



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国卫浴市场预测报告

一、调研说明

《2008年中国卫浴市场预测报告》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/48257.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

2007年1-10月，中国卫生陶瓷产量共计10724万件，同比增长8.62%，浙江增速位居第一，增长达112.98%，四川第二，增长57.27%，湖南50.2%，广东45.38%。

2007年1-10月，我国陶瓷产品出口总额为53.91亿美元，同比2006年的50.07亿美元，增长了7.68%。其中建筑陶瓷出口17.57亿美元，占全部出口的32.60%，同比增长28.33%；日用陶瓷出口14.82亿美元，占27.50%，同比下降5.16%；卫生陶瓷出口5.98亿美元，占11.11%，同比增长16.88%；艺术陶瓷出口5.47亿美元，占10.15%，同比下降16.39%；耐火材料等其它类陶瓷出口10.04亿美元，占18.64%，同比增长10.08%。

从出口价格来看，日用陶瓷和艺术陶瓷出口平均单价分别下降了0.54%和10.35%；建筑陶瓷价格上涨20.928%；卫生陶瓷上涨4.38%；其它类陶瓷上涨7.65%。

全球化的进程，促使各行业都有更多的竞争者加入。卫浴行业作为中国制造业的一部分，也延续了中国制造业的特点：产品模仿、抄袭程度急剧增加；市场竞争进一步的提速带来了卫浴业领导品牌的紧迫压力。

从COPY别人，到自主研发，陶瓷的设计已经实现了与国际接轨；从名不见经传，到品牌的成功运作，随着市场的不断完善，科技的不断进步，国内陶瓷行业正迅速成长。陶瓷行业发展的四大趋势：交易形成整合场所；厂商一体化加快；市场竞争全球化；与装修公司捆绑。

现代卫浴产品不仅仅在满足居民的生活的需要，而且，在整个居民区、公共场合、办公设施、宾馆酒店、休闲地带等等都有卫浴产品消费的需求。现代卫浴产品的竞争越来越激烈，各种高科技、艺术文化的大规模应用已成为卫浴产品的必然趋势。

本报告数据来源于国家统计局、国务院发展研究中心、海关总署、中国建筑卫生陶瓷工业协会等权威机构，全文以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表在对2006年中国卫浴行业整体运行情况进行回顾的基础上，重点分析了2007年中国卫浴市场及其细分市场、相关产业的发展情况，通过对卫浴行业的发展现状及发展趋势的描述和分析，得出我国卫浴产业新的发展局势。报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精

确、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，使其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。是卫浴企业及计划投资化肥行业的投资机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行状况，正确制定企业竞争战略和投资策略的重要参考资料。

【 目 录 】

第一章 卫浴行业国家相关政策分析

第一节 2007年国家政策对陶瓷业的影响分析

第二节 2007年卫浴相关政策分析

- 一、住宅整体厨房整体卫浴行业标准
- 二、太阳能热水器水温不得低于45
- 三、燃气热水器新能效标准
- 四、浴霸国家标准悄然在杭酝酿
- 五、热泵热水器国家标准草案正在制定中

第二章 2006-2007年卫浴市场运行分析

第一节 2006年中国卫浴市场运行分析

- 一、卫浴市场情况分析
- 二、产品卖点分析
- 三、产品价格竞争分析

第二节 2006年卫生陶瓷产量统计

- 一、2006年卫生陶瓷全国产量统计
- 二、2006年华北地区卫生陶瓷产量统计
- 三、2006年华东地区卫生陶瓷产量统计
- 四、2006年华中地区卫生陶瓷产量统计
- 五、2006年华南地区卫生陶瓷产量统计
- 六、2006年西南地区卫生陶瓷产量统计
- 七、2006年西北地区卫生陶瓷产量统计

