

2026-2031年中国卫生陶瓷制品行业市场深度调研与发展前景研究报告

报告简介

经过近三十年的发展，中国卫生陶瓷制品行业从一个技术水平严重落后，基础薄弱的产业已经发展成为技术水平达到国际中等水平的产业，部分产品的技术已经接近国际先进水平。但是，这三十年来发展主要是粗放型发展，依赖的主要是廉价的劳动力、自然资源的相对优势、较低的环境保护的要求、庞大的但是参差不齐的市场需求，其创新能力也主要集中于引进消化再创新，卫生陶瓷和卫浴制品仍然处于半自动化半手工化的技术水平。

卫生陶瓷是指卫生和清洁盥洗用的陶瓷用具。中国卫生陶瓷行业相对于整个国际市场来讲起步较晚，卫生陶瓷在中国还是一个新兴行业。但缘于在陶瓷工艺上有着良好的传承，加上我国卫生陶瓷产业的不断努力，在引进和消化国外先进技术和装备及学习国外的管理经验的基础上，取得了重大的发展，已达到甚至超过了国外一线品牌的水平。

营收层面，2020年1-12月，

规模以上建筑卫生陶瓷工业主营业务收入累计3881.25亿元，同比增长0.5%。产量层面，2020年1-12月中国卫生陶瓷制品累计产量为20359万件，同比下降5.35%。出口层面，2020年我国卫生陶瓷产品(HS编码为69101000和69109000)出口总额为605.83亿元人民币，与2019年同比增长12.51%。其中，2020年我国瓷制固定卫生设备出口量为1674339532千克，出口额为602.93亿元；陶制固定卫生设备出口量为16495634千克，出口额为2.90亿元。

近年来，卫生陶瓷行业的增长主要得益于中低端产品需求市场的增长，如江西、河南、湖南、湖北、陕西等中西部地区面向小城镇和农村地区的中低档产品仍保持较大的增长。除此之外，政府保障房的大量开工建设，商品房中精装房比例的提高，成为市场向“两极化”发展的重要助推力量，工程需求市场强劲上升部分弥补了零售市场萎缩造成的不利影响。这也是各大品牌陆续寻求工程渠道突破的原因。

2019年8月29日，住房和城乡建设部发布公告批准《建筑卫生陶瓷工厂节能设计标准》为国家标准，于2019年10月1日起实施。

未来一段时期，城镇化和新农村建设为建筑卫生陶瓷提供了稳步增长空间。居民住宅、公共建筑以及基础设施建设，特别是新农村及中西部地区城乡建设快速发展，对卫生陶瓷产品需求拉动较大，未来我国卫生陶瓷行业前景看好。

中国卫生陶瓷制品市场巨大，有较大的增长空间。尤其是高端卫生陶瓷制品市场更是利润丰厚，因而成为海外品牌争夺的主战场，它们利用强大的资金实力和较高的市场知名度，几乎横扫了中国高端卫生陶瓷制品市场，并采取多种措施抢占中档产品市场份额。其中，以科勒为代表的美系品牌和以TOTO为代表的日系品牌进入中国市场较早，之后以德国乐伊为代表的欧系品牌也后来居上，开始抢占高端品牌市场份额。现状，中国卫生陶瓷制品市场初步形成了美系、日系和欧系品牌“三雄争霸”的格局。

本研究咨询报告由中道泰和咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国卫生陶瓷制品行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国卫生陶瓷制品行业发展状况和特点，以及中国卫生陶瓷制品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球卫生陶瓷制品行业发展态势作了详细分析，并对卫生陶瓷制品行业进行了趋向研判，是卫生陶瓷制品行业生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前卫生陶瓷制品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业市场调研

第一章 中国卫生陶瓷制品产品品牌市场实地调研

第一节 中国卫生陶瓷制品产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、卫生陶瓷制品产品品牌平均价格趋势分析

