



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国卫浴市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国卫浴市场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/48609.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

引言

据海关统计显示，2005年全国陶瓷产品进出口贸易总额为53.39亿美元，同比增长29.2%，创历史最好水平。其中出口金额为50.38亿美元，同比增长29.5%；进口金额为3.01亿美元，同比下降3.86%。各种类陶瓷出口情况为：日用陶瓷出口金额为16.59亿美元，同比增长23.88%；艺术陶瓷出口7.27亿美元，同比增长9.31%；卫生陶瓷出口4.74亿美元，同比增长45.71%；建筑陶瓷出口12.51亿美元，同比增长42.90%；其他陶瓷出口9.26亿美元，同比增长35.27%。

2006年1-6月我国卫生陶瓷出口数量为2197.42万件，同比增长29.79%；出口金额2.78亿美元，占全部陶瓷比重的10.44%，同比增长达32.26%，是所有陶瓷中增长速度最快的；出口平均单价同比也有4.94%的涨幅。2006年上半年我国出口卫生陶瓷的企业共有2071家，但绝大多数都为中小企业。出口在1000万美元以上的企业有5家；出口在500-1000万美元的企业有6家；出口100-500万美元之间的有46家；出口10-100万美元的有135家，这些企业大多集中在广东、河北、山东和四川等省。其余企业出口均不足10万美元。

我国卫生陶瓷出口最大的市场是美国，2006年上半年对其出口9331万美元，占我全部出口的34%；欧盟是第二大市场，对其出口5351万美元，占全部出口的19%，其中对英国、西班牙的出口较多，分别为2019万美元和885万美元；韩国、日本和俄罗斯列第3-5位，分别对其出口1708万美元、1168万美元和1163万美元。

目前，我国建筑卫生陶瓷产量已多年居世界首位，据预测，未来10年中国建材工业的发展速度将高于国民经济发展速度的3至4个百分点，同时，新建商品房和住宅装修是推动卫浴行业增长的动力，卫浴市场总量预计2008年将达到172亿元。

本研究报告依据国家统计局、中国建筑卫生陶瓷协会、国务院研究发展中心、国家海关总署、国家信息中心、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国卫浴设备行业的供给与需求状况、市场运营状况、竞争格局、发展趋势等进行了分析，并对国际卫浴设备市场及中国卫浴设备行业市场变化、卫浴行业投资分析等方面进行了深入探讨。是卫浴企业、卫生陶瓷经营企业以及相关企业和单位、计划投资于卫浴设备行业、卫陶瓷行业的企业和个人等准确

了解目前中国卫浴设备市场发展动态，把握卫浴设备行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品!

