

2026-2031年卫浴行业市场供需预测及投资潜力研究咨询报告

报告简介

卫浴是供居住者便溺、洗浴、盥洗等日常公共卫生活动的空间。一般指卫浴用品。卫浴主要包括：浴室柜、龙头花洒、便器、卫浴设备、面盆、冲洗阀/阀芯、浴室配件、浴缸/淋浴/桑拿房、浴室电器、卫浴陶瓷砖、玻璃洁具/卫浴镜、木质洁具/亚克力/塑胶洁具、清洁用品、卫浴/厨房挂件、刀架/厨房挂钩/调味品架、陶瓷原料/琉璃瓦/瓷砖。

近年来，随着我国经济发展的加速，人们生活水平的提高，我国卫生洁具市场发展迅速。经历了市场的高速发展和普及阶段，行业整体早已步入产业调整升级和快速发展时期。“十三五”对全面深化改革做出总体部署，新时期政府职能和机制的转变将成为中国未来政治体制改革最核心的着力点。随着改革第三波大潮的到来，整个卫浴行业需要面对自身定位的重塑，以及对形势变化的瞻望，稳妥把握发展战略和方向。

我国卫生洁具行业的发展起步于90年代。在此之前，计划经济体制和住房分配制度使得人们对卫浴间的重要性认识不足。90年代中期，随着改革开放的深入和《国务院关于深化城镇住房制度改革的决定》的出台，人们的生活水平有了显著提高，对卫浴间的重视日益增加，卫生洁具市场开始起步并得到快速发展。随着我国经济的快速发展，我国卫浴市场需求也逐渐增加，近两年卫浴市场的竞争异常的激烈，政策压力、倒闭潮、恶性竞争都在不断的刺激着卫浴消费市场，也给卫浴企业带来了很大的生产压力。国内至少有60%左右的卫浴企业经营效益一般。

对于卫浴企业来说，如何才能找准新的盈利增长点，成为了企业走出困境的关键。如随着社会的不断发展，市场上越来越多的成品卫浴已经越来越不能满足当代消费群体的需求。随着人们的个性化需求不断提高，定制的个性卫浴产品将有很大的发展商机。“定制”或许可以成为打破行业发展困境的新的盈利增长点。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国卫浴市场进行了分析研究。报告在总结中国卫浴发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国卫浴的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为卫浴行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 行业环境透视

第一章 卫浴行业的基本介绍 1

第一节 行业界定 1

一、行业定义 1

二、范围界定 1

第二节 行业在国民经济中的地位 2

一、行业政策定位 2

二、对国民经济贡献度 3

三、对相关行业影响程度 3

第二章 中国卫浴行业竞争环境分析 4

第一节 政策环境分析 4

一、行业重点政策分析 4

二、行业发展规划分析 6

三、政策发展趋势分析 7

第二节 经济环境分析 8

一、中国经济运行现状 8

- 1、2021-2026年经济增速与持平 8
 - 2、工业结构继续优化 9
 - 3、农业经济形势稳中有进 10
 - 4、固定资产投资增速有所回落 10
 - 5、消费品市场稳定增长 12
 - 6、居民消费价格温和上涨，工业品价格同比降幅收窄 13
 - 7、进出口降幅收窄，一般贸易比重上升 15
 - 8、居民收入稳定增长，农民工收入继续增加 15
 - 9、货币信贷平稳增长 16
 - 10、国家外汇储备余额显著下降 17
- ### 二、中国经济发展趋势 18

