

2014-2019年中国洁身器行业监测与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国洁身器行业监测与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201404/103415.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

当前日本的坐便洁身器的普及率为80%，韩国的坐便洁身器的普及率为60%。但我国的坐便洁身器市场才刚刚起步，普及率仍低于1%。因此，我国的坐便洁身器市场潜力十分巨大。坐便洁身器分两类：一类坐便洁身器主要是主要针对已经装修完毕的家庭或者公共场所，其技术就是对原有的马桶进行改造；另一类是一体式坐便洁身器，这主要针对新装修市场。坐便洁身器在刚刚进入我国市场的时候，市场反应不好，直到2005年，外形美观的一体式坐便洁身器在我国上市，才获得国内消费者的青睐，由此坐便洁身器企业也找到新的市场增长点。当前坐便洁身器的市场前景已经被行业认可。

随着坐便洁身器产业的快速增长，坐便洁身器的企业数量也在疯狂的增长。近年来，韩国坐便洁身器企业也看好中国市场，纷纷进军我国市场想要分一杯羹。80后消费群体，对于卫生间的装修和用心程度将会大大超过前几代，品牌意识相较于前辈更强烈。他们不但注重卫生间风格与知自我适应度，而且还会要求卫生间产品品牌的一致化。这部分消费者比例还在上升之中，因为80后明显是一个浮躁的群体，他们注重享受生活，既强调卫生间的享受，他们宁愿在网上花大量时间提前调查和分析，以及朋友之间的介绍，但却不愿花大量时间和精力来卖场实地挑选卫浴产品。目前国内坐便洁身器的生产企业存在规模偏小，数量过多的问题。仅浙江台州地区就有20多家坐便洁身器生产企业，这些企业通过为其他企业贴牌及生产自有品牌两种模式发展。在更多企业参与市场竞争的情况下，坐便洁身器的市场价格也在不断下降。

目前卫浴产品的概念，已经远远突破过去的传统观念。作为现代化豪华生活的标志性用品，它进入人们生活的方方面面。即不仅具有卫生与清洁功能，还应包括保健功能、欣赏功能以及娱乐功能。在使用功能方面，仅卫生洁具产品的冲洗方式就出现了旋冲式、静音式、斜冲式、直落式、虹吸式、喷射式等。卫生洁具产品的造型出现了连体式、与台盆系列、连体式坐便器、妇洗器、蹲便式器、小便器、拖布盆、柱式或台式洗面器等。近年来，卫浴洁具还推出了附加有悠闲式浴缸、柜盆、蒸汽房等功能的一系列配套产品。因此，未来，卫浴市场将会呈现出品种多样化的发展趋势是不言而喻的。卫浴洁具的不断个性，智能化的发展也是很有突破的，目前，节水已成为整个卫浴业的共识，智能卫浴的加入，更是猛烈冲击了卫浴市场，并渐向大众化蔓延。在人们愈发重视生活品质的今天，卫浴俨然已经演变成一种享乐文化，其中个性渐成潮流。

本洁身器研究报告，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、世界名牌协会、中国家用电器协会、中国轻工业企业管理协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、洁身器行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调

研访察所获得的大量第一手数据，对我国洁身器市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了洁身器的技术开发、产销、战略、经营状况等。报告还对洁身器市场风险进行了预测，为洁身器生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在洁身器行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国洁身器行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