第一章 2005-2006年中国卫浴市场发展环境分析

第一节 2005-2006年中国宏观经济运行分析及展望

一、2005-2006年宏观经济回顾与分析

(一) 2005年宏观经济回顾

(二) 2006年宏观经济运行分析

二、2020年的中国经济

第二节 我国卫浴行业相关政策标准分析

一、国标委拟定卫生陶瓷强制标准

二、节水型卫生陶瓷生产定点管理实施细则

三、家用贮水式电热水器节能认证技术要求

四、中国节水技术政策大纲

五、2006年卫浴洁具进口关税调节状况

第三节 2005-2006年国内卫浴市场投资机会分析

一、新兴的家居卫浴用品行业

二、老年人卫浴用品市场开发前景

第二章 2005-2006年国际卫浴市场分析

第一节 2005年国际卫浴市场回顾

一、2005年国际卫浴市场总体分析

二、2005年国际十大卫生陶瓷品牌排名

三、2005年国际卫浴流行趋势

第二节 国外卫生陶瓷行业分析

一、国外特种陶瓷的发展及新动向

二、国际市场卫生陶瓷产品的通性和特点

第三节 2006年国际卫浴市场状况分析

一、2006年国际卫浴市场分析

(一) 国际建筑陶瓷产品生产贸易和市场分析

(二) 国际卫生洁具市场的流行趋势分析

二、2006年世界部分国家卫浴市场分析

(一) 黎巴嫩卫生洁具和瓷砖业概况

(二) 部分国家卫陶产品节水便器的标准

(三) 2005年美国洁具趋势及建筑节能对中国的启示分析

第三章 2005-2006年我国卫浴市场发展与趋势分析

第一节 2005年我国卫生陶瓷发展状况分析

一、2005年陶瓷卫浴业运行特征分析

二、2005年以后卫生陶瓷的发展机会分析

三、“十五”期间建筑卫生陶瓷行业分析

(一) 行业发展的主要特点

(二) 行业发展过程中的主要问题

(三) 建筑卫生陶瓷行业的发展目标

(四) 对策与措施

四、2005-2006年我国卫生陶瓷发展现状和机遇分析

第二节 2006年我国卫浴市场发展趋势分析

一、2006年卫生洁具新产品开发的几大特点

二、2006年我国卫浴行业现状及发展趋势分析

三、2006年卫浴市场竞争发生的发展趋势

第四章 2005-2006年我国卫浴设备行业进出口分析

第一节 2005-2006年我国卫浴设备进出口分析

一、2005年我国建筑卫生陶瓷进出口形势分析

二、2005年陶瓷卫浴出口情况

三、2006年我国陶瓷制品出口情况统计

第二节 2005-2006年我国卫浴设备进出口市场分析

一、我国建筑卫生陶瓷产品出口存在的问题

二、制约中国陶瓷出口的因素分析

三、中国陶瓷出口世界主要市场分析

第五章 2005-2006年我国卫浴设备行业区域市场分析

第一节 2005-2006年广东卫浴设备市场分析

- 一、广东重点发展建筑卫生陶瓷
- 二、2005年广东开平卫浴产品市场分析
- 三、深圳建材市场趋势
- 四、2006年佛山陶业发展分析和展望

第二节 2005-2006年长三角卫浴设备市场分析

- 一、长三角住宅市场节能状况分析
- 二、浙江省江口厨卫产业发展分析
- 三、上海市建材市场的“两难”选择分析

第三节 2005-2006年环渤海湾卫浴设备市场分析

- 一、整体浴室渐成卫浴主流
- 二、2005-2006年沈阳节水洁具产业前景分析

第六章 2005-2006年我国热水器市场分析

第一节 2005年我国热水器市场总体分析

第二节 2005-2006年燃气热水器市场分析

- 一、燃气热水器业加速产业更新步伐
- 二、2006年燃气热水器成市场消费主流
- 三、2006年燃气热水器市场发展前景

第三节 2005-2006年太阳能热水器市场分析

- 一、2005-2006年太阳能热水器市场总体分析
- 二、我国太阳能热水器市场前景分析
- 三、2005-2006年太阳能热水器渠道分析

第四节 2005-2006年我国电热水器市场分析

- 一、2005-2006年我国电热水器市场现状
- 二、我国电热水器市场品牌竞争局势解析
- 三、即热式电热水器市场发展总体现状分析

第七章 2005-2006年我国卫浴市场相关行业分析

第一节 2005-2006年我国房地产运行状况分析

- 一、2005年房地产市场形势分析
- 二、2006-2010年我国房地产趋势分析与预测

- (一) 世界地产发展趋势预测
- (二) 2006-2010年中国房地产业面临着改革
- (三) 中国房地产业可持续发展前景分析
- (四) 2005-2010年我国房地产行业趋势预测
- (五) 我国房地产发展方向预测

第二节 2005-2006年我国铜业市场状况分析

- 一、2005-2006年铜进出口分析
- 二、2005-2006年铜冶炼市场分析
- 二、2005-2006年铜加工业现状分析
- 四、2005-2006年我国废杂铜回收市场及前景分析
- 五、2005-2006年我国再生铜现状及趋势

第八章 2005-2006年我国卫浴设备市场趋势策略分析

第一节 2005-2006年卫生陶瓷发展形势展望

- 一、中国陶瓷业的发展趋势分析
- 二、宏观调控对终端影响滞后反映
- 三、品牌大战越演越烈
- 四、卫生陶瓷发展的基础动力
- 五、中国建陶市场热点逐渐北移

第二节 2005年我国卫浴设备行业品牌推广策略分析

- 一、行业的比较与认知
- 二、推广策略分析
- 三、卫浴洁具产品和技术发展预测分析
- 四、卫浴市场推广的纪律分析
- 五、卫浴间的流行趋势分析
- 六、市场策略的模仿与创新分析

