十二章 卫浴设备发展趋势分析 381

第一节 2008-2009年卫浴行业发展趋势预测 381

一、房产市场对行业发展影响 381

二、卫浴产品艺术化 381

三、节水节能 381

四、卫浴配套产品 382

五、智能化卫浴 382

六、简约观念 382

第二节 2008-2009年卫浴市场发展趋势预测 383

一、2008年卫浴产品流行趋势 383

二、2008年中国卫浴市场发展趋势分析 384

三、2008-2009年洁具市场潜力分析 385

四、2008年下半年卫浴市场销售预测 387

五、整体卫浴市场发展潜力分析 388

第三节 卫浴设备行业发展前景及流行趋势 390

一、用户卫浴行业前景影响分析 390

二、卫浴空间发展趋势 391

三、卫浴设备流行趋势分析 392

四、卫浴设备未来发展走向分析 397

五、卫浴设备设计趋势分析 402

图表目录

图表：2008年中期房地产总资产规模前20家企业 29

图表：2008年中期房地产流动负债规模前20家公司 30

图表：2008年中期房地产营业收入额前20家公司 31

图表：2008年中期房地产利润总额前20家公司 32

图表：2008年中期房地产利润总额前20家公司 33

图表：2008年中期房地产每股收益前20家公司 34

图表：2008年中期房地产总资产收益率前20家公司 35

图表：2008年中期房地产净资产收益率前20家公司 36

图表：2008年中期房地产每股经营性现金流前20家公司 37

图表：2008年通过公司债融资审批的房地产企业 38

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造业经济指标全国合计 50

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造国有企业经济指标全国合计 52

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造集体企业经济指标全国合计 53

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造股份合作企业经济指标全国合计 55

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造股份制企业经济指标全国合计 56

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造私营企业经济指标全国合计 57

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造外商和港澳台投资企业经济指标全国合计 59

图表：2008年1-8月轻质建筑材料制造其他企业经济指标全国合计 60

图表：2008年2月陶瓷制品制造企业销售收入前十位 75

图表：2008年5月陶瓷制品制造企业销售收入前十位 75

图表：2008年8月陶瓷制品制造企业销售收入前十位 76

图表：2008年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标全国合计 76

图表：2008年1-8月陶瓷制品制造国有企业经济指标全国合计 78

图表：2008年1-8月陶瓷制品制造集体企业经济指标全国合计 79

图表：2008年1-8月陶瓷制品制造股份合作企业经济指标全国合计 80

图表：2008年1-8月陶瓷制品制造股份制企业经济指标全国合计 82

图表：2008年1-8月陶瓷制品制造私营企业经济指标全国合计 83

图表：2008年1-8月陶瓷制品制造外商和港澳台投资企业经济指标全国合计 85

图表：2008年1月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 97

图表：2008年2月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 97

图表：2008年3月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 97

图表：2008年4月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 98

图表：2008年5月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 98

图表：2008年6月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 98

图表：2008年7月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 98

图表：2008年8月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备进口统计 99

图表：2008年1月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 99

图表：2008年2月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 99

图表：2008年3月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 99

图表：2008年4月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 100

图表：2008年5月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 100

图表：2008年6月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 100

图表：2008年7月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 100

图表：2008年8月陶瓷洗涤槽、脸盆、浴缸等固定卫生设备出口统计 101

图表：2008年1月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 101

图表：2008年2月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 101

图表：2008年3月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 102

图表：2008年4月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 102

图表：2008年5月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 102

图表：2008年6月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 102

图表：2008年7月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 103

图表：2008年8月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 103

图表：2008年1月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 103

图表：2008年2月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 103

图表：2008年3月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 104

图表：2008年4月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 104

图表：2008年5月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 104

图表：2008年6月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 105

图表：2008年7月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 105

图表：2008年8月瓷餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 105

图表：2008年1月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 106

图表：2008年2月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 106