第三节 社会环境分析 19

- 一、中国人口规模现状 19
- 二、居民收入消费水平 20

第四节 技术环境分析 20

- 一、行业技术术语解释 20
- 二、行业主要生产技术 22
- 三、行业技术发展趋势 23

第五节 房地产环境分析 23

- 一、中国住房资源供求关系的现状与趋势 23

二、中国精装房的发展趋势 26

第六节 整体卫浴的现状与趋势 27

一、整体卫浴的现状与趋势 27

二、整体卫浴的趋势下对卫浴行业的影响 28

第二部分 行业发展概况

第三章 世界卫浴产业竞争格局及经验借鉴 31

第一节 国际卫浴产业的发展 31

一、世界卫浴产业发展综述 31

二、全球卫浴产业竞争格局 31

三、全球卫浴产业发展特点 32

第二节 主要国家地区卫浴产业发展分析 33

一、欧洲 33

二、亚洲 34

三、美国 35

四、其它国家和地区 35

第三节 2026-2031年世界卫浴产业竞争趋势及前景分析 36

一、卫浴技术发展及趋势分析 36

二、卫浴产业发展趋势分析 37

三、卫浴产业竞争趋势分析 38

第四章 中国卫浴市场发展现状综合分析 39

第一节 中国卫浴市场产品销售情况分析 39

一、经营现状分析 39

二、主要经营区域分析 43

第二节 中国亚克力卫浴市场的现状与趋势 48

一、发展现状分析 48

二、市场需求分析 48

三、未来发展前景分析 49

第三节 行业容量分析及预测 50

一、市场容量现状 50

二、未来容量趋势预测 51

第四节 需求分析及预测 54

一、需求总量分析 54

二、需求结构变化分析 54

三、2026-2031年需求预测 57

第五节 市场分析及预测 58

一、供需平衡分析及预测 58

二、价格变化分析及预测 59

第六节 卫浴市场发展驱动因素分析 59

一、产品优势 59

二、政策扶持 62

三、产业化的可能性 63

第七节 卫浴生产集中度分析 64

一、卫浴产品企业集中度分析 64

二、卫浴产品生产地区集中度分析 65

第五章 中国卫浴行业经营状况分析 67

第一节 行业经营效益分析 67

第二节 行业盈利能力分析 67

第三节 行业营运能力分析 68

第四节 行业偿债能力分析 69

第三部分 行业竞争分析

第六章 中国卫浴行业分区域竞争格局分析 70

第一节 广东省卫浴行业竞争分析 70

一、行业总体现状 70

二、企业竞争格局 72

三、产业区域发展前景 75

第二节 福建省卫浴行业竞争分析 76

一、行业总体现状 76

二、企业竞争格局 77

三、产业区域发展前景 77

第三节 浙江省卫浴行业竞争分析 78

一、行业总体现状 78

二、企业竞争格局 80

三、产业区域发展前景 83

第四节 江苏省卫浴行业竞争分析 84

一、行业总体现状 84

二、企业竞争格局 86

三、产业区域发展前景 86

第五节 河南省卫浴行业竞争分析 87

一、行业总体现状 87

二、企业竞争格局 88

三、产业区域发展前景 88

第七章 卫浴行业市场竞争格局分析 91

第一节 卫浴行业企业竞争整体状况 91

第二节 卫浴行业企业竞争特点分析 93

第三节 企业构成及区域分布分析 96

一、企业数量规模 96

二、企业区域分布构成分析 96

第四节 卫浴行业市场集中度分析 97

第五节 卫浴行业企业兼并重组情况分析 98

第八章 卫浴行业竞争结构分析 101

第一节 国际市场竞争格局 101

第二节 中国市场竞争结构 102

一、行业内现有企业的竞争 102

二、新进入者的威胁 102

三、替代品的威胁 102

四、供应商的讨价还价能力 103

五、购买者的讨价还价能力 104

第九章 卫浴企业产品调查 105

第一节 行业重点企业产品市场占有率 105

第二节 行业重点企业产品核心竞争力 105

第三节 企业产品策略分析 108

一、新产品开发策略 108

二、产品组合优化策略 109

三、产品品牌策略 114

四、产品包装策略 120

第十章 卫浴企业技术研发调查 124

第一节 行业重点企业技术研发组织架构 124

第二节 行业重点企业新产品开发周期与人员投入 125

第三节 行业重点企业研发投入和主要成果 127

第四节 2026-2031年行业重点企业研发计划 128

第十一章 卫浴企业生产状况调查 130

第一节 行业重点企业生产能力调查 130

一、设施配置及基本规模 130

二、企业生产人员管理模式 133

三、企业产品质量体系 135

第二节 行业重点企业生产成本调查 137

第三节 行业重点企业生产技术评价 138

第四节 行业重点企业投资项目与技术改造 139

第十二章 卫浴企业营销调查 141

第一节 行业重点企业产品营销模式调查 141

一、直销式 141

二、区域总经销商式 141

三、区域多家经销商式 141

第二节 行业重点企业产品销售渠道调查 142

一、企业产品销售渠道架构及规模 142

1、传统销售渠道的架构及特色 142

2、网络销售渠道的架构及特色 143

3、渠道规模对比 144

二、各营销渠道销售份额对比 144

三、营销渠道建设规划 144

第三节 行业重点企业下游典型客户调查 145

一、客户分类特点 145

二、客户需求特点 145

第十三章 中国卫浴品牌需求与消费者偏好调查 147