【目录】

第一部分行业发展现状

第一章洁身器行业发展概述 1

第一节洁身器行业的界定 1

一、行业经济特性 1

二、主要细分行业 1

三、产业链结构分析 3

第二节行业发展成熟度分析 4

一、行业发展周期分析 4

二、行业中外市场成熟度对比 7

第三节国内外洁身器行业对比 8

一、企业对比 8

二、技术对比 12

三、政策对比 13

四、品牌对比 15

第二章全球洁身器行业发展分析 17

第一节世界洁身器行业发展分析 17

一、2011年世界洁身器行业发展分析 17

二、2012年世界洁身器行业发展分析 19

三、2012年洁身器国外市场竞争分析 21

第二节 2011-2012年主要国家或地区洁身器行业发展分析 22

一、2011-2012年美国洁身器行业分析 22

二、2011-2012年日本洁身器行业分析 24

三、2011-2012年韩国洁身器行业分析 25

第三章我国洁身器行业发展分析 27

第一节我国洁身器行业发展概况 27

一、我国洁身器行业发展历程 27

二、中国洁身器行业发展特征 28

三、我国洁身器行业发展状况 29

第二节我国洁身器行业发展现状 29

一、中国洁身器行业发展现状 29

二、我国洁身器制造业现状剖析 31

三、我国洁身器工业设计分析 32

第三节 2011年中国洁身器行业发展状况 35

一、2011年洁身器行业发展状况分析 35

二、2011年中国洁身器行业发展动态 36

三、2011年洁身器行业经营业绩分析 38

四、2011年我国洁身器行业发展热点 39

第四节 2012年中国洁身器市场供需状况 40

一、2012年中国洁身器行业供给能力 40

二、2012年中国洁身器市场供给分析 41

三、2012年中国洁身器市场需求分析 43

四、中国洁身器产品价格分析 45

第五节对中国洁身器市场的分析及思考 46

一、洁身器市场特点 46

二、洁身器市场分析 47

三、洁身器市场变化的方向 48

四、中国洁身器产业发展的新思路 49

五、对中国洁身器产业发展的思考 52

第四章洁身器产业经济运行分析 55

第一节营运能力分析 55

第二节偿债能力分析 56

第三节 2011-2012年盈利能力分析 67

第四节 2011-2012年发展能力分析 69

第五章我国洁身器产业进出口分析 70

第一节我国洁身器出口分析 70

一、2011年出口总量分析 70

二、2011年出口结构分析 70

三、2011年出口区域分析 72

第二节我国洁身器进出口预测 74

一、2012年进口分析 74

二、2012年出口分析 74

三、2014-2019年出口预测 74

第六章洁身器行业供求状况分析 78

第一节 2011-2012年整体生产能力 78

第二节 2011-2012年产值分布特征及变化 80

一、重点生产省市经济效益情况 80

二、产值前10名企业 80

第三节 2011-2012年产品供给分析 81

一、2011-2012年中国电子工业总体供给 81

二、2011-2012年洁身器市场供给分析 84

第四节 2011-2012年影响洁身器市场需求的主要因素 87

第五节 2011-2012年市场容量及增长速度 90

第六节 2011-2012年洁身器业整体销售能力 92

一、工业销售产值 92

二、利润率 93

三、产销率 95

第七节 2011-2012年产品需求分析 96

一、2011-2012年中国电子工业需求分析 96

二、2011-2012年洁身器市场需求分析 99

第二部分行业竞争格局

第七章洁身器产业发展地区比较 100

第一节长三角地区 100

一、竞争优势 100

二、2011-2012年发展状况 100

第二节珠三角地区 103

一、竞争优势 103

二、2011-2012年发展状况 104

三、2014-2019年发展前景 106

第三节环渤海地区 108

一、竞争优势 108

二、2011-2012年发展状况 108

第四节东北地区 109

第五节西部地区 109

第八章洁身器行业竞争格局分析 111

第一节外资和本土洁身器企业竞争状况 111

一、外资和本土洁身器品牌对比分析 111

二、外资与本土洁身器品牌竞争力对比分析 113

三、中国洁身器海外市场竞争分析 113

第二节中国洁身器市场竞争状况 114

一、中国洁身器市场竞争格局 114

二、2011年中国洁身器市场竞争状况 119

三、2012年中国洁身器市场竞争状况 121

第三节 2011-2012年洁身器行业竞争格局分析 123

一、2011年洁身器制造业竞争分析 123

二、2011年中外洁身器产品竞争分析 126

三、2011-2012年国内外洁身器竞争分析 127

四、2011-2012年我国洁身器市场竞争分析 127

五、2011-2012年我国洁身器市场集中度分析 128

六、2014-2019年国内主要洁身器企业动向 129

第九章洁身器企业竞争策略分析 130

第一节洁身器市场竞争策略分析 130

- 一、2012年洁身器市场增长潜力分析 130
- 二、2012年洁身器主要潜力品种分析 132
- 三、现有洁身器产品竞争策略分析 134
- 四、潜力洁身器品种竞争策略选择 137
- 五、典型企业产品竞争策略分析 138
- 第二节洁身器企业竞争策略分析 138
- 一、欧债危机对洁身器行业竞争格局的影响 138
- 二、欧债危机后洁身器行业竞争格局的变化 151
- 三、2014-2019年我国洁身器市场竞争趋势 154
- 四、2014-2019年洁身器行业竞争格局展望 155
- 五、2014-2019年洁身器行业竞争策略分析 158