第三节 2007年卫浴陶瓷市场运行情况

- 一、2007年卫浴市场流行趋势分析

二、2007年卫浴产品价格情况

第四节 2007年卫生陶瓷产量统计

一、2007年卫生陶瓷全国产量统计

二、2007年华北地区卫生陶瓷产品产量统计

三、2007年华东地区卫生陶瓷产量统计

四、2007年华中地区卫生陶瓷产量统计

五、2007年华南地区卫生陶瓷产量统计

六、2007年西南地区卫生陶瓷产量统计

第三章 2007年卫生陶瓷进出口分析

第一节 2007年卫生陶瓷进口分析

第二节 2007年中国卫生陶瓷出口分析

一、2007年陶瓷产品出口情况

二、2007年中国卫生陶瓷出口价格分析

三、2007年中国陶瓷出口区域变化情况

第四章 2007年中国卫浴行业区域市场分析

第一节 山东陶瓷产业发展分析

一、山东陶瓷产业发展SWOT分析

二、山东陶瓷市场现状分析

三、淄博陶瓷产业发展分析

第二节 福建陶瓷产业发展分析

一、福建陶瓷产业发展现状

二、德化陶瓷发展分析

三、晋江陶瓷产业发展分析

第三节 2007年广东陶瓷产业分析

一、广东建卫陶瓷行业特点与存在问题分析

二、佛山陶业发展之路的分析和展望

三、广东梅州陶瓷业发展情况

四、广东高要市白土镇陶瓷产业发展情况

五、深圳建材行业发展情况

六、广东陶瓷产业的发展战略

第四节 四川卫生陶瓷产业发展分析

- 一、四川卫浴营销分析
- 二、成都卫浴行业发展情况
- 三、夹江陶瓷产业发展现状

第五节 北京卫生陶瓷产业发展分析

- 一、奥运推动北京卫浴企业发展
- 二、本土卫浴企业进军北京市场SWOT分析
- 三、伊奈旗舰店登陆北京卫浴市场

第六节 唐山卫生陶瓷产业现状及发展分析

- 一、企业现状概述
- 二、出口保持快速增长的态势
- 三、目前存在的主要问题
- 四、唐山卫生陶瓷产业发展的思考

第七节 景德镇陶瓷行业SWOT分析及对策

- 一、景德镇陶瓷行业的SWOT分析
- 二、景德镇陶瓷行业发展的对策分析

第五章 热水器市场发展分析

第一节 中国热水器发展现状分析

- 一、快速热水器直逼行业洗牌
- 二、热水器迎来新一轮技术创新
- 三、热水器竞争步入冷静期
- 四、热水器业已迈进“节约能源”新时代
- 五、健康节能成为热水器产业发展方向