第三节 卫浴品牌的优化策略分析

- 一、当前卫浴品牌塑造存在的问题
- 二、当前卫浴品牌塑造优化建议
- 三、品牌传播的方式分析
- 四、名牌卫浴的重要特点分析

第九章 2005-2006年我国卫浴设备市场需求预测

第一节 2005年玻璃卫浴用品的发展机遇

- 一、建筑装饰工程市场
- 二、家居装饰装修市场
- 三、玻璃生活用品市场
- 四、卫浴洁具设计的新趋势

第二节 卫生陶瓷市场潜力分析

- 一、卫浴中档市场潜力分析
- 二、建筑陶瓷市场潜力分析
- 三、2005-2006年低位水箱成卫浴市场主力
- 四、未来几年中档卫陶将成市场主力军

第三节 2005-2006年卫浴市场需求分析

- 一、中国制造的瓷砖需求前景分析
- 二、2006年卫浴产品的需求变化分析

第十章 2005-2006年我国卫浴市场竞争格局分析

第一节 国内外卫浴设备品牌优劣势分析

第二节 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
- 四、2005年太阳能热水器竞争分析

第三节 2005-2006年我国卫浴设备行业竞争趋势

- 一、2005年卫浴新势力
- 二、2006年铜价飙升对水暖行业影响分析
- 三、2006年中国陶瓷企业竞争日趋激烈

第十一章 2005-2006年我国卫浴市场领先企业分析

第一节 重庆四维瓷业(集团)股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、四维瓷业公司十大经营观分析
- 三、2005-2006年主要财务数据分析

第二节 深圳成霖洁具股份有限公司

一、公司概况

二、公司竞争优势与劣势分析

三、2005-2006年主要财务数据分析

第三节 广东东鹏陶瓷集团

一、公司简介

二、公司发展战略

三、公司最新动态

第四节 广东佛陶集团股份有限公司

一、集团简介

二、公司产品介绍

三、佛陶集团发展战略

第五节 美国美标公司

一、集团简介

二、公司发展战略

三、美标卫浴在中国的发展

部分图表目录

图表：2006年1-7月全国卫生陶瓷产量合计

图表：2006年1-7月广东省卫生陶瓷产量合计

图表：2006年1-7月江苏省卫生陶瓷产量合计

图表：2006年1-7月上海市卫生陶瓷产量合计

图表：2006年1-7月北京市卫生陶瓷产量合计

图表：2006年1-7月天津市卫生陶瓷产量合计

图表：2006年1-7月陶瓷制品制造业成本费用情况

图表：2006年1-7月电热水器产量

图表：2006年1-7月燃气热水器产量

图表：2006年6月全国分地区卫生陶瓷产量

图表：2006年1-3月各种陶瓷出口情况

图表：1999-2006年固定资产投资完成额月度累计同比增长率

图表：2006年4月全国热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年4月中南地区热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年4月西南地区热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年4月西北地区热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年4月华南地区热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年4月华北地区热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年4月华东地区热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年4月东北地区热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月全国浴霸品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月中南地区燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月西南地区燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月西北地区燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月华南地区燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月华东地区燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月华北地区燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月东北地区燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月全国燃气热水器品牌前10名市场占有率及均价

图表：2006年3月全国浴霸品牌前10名零售额市场占有率

图表：2005年1-12月全国卫生陶瓷产量合计

图表：2005年12月全国分地区卫生陶瓷产量

图表：2005年1-12月广东省卫生陶瓷产量合计

图表：2005年1-12月江苏省卫生陶瓷产量合计

图表：2005年1-12月上海市卫生陶瓷产量合计

图表：2005年1-12月天津市卫生陶瓷产量合计

图表：2005年1-12月北京市卫生陶瓷产量合计

图表：2005年中国电热水器产品销量结构

图表：2005年中国燃气热水器产品销量结构

图表：2005年各品牌热水器市场占有率分析图

图表：2005年太阳能热水器销售渠道分析图

图表：2005国际十大卫生陶瓷品牌排名

图表：2005-2006年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司现金流量分析表

图表：2005-2006年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司获利能力分析表

图表：2005-2006年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司经营能力分析表

图表：2005-2006年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司资本结构分析表

图表：2005-2006年重庆四维瓷业（集团）股份有限公司发展能力分析表

图表：2005-2006年深圳成霖洁具股份有限公司现金流量分析表

图表：2005-2006年深圳成霖洁具股份有限公司获利能力分析表

图表：2005-2006年深圳成霖洁具股份有限公司经营能力分析表

图表：2005-2006年深圳成霖洁具股份有限公司资本结构分析表
图表：2005-2006年深圳成霖洁具股份有限公司发展能力分析表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/48609.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。