



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008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/48222.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

经过近年来的迅速发展，中国已经成为了世界上最大的卫浴设备生产国和消费国，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。

从2007年的情况看，卫浴行业发展的外部环境也发生了根本改变。除了辐射标准、出水量的控制外，还有取消出口退税、房地产销量下降、销售的压力急剧加大等因素，国家对耗能等方面的硬性限制，对行业发展而言更是雪上加霜。国家的这些政策对行业内20位以外的企业压力更大。另外由于原材料价格的不断上涨等原因，导致全国各地的卫浴产品的价格战再次掀起。

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。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？这是一个国内卫浴业不得不深思和面对的残酷现实。国内企业粗放式经营、设计粗糙、质量监控不严密、企业行业不规范，导致大批量生产的卫浴产品质量不稳定，服务滞后等都是铁铮铮的事实。

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卫生与清洁功能，还要求集保健功能、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。

近年来，竞争激烈的卫浴行业，迎来了越来越多的国际对手。为了争抢中国市场这块巨大蛋糕，国际建材巨头纷纷在中国投资建厂，国内企业也将销售重点由国际市场转向国内。世界十大卫浴品牌已有8家在中国设厂或贴牌。从专卖店、到旗舰店、到体验馆，究竟是企业营销的概念炒作还是行业发展的升级和创新？布置越来越精美的体验馆，是否将成为未来陶瓷行业的渠道主流？

【 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、卫浴市场的定义 1

二、卫浴市场的分类 1

三、卫生洁具产业特点 2

第二节 国际卫浴设备行业发展分析 3

一、国外特种陶瓷发展动向 3

二、美国卫生洁具发展趋势 6

三、俄罗斯卫生洁具销量分析 7

四、法国卫浴行业发展分析 8

第二章 卫浴设备相关行业发展分析 10

第一节 房地产业发展分析 10

一、2007年房地产政策回顾 10

二、2007年房地产市场分析 19

三、房地产企业竞争力分析 24

四、2008年房地产市场预测 34

五、房地产对卫浴行业影响 35

第二节 建材行业发展分析 36

一、2007年1-10月建材行业运行分析 36

二、卫浴五金行业进入新竞争时代 39

三、2007年1-10月重点建材企业状况 41

四、2008年建材企业发展预测	74
五、2007建材装修行业政策分析	75
第三节 陶瓷行业发展分析	78
一、建筑陶瓷企业发展瓶颈	78
二、陶瓷业市场转型分析	82
三、陶瓷墙地砖机遇与挑战	84
四、陶瓷业生产评价指标体系	87
五、2008年陶瓷业期待新技术	88

第二部分 行业发展现状

第三章 中国卫浴设备行业发展分析 91

第一节 中国卫浴设备发展现状 91

一、中国卫浴设备行业地位分析	91
二、卫浴企业在震荡中发展	91
三、影响卫浴价格的因素分析	93
四、高端卫浴市场欧系品牌分析	94
五、酒店卫浴市场分析	96

第二节 中国卫浴设备行业存在的问题分析 98

一、各档定位参差不齐	98
二、产品扩展漫无边际	98
三、洁具各类认证泛滥	99
四、国内卫浴产品贸易壁垒	101
五、卫浴配套产品质量亟待提升	102

第三节 卫浴设备消费市场分析 104

一、卫浴消费向奢侈化挺进	104
二、卫浴设备消费观念改变	105
三、卫浴洁具消费两极分化	107
四、贷款消费新趋势分析	109

第三部分 行业市场运行

第四章 中国卫浴设备市场运行分析 111

第一节 陶瓷卫浴设备市场分析 111

一、2007年卫浴设备流行亮点	111
二、陶瓷卫浴抄袭风的影响	112
三、陶瓷卫浴产品差价悬殊	113
四、陶瓷卫浴“马太效应”分析	115
第二节 卫生陶瓷经济运行分析	117
一、2007年1-10月卫生陶瓷全国产量统计	117
二、2007年1-8月陶瓷制品企业销售排名	118
三、2007年1-8月陶瓷制品企业经济指标	119
四、2007年1-10月卫浴设备进出口统计	158
第三节 中国卫浴设备区域市场分析	163
一、北京卫浴市场分析	163
二、沈阳卫浴市场商机分析	164
三、广东江门卫浴产业优化升级	165
四、重庆洁具市场成本变化分析	166
五、水口镇卫浴产业发展综述	167
六、新疆建陶产业发展分析	167

第五章 卫浴产品市场分析 171

第一节 水龙头市场分析 171

一、2007年水龙头产品流行分析	171
二、国内水龙头市场现状分析	172
三、古典双把水龙头的流行	173
四、我国水龙头产业基地	174
五、水龙头知名企业分析	176