图表：2008年3月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 106

图表：2008年4月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 107

图表：2008年5月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 107

图表：2008年6月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 107

图表：2008年7月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 108

图表：2008年8月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器进口统计 108

图表：2008年1月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 108

图表：2008年2月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 109

图表：2008年3月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 109

图表：2008年4月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 109

图表：2008年5月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 110

图表：2008年6月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 110

图表：2008年7月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 110

图表：2008年8月陶餐具、厨房器具及其他家用或盥洗用瓷器出口统计 110

图表：2008年1-8月燃气热水器全国产量 161

图表：2008年1-8月燃气热水器天津市产量 161

图表：2008年1-8月燃气热水器山西省产量 161

图表：2008年1-8月燃气热水器吉林省产量 162

图表：2008年1-8月燃气热水器上海市产量 162

图表：2008年1-8月燃气热水器江苏省产量 162

图表：2008年1-8月燃气热水器浙江省产量 163

图表：2008年1-8月燃气热水器湖北省产量 163

图表：2008年1-8月燃气热水器湖南省产量 163

图表：2008年1-8月燃气热水器广东省产量 164

图表：2008年1-8月燃气热水器重庆市产量 164

图表：2008年1-8月燃气热水器四川省产量 164

图表：2008年1月电热水器进口统计 165

图表：2008年2月电热水器进口统计 165

图表：2008年3月电热水器进口统计 165

图表：2008年4月电热水器进口统计 166

图表：2008年5月电热水器进口统计 166

图表：2008年6月电热水器进口统计 166

图表：2008年7月电热水器进口统计 166

图表：2008年8月电热水器进口统计 167

图表：2008年1月电热水器出口统计 167

图表：2008年2月电热水器出口统计 167

图表：2008年3月电热水器出口统计 167

图表：2008年4月电热水器出口统计 168

图表：2008年5月电热水器出口统计 168

图表：2008年6月电热水器出口统计 168

图表：2008年7月电热水器出口统计 168

图表：2008年8月电热水器出口统计 169

图表：2008年1-8月电淋浴器全国产量 189

图表：2008年1-8月电淋浴器辽宁省产量 189

图表：2008年1-8月电淋浴器江苏省产量 190

图表：2008年1-8月电淋浴器浙江省产量 190

图表：2008年1-8月电淋浴器福建省产量 190

图表：2008年1-8月电淋浴器山东省产量 191

图表：2008年1-8月电淋浴器广东省产量 191

图表：2008年1-8月电淋浴器湖北省产量 191

图表：2008年1-8月电淋浴器湖南省产量 192

图表：2008年1-8月电淋浴器重庆市产量 192

图表：2008年1-8月电淋浴器四川省产量 192

图表：日本TOTO公司产品销售构成 253

图表：日本TOTO公司海外生产基地一览表 253

图表：和成企业收入构成比例 266

图表：2008年2季度重庆四维控股股份有限公司主营构成 296

图表：2007年4季度重庆四维控股股份有限公司人员构成 297

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司投资收益分析 297

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司获利能力分析 297

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司经营能力分析 298

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司偿债能力分析 298

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司资本结构 298

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司发展能力分析 298

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司现金流量分析 299

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司主营业务收入 299

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司主营业务利润 299

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司营业利润 300

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司利润总额 300

图表：2007-2008年重庆四维控股股份有限公司净利润 300

图表：2008-2009年海鸥卫浴发展预测表 319

图表：海鸥卫浴抵抗外部影响因素能力 320

图表：2008年2季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司主营构成 320

图表：2007年4季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司人员构成 321

图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份有限公司投资收益分析 321

图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司获利能力分析 322
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司经营能力分析 322
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司偿债能力分析 322
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司资本结构 322
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司发展能力分析 323
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司现金流量分析 323
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司主营业务收入 323
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司主营业务利润 324
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司营业利润 324
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司利润总额 324
图表：2007-2008年广州海鸥卫浴用品股份股份有限公司净利润 325

略.....

(如需详细目录, 请来电索取)

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/47825.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。