第一节 中国卫浴目标客户群体调查 147

一、不同收入水平消费者偏好调查 147

二、不同性别的消费者偏好调查 148

三、不同区域的消费者偏好调查 148

第二节 卫浴品牌市场调查 150

一、消费者对卫浴品牌认知度宏观调查 150

二、消费者对卫浴产品的品牌偏好调查 150

三、消费者对卫浴品牌的首要认知渠道 151

四、卫浴品牌忠诚度调查 151

五、卫浴品牌市场占有率调查 152

六、消费者的消费理念调查 152

第三节 不同客户购买相关品牌的态度及影响分析 153

一、价格敏感程度 153

二、品牌的影响程度 154

三、购买方便的程度 154

四、广告的影响程度 154

五、包装的影响程度 154

第十四章 卫浴企业综合评价 155

第一节 企业综合竞争力评价 155

第二节 企业价值评估方法 156

第三节 企业存在问题分析 158

第四节 与企业相关的投资机会 160

一、合作交流机会 160

二、并购机会 161

第五节 行业企业排名 162

第十五章 国内卫浴业标杆企业竞争力分析 163

第一节 标杆企业整体对比分析 163

一、主营业务对比分析 163

二、经营状况对比分析 164

三、竞争优势对比分析 164

四、发展前景对比分析 166

第二节 箭牌卫浴 167

一、企业发展战略 167

二、市场占有率分析 167

三、渠道分析 168

四、未来前景展望 168

第三节 九牧卫浴集团有限公司 169

一、企业发展战略 169

二、市场占有率分析 169

三、渠道分析 170

四、未来前景展望 170

第四节 浪鲸卫浴集团有限公司 171

一、企业发展战略 171

二、市场占有率分析 171

三、渠道分析 172

四、未来前景展望 173

第五节 唐山惠达陶瓷股份有限公司 173

一、企业发展战略 173

二、市场占有率分析 174

三、渠道分析 175

四、未来前景展望 177

第六节 厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司 177

一、企业发展战略 177

二、市场占有率分析 177

三、渠道分析 178

四、未来前景展望 179

第七节 帝王洁具股份有限公司 179

一、企业发展战略 179

二、市场占有率分析 180

三、渠道分析 180

四、未来前景展望 181

第八节 广州海鸥卫浴用品股份有限公司 182

一、企业发展战略 182

二、市场占有率分析 182

三、渠道分析 183

四、未来前景展望 183

第四部分 投资战略分析

第十六章 国外卫浴业标杆企业竞争力分析 184

第一节 标杆企业整体对比分析 184

一、主营业务对比分析 184

二、经营状况对比分析 185

三、竞争优势对比分析 185

四、发展前景对比分析 186

第二节 美国科勒(中国)投资有限公司 187

一、企业发展战略 187

二、市场占有率分析 187

三、渠道分析 188

四、未来前景展望 189

第三节 日本东陶(中国)有限公司 190

一、企业发展战略 190

二、市场占有率分析 191

三、渠道分析 191

四、未来前景展望 192

第三节 西班牙乐家Roca卫浴 192

一、企业发展战略 192

二、市场占有率分析 193

三、渠道分析 193

四、未来前景展望 194

第四节 美标(中国)公司 194

一、企业发展战略 194

二、市场占有率分析 196

三、渠道分析 197

四、未来前景展望 197

第十七章 2026-2031年中国卫浴企业产销模式渠道竞争力提升对策 198

第一节 卫浴行业企业经营发展分析及建议 198

一、卫浴行业经营模式 198

二、卫浴行业生产模式 198

第二节 行业主要销售渠道与策略 199

一、行业产品销售渠道存在的主要问题 199

二、行业产品销售渠道发展趋势与策略 199

第三节 家装服务流动业(家居、建材卖场)的运营现状及趋势 200

一、家居建材卖场的运营现状 200

二、家居建材卖场的发展趋势 200

第四节 卫浴行业营销模式分析及建议 201

一、卫浴行业营销模式 201

二、卫浴行业营销策略 202

第五节 中国卫浴市场销售品牌研究 203

一、区域热卖品牌 203

二、龙头企业动态 203

第六节 中国卫浴市场标杆企业销售模式分析 204

一、国外品牌企业 204

二、国内龙头企业 205

第七节 影响中国卫浴目标市场策略因素分析 206

一、行业的资源特点 206

二、产品及市场特点 206

三、竞争者策略选择 207

第八节 新技术(互联网+)对卫浴行业的影响研究 208

一、互联网环境下卫浴洁具行业的机会与挑战 208

二、卫浴洁具电商市场规模与渗透率 209

三、卫浴洁具电商行业盈利能力分析 209

第九节 中国卫浴目标市场营销策略 209

一、无差别性市场营销策略 209

二、差别性市场营销策略 211

三、集中性市场营销策略 211

第十八章 2026-2031年中国卫浴行业企业营销策略建议 213

第一节 卫浴产品生命周期策略 213

一、卫浴产品生命周期研究 213

二、卫浴产品生命周期营销策略 215

第二节 卫浴新产品定位策略 219

一、卫浴新产品的定义和界定 219

二、卫浴新产品开发策略 220