第二节 热水器市场发展分析 182

一、2007年热水器政策解读	182
二、2007年热水器市场分析	188
三、太阳能热水器销售模式分析	197
四、2007年1-10月燃气热水器产量	200
五、2007年1-10月电热水器进出口	204

第三节 整体卫浴市场分析 209

一、整体卫浴设计优势解析	209
--------------	-----

二、《住宅整体卫浴间》解读	210
三、2008整体卫浴发展预测	211
第四节 淋浴房市场发展分析	213
一、多功能淋浴房销售火爆	213
二、淋浴房发展主流分析	217
三、淋浴房3C认证分析	217
四、电脑淋浴房市场分析	218
五、淋浴房安全隐患分析	219
第五节 马桶市场分析	220
一、节水马桶的基本分类	220
二、节水马桶市场现状	221
三、智能马桶引发新一轮革命	224
四、艺术马桶家居风潮袭来	224
五、螺旋式龙头坐便器面临淘汰	225
第六节 卫浴设备其他产品市场分析	226
一、2007年1-10月电淋浴器全国产量	226
二、实木柜洗手盆市场发展预测	230
三、天然木质浴桶成市场新宠	230
四、卫生间配件的现状 & 趋势	233
五、浴霸行业期待“统一标准”	243

第四部分 行业市场竞争

第六章 卫浴设备市场竞争分析	245
第一节 卫浴设备行业竞争现状	245
一、卫浴市场格局的变化	245
二、卫浴品牌竞争问题分析	245
三、卫浴行业价格竞争分析	250
四、卫浴行业洗牌初步形成	251
五、卫浴市场未来竞争方式	252
第二节 卫浴设备行业竞争焦点	253
一、关于时尚安全的竞争	253
二、卫浴企业打响“节水战”	255

三、瓷砖卫浴联手争夺市场	256
第三节 外资卫浴品牌市场入侵分析	257
一、洋品牌迫使国内卫浴市场升级	257
二、德国乐伊卫浴登陆临沂分析	259
三、日本伊奈军北京卫浴市场	259
第四节 中外卫浴设备市场竞争分析	260
一、国货产品与洋品牌之间的较量	260
二、中国卫浴品牌的差距分析	262
三、中国陶瓷品牌进军国际市场	265
第七章 卫浴设备优势企业分析	267
第一节 日本TOTO企业	267
一、公司简介	267
二、公司产品分析	268
三、公司中国市场策略	269
第二节 科勒企业分析	271
一、公司简介	271
二、公司整合运营情况	274
三、公司在中国发展策略	276
第三节 美标企业	293
一、公司简介	293
二、公司旗舰店状况	295
三、公司卫生间革新	296
四、公司市场战略变化	298
第四节 台湾和成企业	301
一、公司简介	301
二、公司产品优势	302
三、公司经营理念及技术	304
第五节 乐家企业	307
一、公司简介	307
二、公司卫浴产品介绍	307
第六节 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司	308

一、公司简介	308
二、公司动态	311
三、公司发展目标	312
四、公司财务数据	316
第七节 广东东鹏陶瓷股份有限公司	323
一、公司简介	323
二、公司动态	325
三、公司发展变局	326
四、公司品牌战略	329
第八节 佛山鹰牌卫生洁具	333
一、公司概况	333
二、公司发展优势	334
三、公司发展引发的思考	336
第九节 乐华陶瓷洁具有限公司	338
一、公司简介	338
二、公司发展动态	339
三、箭牌卫浴成功策略	341
第十节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司	343
一、公司简介	343
二、公司成长性分析	343
三、公司TMS模式	345
四、公司财务数据	346
第十一节 广东阿波罗洁具有限公司	354
一、公司简介	354
二、公司优势分析	355
三、公司市场状况	357

第五部分 行业发展趋势

第八章 卫浴设备发展趋势分析 359

第一节 位于设备流行趋势分析 359

- 一、科技卫浴成趋势 359
- 二、节水卫浴的发展 360

三、小户型卫浴畅销	361
四、环保卫浴的趋势	362
第二节 卫浴设备未来发展走向分析	364
一、木产品将会大有作为	364
二、享受与功能合二为一	365
三、工业复古风的流行	367
四、透明卫浴颠覆传统	368
第三节 卫浴设备设计趋势分析	369
一、卫浴空间设计新动向	369
二、现代卫浴间设计流行	370
三、卫浴间的设计风格选择	371

