

# 2020-2026年中国整体卫浴 市场深度研究与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国整体卫浴市场深度研究与投资战略报告》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/201909/142824.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

整体卫浴市场近年来非常热闹，但从调查中可以看到，整装卫浴主要还是从新房开始兴起，在B2B市场正率先发力，尤其是装配式建筑国家政策洞开的新市场大门后，精装住宅、精品酒店、适老住宅、集成房屋、船舶游轮&hellip;&hellip;整体浴室工厂工业化生产，全部部品工厂精细化配给，现场按图施工，干法施工，结构化组装的特色，在B2B市场，成为装配式建筑内装工业化的最佳解决方案。尤其安装效率高，工序简单：用“搭积木”式安装方式，4~8小时即可完成一套整体浴室的安装，干净卫生。在雨季瓷砖容易返潮缝隙易发霉产生细菌，空气遇到整体浴室拥有保温缓冲层，不易冷凝，即使雨季整体浴室依然干爽洁净。防水盘一体模压成型，自带4cm的挡水翻边，自带走水坡度，彻底消除传统卫生间渗漏隐患。这些特殊的硬实力，满足了大多数应用市场的需求。

同时，强调整体，并不弱化个性。以苏州科逸产品为例，在他们的APP商城里，客户可以实现快捷性定制，拥有多种选择：材料从SMC材料到彩钢、SMC+瓷砖、SMC+大理石、硅酸钙板+瓷砖、科能板(SMC+金属板)等，不同档次全系列提供不同用户需求。尤其是可以选择SMC保温材质，保温性能大大优于瓷砖，即使是寒冷的冬天赤脚在整体浴室上也依然肤感温和。

虽然整体卫浴有着众多的优点，但B2C市场依然处于逐步培育期。相当高比例的业主在选择卫浴洁具时还是更青睐于自行组合，往往马桶买A家，浴缸从B家订，浴室柜可能是C家。在这样一个消费分化与升级并存的时代，整体卫浴企业综合能力的聚集是拥有市场竞争力的最突出表现。从整体设计能力、供应链整合管理能力、个性化及多元化产品的生产能力、具有跨界思维的新营销能力，企业整体的运营管理能力，可谓缺一不可。而制造业升级的关键，同样也看有多少企业能从传统的卫浴领域向整体卫浴行业迈进。

### 报告目录

#### 第1章 中国卫浴行业发展转型升级分析

##### 1.1 传统卫浴行业转型升级必然性分析

###### 1.1.1 互联网家装倒逼行业改革

###### 1.1.2 个性化消费已成必然趋势

###### 1.1.3 行业重新整合势在必行

###### 1.1.4 行业渠道通路面临新突破

###### 1.1.5 整体卫浴市场发展，全产业链成共识

## 1.2 传统卫浴行业发展痛点分析

### 1.2.1 传统卫浴行业发展现状

- (1) 传统卫浴行业发展指数
- (2) 传统卫浴行业市场主基调

### 1.2.2 传统卫浴行业市场规模

### 1.2.3 传统卫浴行业发展痛点

- (1) 品牌战略目光短浅
- (2) 招商谋增长面临瓶颈
- (3) 库存居高不下被
- (4) 单品牌运作如“独木桥”;

### 1.2.4 整体卫浴行业优势分析

- (1) 传统卫浴和整体卫浴的比较
- (2) 整体浴室顺应住宅产业化的行业发展趋势
- (3) 整体浴室符合节能减排的国家政策要求

## 1.3 整体卫浴行业概况

### 1.3.1 行业分类

### 1.3.2 行业的基本概念、分类及特征

- (1) 建筑产业化的概念
- (2) 部品工业化的概念
- (3) 整体浴室概念分析

### 1.3.3 全球整体卫浴行业发展概况

## 1.4 整体卫浴行业发展环境分析

### 1.4.1 经济环境

### 1.4.2 政策环境

- (1) 行业主管部门及监管体制
- (2) 主要法规和政策
- (3) 卫浴行业国家标准和行业标准

### 1.4.3 社会环境

- (1) 居民消费水平分析
- (2) 城镇化进程分析
- (3) 房地产市场的快速发展

## 第2章 日本整体卫浴行业发展经验借鉴

### 2.1 日本整体卫浴行业发展现状

#### 2.1.1 日本整体卫浴行业发展概况分析

#### 2.1.2 日本整体卫浴行业市场规模分析

#### 2.1.3 日本整体卫浴行业普及率分析

#### 2.1.4 日本整体卫浴需求市场特征分析

(1) 消费者追求“整体解决方案”;