第十章洁身器企业竞争分析 160

第一节西安三花良治电器有限责任公司 160

- 一、企业概况 160
- 二、竞争优势分析 161
- 三、2011-2012年经营状况 163
- 四、2014-2019年发展战略 163

第二节北京卫洗爱电子洁具有限公司 164

- 一、企业概况 164
- 二、竞争优势分析 165

第三节北京金陶洁具有限公司 166

- 一、企业概况 166
- 二、竞争优势分析 167

第四节合肥荣事达集团公司 169

- 一、企业概况 169
- 二、竞争优势分析 169
- 三、2014-2019年发展战略 170

第五节东陶（中国）有限公司 170

- 一、企业概况 170
- 二、2014-2019年发展战略 171

第六节上海华陶电器有限公司 171

一、企业概况 171

二、竞争优势分析 172

第七节上海健诺（电子）洁具有限公司 172

一、企业概况 172

二、竞争优势分析 173

第八节浙江星星便洁宝有限公司 173

一、企业概况 173

二、竞争优势分析 174

第九节广州海鸥卫浴用品股份有限公司 174

一、企业概况 174

二、竞争优势分析 175

三、2011-2012年经营状况 176

四、2014-2019年发展战略 180

第十节宁波舜洁卫生器具有限公司 180

一、企业概况 180

二、竞争优势分析 180

第三部分行业前景预测

第十一章洁身器行业发展趋势分析 182

第一节 2012年发展环境展望 182

一、2012年宏观经济形势展望 182

二、2012年政策走势及其影响 207

三、2012年国际行业走势展望 209

第二节 2012年洁身器行业发展趋势分析 210

一、2012年技术发展趋势分析 210

二、2012年产品发展趋势分析 212

三、2012年行业竞争格局展望 213

第三节 2014-2019年中国洁身器市场趋势分析 215

一、2011-2012年洁身器市场趋势总结 215

二、2014-2019年洁身器发展趋势分析 216

三、2014-2019年洁身器市场发展空间 218

四、2014-2019年洁身器产业政策趋向 219

五、2014-2019年洁身器技术革新趋势 220

六、2014-2019年洁身器价格走势分析 227

第十二章未来洁身器行业发展预测 230

第一节 2014-2019年国内洁身器市场预测 230

一、2014-2019年国内洁身器行业产值预测 230

二、2014-2019年国内洁身器市场需求前景 232

三、2014-2019年国内洁身器市场价格预测 233

第二节 2014-2019年市场消费能力预测 236

一、2014-2019年行业总需求规模预测 236

二、2014-2019年主要产品市场规模预测 237

第四部分战略投资研究

第十三章洁身器行业投资现状分析 239

第一节 2012年总体投资及结构 239

第二节 2012年投资规模情况 239

第三节 2012年分行业投资分析 240

第四节 2012年分地区投资分析 241

第五节 2012年外商投资情况 242

第十四章洁身器行业投资环境分析 246

第一节 经济发展环境分析 246

一、2011-2012年我国宏观经济运行情况 246

二、2014-2019年我国宏观经济形势分析 249

三、2014-2019年投资趋势及其影响预测 254

第二节 政策法规环境分析 254

一、2012年洁身器行业政策环境 254

二、2012年国内宏观政策对其影响 255

三、2012年行业产业政策对其影响 257

第三节 社会发展环境分析 260

一、国内社会环境发展现状 260

二、2012年社会环境发展分析 267

三、2014-2019年社会环境对行业的影响分析 269

第四节 “十二五”规划 270

一、“十二五”规划概述 270

二、“十二五”规划主要任务 270

三、“十二五”规划主要工程 272

四、“十二五”规划的意义与作用 273

五、“十二五”规划对洁身器行业的影响 275

第十五章 洁身器行业投资机会与风险 278

第一节 行业活力系数比较及分析 278

一、2012年相关产业活力系数比较 278

二、2011-2012行业活力系数分析 279

第二节 行业投资收益率比较及分析 280

一、2012年相关产业投资收益率比较 280

二、2011-2012行业投资收益率分析 281

第三节 洁身器行业投资效益分析 283

一、2011-2012年洁身器行业投资状况分析 283

二、2014-2019年洁身器行业投资效益分析 284

三、2014-2019年洁身器行业投资趋势预测 287

四、2014-2019年洁身器行业的投资方向 288

五、2014-2019年洁身器行业投资的建议 290

第四节 影响洁身器行业发展的主要因素 292

一、2014-2019年影响洁身器行业运行的有利因素分析 292

二、2014-2019年影响洁身器行业运行的稳定因素分析 294

三、2014-2019年影响洁身器行业运行的不利因素分析 294

四、2014-2019年我国洁身器行业发展面临的挑战分析 295

五、2014-2019年我国洁身器行业发展面临的机遇分析 296

第五节 洁身器行业投资风险及控制策略分析 296

一、2014-2019年洁身器行业政策风险及控制策略 296

二、2014-2019年洁身器行业经营风险及控制策略 298

三、2014-2019年洁身器行业其他风险及控制策略 300

第十六章洁身器行业投资战略研究 304

第一节洁身器行业发展战略研究 304

一、战略综合规划 304

二、技术开发战略 307

三、业务组合战略 311

四、区域战略规划 313

五、产业战略规划 323

六、营销品牌战略 325

七、竞争战略规划 327

第二节对我国洁身器品牌的战略思考 329

一、企业品牌的重要性 329

二、洁身器实施品牌战略的意义 330

三、洁身器企业品牌的现状分析 330

四、我国洁身器企业的品牌战略 331

五、洁身器品牌战略管理的策略 332

第三节洁身器产业投资战略研究 334

一、2012年洁身器行业投资战略 334

二、2014-2019年洁身器行业投资战略 338

三、2014-2019年细分行业投资战略 339

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103415.html>