第六部分 行业策略分析

第九章 卫浴设备发展营销策略分析 377

第一节 卫浴设备市场营销新策略 377

- 一、实践“体验式营销” 377
- 二、品牌概念店成为新模式 379
- 三、卫浴品牌特许经营模式 380
- 四、中小卫浴企业发展之道 384

第二节 卫浴品牌塑造优化策略分析 385

- 一、卫浴品牌塑造存在的问题 386
- 二、卫浴品牌塑造优化建议 386
- 三、品牌传播在市场中的执行 388

第三节 现代洁具企业的竞争策略 389

- 一、管理竞争策略 389
- 二、服务竞争策略 389
- 三、工艺的竞争策略 390
- 四、经营的理念竞争策略 390
- 五、卫浴业品牌推广策略 392

第十章 卫浴设备市场投资分析 396

第一节 卫浴设备投资经济环境分析 396

一、2007年1-10月工业生产分析	396
二、2007年1-10月社会消费分析	397
三、2007年1-10月固定资产投资分析	398
四、2007年1-10月对外贸易分析	400
第二节 卫浴设备投资政策环境分析	406
一、节能双向集热卫浴间应用技术规程	406
二、节水型洁具陶瓷生产定点管理细则	407
三、节水型生活用水器具标准	408
四、便器节水产品认证实施规则	414
第三节 卫浴设备投资机会分析	416
一、投资装饰木材方面	416
二、投资外墙材料方面	416
三、投资门窗材料方面	417
四、投资管道材料方面	417
五、投资填缝材料方面	417
六、投资卫浴五金配件	417

图表目录

图表：2007年1-10月土地购置与开发面积趋势图	19
图表：2007年1-10月房地产开发投资额走势图	20
图表：2007年1-10月商品房施工、新开工及竣工面积走势图	21
图表：2007年1-10月商品房销售面积走势图	22
图表：2007年1-10月商品房销售额走势图	22
图表：2007年1-10月商品房销售均价走势图	23
图表：2007年1-10月全国70个大中城市房屋分类销售价格指数走势	23
图表：2007年1-10月重点建材工业企业全部从业人员平均人数	41
图表：2007年1-10月重点建材工业企业工业销售产值	43
图表：2007年1-10月重点建材工业企业工业总产值	44
图表：2007年1-10月重点建材工业企业应交增值税	46
图表：2007年1-10月重点建材工业企业利润总额	48
图表：2007年1-10月重点建材工业企业利息支出	50
图表：2007年1-10月重点建材工业企业财务费用	52

图表：2007年1-10月重点建材工业企业管理费用	54
图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售税金及附加	56
图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售费用	57
图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售成本	59
图表：2007年1-10月重点建材工业企业产品销售收入	61
图表：2007年1-10月重点建材工业企业负债合计	63
图表：2007年1-10月重点建材工业企业资产合计	64
图表：2007年1-10月重点建材工业企业固定资产净值平均余额	66
图表：2007年1-10月重点建材工业企业流动资产平均余额	68
图表：2007年1-10月重点建材工业企业产成本	70
图表：2007年1-10月重点建材工业企业应收账款净额	71
图表：2007年1-10月重点建材工业企业主要经济指标汇总	73
图表：2007年1-10月卫生陶瓷全国产量统计	117
图表：2007年2月陶瓷制品制造企业销售收入前十位	118
图表：2007年5月陶瓷制品制造企业销售收入前十位	118
图表：2007年8月陶瓷制品制造企业销售收入前十位	119
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标全国合计	119
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标北京市合计	120
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标天津市合计	122
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标河北省合计	123
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标山西省合计	125
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标内蒙古合计	126
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标辽宁省合计	127
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标吉林省合计	129
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标黑龙江合计	130
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标上海市合计	131
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标江苏省合计	133
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标浙江省合计	134
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标安徽省合计	136
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标福建省合计	137
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标江西省合计	138
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标山东省合计	140

图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标河南省合计	141
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标湖北省合计	142
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标湖南省合计	144
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标广东省合计	145
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标广西合计	147
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标重庆市合计	148
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标四川省合计	149
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标贵州省合计	151
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标云南省计	152
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标陕西省合计	153
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标甘肃省合计	155
图表：2007年1-8月陶瓷制品制造企业经济指标宁夏合计	156
图表：2007年1月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	158
图表：2007年2月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	158
图表：2007年3月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	158
图表：2007年4月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	158
图表：2007年5月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	159
图表：2007年6月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	159
图表：2007年7月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	159
图表：2007年8月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	159
图表：2007年9月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	160
图表：2007年10月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备进口统计	160
图表：2007年1月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	160
图表：2007年2月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	160
图表：2007年3月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	161
图表：2007年4月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	161
图表：2007年5月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	161
图表：2007年6月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	161
图表：2007年7月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	162
图表：2007年8月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	162
图表：2007年9月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	162
图表：2007年10月陶瓷洗涤槽、浴缸、脸盆等设备出口统计	162