(2) 消费者追求“个性化”设计

(3) 消费者对于空间的利用要求到极致

#### 2.1.5 日本整体卫浴设计风格分析

(1) 利用率极高

(2) 一体化设计

(3) “架空+局部吊顶”的设计

### 2.2 日本整体卫浴典型企业分析

#### 2.2.1 TOTO

(1) 企业基本信息

(2) 企业经营情况

(3) 企业整体卫浴产品系列

(4) 企业整体卫浴市场覆盖率

(5) 企业在华扩张路径分析

(6) 企业发展成功经验

#### 2.2.2 松下

(1) 企业基本信息

(2) 企业经营情况

(3) 企业整体卫浴设计特点

(4) 企业卫浴市场占有率

(5) 企业在华扩张路径分析

(6) 企业发展成功经验

#### 2.2.3 伊奈

(1) 企业基本信息

(2) 企业经营情况

(3) 企业整体卫浴十大技术

- (4) 企业卫浴市场占有率
- (5) 企业在华扩张路径分析
- (6) 企业发展成功经验

#### 2.2.4 Housetec

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业经营情况
- (3) 企业整体卫浴设计风格
- (4) 企业卫浴市场占有率
- (5) 企业在华扩张路径分析
- (6) 科逸与Housetec的战略合作

### 2.3 日本整体卫浴发展趋势与经验借鉴

#### 2.3.1 日本整体卫浴行业发展趋势分析

- (1) 卫浴产品“家具化”
- (2) 极简主义大行其道
- (3) 智能化卫浴产品渐成流行
- (4) 卫浴新材料层出不穷
- (5) 注重健康环保

#### 2.3.2 日本整体卫浴行业发展前景预测

#### 2.3.3 日本整体卫浴行业发展经验借鉴

- (1) 优秀的节电、节水功能
- (2) 浓厚的人性化理念
- (3) 产品综合功能配套率高
- (4) 嫁接其他行业先进技术
- (5) 舒适而丰富的使用功能

## 第3章 中国整体卫浴行业市场运行分析

### 3.1 我国建筑工业化的发展概况及趋势

#### 3.1.1 我国的住宅工业化程度

#### 3.1.2 住宅产业化是实现绿色建筑的有效途径

#### 3.1.3 绿色建筑发展规模及趋势

### 3.2 中国整体卫浴行业发展现状分析

#### 3.2.1 中国整体卫浴行业发展概况分析

- (1) 整体卫浴行业现状
- (2) 整装卫浴与住宅产业化的关系
- (3) 整体卫浴行业发展趋势分析
- 3.2.2 中国整体卫浴行业市场规模分析
- 3.2.3 中国整体卫浴行业市场普及率分析
- 3.3 中国整体卫浴行业市场供给分析
- 3.3.1 中国整体卫浴行业产量分析
- 3.3.2 中国整体卫浴行业产能分析
- 3.4 中国整体卫浴行业经营模式分析
- 3.4.1 中国整体卫浴行业全产业链经营模式分析
  - (1) 全产业链经营模式分析
  - (2) 全产业链经营案例——海鸥卫浴
- 3.4.2 中国整体卫浴行业经营模式在营销层面的变革
  - (1) O2O经营模式分析
  - (2) O2O模式典型案例——九牧O2O

#### 第4章 中国整体卫浴行业市场竞争分析

- 4.1 中国整体卫浴行业竞争格局分析
- 4.1.1 中国整体卫浴行业区域竞争格局
  - (1) 浙江整体卫浴市场分析
  - (2) 福建整体卫浴市场分析
  - (3) 广东整体卫浴市场分析
- 4.1.2 中国整体卫浴行业企业竞争格局
  - (1) 国际品牌占据高端市场
  - (2) 本土品牌发展态势愈加强劲
  - (3) 我国卫浴行业竞争组群划分
- 4.1.3 中国整体卫浴行业品牌竞争格局
- 4.2 中国整体卫浴行业五力分析
- 4.2.1 上游议价能力分析
- 4.2.2 下游议价能力分析
- 4.2.3 行业内部竞争分析
- 4.2.4 替代品竞争分析