第二节 中国热水器零售市场分析

- 一、不同热源零售量结构情况
- 二、不同价位零售量结构情况
- 三、不同容量/排水量零售结构
- 四、主要品牌零售占有率分析

第三节 我国电热水器发展现状

- 一、电热水器防电墙技术列入新国标
- 二、电热水器市场酝酿洗牌

三、电热水器消费将跨入安全时代

四、电热水器再掀技术战

五、国内电热水器已进入寡头竞争时代

第四节 不同电热水器厂商市场份额及实力分析

一、国内大型家电制造商

二、在国内设厂的外资家电制造商

三、本土老牌专业电热水器制造商

四、本土小型电热水器厂家

五、纯进口电热水器产品

第五节 我国燃气热水器发展现状

一、燃气热水器在规范中成长

二、燃气热水器行业加快产业更新步伐

三、冷凝技术将主导燃气热水器市场

第六节 我国太阳能热水器发展现状分析

一、影响太阳能热水器发展的因素

二、太阳能热水器的工程化促进了其快速发展

三、太阳能热水器发展速度不断加快

第七节 太阳能热水器品牌分析

一、企业品牌

二、产品品牌

三、服务品牌

第八节 2006-2007年热水器产量统计

一、2006-2007年燃气热水器产量情况

二、2006-2007年电淋浴器的产量情况

第六章 浴霸市场发展分析

第一节 国内浴霸市场现状分析

一、品牌：多如牛毛

二、市场：鱼龙混杂

三、品质：参差不齐

四、竞争：手法原始

五、研发：少有创新

六、服务：有待提升

七、前景：发展趋好

第二节 奥普营销案例分析

一、产品策略

二、合作策略

三、价格策略

四、广告策略

五、防止窜货

六、合作竞争

七、绩效考评

第三节 奥普的战略分析

一、错失行业标准壁垒

二、技术壁垒牌打得太晚

三、老大市场洗牌难作为

四、决策执行缺保障

第七章 2006-2007年中国陶瓷制品制造行业综合运营数据

第一节 2006-2007年中国陶瓷制品制造行业产销情况

一、2006-2007年中国陶瓷制品制造行业产成品

二、2006-2007年陶瓷制品制造工业总产值

三、2006-2007年陶瓷制品制造产品销售收入

第二节 2006-2007年中国陶瓷制品制造行业成本费用情况

一、2006-2007年陶瓷制品制造产品销售成本

二、2006-2007年陶瓷制品制造产品销售费用

三、2006-2007年陶瓷制品制造管理费用

四、2006-2007年陶瓷制品制造财务费用

第三节 2006-2007年中国陶瓷制品制造行业资产负债情况

一、2006-2007年陶瓷制品制造资产总计

二、2006-2007年陶瓷制品制造负债合计

三、2006-2007年陶瓷制品制造资产负债率

第四节 2006-2007年中国陶瓷制品制造行业规模情况

一、2006-2007年陶瓷制品制造企业单位数

二、2006-2007年陶瓷制品制造全部从业人员平均人数

第五节 2006-2007年中国陶瓷制品制造行业效益情况

一、2006-2007年陶瓷制品制造利润总额

二、2006-2007年陶瓷制品制造产值利税率

三、2006-2007年陶瓷制品制造成本费用利润率

四、2006-2007年陶瓷制品制造资金利税率

五、2006-2007年陶瓷制品制造产成品资金占用率

第六节 2006-2007年中国陶瓷制品制造行业亏损情况

一、2006-2007年陶瓷制品制造亏损企业单位数

二、2006-2007年陶瓷制品制造亏损企业亏损总额

第八章 卫浴产品营销分析

第一节 卫浴品牌终端展示设计分析

一、卫浴品牌终端展示设计地位分析

二、卫浴空间设计中的展示设计方法

三、经典品牌卫浴品牌终端展示设计分析

第二节 卫浴营销分析

一、卫浴营销模式创新分析

二、卫浴的文化营销

第三节 我国卫浴渠道策略

一、卫浴渠道概述

二、特许经营模式分析

三、建材超市分析

四、小区营销分析

五、体验模式引发传统营销渠道变革

六、企业渠道促销问题分析

第九章 2007年卫浴相关产业分析

第一节 2007年陶瓷产业发展分析

一、中国陶瓷工业在国际竞争中面临的问题分析

二、我国四大陶瓷产区发展分析

三、2007年陶瓷产量情况

第二节 2007年建材行业发展分析

一、2007年建材行业运行情况

二、存在问题

第三节 2007年房地产行业分析

一、2007年我国房地产开发投资情况分析

二、2007年房地产市场景气周期与价格走势分析

三、房地产价格持续上涨原因分析

四、房地产业的体验营销分析

五、虚拟现实技术(VR)营销分析

六、房地产业的未来走势分析

第十章 卫浴市场竞争分析

第一节 卫浴行业竞争现状

一、卫浴行业竞争概述

二、卫浴行业竞争方式

三、卫浴市场竞争的发展趋势

第二节 国内外卫浴品牌优劣势分析

一、国产品牌的优势

二、进口品牌优势

三、国产品牌的劣势

四、进口品牌的劣势

第三节 高档卫浴品牌的增值战

一、文化增值以风情取胜

二、服务增值以实在取信

三、技术增值以科技占先

第四节 卫浴企业价格战分析

一、价格战的意义

二、价格战的起因

三、如何打好价格战

第五节 品牌竞争格局分析

一、卫浴品牌竞争弊端分析

二、2007年品牌营销事件分析

第六节 酒店卫浴市场分析

一、酒店卫浴市场综述

二、酒店卫浴主流品牌分析

第十一章 国内外卫浴企业分析

第一节 国外部分企业分析

一、东陶（TOTO）

二、美标（American-Standard）

三、和成（hcg）

四、科勒（Kohler）

五、高域（Duravit）

六、高仪（Grohe）

七、乐家（ROCA）

八、伊奈（INAX）

九、卡德维（Kaldewei）

十、汉斯格雅（hansgrohe）

第二节 国内部分企业分析

一、重庆四维瓷业(集团)股份有限公司

二、广东东鹏陶瓷股份有限公司

三、唐山陶瓷股份有限公司

四、鹰牌控股有限公司

五、阿波罗（APOLLO）

六、箭牌（ARROW）

七、九牧（JOMOO）

八、美林

九、吉事多

十、安华

第十二章 中国卫浴市场发展预测与发展策略分析

第一节 卫浴市场发展预测

一、卫浴品牌竞争的预测

二、消费趋势预测

三、中国陶瓷行业发展趋势预测

第二节 卫浴装修趋势

- 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

第三节 卫浴品牌优化策略

- 一、名牌卫浴的四个特点
- 二、当前卫浴品牌塑造存在的问题
- 三、当前卫浴品牌塑造优化建议
- 四、当前卫浴企业导入视觉识别（VI）系统存在的问题
- 五、品牌传播执行分析
- 六、当前卫浴品牌塑造优化策略