三、2026-2031年中国卫生陶瓷制品产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国卫生陶瓷制品产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对卫生陶瓷制品产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对卫生陶瓷制品产品品牌价格的影响

第三节 中国卫生陶瓷制品产品品牌市场消费状况分析

一、中国卫生陶瓷制品产品品牌市场消费结构

二、中国卫生陶瓷制品产品品牌市场消费特点

三、影响中国卫生陶瓷制品产品品牌市场消费因素

第二章 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌市场结构调研

第一节 中国卫生陶瓷制品市场主要品牌发展分析

一、中国卫生陶瓷制品市场主要品牌所占市场份额

二、中国卫生陶瓷制品市场各品牌新动向监测

第二节 中国卫生陶瓷制品市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国卫生陶瓷制品市场品牌发展新特色分析

第二部分 产业区域调研

第三章 中国卫生陶瓷制品行业区域市场需求状况预测

第一节 华北地区卫生陶瓷制品市场需求状况

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年卫生陶瓷制品行业发展前景预测

第二节 东北地区卫生陶瓷制品市场规模研究

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年卫生陶瓷制品行业发展前景预测

第三节 华东地区卫生陶瓷制品行业前景展望

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年卫生陶瓷制品行业发展前景预测

第四节 华南地区卫生陶瓷制品市场需求预测

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年卫生陶瓷制品行业发展前景预测

第五节 华中地区卫生陶瓷制品行业发展潜力分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年卫生陶瓷制品行业发展前景预测

第六节 西南地区卫生陶瓷制品市场规模预测

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年卫生陶瓷制品行业发展前景预测

第七节 西北地区卫生陶瓷制品行业发展预测

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况

四、2026-2031年卫生陶瓷制品行业发展前景预测

第三部分 产业深度调研

第四章 2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业需求用户调研结果

第一节 2021-2026年卫生陶瓷制品行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

二、不同年龄用户需求特点分析

三、不同地区用户需求特点分析

四、不同学历用户需求特点分析

第五章 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌上游市场调查情况

第一节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品原材料生产情况调查

一、中国卫生陶瓷制品产品原材料产量调查分析

二、中国卫生陶瓷制品产品原材料生产区域结构调查

三、2026-2031年中国卫生陶瓷制品产品原材料生产规模预测

第二节 中国卫生陶瓷制品产品原材料价格走势调查

一、中国卫生陶瓷制品产品原材料历年价格趋势调查

二、卫生陶瓷制品产品原材料未来走势预测

三、卫生陶瓷制品产品原材料价格走势对企业影响

1、短期影响分析研究

2、长期影响分析研究

3、产品原材料成本敏感度

第三节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品生产现状概况

一、2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品生产规模调查

二、2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品生产结构调查

三、2026-2031年中国卫生陶瓷制品产品产量预测

第六章 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节 加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第四部分 产业渠道调研

第七章 2026-2031年中国卫生陶瓷制品行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国卫生陶瓷制品行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要卫生陶瓷制品行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌销售渠道模式研究

一、2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌渠道销售现状调查

二、2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌营销渠道调研

三、2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌渠道发展机遇

四、2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌发展策略

五、2021-2026年渠道策略及营销策略运作案例分析

六、2026-2031年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、卫生陶瓷制品产品品牌营销的发展之道

三、中国卫生陶瓷制品品牌市场营销渠道探讨

第九章 2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业竞争对手渠道模式

第一节 卫生陶瓷制品市场渠道情况

第二节 卫生陶瓷制品竞争对手渠道模式

第三节 卫生陶瓷制品直营代理分布情况

第五部分 产业发展态势

第十章 2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业竞争力与发展态势研究

第一节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业竞争力分析

一、2021-2026年卫生陶瓷制品行业竞争分析

二、2021-2026年中外卫生陶瓷制品产品竞争力比较分析

三、2021-2026年中国卫生陶瓷制品市场竞争格局分析

四、2021-2026年国内主要卫生陶瓷制品企业动向研究

第四节 2026-2031年卫生陶瓷制品行业竞争态势展望

第十一章 中国卫生陶瓷制品行业重点企业经营分析

第一节 唐山惠达陶瓷(集团)股份有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第二节 佛山市禅城区中冠浴室设备厂