#### 4.2.5 潜在进入者威胁分析

#### 4.2.6 五力模型总结

### 4.3 中国整体卫浴行业投资兼并分析

#### 4.3.1 海鸥投资整体卫浴典型案例分析

#### 4.3.2 整体卫浴行业投资兼并特征分析

(1) 以延长公司产业链为目的

(2) 实现了资源的整合

(3) 被收购方喜忧参半

#### 4.3.3 整体卫浴行业投资兼并趋势分析

(1) 定制整体卫浴成为投资热点

(2) 建设线上线下相结合的营销模式

(3) 品牌整合成为不可抵挡的新趋势

## 第5章 中国整体卫浴行业应用领域分析

### 5.1 酒店领域对整体卫浴行业的需求潜力分析

#### 5.1.1 中国酒店行业市场规模分析

#### 5.1.2 中国酒店行业发展前景预测

#### 5.1.3 中国酒店对整体卫浴的需求潜力预测

### 5.2 商品房领域对整体卫浴行业的需求潜力分析

#### 5.2.1 住宅商品房对整体卫浴行业的需求潜力分析

(1) 住宅商品房市场规模分析

(2) 住宅商品房对整体卫浴的需求预测

#### 5.2.2 商业营业用房对整体卫浴行业的需求潜力分析

(1) 商业营业用房市场规模分析

(2) 商业营业用房对整体卫浴的需求预测

#### 5.2.3 办公楼商品房对整体卫浴行业的需求潜力分析

(1) 办公楼商品房市场规模分析

(2) 办公楼商品房对整体卫浴的需求预测

### 5.3 其它领域对整体卫浴行业的需求潜力分析

#### 5.3.1 保障房领域对整体卫浴行业需求潜力预测

#### 5.3.2 其它市场对整体卫浴行业需求潜力预测

(1) 快装房



- (2) 船舶
- (3) 宿舍
- (4) 医院

## 第6章 中国整体卫浴行业领先企业分析

### 6.1 中国整体卫浴行业企业整体经营特征分析

6.1.1 国外品牌继续垄断高端市场，并开始进入二、三线城市

6.1.2 卫浴企业向二三线城市寻求突破

6.1.3 多渠道经营以应对市场变化

### 6.2 中国整体卫浴行业领先企业经营情况分析

#### 6.2.1 中民筑友有限公司

- (1) 企业发展基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业整体卫浴市场分析
- (5) 企业销售网络分析
- (6) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.2 苏州科逸住宅设备股份有限公司

- (1) 企业发展基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业整体卫浴市场分析
- (5) 企业典型客户分析
- (6) 企业销售模式分析
- (7) 企业经营优劣势分析
- (8) 企业商业模式分析

#### 6.2.3 沈阳远大瑞福工程技术有限公司

- (1) 企业发展基本信息
- (2) 企业产品与服务分析
- (3) 企业生产能力分析
- (4) 企业整体卫浴产品分析
- (5) 企业工程案例分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业经营模式分析

#### 6.2.4 九牧厨卫股份有限公司

(1) 企业发展基本信息

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业整体卫浴产品分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业经营模式分析

#### 6.2.5 惠达卫浴股份有限公司

(1) 企业发展基本信息

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业整体卫浴产品分析

(5) 企业典型客户分析

(6) 企业销售网络分析

(7) 企业经营优劣势分析

(8) 企业经营模式分析

#### 6.2.6 佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

(1) 企业发展基本信息

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业整体卫浴产品系列

(5) 企业典型客户分析

(6) 企业销售网络分析

(7) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.7 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司

(1) 企业发展基本信息

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业整体卫浴产品系列

(5) 企业典型客户分析

- (6) 企业销售网络分析
- (7) 企业经营优劣势分析
- (8) 安华商学院模式分析

#### 6.2.8 SSWW浪鲸卫浴

- (1) 企业发展基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业整体卫浴市场分析
- (5) 企业典型客户分析
- (6) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.9 广州海鸥卫浴用品股份有限公司