部分图表目录

图表 2007年1-10月中国进口卫浴陶瓷统计

图表 2007年1-10月中国出口卫浴陶瓷统计

图表 2007年1-10月卫浴陶瓷重点出口市场统计表

图表 2007年1-10月日用陶瓷产量

图表 2007年1-10月卫生陶瓷产量

图表 2007年1-10月全国卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月北京卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月河北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月山西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月上海卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月江苏卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月浙江卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月安徽卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月福建卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月山东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月河南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月湖北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月湖南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月广东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月广西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月四川卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月重庆卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月宁夏卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月全国卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月北京卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月河北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月山西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月上海卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月江苏卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月浙江卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月安徽卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月福建卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月山东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月河南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月湖北卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月湖南卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月广东卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月广西卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月四川卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月重庆卫生陶瓷产品产量统计

图表 2006年1-12月宁夏卫生陶瓷产品产量统计

图表 2007年1-10月全国房地产开发企业资金来源

图表 2006-2007年10月房地产开发企业资金来源结构

图表 2007年1-10月东部地区房地产投资完成额及同比增长情况

图表 2004-2007年各月东部地区房地产投资完成额及同比增长率对比情况

图表 2007年1-10月西部地区房地产投资完成额及同比增长情况

图表 2004-2007年各月西部地区房地产开发投资完成额及同比增长率对比情况

图表 2007年1-10月中部地区房地产投资完成额及同比增长情况

图表 2004-2007年各月中部地区房地产开发投资完成额及同比增长率对比情况

图表 2007年1-10月房地产综合景气指数及主要分类指数走势

图表 2005-2007年10月国房景气指数及主要分类指数走势

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造工业总产值（当年价格）

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造企业单位数

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造全部从业人员平均人数

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造资产总计

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造负债合计

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造产品销售收入

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造利润总额

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造产值利税率

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造资产负债率

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造资金利税率

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造成本费用利润率

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造产成品资金占用率

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造产成品

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造产品销售成本

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造产品销售费用

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造管理费用

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造财务费用

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造亏损企业单位数

图表 2007年1-8月陶瓷制品制造亏损企业亏损总额

图表 2006年陶瓷制品制造工业总产值（当年价格）

图表 2006年陶瓷制品制造企业单位数

图表 2006年陶瓷制品制造全部从业人员平均人数

图表 2006年陶瓷制品制造资产总计

图表 2006年陶瓷制品制造负债合计

图表 2006年陶瓷制品制造产品销售收入

图表 2006年陶瓷制品制造利润总额

图表 2006年陶瓷制品制造产值利税率

图表 2006年陶瓷制品制造资产负债率

图表 2006年陶瓷制品制造资金利税率

图表 2006年陶瓷制品制造成本费用利润率

图表 2006年陶瓷制品制造产成品资金占用率

图表 2006年陶瓷制品制造产成品

图表 2006年陶瓷制品制造产品销售成本

图表 2006年陶瓷制品制造产品销售费用

图表 2006年陶瓷制品制造管理费用

图表 2006年陶瓷制品制造财务费用

图表 2006年陶瓷制品制造亏损企业单位数

图表 2006年陶瓷制品制造亏损企业亏损总额

图表 我国城市居民家庭拥有的热水器中气、电、太阳能热水器所占的比例

图表 燃气热水器和电热水器的用户的忠诚度对比图

图表 燃气热水器和电热水器销售比例图

图表 不同排水量燃气热水器市场份额图

图表 不同容量段的电热水器市场份额图

图表 2006年电热水器产量

图表 2006年燃气热水器产量

图表 2010年中国太阳热水器发展规模及预测

图表 2007年2-10月全国燃气热水器产量

图表 2006年2 - 12月全国电淋浴器的产量

图表 2007年2-10月全国电淋浴器的产量

图表 2000-2006年四维控股成长性指标

图表 2000-2006年四维控股经营能力指标

图表 2000-2006年四维控股盈利能力

图表 2000-2006年四维控股偿债能力指标

图表 2000-2006年唐山陶瓷成长性指标

图表 2000-2006年唐山陶瓷经营能力指标

图表 2000-2006年唐山陶瓷盈利能力

图表 2000-2006年唐山陶瓷偿债能力指标

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48257.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。