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第三节 东陶(上海)有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第四节 佛山市法恩洁具有限公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、营销网络分析

四、主要客户分析

五、技术实力分析

六、经营状况分析

七、竞争优势分析

八、战略规划分析

第五节 佛山科勒有限公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、营销网络分析

四、主要客户分析

五、技术实力分析

六、经营状况分析

七、竞争优势分析

八、战略规划分析

第六节 乐家洁具(佛山)有限公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、营销网络分析

四、技术实力分析

五、经营状况分析

六、竞争优势分析

七、战略规划分析

第七节 佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司

一、企业发展概况

二、产销规模分析

三、产品结构分析

四、营销网络分析

五、主要客户分析

六、技术实力分析

七、经营状况分析

八、竞争优势分析

九、战略规划分析

第八节 广东欧美尔工贸实业有限公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、经营状况分析

四、生产基地布局

五、技术实力分析

六、竞争优势分析

第九节 佛山市高明粤华卫生洁具有限公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、经营状况分析

四、生产基地布局

五、技术实力分析

六、竞争优势分析

第十节 唐山梦牌瓷业有限公司

一、企业发展概况

二、产品结构分析

三、经营状况分析

四、生产基地布局

五、技术实力分析

六、竞争优势分析

第十二章 中国卫生陶瓷制品行业供需预测与发展趋势

第一节 2026-2031年中国卫生陶瓷制品行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 2026-2031年卫生陶瓷制品行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2026-2031年卫生陶瓷制品行业总资产预测

第四节 2026-2031年卫生陶瓷制品行业工业总产值预测

第五节 2026-2031年卫生陶瓷制品行业销售收入预测

第六节 2026-2031年中国卫生陶瓷制品行业盈利能力预测

第六部分 产业投资策略

第十三章 2026-2031年中国卫生陶瓷制品行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国卫生陶瓷制品行业SWOT模型分析

第二节 中国卫生陶瓷制品行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2026-2031年中国卫生陶瓷制品行业投资风险预警

一、风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国卫生陶瓷制品行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国卫生陶瓷制品项目行业可行性分析研究

第十四章 卫生陶瓷制品行业投资战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国卫生陶瓷制品行业品牌的战略思考

一、卫生陶瓷制品行业品牌的重要性

二、卫生陶瓷制品行业实施品牌战略的意义

三、卫生陶瓷制品行业企业品牌的现状分析

四、中国卫生陶瓷制品行业企业的品牌战略

五、卫生陶瓷制品行业品牌战略管理的策略

第三节 卫生陶瓷制品行业经营策略分析

一、卫生陶瓷制品行业市场细分策略

二、卫生陶瓷制品行业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、卫生陶瓷制品行业新产品差异化战略

第四节 卫生陶瓷制品行业投资战略研究

一、2021-2026年卫生陶瓷制品行业投资战略

二、2026-2031年卫生陶瓷制品行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品市场主要品牌所占市场份额统计

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品市场各品牌新动向监测数据

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品市场品牌排名调查情况

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品品牌按照销售额排名

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品品牌按市场份额排名

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品品牌按品牌知名度排名

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品品牌按消费者认可度排名

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业市场规模调研

图表：2021-2026年全球卫生陶瓷制品行业市场规模调研

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业销售数据统计

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业利润走势表

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业资产数据情况

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业进口数据统计

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品行业出口数据统计

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品品牌竞争力前十名排名

图表：2021-2026年中国卫生陶瓷制品品牌发展潜力前十名排名

图表：2021-2026年中国消费者收入水平调查

图表：2021-2026年中国消费者信心指数数据

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：41264

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170214/41264.shtml>

在线订购：[点击这里](#)