图表：2007年1-10月燃气热水器全国产量	200
图表：2007年1-10月燃气热水器天津市产量	200
图表：2007年1-10月燃气热水器辽宁省产量	200
图表：2007年1-10月燃气热水器吉林省产量	201
图表：2007年1-10月燃气热水器上海市产量	201
图表：2007年1-10月燃气热水器江苏省产量	201
图表：2007年1-10月燃气热水器浙江省产量	202
图表：2007年1-10月燃气热水器湖南省产量	202
图表：2007年1-10月燃气热水器广东省产量	202
图表：2007年1-10月燃气热水器重庆市产量	203
图表：2007年1-10月燃气热水器四川省产量	203
图表：2007年1月电热水器进口统计	204
图表：2007年2月电热水器进口统计	204
图表：2007年3月电热水器进口统计	204
图表：2007年4月电热水器进口统计	204
图表：2007年5月电热水器进口统计	205
图表：2007年6月电热水器进口统计	205
图表：2007年7月电热水器进口统计	205
图表：2007年8月电热水器进口统计	205
图表：2007年9月电热水器进口统计	206
图表：2007年10月电热水器进口统计	206
图表：2007年1月电热水器出口统计	206
图表：2007年2月电热水器出口统计	206
图表：2007年3月电热水器出口统计	207
图表：2007年4月电热水器出口统计	207
图表：2007年5月电热水器出口统计	207
图表：2007年6月电热水器出口统计	207
图表：2007年7月电热水器出口统计	208
图表：2007年8月电热水器出口统计	208
图表：2007年9月电热水器出口统计	208
图表：2007年10月电热水器出口统计	208
图表：2007年1-10月电淋浴器全国产量	226

图表：2007年1-10月电淋浴器辽宁省产量	226
图表：2007年1-10月电淋浴器江苏省产量	226
图表：2007年1-10月电淋浴器浙江省产量	227
图表：2007年1-10月电淋浴器福建省产量	227
图表：2007年1-10月电淋浴器山东省产量	227
图表：2007年1-10月电淋浴器湖北省产量	228
图表：2007年1-10月电淋浴器湖南省产量	228
图表：2007年1-10月电淋浴器广东省产量	229
图表：2007年1-10月电淋浴器重庆市产量	229
图表：2007年1-10月电淋浴器四川省产量	229
图表：日本TOTO公司产品销售构成	267
图表：日本TOTO公司海外生产基地一览表	268
图表：和成企业收入构成比例	301
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司流动资产表	316
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司固定资产表	316
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司无形及其他资产表	316
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司流动负债表	317
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司长期负债表	317
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司股东权益表	318
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司主营业务收入表	318
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司主营业务利润表	318
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司营业利润表	319
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司利润总额表	319
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司净利润表	319
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司经营活动产生的现金流量	319
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司投资活动产生的现金流量	320
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司筹资活动产生的现金流量	321
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司每股份指标表	321
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司获利能力表	322
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司经营能力表	322
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司偿债能力表	322
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司资本结构表	323

图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司发展能力表	323
图表：2007年前三季度重庆四维控股股份有限公司现金流量分析表	323
图表：海鸥卫浴发展预测表	345
图表：海鸥卫浴抵抗外部影响因素能力表	346
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司流动资产表	346
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司固定资产表	347
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司无形及其他资产表	347
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司流动负债表	347
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司长期负债表	348
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司股东权益表	349
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司主营业务收入表	349
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司主营业务利润表	349
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司营业利润表	349
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司利润总额表	350
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司净利润表	350
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司经营活动产生的现金流量	350
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司投资活动产生的现金流量	351
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司筹资活动产生的现金流量	352
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司每股份指标表	352
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司获利能力表	353
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司经营能力表	353
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司偿债能力表	353
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司资本结构表	353
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司发展能力表	354
图表：2007年前三季度广州海鸥卫浴用品股份有限公司现金流量分析表	354
图表：1999年8月-2007年10月工业增加值月度同比增长率	397
图表：1999年8月-2007年10月社会消费品零售总额月度同比增长率	398
图表：1999年1-8月-2007年1-10月固定资产投资完成额月度累计同比增长率	400
图表：1999年8月-2007年10月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率	401
图表：1999年8月-2007年10月居民消费价格指数	402
图表：1999年8月-2007年10月工业品出厂价格指数	404
图表：1999年8月-2007年10月货币供应量月度同比增长率	406

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48222.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提供专业投资咨询报告、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。