三、卫浴新产品定位策略 221

第三节 卫浴产品价格策略研究 222

一、卫浴产品价格机制形成及特征 222

二、卫浴产品定价程序研究 223

三、卫浴产品定价策略 226

第四节 专家策略建议 228

一、卫浴产品策略应用要点及注意事项 228

二、卫浴产品策略建议 229

图表目录

图表：行业政策及内容介绍表 5

图表：行业国家标准 6

图表：2021-2026年我国季度GDP增长率 8

图表：2021-2026年我国三次产业增加值季度增长率 9

图表：2021-2026年我国工业增加值走势图 10

图表：2021-2026年固定资产投资增速走势图 11

图表：2021-2026年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 12

图表：2021-2026年我国社会消费品零售总额走势图 13

图表：2021-2026年我国社会消费品零售总额构成走势图 13

图表：2021-2026年我国CPI、PPI运行趋势 14

图表：2021-2026年企业商品价格指数走势(2021-2026年同期为100) 14

图表：2021-2026年进出口走势图 15

图表：2021-2026年我国货币供应量 16

图表：2021-2026年我国存贷款同比增速走势图 17

图表：2021-2026年我国外汇储备 17

图表：2021-2026年末人口数及其构成 19

图表：2021-2026年全国居民人均收入分析 20

图表：累计全国房地产土地购置与待开发面积及同比增长率变动趋势 24

图表：累计全国商品房、商品住宅施工面积及同比增长率变动趋势 25

图表：累计全国商品房、商品住宅销售面积及同比增长率变动趋势 26

图表：2021-2026年中国整体卫浴住宅市场预测 28

图表：整体卫浴产业链结构 29

图表：整体卫浴稳定上游、整合中游、拓展下游	30
图表：全球卫浴市场格局——规模占比	32
图表：2021-2026年卫浴行业市场规模	50
图表：2026-2031年卫浴行业市场规模预测(单位：亿元)	53
图表：2021-2026年(Q1)年卫浴行业产品需求总量分析	54
图表：2026-2031年卫浴行业产品需求量分析	57
图表：2021-2026年中国卫浴市场供需平衡	58
图表：2026-2031年中国卫浴市场价格变化	59
图表：2021-2026年卫浴行业盈利能力分析	67
图表：2021-2026年卫浴行业运营能力	68
图表：2021-2026年卫浴行业偿债能力	69
图表：2021-2026年卫浴行业企业数量规模	96
图表：2021-2026年中国卫浴市场重点企业产品市场占有率对比图	105
图表：产品系列平衡法图示	113
图表：四象限评价法图示	113
图表：重点企业设施配置及基本规模	130
图表：重点企业产品质量体系	135
图表：重点企业生产成本调查	137
图表：重点企业生产技术评价	138
图表：重点企业投资项目与技术改造	139
图表：不同收入水平消费者对于卫浴产品的偏好调查	147
图表：不同性别消费者对于卫浴产品的偏好调查	148

图表：不同意向购房区域受访者采购卫浴产品的预算比较 149

图表：消费者对于主要品牌的知名度对比 150

图表：消费者认知卫浴品牌的首要渠道分布 151

图表：2021-2026年中国卫浴行业主要品牌市场占有率 152

图表：消费者对于产品要素的关注度对比 153

图表：2021-2026年中国卫浴行业领先企业列表 162

图表：2021-2026年位于行业国内标杆企业主营业务对比 163

图表：2021-2026年位于行业国内标杆企业经营情况对比 164

图表：2021-2026年位于行业国内标杆企业竞争优势对比 164

图表：2021-2026年位于行业国内标杆企业发展前景对比 166

图表：2021-2026年箭牌卫浴市场份额变化分析 168

图表：2021-2026年九牧卫浴市场份额变化分析 170

图表：2021-2026年浪鲸卫浴市场份额变化分析 172

图表：2021-2026年惠达卫浴市场份额变化分析 175

图表：惠达全国及全球市场渠道分布图 176

图表：2021-2026年瑞尔特卫浴市场份额变化分析 178

图表：2021-2026年瑞尔特营收区域分布 178

图表：2021-2026年帝王洁具市场份额变化分析 180

图表：2021-2026年帝王洁具营收区域分布 181

图表：2021-2026年海鸥卫浴市场份额变化分析 183

图表：2021-2026年海鸥卫浴区域营收结构 183

图表：2021-2026年国外卫浴标杆企业主营业务对比情况 184

图表：2021-2026年国外卫浴标杆企业主营业务对比情况 185

图表：2021-2026年国外卫浴标杆企业竞争优势对比情况 185

图表：基于SWOT模型美国科勒(中国)投资有限公司企业发展战略分析 187

图表：产品生命周期图 214

图表：行业成长阶段特点及判断标准 215

图表：产品定价程序图 224

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：39733

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170214/39733.shtml>

在线订购：[点击这里](#)