- (1) 企业发展基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企进军整装卫浴空间领域
- (5) 企业研发投入及成果分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业投资兼并活动
- (8) 企业互联网营销O2O平台建设

#### 6.2.10 澳斯曼卫浴

- (1) 企业发展基本信息
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业整体卫浴市场分析
- (5) 企业典型客户分析
- (6) 企业销售网络分析
- (7) 企业经营优劣势分析
- (8) 澳斯曼商学院模式分析

### 第7章 中国整体卫浴行业发展前景及投资机会分析

#### 7.1 中国整体卫浴行业发展趋势及前景

##### 7.1.1 中国整体卫浴行业发展趋势

- (1) 行业应用领域持续扩展，市场规模不断扩大
- (2) 行业集中度逐年提升，从业企业呈现两极分化局面
- (3) 国内领导品牌逐步追赶国际先进品牌

#### 7.1.2 中国整体卫浴行业前景预测

#### 7.1.3 整体卫浴行业发展制约因素

- (1) 价格门槛居高
- (2) 标准化之殇
- (3) 存量建筑推广应用难题

#### 7.2 中国整体卫浴行业投资特性分析

##### 7.2.1 中国整体卫浴行业投资风险分析

- (1) 市场竞争加剧导致的利润下滑风险
- (2) 原材料价格波动风险

##### 7.2.2 定制化经营模式成为未来经营模式的主流

##### 7.2.3 中国整体卫浴行业进入壁垒分析

- (1) 技术壁垒
- (2) 品牌壁垒
- (3) 规模化壁垒
- (4) 人才壁垒
- (5) 渠道壁垒

#### 7.3 中国整体卫浴行业投资机会分析

##### 7.3.1 整体卫浴行业投资机会

- (1) 产业政策的扶持为整体卫浴行业的发展提供了良好的政策环境
- (2) 国内经济持续、健康、快速的成长为行业的发展提供了有力保障
- (3) 人工成本的逐年上升给整体卫浴行业带来了机遇
- (4) 住宅产业化趋势推动行业发展

##### 7.3.2 中国整体卫浴行业投资建议

- (1) 整装卫浴行业中虚拟实境（VR）技术的应用具有广阔前景
- (2) 互联网化改造激发用户个性化需求，促进整装卫浴发展

#### 图表目录

图表1：2016-2018年BHI与国房景气指数对比示意图

图表2：2016-2018年中国卫浴行业市场规模分析（单位：亿元）

图表3：2016-2018年中国陶瓷卫浴产品渗透率（单位：%）

图表4：传统浴室和整体浴室比较

图表5：建筑产业化概念分解

图表6：整体浴室的分类

图表7：2016-2018年中国GDP增长变化（单位：万亿，%）

图表8：行业主管部门监管体制

图表9：行业主要法规和政策

图表10：行业主要法规和政策

图表11：2016-2018年城镇人均可支配收入（单位：万元，%）

图表12：2016-2018年城镇人均年消费性支出（单位：万元，%）

图表13：2016-2018年我国城镇化率（单位：%）

图表14：2016-2018年日本整体卫浴行业市场规模（单位：亿日元，%）

图表15：TOTO集团2016-2018年经营情况（单位：亿日元）

图表16：TOTO整体卫浴产品系列

图表17：TOTO集团2016-2018年在华经营情况（单位：亿元人民币）

图表18：松下集团2016-2018年经营情况（单位：亿日元）

图表19：松下整体卫浴产品设计特点

图表20：松下在华企业

图表21：骊住集团2016-2018年经营情况（单位：亿日元）

图表22：伊奈整体卫浴产品十大技术

图表23：Housetec整体卫浴产品特点

图表24：Housetec在华扩张路径

图表25：2020-2026年日本整体卫浴行业市场规模预测（单位：亿日元）

图表26：产业化住宅生产过程与汽车生产过程的比较

图表27：住宅产业化的优势

图表28：绿色建筑评价标准

图表29：整装卫浴与住宅产业化的关系

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201909/142824.html>